



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



La influencia del *Booktuber* en la toma de decisiones para que nuevos lectores se acerquen a la novela de ficción, escrita por autores mexicanos, a través de redes sociales: YouTube e Instagram.

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA

VARGAS VÁZQUEZ CARLA LORENA

ASESOR

MTRO. EDER ANTONIO SALAMANCA FUENTES

CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX. 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Recordar en estos momentos a las personas que me apoyaron, guiaron y motivaron durante los últimos años, sin duda de los más complicados, se transforma en una tarea importante, pues cada uno proporcionó su granito de arena para que este ciclo pudiera culminar de la manera más alentadora y feliz.

Juan Carlos, Julia, Daniela y Bruno. Gracias por sus consejos, palabras de aliento, compañía durante los desvelos, tolerancia en los instantes de tensión, paciencia ante mis quejas y por siempre creer que podía hacer esto.

Éder Salamanca, profesor, asesor y amigo. Gracias por iniciar conmigo este proyecto, por la guía y apoyo en cada paso. Valoraré siempre el conocimiento compartido.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.	
CAPITAL LITERARIO: CONSUMO EN MÉXICO	5
1.1 PRIMEROS SALTOS DE FANTASÍA ESCRITA	6
1.2 TINTA CREATIVA PARA GÉNEROS ALTERNOS	11
1.3 PERFIL DE UN JOVEN LECTOR	22
1.4 NUEVAS TENDENCIAS PARA CONSUMIR LITERATURA	26
1.4.1 APERTURA DE HISTORIAS	26
1.4.2 NOVELAS Y CINE	29
1.4.3 MÁS ALLÁ DE LA LECTURA	31
1.4.4 APORTACIONES PARA LA INDUSTRIA	33
CAPÍTULO 2.	
TERRITORIO DIGITAL: NUEVAS FORMAS DE APROPIACIÓN DE LA LECTURA	37
2.1 EXISTIR EN LA ERA DIGITAL	38
2.2 LECTURA DIGITAL: EVOLUCIÓN Y ADAPTACIÓN	43
2.2.1 SIN CLAVES NI CANDADOS	44
2.2.2 HISTORIAS EN LA PALMA DE LA MANO	47
2.2.3 ESPACIOS PARA INNOVAR	50
2.2.3.1 INTERNET PARA LEER Y CONVERSAR	52
2.2.4 COMUNIDADES VIRTUALES	54
CAPÍTULO 3.	
ZONAS DE VANGUARDIA: JUVENTUD DEVORADORA DE LIBROS	59
3.1 JÓVENES EN EL MUNDO DIGITAL	60
3.2 LECTORES COMO INFLUENCIADORES	64
3.2.1 BOOKTUBER	67
3.2.2 BOOKSTAGRAMMER	72
3.3 ESPECIALIZACIÓN QUE MOTIVA	76
3.4 APORTACIONES Y ALCANCE	79
3.4.1 COLABORACIÓN CON LA INDUSTRIA EDITORIAL	81
3.4.2 PROYECTOS PROPIOS	85

CAPÍTULO 4.	
HISTORIAS QUE HABLAN	90
4.1 JUSTIFICACIÓN	92
4.2 OBJETIVO DEL ANÁLISIS	93
4.3 METODOLOGÍA	93
4.3.1 MENSAJE	96
4.3.2 CANALES	97
4.3.3 INTERLOCUTORES E INTERPRETANTES	99
4.4 PROCESOS DE COMUNICACIÓN ENTRE ACTORES	103
4.4.1 MODELO DE COMUNICACIÓN	105
4.4.2 INTERACCIÓN ENTRE ACTORES	108
CONCLUSIONES	116
BIBLIOGRAFÍA	121

INTRODUCCIÓN

El libro conserva la historia de la humanidad. Sus batallas, victorias y derrotas quedan registradas por la mano de quienes estuvieron allí, quienes guiados por el deseo de preservar su paso por el mundo, escriben aquello que merecía ser recordado, bueno o malo, para que sus descendientes no olvidaran de donde provenían, ni todo lo que habían hecho por ellos.

El tiempo avanza, y aquellos registros pasan de generación en generación, nuevos hechos salen a la luz, mientras que otros desaparecen. Las personas leen y aprenden de éstos. Crean textos de acuerdo a su realidad, ya sea para conservar descubrimientos innovadores, como por intereses más bien enfocados al entretenimiento, temática que toma auge una vez creada la imprenta.

A partir de ese momento, la vida del libro queda asegurada por los siguientes años, durante los cuales nacen propuestas de todo género, extensión, tamaño y propósito. Con la capacidad de modificar paradigmas, así como para expandir el conocimiento e invención de nuevos mundos, el sector dedicado a las letras demuestra ser un actor influyente para el progreso.

El entretenimiento a través de la lectura, al principio como única opción para el divertimento, comienza a recaer luego de la inclusión de nuevas formas de distracción. La televisión, el cine y, más tarde, los videojuegos e internet, se transforman en alternativas atractivas, al igual que dinámicas para ocupar el tiempo libre.

Esto provoca que el libro se perciba, poco a poco, como una actividad que a comparación de otros medios, requiere de una inversión de tiempo mayor, a lo cual muchos jóvenes no estaban dispuestos a realizar luego de tener propuestas que ofrecían resultados y emociones inmediatas.

Ante estas desventajas, el libro es de las últimas opciones elegidas por el público joven, que al crecer con otro tipo de propuestas para el entretenimiento, no percibe de la misma manera a este medio, al menos no como sus padres o profesores lo hicieron en su juventud.

Así, aun cuando estos intentan inculcar el hábito de la lectura, las nuevas generaciones rechazan esta actividad al no encontrar un tema que los mantenga atentos o que de ella reciban una ganancia atractiva, emocional y de reconocimiento por parte de otros.

Dada la reacción poco participativa del público joven, el área de la literatura se enfoca en conservar a un lector del cual ya conoce sus hábitos, gustos e intereses novelísticos, los cuales ofrece en librerías. De esta forma, el trabajo publicado no intenta innovar ni se arriesga en nuevos proyectos, más bien se limita a difundir el mismo contenido, autores y programas de lectura a un público que se desenvuelve dentro de la era digital.

La falta de conocimiento hacia lo que a la generación de jóvenes le parecía atractivo, así como a las propuestas que las nuevas tecnologías y espacios digitales comenzaban a ofrecer, provocó un distanciamiento entre ellos. La poca empatía hacia la literatura se vio superada, sorpresivamente, por los mismos jóvenes, quienes instalados en una época donde la rapidez sobrepasa la distancia y casi cualquier cosa es posible, renuevan la percepción no sólo del libro sino también de todo lo que envuelve el acto de la lectura.

Los jóvenes inician una conversación más atractiva e inclusiva, donde las redes sociales se utilizan a su favor. Se vuelven lectores en una era de lo digital, en la cual sólo es necesario que uno comente o comparta una imagen de un libro o autor, para que otros se sientan motivados e interesados a indagar sobre este.

Por medio de una dinámica virtual, el joven *millennial* logra lo que para la industria editorial había significado un dolor de cabeza. La popularidad de esta forma de promocionar la lectura coloca al libro otra vez entre los pasatiempos más aceptados y emocionantes del momento.

Este estado de renovación, así como de adaptación a la era digital, es lo que motiva el desarrollo e investigación de la presente tesis, como una forma de comprender y reconocer aquellos elementos que permitieron a la industria editorial interesarse en los espacios virtuales utilizados por los jóvenes.

El objetivo es identificar lo que las nuevas generaciones de lectores realizan en las plataformas de *YouTube* e *Instagram*, lo cual ha llevado a modificar los

hábitos de lectura, no sólo de ellos sino de otros jóvenes, de manera que se elige esta actividad por cuenta propia y no por obligación.

El contenido audiovisual, así como fotografías utilizadas para mostrar una novela, se vuelven elementos llamativos para promocionar la lectura a través de las redes sociales. Entender la razón por la cual funciona esta dinámica virtual con el público joven y el nivel de influencia que ejerce entre los actores involucrados es parte del propósito del trabajo.

Se busca conocer además, cómo la interacción de lectores en internet logra afectar la segmentación en las publicaciones, de tal manera que las opiniones expresadas en estos espacios saltan de lo virtual a lo real, dando como resultado propuestas que se enfocan en los gustos de los jóvenes, los cuales incluyen desde personajes adolescentes hasta sitios y problemáticas afines.

Para cumplir con los objetivos, se decide estructurar la investigación en cuatro secciones, donde cada una muestre el panorama actual de los actores que interceden en el proceso de cambio, es decir: la industria editorial –en este caso de México-, el mundo de la era digital y, el lector joven.

El capítulo uno, *Capital literaria: consumo en México*, brindará una descripción de los antecedentes de la literatura en México, movimientos más representativos y que inspiran las nuevas publicaciones de autores actuales. Asimismo, se presentan siete nuevas propuestas de géneros o temáticas para contar historias, las cuales llaman la atención del público joven, dado su innovación y coherencia con la realidad.

Finalmente, se presenta el perfil del lector joven, sus gustos e intereses literarios, así como el alcance e influencia que este representa en la toma de decisiones para nuevos proyectos como películas o series.

El capítulo dos, *Territorio digital: nuevas formas de apropiación de la lectura*, presenta un breve análisis del mundo de la era digital, entender su dinámica y cómo la literatura se suma en ella, primero con el uso de dispositivos como *eReaders* o plataformas de lectura, para después crear su propia dinámica interactiva, donde las comunidades virtuales de lectores comienzan a pronunciarse.

El capítulo tres, *Zonas de vanguardia: juventud devoradora de libros*, se interna en la búsqueda por identificar las actividades y actitudes que hacen a las nuevas generaciones participar en la dinámica literaria, primero como lectores poco experimentados y luego como influenciadores de libros, quienes a través del uso de *YouTube* e *Instagram* desarrollan un gusto espacial por la lectura, a tal grado de especializarse en un género o escritor.

Para finalizar con la investigación, el capítulo cuatro, *Historias que hablan*, está dedicado a describir el proceso de interacción que une a la industria, escritor, influenciador y lector en un mismo objetivo: conservar el gusto por la lectura vivo. La búsqueda por implementar estrategias capaces de atraer la atención de un público más extenso que logre percibir al libro de forma positiva, se suma a la investigación como consecuencia de aquella relación.

CAPÍTULO 1

TERRITORIO LITERARIO: CONSUMO EN MÉXICO

Todo tiene un inicio y un fin, un lugar desde el cual se parte hacia caminos desconocidos, donde el tiempo e individuos influyen, dejando una huella en la historia de quienes, juntos o por separado, deciden romper el molde y las reglas del momento en la búsqueda de lo desconocido e inexplorado.

Son viajeros curiosos, posiblemente señalados como extravagantes e irreverentes. A pesar de ello, son vistos como personas extrañas que disfrutaban del polvo, la hoja y la tinta; escritores que se aventuraron, a costa de las advertencias parentales, por el camino de las letras.

Sin imaginar el reconocimiento e influencia al que llegarían con la práctica de la escritura, no sólo para el público lector sino también para las áreas relacionadas con el arte o el cine, estos personajes amantes de la literatura rompen e inician experimentos literarios que tienen la capacidad para mostrar nuevas maneras de contar historias.

México no se ha quedado atrás en esta búsqueda y quebranto literario, por parte de los escritores curiosos e inconformes con lo publicado en su época, pues en pleno siglo XXI, específicamente 2017, autores de todas las edades, sin importar género o el lugar de nacimiento, han comenzado a fortalecer el trabajo nacional dentro de esta área de la cultura.

Así, en este primer capítulo, no sólo se mostrará el panorama actual que tiene la literatura mexicana, sino que se verán también las etapas históricas más representativas que llevaron a este resultado, cada vez más exitoso, del trabajo con tinta y papel.

1.1 PRIMEROS SALTOS DE FANTASÍA ESCRITA

Mientras escritores como Anthony Burgess, Samuel Becket, John Le Carré, Thomas Pynchon, así como Luis Martín-Santos o Juan Goytisolo eran publicados y leídos por personas de muchas partes del mundo, en América Latina se comenzaba, por su parte, a gestar una nueva propuesta hecha por escritores de habla hispana que, a pesar de lo poco reconocido que era hasta ese momento la literatura de latinoamérica, decidieron aventurarse con novelas innovadoras e interesantes para la época que se vivía en esta parte del planeta.

Diversos conflictos políticos y sociales gestaron en México movimientos literarios como la Generación del medio siglo –instaurada a mediados de los años cuarenta y cincuenta-, retrata el cambio de la vida rural a un contexto urbano y cosmopolita.

La Literatura de la onda -situada a partir de la segunda mitad de los años sesenta- se desarrolla en un momento histórico que serviría como preludio para el movimiento estudiantil de 1968. La Literatura del 68 surgiría después de este acontecimiento con trabajos donde el contenido se relaciona con la protesta, política y demás aspectos vinculados a lo vivido el 2 de octubre.

Así, con estos antecedentes históricos, nuevos escritores se abrieron paso al crear propuestas literarias que desarrollaban temáticas diferentes a las acostumbradas que tenían la capacidad de motivar al lector a imaginar espacios y personajes desde distintos ángulos y puntos de vista.

Dentro del ámbito de la literatura hispanoamericana surge el boom Latinoamericano, cuyo máximo esplendor se da en la década de los setenta, con escritores como Julio Cortázar (Argentina), Gabriel García Márquez (Colombia), Mario Vargas Llosa (Perú), Carlos Fuentes (México), y demás autores que, con sus novelas y ensayos, modificaron la forma de escribir historias.

Entre las características que se apreciaron en los escritos de estos autores figura la búsqueda de nuevos temas que salen de lo rural y criollista, para crear personajes y conflictos en un ambiente más cercano, urbano. También emergieron

novelas con miras hacia lo metafísico, así como a lo denominado como realismo mágico, que tuvo como representante en México a la novelista Elena Garro. En el caso de México, se reconoce a Carlos Fuentes como el mayor representante de este movimiento. Así lo reconoció el escritor Mario Vargas Llosa, al recibir el “Premio Internacional Carlos Fuentes a la Creación Literaria” en idioma español 2012:

“

En ese movimiento literario, destacó el novelista, Carlos Fuentes quien jugó un papel muy importante, no sólo por las obras que escribió sino por la manera como promovió la creación de los jóvenes escritores latinoamericanos¹

”

Así durante el período de diez años, los escritores de habla hispana lograron que un público diverso y de culturas diferentes volteara la mirada hacia el trabajo que comenzaba a publicarse, el cual exaltaba la cultura propia de cada región, llamando la atención y, por lo tanto, el reconocimiento de otros países.

Con publicaciones como *La ciudad y los perros* (1962) de Mario Vargas Llosa; *La muerte de Artemio Cruz* (1962) de Carlos Fuentes; *Rayuela* (1963) de Julio Cortázar; *Cien años de soledad* (1967) de Gabriel García Márquez, el boom latinoamericano marcó la década del despertar literario que incluyó la experimentación, temas existencialistas y fuente de inspiración para posteriores escritores de Latinoamérica.

El boom latinoamericano experimenta cambios, ya sea por fuerza del tránsito generacional, así como de conflictos políticos que promueven el desgano y desilusión al continuar con los temas del boom. De este modo aparece el denominado post boom latinoamericano.

Conocida también como “novísimos”, el post boom hace frente a los medios de comunicación masiva, los cuales propician una visión nueva de la realidad. Autores como Isabel Allende (Chile), Manuel Puig (Argentina), Ángeles Mastretta (México) o Antonio Skármeta (Chile), proponen cambiar el estilo narrativo precedente. Éste último lo identificó con elementos como el sentimentalismo, exuberancia, cotidianidad y coloquialismo².

1 Carlos Fuentes, figura estelar del ‘boom’ latinoamericano: Vargas Llosa” (2012) Disponible en <http://www.animalpolitico.com/2012/11/carlos-fuentes-figura-estelar-del-boom-latinoamericano-vargas-llosa/>

2 De la Fuente, J.L. (1999). *La narrativa del post en Hispanoamérica: una cuestión de límites*. P. 243

La preocupación por crear historias metafísicas y existencialistas queda relegada por la idea de mostrar el realismo que la vida presentaba, tanto en los espacios descritos como en las características de sus personajes. La investigación histórica es, además, uno de los rasgos llamativos e interesantes que se pueden reconocer de su época, ya que brindaba una gran precisión histórica.

Otros aspectos que se identificaron con la literatura del post boom fueron el uso de un lenguaje humorístico, así como la presencia de elementos que formaban parte de la cultura popular y el aspecto urbano (televisión, radio, música).

Entre los libros que se publicaron dentro de este movimiento se hallan *El beso de la mujer araña* (1976) de Manuel Puig; *Ardiente paciencia* (1985) de Antonio Skármeta; *La casa de los espíritus* (1982) de Isabel Allende; *Arráncame la vida* (1985) por Ángeles Mastretta.

Posteriormente, a mediados de los 90, la temática, recursos y propósitos de la escritura nacional vuelve a ser tema de conversación entre jóvenes escritores mexicanos, quienes se unen para crear nuevas publicaciones que rompieran con la tradición que dejaban los movimientos anteriores. Surge así la Generación del *Crack*.

Con sede en la Ciudad de México, cinco autores presentan las primeras novelas que marcarían el inicio del movimiento: Jorge Volpi, Pedro Ángel Palou, Ricardo Chávez Castañeda, Eloy Urroz e Ignacio Padilla, los cuales conformaron lo que se llamaría “Literatura *Crack*”.

A través del “Manifiesto *Crack*”, una carta de presentación a la sociedad, los cinco escritores mexicanos dejan en claro el objetivo que persiguen, quiénes son, de dónde vienen, cuál es su búsqueda literaria, así como los lineamientos con que se guiarán al momento de escribir para un lector que, según una entrevista al escritor Ignacio Padilla, debía ser:

“ Un lector que se esfuerce, que no espere encontrar respuestas, sino que se haga muchas preguntas y participe tanto en la novela que le quede en la memoria. Quiero un lector que se tome la molestia de leer las novelas. Quizá por eso alcanzaré pocos lectores, más sé que algunos de ellos serán buenos³ ”

3 Castillo Pérez, A. (2006). El Crack y su manifiesto. *Mensual*. Disponible en <http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/3106/contenido.html>

Los libros que se presentan durante la lectura del Manifiesto *Crack*, son: *El temperamento melancólico* de Jorge Volpi; *Memoria de los días* de Pedro Ángel Palou; *Si volviesen sus majestades* de Ignacio Padilla; *La conspiración idiota* de Ricardo Chávez Castañeda y *Las rémoras* de Eloy Urroz.

A diferencia del movimiento del boom y postboom latinoamericanos, la Generación del *crack* se definía, o así era su propósito, como:

“ Un nicho de lectores cultos que ven en la novela más que un pretexto para leer una historia interesante⁴ ”

Mientras que en las etapas anteriores se entendía su objetivo más bien encaminado hacia la experimentación de nuevas temáticas, fueran éstas sobre fantasía, del realismo mágico e históricas, los escritores del *crack*, en cambio, deseaban una forma de novelar más seria.

Ello se redacta en el Manifiesto *Crack*. Se mencionan algunos de los puntos relevantes y que definen de mejor manera lo que sería la esencia del movimiento:

1. Intención genealógica: definirse a sí mismos como herederos de la novela que llaman *profunda*, y señalar una ruptura con el movimiento posterior al boom.
2. Intención del movimiento: escribir novelas profundas, con exigencias y sin concesiones para un reducido grupo de lectores cansados de concesiones y complacencias.
3. Propuesta estilística: estructura no lineal. Sintaxis compleja. Búsqueda de un léxico amplio.
4. Propuesta estética: grotesco. Realidad dislocada.
5. Propuesta de género literario: la novela. Explorar al máximo las posibilidades de la misma.

⁴ Idem.

La estructura del Manifiesto *Crack* presentó atrevidas e interesantes propuestas para la literatura en México a finales del siglo XX donde, además, estuvo a la par del movimiento que se presentaba en Chile, con el Grupo McOndo. Ello demostró la fuerza que podía representar la literatura de Latinoamérica para países europeos, así como en Estados Unidos.

Es a partir de esta etapa que se comienza a expandir el trabajo de México, tanto dentro como fuera del país. Luego de la Generación del *crack*, los escritores toman rumbos diferentes en estilos y temáticas. Algunos continúan con el uso de recursos a los que ya estaban acostumbrados, mientras que otros se aventuran hacia nuevos géneros que, si bien ya existían, se ven influenciados por las tendencias del siglo XXI, lo cual se les presenta como una oportunidad para aportar puntos de vista novedosos a sus historias.

Con la apertura de la información proporcionada por los medios de comunicación masiva, así como las propuestas realizadas por el arte y el cine, la creatividad literaria comenzó a fortalecer sus publicaciones al tener contenido que tomaba en cuenta las nuevas tecnologías, plataformas, lenguaje o expresiones utilizadas por el público.

Estos nuevos géneros y modificaciones que algunos experimentaron, se desarrollarán de manera detallada en el siguiente capítulo, donde se apreciarán las aportaciones realizadas por autores mexicanos, quienes dejan su huella o toque mexicano que logra caracterizar a sus historias del resto de libros con temáticas similares.

1.2 TINTA CREATIVA PARA GÉNEROS ALTERNOS

En un principio, los libros solían agruparse en tres grandes grupos de géneros literarios: épico, lírico y dramático, lo cual marcaba la ruta a seguir para muchos de los futuros escritores, quienes continuaron con su trabajo a partir de las bases heredadas por sus maestros.

Sin embargo, existieron otros que inconformes, por nombrar un sentimiento, ante el hecho de la poca creatividad mostrada por sus contemporáneos, se dieron a la tarea de experimentar con nuevas ideas e influencias que recibían de otros lugares y culturas hasta llegar a conformar nuevas propuestas literarias, reinventando con ello el trabajo literario que se presentaría en años siguientes.

El enriquecimiento que recibieron las obras generó de igual modo que los lectores diversificaran y expandieran su pensamiento, así como la habilidad para traspasar las fronteras de la imaginación. Luego de esto, nuevos géneros, al igual que ciertas modificaciones en los ya existentes, comenzaron a tomar forma entre escritores y lectores, quienes le dieron un giro a lo que había sido la literatura.

Así, por ejemplo, surgieron géneros como la novela policíaca y detectivesca, con autores como Arthur Conan Doyle, de aventuras con Julio Verne, de terror con H. P. Lovecraft y ciencia ficción con Isaac Asimov. Las publicaciones de estos autores aportaron una visión diferente acerca del mundo, inspiraron e impulsaron a generaciones futuras a continuar con el trabajo de expansión en las temáticas y formas de abordar una historia. Esto trajo como consecuencia la subdivisión, cada vez más detallada y especializada, de los géneros literarios.

Se fusionan características y nombres que dan lugar a subgéneros como el romance paranormal, que tiene como incluye a *Drácula* de Bram Stoker y *Entrevista con el vampiro* de Anne Rice, ejemplo del subgénero⁵. La novela gótica tiene a Horace Walpole con *El castillo de Otranto* y, en la década de los 90, *Los misterios de Udolfo* de Ann Radcliffe se instala como la reina del género⁶. La distopía se ve con George Orwell, la novela fantástica con Michael Ende o J.R.R.

5 Literatura SM.COM. El romance paranormal. Disponible en: <https://es.literaturasm.com/romance-paranormal#ref>

6 Literatura SM.COM. La novela gótica. Disponible en: <https://es.literaturasm.com/novela-goica#ref>

Tolkien. Cada uno reúne historias novedosas y va catalogando nuevos títulos que llegan de mano de nuevos escritores.

La literatura del siglo XXI es, por lo tanto, el resultado de una gama heterogénea de influencias históricas, así como culturales que, aun con sus bases primarias, continúa en la búsqueda por encontrar campos poco explorados. Muestra de ello son las propuestas que cada vez más países formulan en el campo de las letras, las cuales no sólo nutren y aumentan la oferta, sino que por medio de los textos, también se puede reconocer la cultura del lugar.

Tal como se explicó en el punto anterior, los diferentes movimientos literarios que han experimentado tanto América Latina como México, son resultado de esta búsqueda de identidad por encontrar y crear historias propias con un sello que las logre diferenciar del resto de los países.

Se reúnen siete propuestas en las que diferentes escritores mexicanos trabajan de manera activa y de las cuales obtienen reconocimiento por parte de la industria, así como de los jóvenes. A partir de la demanda que ejerce el lector *millennial**, las relación con el uso de nuevos medios y tecnologías utilizadas para la lectura es una acción inevitable a la cual los escritores deben internarse.

Minificción

Edmundo Valadés, escritor y editor de *El cuento. Revista de imaginación*, fue el mayor exponente del género. Publicación que tenía como propósito familiarizar al público con el cuento corto, logró además que diversos escritores pudieran iniciarse en esta actividad.

La brevedad de los relatos es su característica primordial, pues con sólo 27 renglones o menos, el autor debe contar una historia de carácter ficticio al lector, quien tiene la oportunidad de completar el significado que, dado la brevedad, el escritor deja inconcluso.

Este es un género llamativo en pleno siglo XXI, pese a lo cual el lector puede encontrar una síntesis entretenida y de calidad en una época donde la información es excesiva.

* Para definirlo se retoman distintas características propuestas por medios como Forbes, BBC México y la agencia de investigación de mercado Nielsen, se puede concluir que los *millenials* son jóvenes que nacieron entre los años de 1982 y hasta principios del 2000. La mayoría de sus relaciones básicas están intermediadas por una pantalla, en donde llevan a cabo un registro visual de sus vidas, a través del uso de aplicaciones como *Instagram*. Esto les ha brindado la cualidad *multitasking*, además de ser autosuficientes y extremadamente sociales. Son más críticos, exigentes y se involucran en diversas actividades que cumplan con sus intereses, las cuales comparten después en sus redes sociales.

“

Este género apela a un lector sagaz que complete los finales que generalmente quedan abiertos o están sugeridos.; en ocasiones, requiere que dicho lector posea un capital cultural (alfabetización) para comprender mejor la historia presentada⁷ ”

Se considera que todo aquel lector que tenga un dispositivo electrónico o alguna cuenta en la red de *Facebook* o *Twitter*, tiene la oportunidad de encontrarse con minificciones. Por lo tanto, la capacidad de leerlas e incluso crearlas, es cada vez mayor.

Alberto Chimal, escritor mexicano, es uno de los defensores y practicantes de la minificción, pues al tener contacto con los jóvenes en sus distintas cuentas de internet logra incentivar la lectura de estos textos breves, así como motivar a sus seguidores a compartir sus escritos en las redes. Es, por lo tanto, un ejemplo de los escritores que se sumergen en los beneficios que brindan las nuevas tecnologías de la información.

La minificción es un género que resuena en la literatura de México, tanto por escritores de renombre como por quienes hacen uso de las redes sociales sin tener experiencia literaria. Esto convierte a la minificción en uno de los géneros más generosos y democráticos.

Literatura de terror

A veces uno sin querer, sin darse cuenta, mezcla la realidad y la fantasía y las funde, se deja atrapar en su maraña y se abandona a lo absurdo, es como irse de viaje hacia una ciudad que nunca ha existido
Fragmento del cuento *Música concreta*

Nerviosismo, temblor de manos y la horripilante sensación de una presencia en la misma habitación son sólo algunas de las manifestaciones que todo lector puede experimentar con una historia de terror. Dadas las características llamativas del género, éste ha sido para los lectores de la época de Edgar Allan Poe y H.P. Lovecraft y hasta llegar a tiempos recientes con Stephen King, una puerta hacia

7 Universidad Nacional Autónoma de México. (2016). Breve panorama de la minificción. Entrevista a la Mtra. Lucila Herrera Sánchez. (Nº7). Disponible en: <https://www.revista.unam.mx/vol.17/num.7/art53/>

mundos tenebrosos, oscuros y antiguos, donde las criaturas más increíbles cobran vida.

La libertad para jugar con lo real e irreal, así como para hallar el perfecto balance de las emociones, son las cualidades que hacen especial e interesante a este género, ya que tiene la capacidad de albergar, en sí mismo, una amplia gama de elementos propios de otros géneros que convierten a las historias de terror en la oportunidad perfecta para motivar a la acción y reflexión.

En México, el terror ha sido trabajado en cuentos y novelas de Carlos Fuentes, Octavio Paz o Amparo Dávila, por mencionar algunos. Sus historias se caracterizan por retomar símbolos, lugares, leyendas, mitos y demás aspectos de la cultura nacional que transmiten tensión en el lector mexicano.

Bernardo Esquinca o Luis Jorge Boone son algunos de los nuevos autores mexicanos que se aventuran a contar historias con tintes tenebrosos, pero no sólo se limitan a esto, sino que buscan atraer también al lector joven a través de escenarios tentadores y personajes misteriosos.

Bernardo Esquinca, autor de *Demonia*, menciona en el artículo “Memorables y el olvido: Amparo Dávila”, la principal cualidad que todo escritor que desee aventurarse en el género del terror debe considerar para así provocar miedo y escalofrío en su lector.

“ Hay un principio básico para todo narrador de lo paranormal: para poder escribir sobre ello, tienes que creer en ello⁸ ”

Los autores mexicanos han logrado entender y apropiarse del género, el cual lo dotan de una esencia propia que puede atraer a lectores de todas las edades. Prueba de ello son las recientes innovaciones que se ven, por ejemplo, con la temática zombi.

⁸ Esquinca, B. (2010). Memorables y el olvido: Amparo Dávila. Letras Libres. <http://www.letraslibres.com/mexico-espana/memorables-y-el-olvido-amparo-davila>

Literatura zombi

Considerada como un subgénero del terror o la ciencia ficción, la literatura zombi ha sido relegada por la crítica especializada en literatura, la cual cataloga sus obras como de baja calidad. A pesar de ello, el fenómeno zombi ha tomado cada vez más fuerza en industrias como la cinematográfica y, por supuesto, la literaria.

A pesar de los pronósticos negativos, el mundo apocalíptico zombi ha demostrado ser un éxito para el público joven, quien recibe estas historias de manera positiva hasta convertirse ellos mismos en promotores del trabajo relacionado con los muertos vivientes. Para comprobar esto sólo basta con observar los distintos productos de entretenimiento que retoman esta temática.

En un artículo publicado por el Seminario de Estudios sobre Narrativa Latinoamericana Contemporánea (SENALC), titulado *La asimilación de la literatura zombi en México. El caso de la antología de cuentos Festín de muertos*, se presentan las distintas facetas que la temática zombi ha tenido a lo largo de la historia.

En este se exponen los primeros pasos de las historias sobre zombis. Inician como un instrumento a merced de la magia vudú haitiana. Después, se halla el *zombi pulp*, el cual se rebela contra su amo, H.P. Lovecraft hizo uso de este tipo en el cuento *Herbert West, reanimador*. La tercera y última etapa, la define el director George A. Romero con la película *The night of the living dead* (1968). Es a partir de ese momento que los zombis se vuelven seres que deambulan sin rumbo, con el propósito de comer carne humana.

Dado que la cultura zombi hace su aparición en tiempos modernos, a través del medio cinematográfico, se le puede dotar de una imagen más clara y específica que los identifique fácilmente de entre los demás monstruos o seres fantásticos.

Los zombis logran superar fronteras espaciales y culturales, su alcance repercute en la cultura popular del siglo XXI con proyectos que retoman el concepto. Cuando llega a México, lo hace de una manera especial, pues la

tradición y las costumbres nacionales ejercen su influencia en la manera de describir a estos personajes.

Mientras que en Europa y Estados Unidos las historias de zombis contienen altas dosis de violencia, así como una búsqueda constante por encontrar la cura a la propagación, en México, al igual que en Latinoamérica, esto queda relegado por temas de intereses relacionados a las condiciones económicas, tecnológicas y socioculturales propias de cada país.

Raquel Castro, autora del libro *Festín de muertos: antología de relatos mexicanos de zombis*, es una de las primeras personas en introducir al zombi en la tradición literaria de México. A través de dieciocho relatos escritos por plumas nacionales, el tema ha sido abordado desde distintas y muy creativas formas, las cuales se caracterizan por respetar la folclorización, al mencionar lugares conocidos de la Ciudad de México, así como frases populares.

Los escritores no se preocupan ni se interesan en responder a la pregunta de dónde surge la plaga o cómo curarla, puesto que eso es un tema del que se ocupan los países lejanos e industrializados. Así, la literatura zombi de México se enfoca en retratar las consecuencias del fenómeno como un problema heredado de las malas decisiones de las grandes potencias. Sin embargo, ello no demerita sus historias, más bien las engrandece, pues se toma la oportunidad de experimentar con el género y encontrar un sello característico.

Literatura del norte

“ La búsqueda de una renovación en el lenguaje, a sus referencias constantes a la tradición literaria mexicana, a su estrecha relación con la realidad actual y, sobre todo, a la variedad de sus propuestas temáticas, pues, aunque se trata de obras que de alguna manera se identifican entre sí, sus autores poseen un sello propio que los distingue de los demás⁹ ”

Eduardo Antonio Parra logra con este fragmento introducir al lector hacia lo que lleva el nombre de literatura del norte. Nacido en León, Guanajuato, Parra enfoca su trabajo a las distintas problemáticas sociales que se experimentan al norte del

⁹ Parra, E. A. Norte, narcotráfico y literatura, Letras Libres. Disponible en: <https://www.letraslibres.com/mexico/norte-narcotrafico-y-literatura>

país. Él, al igual que otros escritores enfocados a este sector del país, proponen una nueva clase de literatura, la cual no se identifica con algún género en específico, sino que fusiona terror, fantasía y relato, entre otros, para crear historias intensas que hagan al lector meditar acerca de la realidad.

Denominada también como “Narcoliteratura” -nombre que los medios periodísticos le adjudicaron de forma estereotipada-, las historias de origen norteño son más que textos sobre la violencia y peligros que generan el conflicto de los cárteles de drogas pues, aunque abordan un tema de carácter primordial a nivel nacional, no significa que lo sea también a nivel literario.

“ Los escritores del norte hemos señalado que ninguno de nosotros ha abordado el narcotráfico como tema. Si éste se asoma en algunas páginas es porque se trata de una situación histórica, es decir, un contexto, no un tema, que envuelve todo el país, aunque se acentúa en ciertas regiones¹⁰ ”

No se trata entonces de leer novelas que se limiten a tratar las características sociales de violencia, peligro y asesinatos tan difundidas por los medio, sino más bien de reconocer el valor literario, así como cultural que representan las obras del norte. Apreciar la mezcla de locura, miedo y misterio descrito en textos como *Los límites de la noche*, de Eduardo Antonio Parra, u *Hotel de arraigo*, de Imanol Caneyada, significa adentrarse a un punto de vista novedoso para el lector habituado a los finales felices o de policías y ladrones.

Twitteratura o Nanoliteratura

En plena época digital la forma de vida cambia, se adoptan nuevos comportamientos, ideas, gustos, pasatiempos, aparatos, formatos, modas e, incluso adicciones, sean estas dirigidas hacia algo bueno o malo; todo necesariamente tiene que cambiar y adaptarse a la rapidez que las innovaciones tecnológicas transmiten a los usuarios.

La literatura no se queda atrás en este proceso de cambio y mudanzas de medios “tradicionales” por los nuevos modos de acercar la información. Este

¹⁰ Idem.

adictivo pasatiempo por la lectura ha encontrado la manera de internarse en las mentes de las generaciones de jóvenes *millenials*, a través del uso y comprensión de las redes que utilizan.

“Lo que quieren los autores es más lectores. Hay un nuevo público cuya forma natural de leer son los dispositivos móviles: están todo el día leyendo, pero a través de otros medios¹¹”

Estos “otros medios” son las redes sociales, específicamente *Twitter*. Puesto que es una plataforma con la cualidad de compartir mensajes sintetizados al resto del mundo o seguidores la atención de la industria literaria, así como de otros campos, comienzan a experimentar con ella y, a partir de esto encontrar maneras atractivas de llamar la atención del público juvenil, de forma que se adecuan los mensajes a los intereses de estos.

Con la llamativa y desafiante cualidad que promueve *Twitter*, se crea la llamada *Twitteratura* o *Nanoliteratura*, donde a través de *tweets* de 140 caracteres, el escritor debe atraer al lector, pero no sólo se conforma con eso, sino que la calidad del mensaje tiene que ser atractivo e informativa a tal grado de que quien lo lea sienta el deseo de conocer más sobre el libro del cual se habló e incluso acercarse a la obra del autor.

Alberto Chimal es uno de los autores que han comenzado a trabajar en este campo del contar historias con pocas palabras. Karen Villeda, por su parte, promueve la “Micropoesía” o “Literatura electrónica”. Ambos escritores mexicanos han encontrado y beneficiado de las nuevas tecnologías para continuar con la promoción de la lectura y escritura.

Aunque las características de la *Twitteratura* no son nuevas, dado que cuenta con antecedentes como la minificción, el microrrelato o cuento corto*, los cuales se caracterizan también por su brevedad; se destaca el uso de *Twitter* como un elemento innovador que promueve la libertad creativa e igualdad de oportunidades entre los escritores.

Yolanda Arroyo, escritora y *twittera* de Puerto Rico, expone en su conferencia: *Nanoliteratura en todo su esplendor*, que las cualidades del medio

¹¹ De los Reyes, I. (2009). *Twitteratura: Hamlet en 140 caracteres?*. BBC Mundo. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/internacional/2009/07/090716_0246_twitteratura_irm.shtml

**El dinosaurio*, de Augusto Monterroso, se considera el cuento más corto del mundo. Este dice: “Cuando despertó, el dinosaurio todavía estaba allí”

prometen ser una herramienta eficaz para promocionar un nuevo talento o propuesta literaria. A partir del apoyo y práctica mostrada en esta red, *Twitter* se presenta como un medio más que busca e intenta apoyar el hábito de la lectura.

Literatura de imaginación

Las historias sobre mundos y personajes mágicos que invitan al lector a conocer, caminar, sentir e incluso soñar con sitios u objetos imposibles de encontrar en la realidad, son las principales cualidades con que cuenta la literatura fantástica. Famosos escritores han publicado obras que giran en torno a estas características, desde J. R. R. Tolkien hasta Julio Cortázar. En México, se cuenta con autores como Carlos Fuentes o Elena Garro. Dado que su aplicación tiene diversas variaciones, resulta difícil encontrar un punto de partida que una a estas historias dentro de una misma clase de género.

Ante esta complicación para identificar a las propuestas mexicanas dentro de este género, el escritor Alberto Chimal promueve un ligero cambio de perspectiva y para ello utiliza una nueva forma de nombrar a estas historias sobre fantasía donde estas se puedan clasificar fácilmente.

De esta manera, y como una forma de hallar un sustituto al concepto “de fantasía”, dado que este no sólo recibe poco apoyo, sino que es constante la confusión que la literaria mexicana le da al compararla con trabajos difundidos por los medios, como lo fue *Harry Potter*, es que se propone el nombre: literatura de imaginación.

“ Lo que en otro tiempo se llamaba, sin dificultades ni confusiones, literatura fantástica... de las historias que emplean la imaginación, como casi todas, pero con el objetivo preciso de contar historias sobre sucesos que sabemos imposibles: la que logra el efecto de precisar y discutir lo que entendemos por realidad al ir más allá de sus límites¹² ”

La promoción de esta nueva percepción sobre el uso de la imaginación reconoce el auge y popularidad que tienen estas historias para los jóvenes lectores mexicanos. Además, proporciona e incentiva a otros escritores a experimentar y aventurarse en las posibilidades que ofrece este tipo de literatura.

¹² Chimal, A. (2014). Sobre la literatura de imaginación. Tranvía. Disponible en: <https://tranviasite.wordpress.com/2014/02/12/sobre-la-literatura-de-imaginacion/>

Aun cuando este género había sido considerado por mucho tiempo como un tipo de literatura inferior, a lo cual el autor lo atribuye a:

“ Las prácticas autoritarias que han imperado en largos períodos de la historia nacional, y el interés de muchos poderes fácticos en imponer una visión única de la realidad como una forma de control, pueden tener la culpa de esto¹³ ”

Nuevas generaciones de escritores han comenzado a publicar novelas de este tipo. Entre ellos se hallan José Luis Zárate, Daniela Tarazona, Rafael Villegas, Bernardo Esquinca, Verónica Murguía, la primera mexicana en ganar el *Premio Literario Gran Angular* por su libro *Loba*.

Se demuestra con ellos que las historias dentro de este campo importan y tienen un valor literario que recibe el reconocimiento por parte de otras instituciones, además de apreciar el creciente número de lectores mexicanos que se interesan en el género.

La literatura de imaginación es, actualmente, una forma de escritura a la que recurre cada vez más la industria editorial en México. Es un trabajo que no termina, pero que ha comenzado a defenderse y apoyarse, aunque para ello se haya tenido que recurrir a una modificación de su nombre.

Novela gráfica

Luego de constatado el éxito y popularidad de las historias de superhéroes, así como la variedad de formatos u objetos ofrecidos al público relacionado con el tema, deja en claro que su ciclo de vida apenas inicia, el cual promete alcanzar no sólo un aumento en el número de fanáticos, sino también el reconocimiento por parte de la industria editorial, como una forma creativa y de calidad para contar historias.

La novela gráfica surge como un derivado del cómic. A pesar de que ambos comparten la temática de superhéroes e historias fantásticas, el cómic, por ejemplo, se caracteriza por tener números individuales, lo cual permite una lectura autoconclusiva, es decir que no es necesario contar con un contexto previo para

¹³ Idem.

entender o disfrutar la historia. Los adolescentes y niños son sus principales lectores y para su realización se cuenta con un numeroso equipo de trabajo.

La novela gráfica, por su parte, se distingue por seguir una línea narrativa similar a las novelas literarias, con ello el lector forma parte del progreso y crecimiento de los personajes. Se utiliza un tono serio para contar la historia, de esta manera se llama la atención de un lector adulto. El guión y dibujos suelen ser realizados por la misma persona.

El éxito que goza actualmente se debe, en su mayoría, a la influencia que han tenido las cintas cinematográficas de Hollywood, las cuales han apoyado e incentivan esta forma de escritura para ser apreciada por un mayor número de personas a través de las películas.

Aunque la mayoría de las historias más populares del mundo tienen como país de origen a Estados Unidos, existen otros que buscan adentrarse en la industria y generar un estilo propio. México ha sido uno de los países donde escritores, dibujantes, editores y lectores logran promover las distintas cualidades literarias que la novela gráfica promete a toda persona interesada en nuevas formas o formatos de lectura.

Así, el interés por parte de las editoriales y el público mexicano ha sido tal que, tanto la academia como las instituciones gubernamentales relacionadas con la cultura, realizan estudios, conferencias, talleres o concursos -uno de ellos del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)- para incentivar el trabajo de nuevos artistas, así como de los escritores, que ya se desenvuelven en este género.

“ Al igual que el cine, la televisión o la literatura, la novela gráfica es un medio que permite abordar cualquier tema¹⁴ ”

Uno de los defensores, practicantes, así como lectores más sobresalientes de la novela gráfica es el escritor y dibujante, Bernardo Fernández (BEF), quien ha sido distinguido por numerosas publicaciones relacionadas con el tema. El Museo Universitario del Chopo organizó, en 2013, la exposición: *Comix-arte. Irreverencias, angustias y fantasías*, que tuvo como objetivo realizar la

14 Gómez, C. (2014). Artistas de la novela gráfica en México. Revista Código. Disponible en: <https://www.revistacodigo.com/los-artistas-de-la-novela-grafica-en-mexico/>

retrospectiva sobre el trabajo del artista mexicano Zalathiel Vargas, famoso por su trabajo en cómic *underground* e ilustraciones.

Este, así como otros reconocimientos a la cultura de la novela gráfica, además de nuevos escritores que buscan desarrollar su trabajo dentro del campo, son muestras que avistan el próximo crecimiento literario que tendrá para ofrecer la industria editorial mexicana.

Así lo señala el escritor Bernardo Fernández BEF, en un artículo publicado por la *Revista Código*, donde reconoce, junto con otros autores y académicos, el gusto e interés que la novela gráfica significa para el lector mexicano:

“ Existe un grupo compacto de autores creativos, editoriales, efervescencia en la web, becas institucionales, concursos (...) y, sobre todo un público interesado. Por primera vez desde que empecé a dibujar profesionalmente, en 1990, veo la luz al final del túnel¹⁵ ”

1.3 PERFIL DEL LECTOR

Los tiempos cambian, el pasado se reinventa en mil y un maneras, siempre en busca de lo desconocido, de lo que hace falta o aún no existe, de ideas novedosas que fragmentan una realidad poco prometidora, por una donde se acepta la idea de ser diferente.

El cambio ha llegado afortunada e inesperadamente a muchas áreas relacionadas con la cultura y las artes, donde aquellos grupos que se pensaban olvidados y en peligro de extinción, dada la poca participación o atención que se tenía del público así como de los medios, se han convertido ahora en temas de interés para las generaciones.

La literatura se suma a la dinámica a través del público joven, el cual pertenece a una nueva generación nombrada como “millennials”. Este grupo de jóvenes cuenta, según el estudio *Estilos de vida generacionales* realizado por la agencia de investigación de mercados Nielsen, con características como priorizar su salud física y alimentación con productos orgánicos, ver televisión, socializar con la familia o amigos, leer, viajar, entre otras.

¹⁵ Idem.

El perfil del lector *millennial*, por lo tanto, se ha visto influenciado por estos cambios de actitud. Los jóvenes enfocados en el área de la lectura se relacionan y comparten de maneras distintas las características y beneficios que deja la literatura en quienes se sumergen en ella. Estos promotores tienen así, un papel importante en el fomento de una nueva percepción hacia la actividad de leer, la cual tiene el poder de modificar la conducta e imagen que el lector tiene hacia esta, así como presentar a la industria editorial una mayor participación.

Dado el cada vez mayor interés y preferencia de los jóvenes hacia la literatura, diferentes análisis comenzaron a surgir para explicar el fenómeno. Dos de ellos señalan, validan y guían los distintos comportamientos en este sector hasta el año señalado en la encuesta. Asimismo, otras cualidades se identifican a partir de una convivencia y observación cercana del público.

La *Encuesta Nacional de Lectura y Escritura*, realizada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), así como de la *Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura*, proporcionada por IBBY MÉXICO, en colaboración con BANAMEX, ambas publicadas en 2015, muestran los principales cambios en el perfil del lector mexicano. De tales, se identifican cinco:

Primero: Se lee por entretenimiento, se leen más géneros

Se registró que 8 de cada 10 jóvenes mostraba gusto por la lectura, sobre todo en los géneros de terror, suspenso, misterio, ciencia ficción, historia y romance. Aquel resultado era ya una señal que presagiaba el cambio de percepción que se comenzaría a observar pocos años después en los jóvenes mexicanos.

Segundo: Diversificación en los formatos de lectura

La influencia de lo digital motiva y sirve como detonador para la acumulación de libros leídos. Aún cuando la lectura de géneros literarios se prefiere en formato impreso, y otros como el informativo o revistas, es leído por medio digital, los jóvenes acuden cada vez más a la presentación de libros en *PDF*, *Word* y *Epub*.

Ello explica la popularidad de los formatos *Ebook* o libros electrónicos, los cuales son opciones de compra en muchas librerías.

Tercero: Recomendaciones literarias hechas por amigos

Un lector apasionado sobre algún tipo de género, autor o saga posee un mayor bagaje informativo acerca de un libro, en comparación con alguien que comparte de forma generalizada una reseña literaria. Por lo tanto, la mejor y más cercana influencia que un joven puede tener para terminar de convencerse acerca de un libro es con aquellos con quienes mantiene una relación cercana o comparte pasatiempos e intereses.

Así, una vez identificados los principales cambios relacionados con el perfil del lector, debe aclararse que, en el transcurso de dos años, y con el auge de las redes sociales, estas actitudes así como otros rasgos e intereses, han servido para aumentar la participación de los jóvenes, los cuales incrementaron aquello que en 2015 apenas se materializaba.

Cuarto: Participativo en la conversación y debate, a través de redes sociales

Uno de los cambios más llamativos y sobresalientes es que el lector joven es un asistente asiduo a reuniones con autores, conferencias, presentaciones de libros, lanzamientos; entre otras actividades que fomentan la convivencia entre los seguidores o fanáticos de una historia. A partir de estas experiencias, suelen compartir fotografías y videos en sus principales cuentas, donde promociona e invita a la lectura del libro.

Quinto: Inversión de tiempo

La búsqueda, lectura e interacción de los jóvenes hacia temas relacionados con la literatura se ha convertido en una actividad popular y de relevancia entre la comunidad lectora, los cuales comparten a diario, así como varias veces al día, fotografías, videos o artículos en sus distintas redes sociales. De este modo los seguidores se encuentran en constante actualización de información importante

acerca de su autor favorito, a tal grado que las nuevas publicaciones o ediciones son codiciadas por los lectores desde meses antes de salir a la venta.

El cambio no es, por lo tanto, sinónimo de destrucción y pérdida de una época que se creía perfecta. Más bien ha significado la apertura de nuevos caminos donde las pequeñas dudas, deseos o ruido interno tienen la capacidad de producir cambios positivos en la sociedad. Sólo basta con asomarse en los espacios correctos.

Benito Taibo, escritor mexicano, hace una valiosa referencia acerca del lector:

“ Agradezco al señor Gutenberg el haber logrado esta proeza, este prodigio que sigue siendo asombroso sin lugar a dudas y que contiene todo lo que podamos imaginar y lo más importante, contiene a la otredad, la posibilidad de mirarnos a nosotros mismos a través del reflejo de la mirada del otro. Descubrir que no somos diferentes, que somos iguales. Cada vez que sucede algo así, como lo que estamos viviendo hoy, yo digo que, de alguna u otra manera, vuelve a instaurarse la democrática república de los lectores, esa en la que todos somos exactamente iguales¹⁶ ”

¹⁶ TEDx Talks. (2 nov. 2015). Leer es resistir: Benito Taibo. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=iTEz1yOmePQ>

1.4 NUEVAS TENDENCIAS PARA CONSUMIR LITERATURA

“ Descubrí que los libros no sólo sirven para ese pomposo aprender... pero nadie te dijo nunca: el libro sirve para saber cómo late tu corazón, el libro sirve para sentir cómo se revuelven tus entrañas, el libro sirve para saber a qué saben las lágrimas, el libro sirve para poder oler la pólvora del campo de batalla¹⁷ ”

Los beneficios que promete la literatura, a través de los distintos formatos que se han hecho populares durante la época digital traspasa los límites físicos, temporales y espaciales, pues ha logrado adaptarse a las necesidades e intereses que presenta el lector en cada generación, no sólo de forma tangible, sino también en lo que respecta a los temas y personajes. De manera que, aún en tiempos de velocidad, la lectura tenga todavía la posibilidad de brindar emoción, así como experiencias a quienes acuden a ella.

Así, a partir de las cualidades e intereses literarios que han mostrado los lectores jóvenes de la generación *millennial* respecto a nuevas temáticas, así como a distintos personajes de los cuales se puede hablar, es que la industria ha optado por expandir su propuesta hacia nuevos y provocativos títulos que logren abarcar, al igual que atraer a aquellos grupos de lectores aficionados a esas historias que habían sido ignoradas o consideradas para otro tipo de público.

1.4.1 APERTURA DE HISTORIAS

Nuevas versiones temáticas, así como fusiones de géneros literarios, forman parte de las listas de libros más leídos, cuyo principal público está integrado por los jóvenes. Estos subgéneros o subtemas, albergan grandes cantidades de emoción, romance, aventura, fantasía, misterio y demás experiencias que motivan a continuar con la lectura.

¹⁷ Idem.

Editoriales como Planeta y Penguin Random House incluyen dentro de sus catálogos nueve subgéneros que ofrecen al lector propuestas literarias más segmentadas a los gustos de los mismos. Los más recurridos son:

1. *Young adult*

Literatura que se enfoca a jóvenes entre las edades de 13 y 16 años. Su principal característica es retomar las experiencias, preocupaciones e intereses que se viven en esta etapa, donde conceptos como la amistad, autoestima, identidad, inseguridad, familia, amor, entre otros, son temas primordiales en las conversaciones.

2. *New adult*

Los personajes característicos de este subgénero se identifican por una cierta independencia laboral, así como familiar, la cual da como resultado una madurez en la forma de afrontar los problemas. Dado esto, las edades de sus lectores oscilan entre los 18 y hasta los 25 años. Suele contener lenguaje explícito (sin llegar a lo erótico), drama, violencia, entre otros asuntos más conocidos de la vida adulta.

3. *Romance histórico - Highlanders*

Subgénero del romance, donde los protagonistas, problemáticas, costumbres e intereses se remontan al siglo XVIII, en Escocia. Una temática que ha encantado a muchos lectores dado su contenido histórico detallado sobre el modo de vida de esa época, así como de los conflictos de honor y amor entre los personajes.

4. *Homoerótica*

Un subgénero más que surge del romance, el cual ha tomado fuerza entre los lectores jóvenes, dado que los protagonistas son parejas del mismo sexo. La trama romántica, por lo tanto, se vuelve más intensa y emotiva para el lector.

5. Novela negra

Alberga otras subcategorías como el *thriller*, detectives, policiaca, crimen, suspenso, espionaje o corrupción, todos ellos guiados por sentimientos y acciones con tintes frívolos, violentos, crueles, así como de emociones como la valentía; guiados por la búsqueda de la justicia o verdad.

6. Erótico

Las tramas de las historias con tintes eróticos se caracterizan por incluir escenas explícitas de sexo, donde la narración detalla emociones y sensaciones. Los protagonistas son mayores de 25 años.

7. Fantasía moderna

Las historias dentro del subgénero de lo fantástico varían según el enfoque temático, ya que existe desde lo romántico hasta el *Urban fantasy*. La popularidad de estos libros se basa en la sorpresa y la magia, lo cual envuelve al lector, pues este tiene la oportunidad de conocer mundos ocultos dentro del que creía vivir.

8. Distopía

Las historias giran en torno a un mundo irreal, donde una gran catástrofe, natural o humana, transformó de manera abismal el modo de vida, llevando a las personas a crear un sistema social nuevo y temible.

9. Paranormal

Al igual que la fantasía moderna, el subgénero de lo paranormal deviene de lo fantástico, sin embargo éste deja de lado la magia y se enfoca en los seres sobrenaturales como vampiros, hombres lobo, ángeles, demonios, hadas, entre otros. El contexto se enfoca en el romance, lo cual atrae a muchos lectores jóvenes.

Estos nueve subgéneros muestran la tendencia que se experimenta en la literatura, la cual se ha vuelto más detallada y específica en tratar temas emocionales o sentimentales, así como en tener un conocimiento e investigación

exhaustiva para crear historias que cumplan con los gustos e intereses del lector joven.

El creciente interés y afición a este tipo de historias sólo ha incrementado, ya que no sólo la literatura sirve como medio para atraer la atención del público, pues también el cine ha sido una pieza clave en la difusión de las novelas y autores enfocados en estos subgéneros.

1. 4. 2 NOVELAS Y CINE

El fenómeno *Harry Potter* es uno de los ejemplos más claros que demuestran el alcance y trascendencia que puede tener una historia del género fantástico en un público juvenil. Ambos aspectos sorprendieron por mucho a la industria del cine, así como a la editorial, pues los libros lograron lo que muy pocos habían pensado: motivar a los jóvenes a leer y consumir material relacionado con la literatura.

Luego de la popularidad que tuvieron las películas en 2001, las posteriores publicaciones de la escritora J. K. Rowling fueron adquiridas con avidez tanto por lectores cautivos, como por los nuevos fanáticos. Este fue, por lo tanto, un parteaguas para que ambas industrias lograran establecer un vínculo donde posteriores adaptaciones literarias llegaran a un público más diverso y de otros lugares del mundo.

Atraer la atención de quienes desconocían los libros, a través de producciones cinematográficas, desembocó en nuevos fenómenos y revoluciones en los géneros literarios, los cuales transgreden límites como edad recomendada para el lector, lenguaje explícito, temáticas amorosas, entre otras cuestiones que no alteran al público juvenil, sino que aportaban tensión, curiosidad, conocimiento y diversión a las historias.

Estos productos audiovisuales son posibles gracias a la cooperación que los fans realizan en internet, donde las plataformas y redes sociales se vuelven piezas clave para continuar el consumo de historias. El término *Transmedia storytelling*, introducido por el investigador Henry Jenkins en 2003, ubica a estas

actividades como nuevas propuestas que tienen la capacidad de incentivar otro tipo de experiencias, a partir de un producto cultural previo¹⁸.

Al ser creaciones que buscan expandir el relato a otros medios no sólo permite ser conocidos por más personas, sino que les da a sus fans la oportunidad de continuar cerca de sus personajes favoritos. Si bien, los medios que utilizan se relacionan con internet, existe también la posibilidad de verlos en televisión o cine, los cuales continúan y respetan el hilo narrativo. Esta dinámica es, por lo tanto, la suma de la industria mediática con los productos culturales.

Los resultados abarcan diferentes temas e historias y uno de ellos se relaciona con los subgéneros mencionados con anterioridad, ya que estos han pasado al medio audiovisual, así como a otras plataformas a través de *fanart*, dibujos creados por los lectores, y *fanfiction*, escritos que crean nuevos acontecimientos.

Este material funciona como motivador para la publicación de posteriores trilogías y sagas literarias. Sin embargo, no sólo cintas como *The Hunger Games* (2012), *Divergent* (2014), *Twilight* (2008), *Maze runner* (2014), *The Fault in Our Stars* (2014), *If a stay* (2014) o *Me before You* (2016), por mencionar sólo algunas, se adaptan al cine y series televisivas.

Entre las cualidades de las publicaciones llevadas a un formato *transmedia*, figuran la gran cantidad de detalles, personajes, escenarios, así como la peculiaridad de los mismos, lo cual se vuelve difícil de abarcar en una sola película. Ejemplos como la saga de *The Mortal Instruments* (2016), *Outlander* (2014), *Game of Thrones* (2011), entre otras, promueven las novelas, textos relacionados al tema y conocer más acerca del género, pues al optar por productos extendidos se alimenta la curiosidad e interés.

Al considerar la relevancia del cine como un medio para promocionar títulos relacionados con textos literarios, se reconoce también que, antes de ver una cinta cinematográfica sobre algún libro, hubo antes un grupo de lectores que conocían previamente la existencia del mismo, los cuales representan, por lo tanto, un público con la capacidad de criticar el resultado sobre las adaptaciones.

¹⁸ Scolari C. (2014). *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. En Anuario AC/E de Cultura digital

Ello representa un reto para la industria del cine y la televisión, ya que la crítica juvenil puede afectar, ya sea de manera positiva como negativa, el producto audiovisual final. Se han cancelado filmaciones como *Beautiful Creatures* (2013) o *The Giver* (2014) luego de las malas críticas de los fans. Por lo tanto, desconocer la trama y características importantes de los personajes puede resultar en fracasos de taquilla.

Se vuelve así en una herramienta de doble filo. Por un lado, la difusión de películas y series puede ayudar a promover el trabajo de autores internacionales pero, por el otro, representa un riesgo latente para la industria cinematográfica si no logra cumplir con las expectativas que sus seguidores tienen de la historia. Al final, el éxito o fracaso depende mucho de la crítica juvenil.

1.4.3 MÁS ALLÁ DE LA LECTURA

A partir de los distintos cambios que han surgido en el campo de la literatura nacional e internacional, la oferta temática se ha hecho cada vez más detallada y especializada como respuesta a la demanda de un público lector que al estar inmerso en la época digital se ha vuelto más exigente, extrovertido, aventurero, así como curioso ante un mundo que cambia constantemente. Esto ha generado que la comunicación e interacción entre lector y autor no concluya con la novela, sino que sea un motivante para posteriores encuentros.

Ello ha dado como resultado que distintas conversaciones entre lectores se vuelvan indispensables para esclarecer e intercambiar opiniones acerca de las nuevas propuestas que surgen en torno al área de los libros. Esto sucedió durante la Feria Internacional del Libro Palacio de Minería 2016, en la cual tuvo lugar la conferencia *Beek: uniendo lectores, autores y booktubers*, donde autores, lectores y jóvenes tuvieron oportunidad de dialogar sobre un tema que los une e identifica a todos por igual: la imaginación plasmada en historias con la capacidad de ir más allá de la lectura.

Al igual que esta, otras conversaciones han surgido como resultado del aumento en el interés del público hacia el fenómeno de la literatura, en especial a la enfocada al tema juvenil, ya que es en este sector donde se ha visto un crecimiento de la participación inspirada a partir del encuentro con una novela que pudo transformar y cambiar su percepción sobre la lectura. Así, autor, libro y lector han sido parte de una revolución e innovación en la manera para desempeñar su labor.

Es como resultado de esta búsqueda y perfeccionamiento, que nuevos procesos de comunicación e intercambio de contenido se llevan a cabo en aquellos espacios proporcionados por la innovación tecnológica. Una muestra de ello son los distintos sitios de internet creados con el propósito de entablar una conversación relacionada con los títulos y autores populares entre los jóvenes lectores.

Tales conversaciones brindan también la oportunidad para reconocer y difundir el trabajo que proponen no sólo nuevos escritores sino también aquellas personas que realizan trabajos afines, los cuales encuentran apoyo gracias a comentarios realizados por lectores, permitiéndoles así aumentar el conocimiento y popularidad de su material.

Ejemplo de ello se encuentran los casos de ilustradoras que crea versiones de su autoría, inspiradas en la publicación original de Cassandra Clare, *The Mortal Instruments*, de la cual retoma a sus personajes predilectos y crea para ellos una historia más detallada con el objetivo de satisfacer el deseo de leer un final alternativo o más emocionante. A este trabajo se le ha denominado como *FanFiction* y es una de las propuestas que logran complementar la curiosidad del lector.

Esta actitud por parte de los lectores hacia la trama de la novela muestra ese lado rebelde e inconforme propios de una época donde si algo no cumple con ciertas expectativas, se tiene la oportunidad para modificar y mejorarlo. Así, estos nuevos actores del mundo editorial, pueden ampliar el número de seguidores, proporcionándoles diferentes caminos que los motiven a leer.

“ Umberto Eco compara al libro con una cuchara. Puedes hacerla de un montón de materiales, adornarla, deconstruirla, pero al final jamás perderá su esencia, porque está construida bajo la lógica de la perfección. El libro mantiene la misma teoría: puedes leerlo en la computadora, convertido en obra infantil, hecho hoja volandera y seguirá siendo un libro. Por lo tanto, los libros son perfectos¹⁹ ”

Finalmente, los nuevos lectores tienen ahora el rol de críticos, creadores y, si es posible, el de ser escritores, con lo cual logran demostrar a la industria editorial, así como a los autores, que es equivocada la idea asociada a una falta de interés o conocimiento, por parte de este grupo, hacia las distintas propuestas literarias, ya que no sólo se acercan al trabajo actual, sino que luego de iniciar este pasatiempo, por medio de historias juveniles, han podido así interesarse también por otros títulos de carácter teórico, filosófico e incluso retomar novelas de la literatura clásica, para después compartir sus opiniones con personas de su edad que están en la misma búsqueda de historias que los conmuevan.

1.4.4 APORTACIONES PARA LA INDUSTRIA

Como se ha visto, los jóvenes lectores han demostrado ser un actor relevante en el proceso de comunicación de novelas, los cuales se desenvuelven en espacios alternativos a los que está acostumbrada la industria editorial. Ello genera no sólo un creciente entusiasmo e interés hacia la adquisición de novelas, sino también logra motivar a la innovación del acervo temático juvenil, apostando así por títulos que experimentan con esto.

Mas esta labor no sólo abarca temas de promoción y recomendación literaria, sino que existen rubros donde también aporta propuestas innovadoras con la capacidad de revolucionar las publicaciones, así como nutrirlas con material creativo y de interés para el lector joven. Este nuevo grupo de fanáticos de historias se desenvuelven en el área del diseño gráfico e ilustración.

19 Soto, A. (2017). Consejos realistas de Benito Taibo para hacer "lectorcitos". Grupo Milenio. Disponible en: http://www.milenio.com/cultura/como_fomentar_lectura-ninos-jovenes-consejos_para_leer-benito_taibo-milenio-noticias_0_947905240.html

Su participación se enfoca en presentar escenas por medio de dibujos detallados y coherentes con la descripción literaria que corresponden a un momento importante dentro de la trama en la historia, lo cual no sólo mejora la calidad de las publicaciones, sino que al mismo tiempo aumenta el número de seguidores, pues se acentúan las emociones durante la lectura y visualización de imágenes.

Charlie Bowater, Cassandra Jean, así como las cuentas de Arz28, Meabhd y Merwildandco, se han vuelto populares entre los lectores jóvenes de muchas partes del mundo, pues su trabajo al ilustrar sagas literarias de fantasía moderna ha logrado atraer la atención de la industria editorial.

Por medio de *Instagram*, el trabajo de la ilustradora inglesa, Charlie Bowater, ganó popularidad entre los lectores de la trilogía *A Court of Thorns and Roses*, de Sarah J. Maas, ya que se dedicó a materializar en dibujos muy acertados, las escenas y personajes de la historia. Esto la llevó a ser una de las ilustradoras principales para la primera edición con ilustraciones que se publicó sobre la novela.



Figura 1. Personajes de la serie *A Court of Thorns and Roses*, por Charlie Bowater



Figura 2. Personajes de la saga *The Mortal Instruments*, por Cassandra Jean

Por su parte, Cassandra Jean obtuvo reconocimiento por parte de los seguidores de la saga *The Mortal Instruments*, de Cassandra Clare, al ilustrar sus personajes principales.

Meabhd y Merwildandco, apoyaron igualmente el trabajo de las ediciones ilustradas para la saga *Throne of Glass*, de la escritora Sarah J. Maas, obteniendo gran popularidad entre los lectores.



Figura 4. Personaje de la saga *Throne of Glass*. Dibujada por Meabhd



Figura 3. Personajes de la saga *Theone of Glass*.

Dibujada por Merwildandco

Otra muestra del talento que aportan los lectores, así como seguidores o fanáticos de alguna novela, se halla el trabajo de traducción de textos, principalmente del inglés al español que realizan luego de la adquisición del libro. El resultado de esta labor se comparte a través de las páginas de internet a los distintos suscriptores que aún no tienen la versión traducida en su país.

El *fanfiction* se suma a este campo de aportaciones, donde los lectores fieles a una historia crean versiones diferentes de la misma con el deseo de que estas retomen temas poco explorados, se conozca más acerca de algunos personajes o incluso se modifique el final y de esta manera el universo creado previamente por el autor pueda continuar fascinando a quienes se acerquen a estas propuestas.

Todas estas son dinámicas que se desarrollan en internet, las redes sociales permiten su difusión a distintas partes del mundo y gracias a ello se logra una interacción llamativa entre lectores capaz de cautivar su curiosidad e interés por la literatura.

Luego de los distintos movimientos literarios que determinaron una forma de pensar y ver el mundo, presentados estos a través de textos con diferentes tipos de recursos, géneros, búsquedas e intereses de una época, se dejan atrás algunas dudas y miedos sobre lo que se puede hacer o hablar, mostrando en su lugar ideas que revolucionan la escritura.

Se demuestra que la literatura que se escribe, lee y habla es resultado de la experimentación, así como de la curiosidad, por parte de aquellas personas dedicadas al trabajo literario. Ahora, y en cada época, no sólo muestran una forma de pensar, a través de sus publicaciones, sino también están en búsqueda de nutrir las propuestas literarias del momento.

CAPÍTULO 2

TERRITORIO DIGITAL: NUEVAS FORMAS DE APROPIARSE DE LA LECTURA

La historia está llena de polémicas y contradicciones, el siglo XXI no es la excepción. Con sus puntos buenos o malos, se puede apreciar y reconocer que las necesidades e intereses básicos del individuo no desaparecen, sino que evolucionan para lograr adaptarse a un nuevo mundo. Trasladarse de la conversación cara a cara, luego a las cartas, de ellas al telégrafo, llamadas telefónicas, fax y llegar después al correo electrónico, conversaciones por chat o las videollamadas. Un cambio constante que busca perfeccionar lo anterior, ese es el signo de nuestra época.

La medicina, ciencia, arte, música, cine y demás áreas han enfrentado este traslado de lo analógico a lo digital, de lo manual a la automatización. Todo ello ha demostrado tener beneficios, pero como todo, las desventajas ensombrecen los avances. A pesar de esto, es necesario reconocer que tales adaptaciones no siempre significan un peligro, más bien un aprendizaje, donde la tradición no se olvida sino que se nutre de nuevos actores, medios y procesos para seguir vigente.

El acto u oficio de contar historias es una actividad que ha logrado evolucionar con el paso de los siglos, a partir de ella se han presentado cambios en el aprendizaje. La literatura sobrevive y continúa con su trabajo e influencia en la era de lo digital, el siglo del progreso tecnológico, donde las personas necesitan sentir una conexión con otros por medio de algo que vaya más allá de una computadora.

En este capítulo, por lo tanto, se enunciará cómo es que la industria literaria ha logrado adaptarse al cambio propuesto por el nuevo mundo digitalizado, en el cual encuentra nuevas oportunidades para conectar con sus lectores y estos con otros. Esclarecer la duda, renovarse o morir en el intento: ¿el libro impreso o digital? ¿Por qué no ambos?

2.1 EXISTIR EN LA ERA DIGITAL

Revisar correos electrónicos, notificaciones, realizar llamadas, enviar mensajes de texto, buscar conceptos, nombres, direcciones, teléfonos, ver vídeos, descargar música, jugar en la computadora, tablet o celular, encender la televisión e incluso, leer un libro a través de *Kindle*, son sólo algunos de los elementos que conforman el estilo de vida en la era digital.

Ser usuarios activos de las diversas interacciones llevadas a cabo dentro de una sociedad globalizada resulta habitual entre sus individuos, los cuales han logrado apropiarse de los nuevos avances y propuestas tecnológicas de modo que sirvan como apoyo para continuar, así como perfeccionar la manera para solucionar e implementar otros procesos y dinámicas que sirvan a sus intereses.

Es, entonces, la era digital una “nueva era de intercambio mundial de datos” (Delarbre, 2006), donde conceptos como rapidez e instantaneidad gobiernan muchas de las actividades y necesidades humanas, mientras que otros como abundancia de información, veracidad de contenido o accesibilidad al medio se muestran como desventajas e interrogantes.

Sin embargo, para entender e identificar las ventajas y desventajas que traen consigo los avances propuestos por la era de lo digital, primero es necesario conocer las características que conforman su ecosistema, así como las partes fundamentales que hacen posible su existencia.

Raúl Trejo Delarbre, en su libro *Viviendo en el Aleph*, ubica los elementos que propician y mantienen la dinámica de la era digital. El primero de ellos es la sociedad de la información, considerada como la base fundamental, dado que es el sitio donde se mueven, comparten e interactúan las personas, instituciones y mensajes de manera digital. Dentro de este gran grupo, se hallan otros actores que alientan su permanencia.

Tales son la tecnología -como la herramienta que hace posible el cambio de formato-, digitalización -promueve el traslado de contenido tangible o manual por uno digital-, y los medios de comunicación -donde surge uno nuevo que participa y responde a estos cambios: Internet-. A partir de su interacción, las fuentes de

información aumentan, volviéndose cada vez más accesibles, al igual que detalladas y diversas.

La dinámica de interacción, por lo tanto, se ve inevitablemente influenciada por aquellos cambios y traslados. Internet ha sido el protagonista de ello pues, la también conocida *Red de Redes*, llega a romper las reglas de lo posible e imposible, trabaja por solucionar todas aquellas limitantes sociales e individuales que rigieron por muchos años, como la distancia, tiempo, rapidez, comunicación, acceso a la información, entre otras.

“ No hay un centro y, por lo tanto, tampoco una periferia. Todos podemos ser el centro, aunque jamás sepamos qué tan lejos están los alrededores²⁰ ”

Los medios de comunicación masiva evolucionan al campo de la especialización y satisfacción de necesidades, deseos e intereses de los usuarios, a quienes se les presentan opciones enfocadas a resolverlas. La *web 2.0* surge con este cambio de prioridades durante la era de la información. Alberto Constante, profesor e investigador de la UNAM, explica que las personas ya no consumen contenidos sino que participan en la elaboración de los mismos²¹.

Además, la *web 2.0* funge como plataforma, más no es una red social, es decir que en ella se trabaja y colabora para crear contenidos enfocados a los gustos del público, los cuales se comparten después en los medios sociales, ya sea en los conocidos como de expresión (*blogs, Twitter, Facebook*, entre otras redes sociales), así como en los de colaboración (*Wikipedia, Rotten Tomatoes*, etc.)²²

Internet, por medio de sus sitios y redes sociales en la *web*, logra que la mayoría de personas tengan la opción de pronunciarse a través de este medio. Logra que todo tipo de contenido, desde cualquier parte del planeta, sea útil para los usuarios de la red y conecta cabos sueltos para entrelazarlos entre sí.

Así, y puesto que internet es un medio de comunicación que identifica a la era digital, no sólo las dinámicas e intereses cambian, sino que también se modifican las formas de convivencia y comunicación entre los usuarios, lo cual crea, según Manuel Castells: la cultura de internet.

20 Trejo Delarbre, R., (2006), *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos*, Barcelona, España, Gedisa.

21 Constante A. (2013). ¿Qué son las redes sociales?. En *Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo*. Universidad Nacional Autónoma de México

22 Kotler P. Kartajaya H. y Setiawan I. (2010), *Marketing 3.0*, España, LID Editorial Empresarial.

En su libro *Galaxia internet*, el autor realiza una segmentación de quienes participan en los procesos de comunicación y creación de contenido.

“Cultura de internet es una cultura construida sobre la creencia tecnocrática en el progreso humano a través de la tecnología, practicada por comunidades de hackers que prosperan en un entorno de creatividad tecnológica libre y abierto, asentada en redes virtuales dedicadas a reinventar a la sociedad y materializada por emprendedores capitalistas en el quehacer de la nueva economía²³”

Este sistema propuesto por Castells sirve para entender un poco más acerca del proceso, así como del ciclo de trabajo con que internet se construye y retroalimenta, pues se pueden identificar los grupos que participaban hasta ese momento, 2001. Ahora, seis años después, nuevos actores se han sumado a las filas de internet, los cuales, se verá más adelante, abren otros espacios u oportunidades donde poder convivir y conversar.

Por el momento, resulta importante reconocer el cambio de dinámicas, vistas estas como una ventaja, por una parte, para el tema relacionado con creación y difusión de contenido, así como del desarrollo de nuevas empresas, instituciones o espacios creativos que pueden colaborar con los creadores. Por otro parte, se atisba la desventaja sobre la calidad del contenido, su veracidad y originalidad, además de las intenciones o recursos extraños con que participen el grupo de emprendedores.

La evolución de las dinámicas sociales, que se trasladan de un contacto personal o cara a cara, por algo virtual, representa también un tema de debate entre quienes consideran esto un peligro sobre la autoestima y la habilidad para relacionarse con otros, contra los que opinan que esto más bien permite una mayor libertad de expresión, donde cualquier persona puede hacer uso del medio para compartir sus inquietudes, logros, etc.

A partir de lo que Castells llama “individualismo en red”, se pueden esclarecer algunas de las dudas relacionadas con el pensamiento de que internet, así como los sitios creados en esta red, son un peligro en cuanto a las dinámicas sociales y personales; proponiendo con ello una nueva mirada o percepción sobre el uso del medio:

²³ Castells, M. (2001), *La galaxia internet*, Barcelona, España, Oxford University Press.

”El individualismo en red constituye un modelo social, no una colección de individuos aislados. Los individuos construyen sus redes, online y offline, sobre la base de sus intereses, valores, afinidades y proyectos. Debido a la flexibilidad y el poder de comunicación de internet, la interacción online juega un papel cada vez más importante en la organización social en su conjunto. Cuando se estabilizan en la práctica, las redes online pueden construir comunidades, o sea comunidades virtuales, diferentes a las comunidades físicas, pero no necesariamente menos intensas o menos efectivas a la hora de unir y movilizar²⁴”

Este concepto motiva un nuevo escenario donde el pensamiento hacia lo individualista puede dejarse de lado, así como reducir escepticismo, ya que la red de internet no tiene porqué romper las relaciones sociales, por el contrario, esta demuestra ser un medio de apoyo para encuentros, diálogos y dinámicas futuras.

La *Red de Redes* propicia un contenido cada vez más especializado, donde las conversaciones se vuelven más personales, cercanas, animosas e interesantes para los individuos que, al exaltar sus gustos, pasatiempos, inquietudes y demás pensamientos, logran conectar con otras personas con ideas semejantes.

Es debido a este tipo de dinámicas, que hacen de internet un medio y espacio de encuentro, como se logra pasar de la idea “lo individual”, “lo solitario”, hacia la propuesta de “compartir” y crear comunidades. Ello lo menciona Castells cuando habla de comunidades especializadas:

”Comunidades especializadas, o sea, formas de sociabilidad construidas en torno a intereses específicos. Como es muy probable que la gente pertenezca a varias de estas redes a la vez, los individuos tienden a diseñar sus propias carteras de sociabilidad invirtiendo diferencialmente, en diversos momentos, en una variedad de redes de fácil entrada²⁵”

Con base en este concepto se puede comprender la popularidad que tienen las comunidades con seguidores apasionados de un tema, saga o género, pues a través de estos espacios virtuales, pueden compartir información, noticias, curiosidades y demás contenido relacionado a lo que les gusta sin temor al reproche, ya que los miembros de la misma los entienden.

²⁴ Ibid. Pp. 152

²⁵ Ibid. Pp. 153

Internet se vuelve también un medio y espacio de apoyo para nuevas construcciones e imaginarios sociales. En el libro *Ser digital*, de Nicholas Negroponte, se hace alusión al cambio de relaciones y percepciones que trae consigo esta etapa:

“La línea divisoria entre las aficiones y las obligaciones será menos perceptible gracias a un denominador común: ser digital. El día de mañana, la vida de las personas de todas las edades tendrán una continuidad más armoniosa porque se acerca el día en que las herramientas de trabajo y las que nos proporcionan diversión serán la misma cosa. El placer y el deber, la expresión personal y el trabajo en grupo compartirán la misma paleta²⁶”

El mundo digital es, entonces, una era de apertura a voces e ideas nuevas que superan aquellos prejuicios sociales que limitaban la convivencia entre individuos. Es el momento histórico donde el pasado deja de ser un impedimento para quienes desean avanzar y cambiar su historia.

“Ser digital es diferente. No se trata de una invención, sino que está aquí y ahora. Podríamos decir que es genético por naturaleza, ya que cada generación será más digital que la que la precede²⁷”

Así, al estar dotada de herramientas o dispositivos que se adaptan a un estilo de vida más personalizado y que comprenden las necesidades, así como desafíos diarios, la era de lo digital es el producto de las nuevas generaciones, donde ellos crean lo que necesitan, desechan lo que no sirve y están dispuestos a emprender.

“El efecto armonizador de ser digital ya se empieza a percibir, pues disciplinas y proyectos que antes estaban divididos están ahora colaborando, no compitiendo. Emerge un lenguaje común que antes no existía y que permite a la gente entenderse sin importar las fronteras²⁸”

Este efecto armonizador, como lo llama e identifica Negroponte, es uno de los mayores beneficios que brinda la época de lo digital, pues ya no es válida la creencia de que sólo existe una manera de hacer las cosas, ni persisten las diferencias de “lo tuyo y lo mío”, al contrario, se han comenzado a ver propuestas donde hay un “nosotros”.

²⁶ Negroponte, N. (1995), *Ser digital*, Argentina, Editorial Atlántida.

²⁷ *Ibid.* Pp. 140

²⁸ *Ibid.* Pp. 139

Esto nutre el trabajo de muchas áreas e industrias, lo cual propicia que la retroalimentación pueda venir de personas ubicadas en cualquier parte del mundo y ya no sólo de sus expertos. El espacio y oportunidades están, entonces, al alcance de todos. La creatividad e imaginación serán los elementos que determinarán y propiciarán la creación de nuevos proyectos.

2.2 LECTURA DIGITAL: EVOLUCIÓN Y ADAPTACIÓN

“Los medios rara vez desaparecen: suelen adaptarse al nuevo ecosistema para sobrevivir, por ejemplo adoptando o simulando los rasgos pertinentes de los recién llegados o integrándose dentro del nuevo medio²⁹”

El libro se ha adaptado al cambio. Las publicaciones vistas en librerías y ferias del libro, en las cuales predominan nuevos títulos relacionados a géneros más especializados y dirigidos a los distintos gustos literarios de un lector, ya sea adulto o joven, comprueban una visión diferente de ellos hacia el público y las tendencias.

La conversación e intercambio de opiniones respecto a los libros han tomado relevancia entre los jóvenes, quienes gustan de leer por gusto y eligen un libro, ya sea impreso o digital, por el simple hecho de disfrutar la historia e incrementar su conocimiento.

La era digital ha permitido esto aun cuando parecía imposible de imaginar para aquellos grupos que pronosticaban la muerte del libro tal cual se conocía. Así, por el contrario, se ha reconocido un aumento en el número de lectores (de acuerdo al estudio mencionado en el primer capítulo), lo cual demuestra que la creciente participación del público joven no se detiene al estar en compañía de los distintos medios digitales o por el uso de internet, sino que es a partir de estos que se incentiva el gusto e interés por saber más sobre el tema.

Los diferentes sitios de internet son vistos, por lo tanto, como herramientas de apoyo para la difusión de novedades literarias, eventos o convivencias con

29 Scolari, C.(eds), (2009), *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*, Buenos Aires, Argentina, La Crujía Ediciones.

autores, así como otras dinámicas que tienen el propósito de motivar e informar al público lector. De esta manera, la industria literaria persiste en esta etapa donde lo digital juega un papel importante dentro del desarrollo de la sociedad.

No se detiene, sino que se adapta a lo nuevo, toma lo mejor sobre cada propuesta tecnológica para poder reinventar tanto la manera de producir el material literario, como las estrategias de comunicación para conectar e interactuar con las nuevas generaciones.

2.2.1 SIN CLAVES NI CANDADOS

¿Qué significa el gusto, el placer de leer? Significa que se ha descubierto que la lectura es una parte importante de la vida; que la lectura es una fuente de experiencias, emociones y afectos; que puede consolarnos, darnos energías, inspirarnos.
Felipe Garrido

Antes de que los libros estuvieran disponibles en internet o que pudieran ser adquiridos en formato digital, las personas que deseaban leer y tener un ejemplar debían acudir directamente a librerías, sin embargo ello no aseguraba del todo que se hallara la publicación ni que la variedad de títulos fueran los suficientes para satisfacer los gustos e intereses del lector.

La dinámica se presentaba, entonces, como un reto donde el lector debía ser paciente y disciplinado en su labor de búsqueda para enriquecer, poco a poco, su biblioteca personal. Esto hacía a su vez que la actividad del bibliófilo fuera un pasatiempo a veces solitario e incomprendido por muchos, pero también envidiado por otros lectores a quienes les era difícil obtener ciertos títulos.

El acto de leer era así, una actividad que si bien las personas podían realizar en espacios públicos como bibliotecas o en su propia casa, era común que se pospusiera debido a otras actividades que ocupaban toda su atención. Sumado a esto, se hallaba también la cuestión de la transportación fuera de su contexto habitual, lo cual hacía más complicada la continuación de la lectura.

Este proceso o camino hacia el conocimiento y difusión del acervo literario fue, por mucho tiempo, limitado por problemas de acceso, comunicación, disponibilidad, entre otros; los cuales no encontraron respuesta sino hasta la llegada de las herramientas y medios digitales. A partir de entonces, todas aquellas dificultades, así como opiniones e ideas respecto a la lectura encontraron su desmitificación.

A través de la digitalización del material literario, así como su creciente difusión por internet, el contenido se vuelve accesible para un mayor número de personas y con ello se inicia un reacomodo en el proceso de acercamiento, conocimiento e interacción del libro con el lector y éste con la industria editorial. Es así como el problema relacionado con la falta o deficiencia de información, al igual que con la variedad de contenido temático encuentre una solución.

Al conseguir su adaptación hacia lo digital, la percepción del libro, tanto en su formato impreso como el propuesto en los dispositivos tecnológicos, se modifica de tal manera que ambas presentaciones dejan de ser vistas como enemigos, para transformarse en objetos que hacen sinergia, lo cual permite que el lector tenga mayor acceso a la lectura, desde cualquier lugar y momento.

“ Los lectores de textos digitales pueden meterse a la red para elegir lo que quieran leer, tal como hoy elegimos un libro en la biblioteca pública, con la gran diferencia de que lo pueden hacer desde la comodidad de sus casas, oficinas o cibercafés a cualquier hora y en cualquier día, independizándose del hecho de tener que estar físicamente en un lugar específico en un momento determinado para disfrutar de su lectura electrónica. De esta manera, la digitalización permite la comunicación de textos a distancia, anulando la barrera física infranqueable entre el lugar del texto y el lugar del lector³⁰ ”

Los lectores de la era digital gozan de la ventaja que proporciona el hecho de tener disponible ambos formatos, pues aun cuando el libro se pueda encontrar a través de la búsqueda en internet y se pueda leer en la pantalla, al final, su carácter primario, lo impreso, no se olvida ni menosprecia, más bien encuentra reconocimiento por parte de los fanáticos, ya que son ellos quienes le dan valor. Resulta satisfactorio el hecho de tener físicamente un libro en las manos, el cual

30 Gutiérrez Valencia A. (2006), E-Reading, la nueva revolución de la lectura: del texto impreso al ciber-texto. Disponible en http://www.revista.unam.mx/vol.7/num5/art42/may_art42

se puede ver, sentir, mostrar, guardar y coleccionar en un librero, a tener muchos títulos almacenados en un dispositivo que no cambia de forma.

Sea una lectura digital o impresa, el individuo entra en contacto con otro tipo de dinámicas literarias, las cuales influyen en la manera de obtener y seleccionar la información:

“Antes, si yo necesitaba una bibliografía sobre Noruega y la semiótica, iba a una biblioteca y probablemente encontraba 4 ítems. Tomaba notas y encontraba otras referencias bibliográficas. Ahora con Internet puedo tener 10.000 ítems. A estas alturas quedo paralizado. Tengo que elegir otro tema³¹”

El fácil y rápido acceso con que se puede encontrar contenido de interés resulta, en ocasiones, una tarea agobiante que sólo encuentra alivio cuando se halla el texto ideal, en el momento adecuado. Así como para evitar caer en el engaño sobre algún tipo de información, se debe acudir a más fuentes para verificar lo leído, en el caso de los textos literarios -que pueden considerarse como de entretenimiento-, la veracidad también está en juego.

Falsos anuncios, así como información con errores acerca de un autor o una historia, pueden acechar a los lectores. Sin embargo, estos pueden encontrar guía al visitar sitios de internet enfocados en el área literaria, ya que las editoriales e instituciones especializadas en letras pueden también difundir contenido.

El espacio está abierto y disponible para cualquiera. Por medio de él se puede encontrar, crear, difundir, charlar o compartir contenido, de forma que con ello aumente la curiosidad de leer y contar historias:

“Después de todo, las novelas no son la única Fuente. El cine y la televisión e incluso los cómics han producido grandes cantidades de narrativa ficcional y el público continúa devorándolas con gran pasión.

Esto es porque los seres humanos necesitan historias. Ellos las necesitan casi tan desesperadamente como necesitan comida y como sea que las historias estén presentadas -si están impresas en páginas o en una serie de televisión- sería imposible imaginar una vida sin ellas.

31 Scolari, C.(eds), (2009), *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*, Buenos Aires, Argentina, La Crujía Ediciones.

Aun cuando se trata del estado de la novela, del futuro de la novela, me siento bastante optimista. Los números no cuentan en lo que respecta a los libros, para ellos sólo hay un lector, sólo hay uno cada vez. Eso explica el poder particular de la novela y el porqué, en mi opinión, nunca morirá como una forma. Cada novela es una colaboración igualitaria entre el escritor y el lector y es el único lugar en el mundo donde dos extraños pueden encontrarse en términos de absoluta intimidad.³²”

2.2.2 HISTORIAS EN LA PALMA DE LA MANO

La demanda de historias continúa vigente. Aquella necesidad de salir de la realidad a través de la imaginación plasmada en palabras sigue inamovible en el ser humano. La gama de opciones, en cambio, han evolucionado a lo largo del tiempo hacia nuevas formas de presentación. El libro, como se ha visto, estuvo sujeto a cambios con el objetivo de adaptarlo al nuevo mundo en que se hallan los lectores de la era digital.

Luego de la digitalización del contenido, que permeó en la facilidad de su acceso, el libro encontró dentro de este nuevo rubro, otras modificaciones que buscaron innovar y perfeccionar cada vez más las características de la versión digital, de manera que a este formato se le dotaron de cualidades más allá de las dispuestas para el almacenamiento, las cuales logran mostrar las ventajas que puede brindar al lector, quien ha adaptado sus necesidades e intereses, a partir de las nuevas soluciones y propuestas tecnológicas que se le presentan.

Entre la variedad de dispositivos y aplicaciones, se seleccionan las más relevantes, al igual que populares entre los lectores:

EReaders

Se refiere a los lectores electrónicos con la capacidad de almacenar gran cantidad de versiones de libros digitalizados, llamados *eBooks*. Así, a través del *eReader*, el lector puede continuar su lectura sin necesidad de cargar con la versión impresa, esto debido a su pequeño tamaño, principal característica con que

32 Fragmento recuperado de la entrevista: I want to tell you a story. (Sunday 5 November). The Guardian. Disponible en: <https://www.theguardian.com/books/2006/nov/05/fiction.paulauster>

cuenta, la cual es similar a una *tablet* o *smartphone*, gracias a esto es accesible para llevar y hacer uso del mismo.

Además, cuentan con distintas mejoras respecto a la calidad de imagen, así como algunos beneficios en cuestiones de lectura. El uso de *E-Ink*, o tinta electrónica, es uno de ellos. Se utiliza para mejorar la vista del texto digital, de manera que las letras no sean sólo más claras, sino que permite también reducir las desventajas propias de leer a través de la pantalla: movimiento o cambio de páginas, zoom e interacción con imágenes.

La variedad de los *eReaders* crece según las necesidades y demandas del lector, lo cual conlleva a que se le realicen mejoras. Entre estas pueden mencionarse el implemento de sensores que simulan la acción de cambio de página, permitir el subrayado o escritura de texto, así como otras ventajas que ayudan al lector en su experiencia literaria y tecnológica.

El libro en formato digital se identifica con el concepto de *eBook* (*Electronic Book*), pero también existen versiones de lectura como: *PDF* (Portable Document Format, un tipo de formato para almacenar documentos), o *EPUB* (Electronic Publication, formato para leer textos y ver imágenes).

Mientras que el *eBook* sólo puede leerse a través de algún *eReader* como *Kindle*, *Kobo* o *Tagus*, el acceso al *PDF* y *EPUB* se puede obtener por medio de dispositivos como los celulares o *tablets*.

Apps para la lectura

Aun cuando los *eReaders* brindan ventajas cada vez más llamativas y tentadoras, los lectores pueden disponer también del uso de otro dispositivo: el celular. Al ser este un medio más accesible a comparación con los primeros, dado que casi cualquier persona cuenta ya con un teléfono móvil o *smartphone*, la necesidad de que este brindara la opción para leer era inevitable.

La innovación en este campo se ha visto, con el tiempo, mejor enfocada no sólo a satisfacer las necesidades del lector, sino a solucionar también algunas de las desventajas con que se enfrenta la persona al estar en contacto con un dispositivo móvil.

Al igual que sucede con los *eReaders*, las aplicaciones móviles dirigidas a la lectura varían según las necesidades y gustos del usuario. Cabe atribuir la popularidad de esta opción en la atención a los detalles, considerados tal vez como mínimos, pero que son muy relevantes para la persona que invierte mucho tiempo en una lectura.

Así, destacan aspectos como el ajuste sobre el tamaño de letra y color de fondo para el texto (*FReader*), regulación sobre el nivel de brillo o señalamientos en alguna página (*Aldiko Book Reader*) e incluso algunas aplicaciones con la capacidad de eliminar la luz azul, ya que suele producir insomnio cuando el lector elige el horario nocturno para leer (*Moon+Reader*). Como estas, existen otras opciones que ayudan y motivan a los jóvenes a continuar con su pasatiempo literario, sin tener que posponerlo por problemas de acceso o portabilidad.

Audiolibros

Esta versión de lectura puede catalogarse como la opción que mejor se adapta a las actividades del lector, ya que por su carácter sonoro, el usuario tiene la posibilidad de realizar otras tareas mientras se reproducen los capítulos del libro, así como disponer del audio minutos antes de dormir. Además, se ha perfeccionado gracias a la participación de voces para cada personaje, lo cual motiva otro tipo de emociones en el lector.

Es, por lo tanto, popular entre los lectores que cuentan con poco tiempo libre para leer a través del formato impreso o digital, por lo que el audiolibro resulta la mejor opción para continuar con la historia, pues este se puede incorporar en actividades como el transporte o durante el viaje en automóvil. *Audible* se cuenta como una opción que se puede descargar al celular, además existen compañías que proporcionan este formato: *Storytel*, *iVoox*, *Audioteka*, entre otros.

Smartbook

Diseñado por la editorial *McGraw-Hill Education*, este formato de lectura se crea como una herramienta para el aprendizaje, el cual se adapta a cada usuario. Se enfoca al área de la educación, sin embargo, la relevancia e innovación que

propone dentro del panorama literario es interesante, ya que no sólo se perfecciona el proceso de aprendizaje, sino también la experiencia que implica la lectura de cualquier material. Esta propuesta se adapta a cada persona, le presenta opciones relacionadas al tema que lee, guarda los avances y propone ejemplos, así como actividades que puedan asegurar la comprensión de lectura.

Esta propuesta de lectura, que es por ahora una forma para fortalecer el sector académico, presenta la oportunidad para que en un futuro próximo pueda sumar beneficios para el área de la literatura, ya que puede perfeccionar y complementar la dinámica de lectura con detalles como marcadores o metas personales.

Finalmente, las innovaciones tecnológicas, como se ha visto, no están peleadas con el área editorial, pues también se proponen dispositivos, programas o espacios virtuales que apoyen a la actividad de leer, la cual no ha sido considerada ajena a los gustos e intereses de las nuevas generaciones. Por el contrario, aquellos avances y perfeccionamientos en la dinámica e interacción del lector con el dispositivo, evidencian el gusto por este pasatiempo, lo cual muestra que la era digital no ha eliminado la forma de contar historias a través de palabras, sino que ha retroalimentado y, con ello, aumentado las opciones para hacerlo.

2.2.3 ESPACIOS PARA INNOVAR

No fue hace mucho cuando los círculos de lectura eran la mejor actividad para cualquier persona que deseara conversar y obtener información relacionada con su libro favorito, sin ser considerado un experto ni dedicarse a la industria editorial. Por medio de estos espacios, los lectores tenían la libertad de crear teorías sobre el posible desenlace de la historia, así como compartir su emoción y enojo hacia cierta actitud o comentario realizado por uno de los personajes.

Ubicados generalmente en la sala o habitación de algún miembro del grupo, las personas llegaban a las reuniones libro en mano, listos para comenzar el

debate, el cual solía durar entre una y dos horas por semana o mes, según fuera la disponibilidad del anfitrión.

Estas reuniones se consideran, por lo tanto, el inicio de una conversación en grupo, la cual cambiaría con el transcurso de pocos años, la manera de ver el acto de la lectura. Dejaría de ser así, un pasatiempo solitario y de emociones calladas, a transformarse en una actividad que se puede disfrutar mejor en compañía de otros fanáticos o admiradores de una historia o autor. La lectura saltó al campo de lo social y dejó atrás la creencia del extraño e incomprendido personaje que había sido el lector.

Ahora esta misma persona que se apasiona con el aroma a libros, en los cuales encuentra una gran satisfacción al mirar cómo aumenta la cantidad de ejemplares en su biblioteca personal y que prefiere pasar el tiempo leyendo en su celular mientras está en el transporte, ya no se oculta entre la multitud, sino participa de forma activa dentro de las dinámicas sociales.

Se sabe bien que el conocimiento no sirve de nada si una persona no lo comparte, el riesgo de perderlo u olvidarlo para siempre aumenta. Algo similar sucede cuando se trata de conservar el deseo, pasión e interés por la literatura oculto. No se puede esperar que en una persona despierte el gusto repentino e instantáneo por acercarse a un libro si quien le sugiere que lo haga es alguien ajeno a su entorno social y habla sobre temas irrelevantes para él.

Entonces, para no correr el riesgo de perder la tradición literaria, así como con el oficio de ser lector y consumidor de historias, ha de hallarse la manera de alcanzar un punto en común que sirva de puente entre la industria literaria con las personas.

En otras palabras, se necesita contagiar a los demás, no sólo para despertar su interés por la lectura, sino que pueda conectar con la parte más interna del sujeto y con ello encender su emoción por lo desconocido, por lo que sólo se puede descubrir cuando se lee.

En esto se destaca el nuevo lector de la era digital. Los límites para conversar, compartir e interactuar con otras personas, sean estas lectoras o no, ya no significan un problema para ellos, puesto que las herramientas y dispositivos

que les ha brindado la era de lo digital les permiten acceder a diferentes espacios, virtuales o físicos, para reunirse y contactar a otros que, como ellos, sienten la necesidad de compartir lo que piensan mientras leen, así como luego de terminar un libro.

Al principio se hallaban los círculos de lectura. Sin embargo, ahora estos se han mudado a otros espacios donde la apertura es mayor y con más constancia de lo acostumbrado. El traslado hacia lo digital permitió todo tipo de adaptaciones e innovaciones. Entre todas ellas se encuentran las que entran en contacto con el cambio en las dinámicas y espacios de lectura, los cuales se desenvuelven ahora a través de internet.

2.2.3.1 INTERNET PARA LEER Y CONVERSAR

Los libros no hacen mejores a los individuos, pero sí cambian a las sociedades a través de los individuos que los leen, comparten y enriquecen con su propia sensibilidad
Geney Beltrán

Un lector no cambia su pasión por una historia o el interés por conocer y leer más acerca de un género que le guste, así como tampoco desaparece su curiosidad por aventurarse hacia nuevas propuestas literarias cuando, para ello, decide hacer uso de las herramientas y espacios que le brinda internet, ya sea conversar como para interactuar con otros. Cambia el medio, mas no el deseo.

Por lo tanto, el uso de internet no modifica lo que es para el lector, ni lo que representa o ha hecho por él al estar en contacto con los libros, sus historias y personajes. Cuando decide hablar sobre lo que ha leído con otras personas, puede convencer a quienes lo escuchan y despertar en ellos el deseo por acercarse a la lectura para experimentar por su cuenta las emociones que escucharon.

El interés por la literatura tiene la capacidad de incrementar y continuar vivo dentro de las dinámicas sociales, sólo mientras los lectores continúen con su labor, la cual ha logrado incrementar gracias a la accesibilidad que brindan los diferentes espacios que propone la red. Es a través y por medio de estos que se puede promover la lectura, así como otras actividades relacionadas con las letras e historias.

La conversación cara a cara, por mucho tiempo considerada la única manera para recomendar un libro, es ahora una opción entre muchas, ya que se han descubierto otros caminos menos complicados para hacerlo. La difusión a través de internet no sólo propicia que un número mayor de personas escuchen o lean sobre el tema, sino además permite el encuentro entre los lectores experimentados con los neófitos en el tema.

Puesto que entre las ventajas de internet está la de ser un medio permisivo y globalizado, las personas no necesitan conocer, estar cerca ni formar parte del círculo social del lector que escribe o graba su comentario respecto a un libro. El material, por lo tanto, queda expuesto en la red para que cada individuo tome la decisión de acercarse a él.

De esta manera la lectura y conversación que se propicia a través del uso de los distintos espacios en internet ha motivado, a su vez, a una mayor especialización, así como una personalización de la información que se comparte. Con ello, las oportunidades para presentar distintos enfoques sobre lo que es ser un lector en la época digital crecen conforme se hallan más espacios virtuales disponibles para hacerlo.

Dado que estas dinámicas se desarrollan a través de la tecnología y medios digitales, la generación que mejor se relaciona con su uso, adaptación e innovación es la de los jóvenes *millennials*, ya que son ellos quienes han implementado un diálogo que se adecue y satisfaga sus necesidades.

A partir de estos, y al igual que sucedía con los círculos de lectura, los grupos de lectores se conforman según se compartan los gustos e intereses por un género o autor, así como del estilo o creatividad del lector para generar la convivencia.

Está dinámica, ahora de carácter digital, abre las puertas a la retroalimentación de opiniones e información que cada miembro comparte luego de sus lecturas y propias indagaciones sobre el tema. Leer y conversar en la era digital conlleva algo más que sólo promocionar la lectura, pues ahora significa también una forma nueva para hacer amigos entre los usuarios de internet.

2.2.4 COMUNIDADES VIRTUALES

Ante una limitada o, en muchos casos, ausente conversación con personas que entiendan y compartan información que resulte interesante para ambas partes, surge, de manera inevitable, la necesidad de optar por otras alternativas que aporten e impulsen un diálogo animado y entretenido que valga el tiempo invertido. Surgen como respuesta todos aquellos espacios virtuales donde los usuarios pueden desde elegir qué ver u oír o con quién charlar, hasta modificar la manera de hacerlo e, incluso, crear nuevos sitios que cumplan con los deseos más específicos.

Internet facilita la reunión e identificación de personas con gustos e intereses similares, de manera que no sólo el sentimiento, sino también la percepción de que se es el único, experimentan una transformación hacia pensamientos y acciones más optimistas. Ahora las amistades, asociaciones, grupos de trabajo o de fans, así como demás relaciones, se implementan y fortalecen a través del uso de las redes sociales.

Es por medio de sitios como *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* o *Instagram* que las personas comunican e informan, a quienes estén interesados, desde datos curiosos o noticias, hasta estados de ánimo, opiniones y sitios donde pasar el tiempo. Cada una de éstas, al igual que otras redes, tienen la cualidad, así como ventaja de poseer, en su mayoría, a usuarios jóvenes, los cuales hallan en estos espacios nuevas formas de relacionarse, actuar, participar e inventar.

Don Tapscott y Anthony Williams, autores de *Wikinomics: la nueva economía de las multitudes inteligentes*, llaman a esta nueva etapa de reunión e interacción virtual *wikinomía*. A través de este concepto, presentan una nueva realidad en la cual se sustituye el pensamiento de antaño donde la información se mantenía privada y a salvo de los usuarios, por una gama amplia de ideas, participantes, interacciones, así como de distintos tipos de colaboración entre las personas con las industrias de su predilección.

“ En el pasado, la colaboración se realizaba, mayoritariamente, a una escala reducida. Era algo que se hacía entre parientes, amigos y socios en casas, comunidades y centros de trabajo (...). En la actualidad se ha invertido la situación. La accesibilidad cada vez mayor de las tecnologías de la información pone al alcance de todos los instrumentos necesarios para colaborar, crear valor y competir. Esto libera a la gente para participar en la innovación y la creación de riqueza desde todos los sectores de la economía³³ ”

Las comunidades virtuales, llamadas también por Tapscott como “producción entre iguales”, son luego agrupaciones de personas con similares gustos e intereses, las cuales colaboran desde diferentes áreas y niveles de conocimiento, para potenciar la innovación de un sector en particular, todo a través de internet.

Forman parte del mundo digital y presentan una solución no sólo a esa búsqueda de conversación, sino también al interés de diseñar nuevo material que se adecue a la realidad de cada persona, que satisfaga sus necesidades y motive e incentiven su creatividad, así como el material producido por las industrias que siguen.

“ Los individuos ahora comparten conocimiento, capacidad informática, ancho de banda y otros recursos para crear una amplia variedad de bienes y servicios gratuitos y libres, que cualquiera puede utilizar o modificar³⁴ ”

La industria editorial es un participante más dentro de las dinámicas digitales, ello gracias a las distintas innovaciones en el material literario que se ajustan a las necesidades de los nuevos lectores. Sin embargo, su papel ha alcanzado otros

³³ Tapscott D. y Williams A. (2006). *Wikinomics: la nueva economía de las multitudes inteligentes*. Ediciones Paidós
³⁴Ibid.

espacios, los cuales cuentan cada vez más con características virtuales y donde se puede observar una mayor colaboración e influencia por parte de los lectores especializados en un género, autor, saga o historia.

Al igual que sucede con los dispositivos de lectura, donde la persona tiene un mayor alcance y disposición del libro, las redes sociales han proporcionado, por su parte, otro tipo de experiencia literaria. Esta es un factor relevante para la difusión de novelas, autores, eventos, así como de exponer la otra cara del hábito de leer. Las distintas cualidades de estos sitios propician la creación de otros formatos y materiales con la mira puesta en compartir lo nuevo, bueno, malo, curioso e interesante de este mundo de libros.

“ Las personas cada vez se auto organizan más para diseñar bienes o servicios, crear conocimiento o, sencillamente, producir experiencias dinámicas y compartidas³⁵ ”

Las comunidades de lectores se reúnen ahora en los espacios virtuales, *YouTube* e *Instagram* cuentan con mayor relevancia en el tema, pues a través de estas la interacción, influencia y colaboración entre los jóvenes lectores se vuelve más cercana, detallada y personalizada, lo cual propicia que para cada gusto o tipo de lector, se halle un sitio donde se sienta identificado.

Ambos espacios fueron adaptados por los lectores para compartir opiniones y recomendaciones acerca de libros. En el caso de *YouTube* ha sido a través de vídeos. Mientras que en *Instagram*, las imágenes publicadas pueden mostrar sus gustos literarios, estilo de vida, actividades y lugares relacionados e idóneos para la lectura. Estas herramientas ya estaban allí para ser aprovechadas por los usuarios, pero se han creado otras que, a partir del gusto y popularidad con que actúan los lectores, complementan la dinámica.

Beek y *GoodReads* son dos ejemplos de plataformas enfocadas a la actividad literaria, a través de las cuales se comparte información sobre los títulos más relevantes y populares entre los lectores, quienes fungen como actores clave para el desarrollo de contenido. Aunque ambos sitios brindan títulos, comentarios,

³⁵ Ibid.

así como recomendaciones de todo tipo, el idioma con que se dirigen cada una es diferente.

Por una parte, la red social de *Beek*, creada por la mexicana Pamela Valdés, está dirigida al lector de habla hispana. En ella se ayuda a los usuarios a encontrar libros que se adecuen a sus intereses. Destaca por un diseño colorido e imágenes que hacen referencia al libro, así como el uso de *emojis* para calificar y resumir, con una emoción, la calidad de la novela.

A través de esta estructura, los lectores pueden obtener información más detallada, no sólo del contenido literario, sino también sobre las emociones más recurrentes o que pueden experimentar a lo largo de su lectura. Las reseñas, comentarios, frases o calificaciones de un libro proporcionan una mejor identificación entre lectores, ya sea por la recurrencia de comentarios o por la participación en foros que permite la plataforma. Ellos eligen a quienes hacer caso.

GoodReads es la propuesta para habla inglesa diseñada por Otis Chandler. Con un formato serio, similar a un sitio editorial, brinda diferentes recomendaciones y propuestas literarias sobre novelas de todo género, desde el más popular como el juvenil o *Young Adult*, hasta el más especializado, sea arte, psicología e historia.

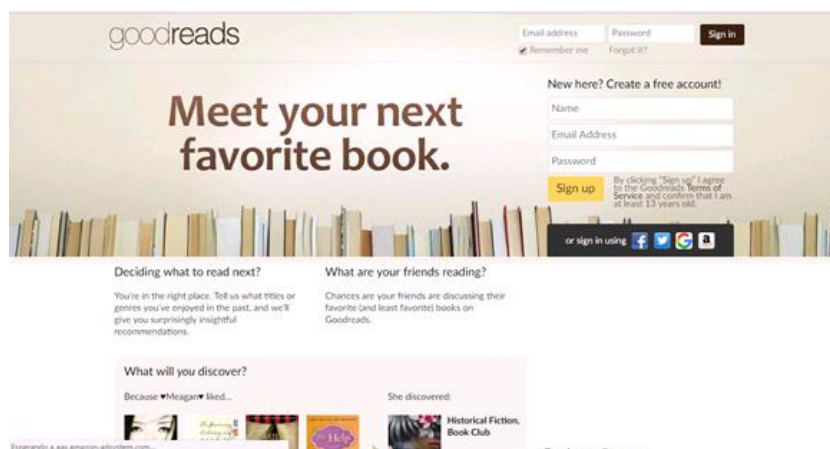


Figura 5. Sitio oficial de GoodReads

La dinámica con que se desarrolla la interacción entre los lectores es similar a la de *Beek*. Sin embargo, las reseñas, comentarios y calificaciones las cuales, en

este caso, se visualizan por medio de estrellas. A pesar de ello, la popularidad del sitio no disminuye, ya que en él se pueden encontrar novedades literarias que, muy a menudo, no se han publicado aún en México.

Las comunidades virtuales que se enfocan a la lectura, pueden informarse e interactuar con otros conocedores de las sagas, así como con fanáticos de los distintos géneros literarios.



Figura 6. Sitio oficial de Beek

La participación de los jóvenes al momento de redefinir un espacio virtual para adaptarlo de acuerdo a sus intereses suma, al mismo tiempo, un llamativo panorama acerca de cómo se acercan y conversan sobre literatura. Con ello se propicia un cambio en la percepción del público juvenil hacia la lectura.

Esto ha demostrado a los sectores que pronosticaban la desaparición de los libros, luego de la implementación de internet, que este nuevo medio, así como las distintas tecnologías propias de la era digital, no son enemigos de la industria editorial, sino que pueden trabajar en conjunto para atraer la atención de aquellos usuarios que utilizan la red para conocer mejor y a detalle las propuestas que no siempre llegan hasta sus hogares, así como tener la oportunidad de conectar con personas fuera de sus círculos sociales.

A estas ventajas y cambios se suma también la participación de los jóvenes, quienes muchas veces motivan a otros a acercarse a la lectura. La creatividad con que lo hacen se ha ganado el reconocimiento de la industria y de los propios autores.

CAPÍTULO 3

ZONAS DE VANGUARDIA: JUVENTUD DEVORADORA DE LIBROS

La acción de elegir entre miles de opciones nunca ha sido tarea fácil, menos aun cuando se trata de tomar algo que conlleva una inversión que supera a veces las posibilidades. Es por esta razón que la ayuda de quienes poseen mayor experiencia o conocimiento en el área siempre es una mejor alternativa, pues se pueden encontrar a partir de los comentarios compartidos, la motivación necesaria para hacer la elección final o, por el contrario, estar bien precavido ante una toma de decisión.

Obtener aquella información es ahora más sencillo que antes, ya que no sólo las redes sociales, así como los distintos sitios de internet, brindan comentarios acerca de todo tipo de temas, sino que a este escenario se han sumado personas que hacen uso de los espacios virtuales para compartir datos u opiniones respecto a temas conocidos y que pueden servir a los menos experimentados.



Figura 7. Claudia Ramírez

El público juvenil se halla inmerso en la dinámica. Por medio de sus cuentas en *Facebook* o *YouTube*, por mencionar algunas, dan a conocer lo que les parece más relevante e interesante sobre distintos temas. El campo es vasto y alcanza a casi todas las áreas e industrias con capacidad de llamar su atención.

La industria editorial no se queda rezagada ante comentarios y dinámicas que los jóvenes llevan a cabo a través de sus redes. La comunidad lectora se transforma en influenciadora de historias y no sólo tiene la capacidad para informar sobre un libro, sino que por medio de sus comentarios, convence a otros de darle una oportunidad a la lectura.

3.1 JÓVENES EN EL MUNDO DIGITAL

Al ser internet el medio de comunicación con el mayor número de espacios virtuales e información disponible a todas las personas interesadas en visitar sitios de diferentes temáticas, se ha convertido en la herramienta idónea para el público juvenil. A través de esta, los jóvenes encuentran no sólo la libertad de expresión que necesitaban, sino también el punto de reunión e interacción con otras personas de similar edad, gustos, deseos, sueños, miedos o preguntas.

“

La red es la única cuota de poder efectivo que los jóvenes experimentan. Aunque su eficacia sea sólo simbólica, no deja de ser relevante en los espacios donde se mueven cotidianamente.

Esta ilusión de poder se expresa y ejerce de varias maneras. Primero, en la posibilidad de conexión-desconexión, es decir, decidir cuándo quiero “ser visible” y para quién, y cuándo quiero “ser invisible”, y para quién. Segundo, en el recurso de la navegación “infinita” que se traduce en el placer de descubrir y conquistar mundos diversos, contrastantes, extraños, e inquietantes, sin moverse de las certezas del hogar y sin correr riesgo alguno.

Y, tercero, y fundamentalmente, en la manipulación de la realidad virtual: levantar y derrumbar un imperio en minutos en un juego de estrategia; invadir la privacidad de un compañero ingresando a su cuenta; manipular un software libre; diseñar una página de proyección personal; crear un blog o fundar una comunidad, imponer o censurar los contenidos, establecer las reglas de su funcionamiento y decidir quién puede ser parte o no de ella³⁶ ”

Ante la gran cantidad de opciones y caminos que representa internet para los jóvenes, la creatividad e ingenio para incursionar en estos no tiene límite ni restricción temática, por lo cual se vuelve en la oportunidad perfecta para que las ideas e intereses de este público salgan y hagan su aparición entre los sitios virtuales que les permiten estar fuera del foco social, donde pueden ser dueños de algo o, en otras palabras, escuchados.

Internet, específicamente sus sitios y redes sociales, permiten no sólo exaltar la esencia y habilidades de quienes las usan, sino que el esfuerzo, al igual que locuras e ideas divertidas o extrañas pueden aflorar sin miedo a las posibles

36 Winocur, R. "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes". En *Revista Mexicana de Sociología*, núm. 003, julio-septiembre. Vol. 200. pp. 562-563

críticas, pues como escribe Rosalía Winocur en *Internet en la vida cotidiana de los jóvenes*, los usuarios eligen cuándo y a quién hacer caso, por lo que resulta excelente para que los jóvenes encuentren en el mundo virtual un espacio óptimo para ser ellos mismos.

Este sentimiento de libertad, de poder así como de cierta privacidad -en cuanto a lo que se refiere a la interacción personal- para decir en voz alta lo que piensan, se asemeja a lo que en su momento caracterizó a la habitación de los jóvenes, uno de los primeros espacios privados. Carles Feixa en su libro: *De la generación @ a la # generación: la juventud en la era digital*, expone la trascendencia que ha tenido este espacio físico en la vida social e individual de los jóvenes, además de mostrar las similitudes simbólicas que posee este sitio con internet.

A partir del texto escrito en 1929 por la autora Virginia Woolf, *A Room of One's Own*, se presenta la necesidad que experimentaban muchas mujeres por tener un espacio privado donde poder descubrir y expresar una identidad propia, fuera del interés masculino. Fue luego de esta publicación que diferentes movimientos comenzaron a percibirse en distintas épocas de la historia, a partir de los estudios y textos de investigadoras como Helena Wuulf, con su término "culturas de habitación" o Angela McRobbie y sus aportaciones a la cultura juvenil, donde se haya la idea de autonomía propias de la habitación.

Sin embargo, ante los diferentes estudios o propuestas, lo más significativo tuvo que ver con la actitud de los jóvenes frente a la autoridad de sus padres, o adultos en general, para reclamar ese espacio que deseaban hacer suyo. Fue hasta la década de los 80, cuando la habitación experimenta una metamorfosis y se vuelve en el medio de expresión juvenil, así como en un sitio privado donde forjar su identidad.

Se puede decir que internet posee algunas semejanzas con este espacio físico puesto que, a pesar de ser un medio virtual, está dotado con la capacidad de edificar un sitio propio, privado para quienes el usuario así lo decida y donde puede reflejar su personalidad de maneras ilimitadas.

Las habitaciones, que hasta cierto punto habían reducido el encuentro entre jóvenes, dado los conflictos para la implementación de reuniones, se fusionan poco a poco con las virtudes de internet. Esto permite una conversación eficiente y sin necesidad de trasladarse a otros sitios ni dejar el espacio familiar.

“ Gracias a internet, los adolescentes han aprendido a acceder a comunidades virtuales que están mucho más allá de su habitación³⁷ ”

Los límites no existen, las paredes se han derribado y prueba de ello son las herramientas y espacios de la era digital, los cuales son aprovechados en su mayoría por el público joven, quienes una vez que reconocen el sitio que mejor se adapta a sus necesidades, los temas, contenidos y tonos de sus mensajes termina por definir la personalidad red social.

Aun cuando el cambio de espacios ha redefinido la manera en que se reúnen los jóvenes, el tiempo libre ha sido también un punto clave para la creación de contenido, pues ahora los períodos de improductividad, así como minutos que pausan momentáneamente las actividades, pueden ser de ayuda para despejar la mente, relajarse, aprender y motivar proyectos e ideas creativas.

Esto lo plantea Roberto Igarza, en su libro *Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo*, en el cual expone cómo la sociedad, inmersa en la era digital ha modificado su manera de percibir y organizar el tiempo, pues ha dejado atrás la idea o sentimiento de pasividad para sustituirlo por rapidez, practicidad e ingenio, lo cual ha llevado a crear momentos, objetos y espacios donde se pueda obtener experiencias emotivas, contenido llamativo, creatividad e innovación que sume a las actividades diarias, en donde los dispositivos digitales forman parte esencial.

El tiempo dedicado al descanso y el divertimento es, muchas veces, reducido o se halla espaciado entre otras actividades, lo cual invita a ir en busca de aquellas distracciones que se adecuen mejor a la rutina y espacios cotidianos. La lectura, ya sea en su versión de audio, digital o impresa, ha sido uno de los pasatiempos mejor adaptados a las distintas circunstancias que una persona puede tener, además de contener en sí mismo la ventaja de recibir, no sólo conocimiento, sino también emociones con cada historia y cambio de página.

37 Feixa C. (2014). *De la generación@ a la generación#*: la juventud en la era digital. NED Ediciones

“ Si las burbujas están de moda, más que por ser un exponente excelso de la sociedad desarticulada es porque la brevedad nunca estuvo como contenido mejor alineada que ahora con el soporte de recepción y el tiempo de lectura disponible³⁸ ”

Los minutos u horas donde la persona se encuentra libre del trabajo diario, esas *burbujas de ocio*, llamadas así por Igarza, son cada vez más útiles y aprovechadas tanto por las personas como por las distintas industrias del entretenimiento, lo cual permite que el panorama de opciones y oportunidades para ocupar el tiempo libre sea variado.

“ El tiempo de ocio es tiempo de informarse, pero sobre todo es tiempo de distensión, de esparcimiento y divertimento³⁹ ”

Por lo tanto, es el momento donde se puede hallar contenido para todos los gustos, así como oportunidades para crear e incentivar la creatividad. La generación joven ha sido el grupo que mejor se ha adaptado e identificado a este tipo de cambios y propuestas, pues con ellas realizan nuevas aportaciones que logran modificar la manera en que se hacían las cosas que a ellos les gusta.

“ Mientras las generaciones previas valoraban la lealtad, la jerarquía, la seguridad y la autoridad, las normas de la generación Net reflejan un deseo de creatividad, conectividad social, diversión, libertad, velocidad y diversidad en el lugar de trabajo⁴⁰ ”

La lectura es ejemplo de ello, pues es uno de los pasatiempos al que más tiempo se le dedica y ha logrado formar parte de las actividades preferidas por los jóvenes, gracias al interés y compromiso que ellos mismos han dedicado en sus tiempos libres, así como lugares privados.

Leer mientras se escucha música por los audífonos, llevar una novela en la mochila y abrirla cuando se está en espera de una cita, clase o durante el almuerzo, así como recurrir a un lector digital pues ya no hay espacio en la bolsa para otro artículo, son algunas de las situaciones que cada vez se observan más entre los jóvenes, quienes han hecho de la lectura uno de sus pasatiempos preferidos.

³⁸ Igarza R., (2009), *Burbujas de ocio: Nuevas formas de consumo cultural*, Buenos Aires, Argentina, Ediciones La Crujia.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Tapscott D. y Williams A. (2006). *Wikinomics: la nueva economía de las multitudes inteligentes*. Ediciones Paidós

No ha sido el único cambio experimentado para esta actividad, pues los jóvenes además han iniciado distintas conversaciones a través de redes sociales, las cuales motivan a partir de las emociones o comentarios, a que otros lectores, sean estos principiantes o expertos en una historia, conozcan más acerca del tema e inicien un debate sobre este.

La difusión de la literatura, por lo tanto, ha alcanzado mejores resultados luego de que el lector joven se suma a la conversación y hace cuestionamientos. Utiliza como herramientas y medios principales una cámara de vídeo, una computadora con internet y un libro, todo reunido dentro de la privacidad de su habitación, los nuevos lectores inician con toda libertad distintos tipos de reseñas, comentarios, conteos, sorteos o debates sobre el contenido del libro.

A partir de las distintas modificaciones y evoluciones que ha experimentado el campo de la literatura, donde su público así como medios de difusión han cambiado, se impulsa una forma diferente para promocionar al libro. Los lectores jóvenes se vuelven piezas clave cuando se trata de crear mensajes llamativos que logren atraer a los miembros de la comunidad.

3.2 LECTORES COMO INFLUENCIADORES

Se dice que la mejor forma de saber si algo nos gusta es probándolo. Sin embargo, en ocasiones esta propuesta de “probar algo” no siempre suele ser lo más conveniente, sobre todo si ello requiere de una inversión monetaria o de tiempo significativa para alguien que es neófito en el tema. Frente a situaciones como esta, la opción de escuchar o leer otras opiniones un tanto más experimentadas ha representado muchas veces la mejor manera de tomar una decisión.

Estos comentarios e información previa se habían obtenido por mucho tiempo a partir del contacto cercano con otra persona. Las redes sociales, transformaron eso, ya que los blogs y demás plataformas interactivas, permitieron que las

conversaciones alrededor del libro fluyeran entre los usuarios de manera más fácil. La oportunidad para compartir, escuchar y seleccionar lo que se quiere escuchar es un privilegio del cual pueden gozar.

“ En el viejo sistema mediático, la circulación de recomendaciones está reservada a quienes tienen la posibilidad de distribuir sus opiniones, especialmente los críticos que tenían una plataforma de difusión que los posicionaba como referentes del sistema.

Internet vino a perturbar ese sistema referencial. Por un lado, con la posibilidad de que cualquier persona pueda difundir sus opiniones, por ejemplo, mediante un blog. Con la crisis de credibilidad de los medios de comunicación, los usuarios prefieren cada vez más consultar la opinión de otros usuarios antes de tomar la decisión. Más aún, antes de comprar un producto algunos sólo consultan a usuarios que ya lo hayan experimentado como “usuarios” y no como “expertos”⁴¹”
Saben que la calificación del crítico está sesgada técnica y profesionalmente⁴¹

Al igual que recomendar o no el uso de un producto resulta tan llamativo como saber qué tiene que decir una persona acerca del servicio o ambiente de un lugar, también lo ha tenido conocer la opinión que un lector brinda sobre la historia de algún libro, pues el hecho de ser testigo de la experiencia contada por la persona motiva e incita a ponerlo a prueba uno mismo. Para tal propósito, las redes que en su mayoría utilizan los jóvenes para compartir información, datos curiosos y otros comentarios relacionados al pasatiempo de leer son, principalmente, dos: *YouTube* e *Instagram*.

Con ayuda de estos espacios, el diálogo entre los jóvenes lectores se pone en marcha y es durante esta interacción que se pueden identificar las dinámicas más populares, así como el tipo de contenido que mejor funciona para externar emociones, características, ventajas o desventajas en cuanto a una obra para, una vez identificados los puntos más relevantes y con el aprovechamiento de las herramientas que tanto *YouTube* como *Instagram* proporcionan, los jóvenes destaquen de forma libre, creativa e innovadora aquella opinión que, como lectores, tienen y que pocos se atreven a mencionar por miedo al señalamiento de los grupos especializados.

41 Igarza R., (2009), *Burbujas de ocio: Nuevas formas de consumo cultural*, Buenos Aires, Argentina, Ediciones La Crujía.

El trabajo que realizan estos lectores no sólo logra influir e inspirar a otros jóvenes a que se acerquen a la lectura y hablen de ello, sino que su ánimo de invitar a más personas a sumarse a sus comunidades para continuar compartiendo experiencias, ha hecho que también la industria editorial tome en consideración las opiniones de este público, así como sus recomendaciones respecto a la adquisición de novelas, publicación de nuevas series o seguimiento de las mismas y diseño de accesorios, entre otras acciones que el lector joven *millennial* puede proponer con apoyo de otros miembros.

La influencia que ha logrado alcanzar el trabajo de las distintas comunidades virtuales traspasa la barrera de las industrias, de modo que, como lo expone Don Tapscott, en su libro *Wikinomics: la nueva economía de las multitudes inteligentes*, los consumidores tienen la oportunidad de crear lo que ellos demandan:

“...comunidades virtuales de prosumidores, donde comparten información sobre el producto, colaboran en proyectos adaptados a sus gustos, participan en actividades comerciales e intercambian consejos prácticos, herramientas y modificaciones de productos⁴²”

Ser fanático, seguidor o experto de una actividad mejora la calidad del trabajo que realiza alguien, pues el compromiso personal, así como afinidad que se comparten con otros es mayor, de manera que no sólo las aportaciones van seguidas de investigación previa, sino que el interés por mejorar lleva a innovar y, si es necesario, tomar la iniciativa para alcanzar un objetivo.

Es a partir del esfuerzo de los prosumidores o influenciadores que la producción de material enfocado a satisfacer la necesidad, deseo e interés de otros aficionados pueden salir a la luz. Su labor, por lo tanto, es tomada en cuenta por industrias, al igual que por otros consumidores. Así, y de la misma manera, es como distintas publicaciones o géneros literarios han logrado mantenerse, además de motivar también a que nuevas propuestas tengan apoyo y seguimiento.

Los jóvenes lectores son influenciadores de historias, promotores de la lectura, incitadores de emociones, una clase de gurús literarios que muestran

⁴² Tapscott D. y Williams A., (2006), *Wikinomics: la nueva economía de las multitudes inteligentes*, Ediciones Paidós

posibles opciones para formar parte de la experiencia que conlleva el leer. No son expertos, ni críticos, pues su papel no es excluir o empequeñecer una obra, más bien es disfrutar los libros y ser la persona con quien se puede compartir todo tipo de opiniones, desde un punto de vista amigable, terrenal.

3.2.1 BOOKTUBER

En un principio, los *blogs* de libros fueron las herramientas ideales para que los lectores lograran comunicar sus pensamientos, emociones y recomendaciones literarias. A través de tres o cuatro párrafos, los propietarios compartían cada semana información relacionada con los libros que leían o conocían, los cuales iban acumulándose en la biblioteca virtual para posteriores consultas que podían realizar los visitantes del sitio, quienes tenían la libertad de comentar su postura.

Fue de esta manera como la difusión de novelas y autores por internet comenzó a tener lugar entre los lectores, quienes fueron los que, poco a poco, tomaron la iniciativa de ocupar, aprender e invertir su conocimiento así como gustos literarios, con las nuevas propuestas virtuales. A partir de ello no sólo se amplía su visión acerca de la literatura, sino también para descubrir a otras personas que compartan su pasión.

La información que podía leerse sobre algún libro, por medio de la contraportada, aun cuando era útil para esclarecer dudas relacionadas a su contenido e historia que contaba, podía resultar insuficiente para un lector que deseara conocer más cualidades de la historia como el tipo de emociones que podían experimentarse a lo largo del libro, opiniones enfocadas a los personajes, así como la calidad de la novela a comparación de otros títulos y demás temas que estaban relacionados al proceso de lectura, desde un punto de vista más personal.

Ante estas limitaciones, tanto los escritores de *blogs* como sus lectores, ampliaron su búsqueda hasta hallar un nuevo espacio que, si bien no había sido utilizado aún para estos propósitos, el material que se emitía estaba caracterizado

por su contenido creativo, relajado y diverso. Así, *YouTube* se perfilaba como la red social con mayores ventajas para el público, del cual comenzaban a ser los jóvenes los que mostraban una creciente participación, esto debido a la propia naturaleza del espacio.

A partir de los vídeos compartidos en esta red, los jóvenes ganaron popularidad y reconocimiento por parte de sus seguidores, pues el contenido no sólo estaba pensado para informar y entretener, sino tenía también un enfoque educativo o demostrativo. Eran ellos mismos quienes explicaban e indicaban lo que les parecía mejor, según su propia experiencia, obteniendo de esta manera la confianza de su público.

Los *youtubers*, nombre con que se reconoce al grupo, obtuvieron cada vez mayor audiencia, extendiéndose por todo el mundo con vídeos de temáticas muy diversas que iban desde tutoriales de belleza, cocina o manualidades hasta vídeos cómicos, rutinas de ejercicio, entre otros contenidos que se destacaban por la jovialidad de sus expresiones. La forma en que se desenvuelven, así como su interés por compartir una experiencia real acompañada de reacciones instantáneas, es la cualidad que entretiene y hace regresar a quienes los ven.

Dada la apertura temática, accesibilidad y difusión que proporcionaba, *YouTube* dio la bienvenida a vídeos de contenido literario, los cuales podían resultar, a primera vista, ajenos a las características, propósitos e intereses que proporcionaba la red. Sin embargo, poco a poco, se demostró que este elemento era en realidad relevante para la difusión del trabajo novelístico entre los nuevos lectores, pues no sólo se recurría a un espacio popular y llamativo para ellos, sino que por medio de este los jóvenes podían conversar, así como destacar aquello considerado importante sin temer a la opinión especializada.

La literatura llega a internarse de manera eficaz en el mundo de las redes sociales gracias a la dedicación e interés demostrado de los jóvenes lectores, quienes lograban a través de comentarios, anécdotas y comparaciones, modificar la percepción sobre esta actividad, la cual dejaba a un lado la idea de aburrimiento, para convertirse en algo esencial dentro de su estilo de vida.

A este grupo de lectores por internet se les conoce con el nombre de *Booktuber*, concepto que se crea de la unión de *book* y *youtuber* e identifica al grupo de jóvenes que generan contenido relacionado a la reseña y crítica de libros. La comunidad de *booktubers* se ha convertido en un referente de búsqueda, una guía para los menos experimentados, un ejemplo a seguir, es decir, en influenciadores literarios.



Figura 8. Miembros de la comunidad Booktuber de Argentina, Colombia, Panamá y México, en Editorial Planeta

Al igual que sucede con tutoriales o vídeos tipo: *Haul* (reunir y enseñar compras recientes, ya sea ropa, maquillaje, para compartir consejos e información sobre el producto y dónde se halla disponible), *Top 5 o 10* (hablar de los mejores artículos, lugares, películas, recetas, etc.), *Unboxing* (grabar el momento en que se desenvuelve o saca de su paquete un objeto, el cual puede ser cortesía de una marca, así como de compras por internet); los *booktubers* retoman estos conceptos y los adaptan a la temática literaria. De tal manera que ellos también pueden conversar acerca de los mejores títulos leídos, compras recientes, regalos, consejos para comprar por librerías en línea o leer en otro idioma.

La comunidad ha generado y adaptado también algunos conceptos para crear contenido enfocado a los libros. Ello les permite definir el objetivo de cada

vídeo, exponer de forma clara lo mejor de cada uno, comentar detalles sobre su experiencia durante la lectura, motivaciones o cambios de perspectiva luego de terminar una historia, además de nuevos descubrimientos literarios, lo cual les permite ampliar la gama de posibilidades que ofrece este pasatiempo y que pueden ser un tema de conversación entretenido.

Entre los términos más recurrentes se hallan: *Wrap Up* (se habla sobre las lecturas que el *booktuber* realizó durante un mes), *Book Haul* (muestran los diferentes libros adquiridos en el período de treinta días a seis meses), *Book Tag* (de contenido diverso, pues se pueden encontrar charlas sobre adaptaciones literarias, nuevas publicaciones, viajes o recorridos, avisos importantes sobre el canal, desahogo emocional relacionado a alguna lectura y saga, entre otros temas).

A parte de los vídeos que tienen el objetivo de reseñar una obra, existen otros que, si bien no suelen ser tan recurrentes, tienen la capacidad de despertar la curiosidad del lector. Estos son los titulados: *¿Qué hay en mi librero?*, en ellos los *booktubers* graban breves recorridos por su biblioteca personal, compartiendo con sus seguidores algunos de los libros que sobresalen, así como la manera en que clasifican y decoran ese sector de la habitación.

Las temáticas se modifican cada semana y con ello los *booktubers* consiguen nutrir sus canales con material literario de diferente tipo inspirado por la curiosidad e interés por acercarse a leer otros géneros que, tal vez no habían sido llamativos antes, pero que deciden darle una oportunidad luego de escuchar otras recomendaciones.

Los jóvenes obtienen dos beneficios primordiales, por un lado está el ampliar su conocimiento sobre lo que ofrece la industria editorial, a partir del cual pueden entablar nuevas conversaciones y, por el otro, ayudan a sus seguidores a encontrar propuestas interesantes para leer, siempre apoyadas por comentarios que esclarecen la temática del libro.

La dinámica que surge se vuelve más directa en los comentarios, especializada o enfocada a una clase de gusto literario, abierta en mostrar y compartir emociones e incentiva la retroalimentación entre los miembros de una

comunidad lectora, quienes interactúan por redes sociales ya sea para apoyar a un autor, novela, proyecto o adaptación, como para difundir el contenido del joven *booktuber*.

A partir de la influencia que estos lectores tienen entre los miembros de la comunidad instalada en *YouTube*, los beneficios que de ellos se pueden obtener, por parte de la industria editorial, así como en los autores, se vuelven cada vez más grandes. Ello lo comprueba el escritor mexicano Alfonso Sandoval, quien, durante la Feria Internacional del Libro de Minería (FIL Minería-2016), compartió su experiencia relacionada a algunas de las aportaciones que estos jóvenes han brindado en su trabajo:

“ Con los booktubers -jóvenes que hacen crítica literaria que difunden sus opiniones en YouTube- lo que tienes es una tribuna pública, para bien y para mal y más para bien; con la tribuna pública cada quien toma el libro que quiere y dice lo que quiera sobre dicho texto, no me molesto si no les gusta mi libro. Mucha gente me ha conocido gracias a esta innovación y no sólo he llegado a más lectores, también he ganado amigos⁴³ ”

Los jóvenes *booktubers* han encontrado, a partir de sus vídeos y demás material compartido por la red, diferentes oportunidades para pronunciarse en eventos dirigidos a la literatura, así como promocionar el trabajo de un autor favorito, pero estos beneficios no concluyen allí, ya que la popularidad del *booktuber* puede llevarlo también a colaborar con la industria, al igual que obtener ciertos beneficios que no habrían tenido antes.

Antes pensaba que era un pasatiempo solitario, estaba acostumbrada a leer para mí, hasta que descubrí Booktube. Ahora estoy más cerca de los autores y los lectores, me siento acompañada, leo y no puedo esperar para compartir mis experiencias. Esto lo relató la *booktuber* mexicana Claudia Ramírez, durante la mesa redonda titulada *Beek: Uniendo lectores, autores y booktubers*, llevada a cabo durante la FIL Minería-2016.

Así, con el apoyo de *YouTube*, lectores, autores e industria editorial crean un vínculo, donde su interacción se guía por el firme propósito de compartir, tanto los atributos que tiene la lectura como eventos que abren e incentivan la conversación amistosa entre los miembros.

43 Díaz A. Feria de Minería reúne a escritores y "booktubers", El Universal. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/letras/2016/02/24/feria-de-mineria-escritores-y-booktubers>

Además, gracias al alcance proporcionado por la red, distintos trabajos literarios han tenido continuidad y popularidad, los cuales les lleva a aumentar el número de seguidores. Ejemplo de ello son la publicación de segundas partes de una historia, libros ilustrados, nuevas ediciones, entre otras propuestas que demuestran la vigencia e interés por esta actividad.

Los *booktubers* han logrado, desde su aparición por internet, transformar no sólo la manera en que la industria editorial percibía e interactuaba con el público joven, que deja su estado de aislamiento para ser ahora incluido dentro de las actividades interactivas. Participa asimismo en publicaciones que les son llamativas y conecta también con otros lectores de su edad que se identifican con el tipo de personalidad, intereses o gustos del *booktuber*, reconocido como una persona en quien confiar cuando de libros se trata.

Es a partir de su exploración, así como adaptación del medio, que muchos lectores han logrado descubrir su pasión por los libros. La búsqueda por internet a través de las distintas comunidades de lectores que, como ellos, buscan e invierten su tiempo en la literatura, es la manera de continuar con la conversación y promoción. *YouTube* ha significado así, en una nueva oportunidad para que el público hable sobre libros.

3.2.2 BOOKSTAGRAMMER

Capturar ese instante de belleza, alegría o reflexión para conservarlo como un recuerdo al cual se puede acceder después y que aumenta al mismo tiempo la cantidad de historias por compartir, es una actividad que guarda en sí misma un proceso donde se externalizan gustos, conocimiento e inspiración creativa que permite a cada persona ser ella misma e inmortalizar las distintas facetas experimentadas durante su vida.

Este álbum, por mucho tiempo privado, ha encontrado la mirada y admiración de otras personas, quienes actúan de forma recíproca al mostrar a su vez las fotografías que tanto valoran. El deseo por compartir sus imágenes se

conecta con la red de *Instagram*, un espacio virtual donde lo que se ve ejerce mayor influencia que el audio o texto. La dinámica de interacción entre usuarios vuelve a materializarse.

Esto motiva a sacar la versión más creativa, divertida e interesante de los usuarios, al igual que la respuesta animosa por parte de los seguidores, quienes ven en *Instagram* una herramienta perfecta para conocer y conectar con otras personas, la síntesis de un momento e idea expuesta de tal forma que las piezas de la escena exalten la esencia del mismo.

En lo que respecta a los lectores, *Instagram* es un medio más para demostrar que la lectura se puede adecuar a cualquier contexto y espacio, en el que encuentra nuevas formas para compartir experiencias e historias que involucran emoción, conocimiento e ingenio.

Se les conoce como *Bookstagrammers* a los miembros de una comunidad lectora que combina la fotografía con el gusto por la lectura y genera contenido colorido con frases y elementos alusivos a la historia de un libro. Sobre este grupo, la escritora argentina y especialista en literatura *Young Adult* (YA), Cristina Alemany, opina:

“

Hay que seguirlos de cerca y ver cómo evolucionan. En estas nuevas formas de leer y socializar, la imagen, la interpretación plástica del contenido del texto, el significado del mensaje, son muy importantes. Hay un poder de síntesis en *bookstagram*, un impacto visual y semiótico muy grande y está al alcance de todos. Pensemos que se puede hacer simplemente con un teléfono⁴⁴ ”

La red social, así como la tecnología propia de la era digital, facilita a los lectores no sólo la difusión de libros, sino que abre también otro tipo de oportunidades para transmitir el gusto por la lectura, donde se recurre a la posibilidad de resaltar diferentes características que destaquen, ya sea el contenido mismo del libro como todo aquello que lo rodea.

Este tipo de acciones se presentan como una ventaja para promocionar el libro que si bien no asegura su adquisición y lectura inmediata, si abre una oportunidad para que los jóvenes tengan conocimiento sobre lo que pueden leer, lo cual puede facilitar su futura elección.

44 Scherer F. Cristina Alemany: "Los chicos leen en comunidad, entre pares", La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1919450/-cristina-alemany-los-chicos-leen-en-comunidades-entre-pares>



Figura 9. Fotografía de la novela *Caraval*, de Stephanie Garber. Tomada de la cuenta de la *Bookstagrammer*: canxdancexreads

Las publicaciones constan así de un breve texto con una fotografía alusiva, esta última se destaca por contar con elementos ajenos que resaltan, ya sea el diseño de la portada así como alguna escena del contenido. Además, hay cuentas donde los *bookstagrammers* fabrican adornos literarios -tarjetas, peluches, dibujos, velas, bisutería-, para acompañar la fotografía sobre su libro favorito.

El ingenio y tiempo invertido durante la estructuración de la imagen culmina en una pieza que cuenta una historia, muestra un estado de ánimo, invita a ser parte del mundo proyectado en la fotografía, a leer y ver más allá de las letras o dibujos plasmados en el libro. Se propone con esto una versión diferente de la lectura y un punto de vista fresco sobre lo que es tener un ejemplar en las manos, el cual deja de percibirse como un artículo más de la habitación, para convertirse en un objeto de colección u orgullo.

La dinámica dentro del fenómeno *bookstagram* se guía, por lo tanto, de contenido constante pero condensado, a diferencia de la comunidad *booktuber*. El número de publicaciones a la semana son superiores, pues logran compartir de dos a tres imágenes al día, donde se permiten mostrar diferentes facetas sobre un mismo libro, así como jugar con las temáticas, diseños, ambientes o colores que en ocasiones suelen compartir las novelas.

Las fotografías de libros no son lo único que se puede observar en las cuentas. Su pasión e interés alcanza otras categorías que van más allá de un título o autor en específico. Por medio de *Instagram*, los lectores tienen la posibilidad de capturar imágenes cuya atmósfera logre transmitir la emoción y amor por los libros, así como transportar a la persona a aquel sitio e incluso lo motive a recordar anécdotas sobre sus propios descubrimientos. De este modo es como bibliotecas, librerías o salas de lectura hallan un creciente protagonismo por parte de los lectores, lo cual trae renovaciones o nuevas aperturas.

El enfoque e importancia que estos lugares han encontrado, a partir del interés mostrado por los lectores, resulta interesante, ya que invitan al público a mirarlos desde otra perspectiva, una que resalta los pequeños detalles, aporta emociones e incita a crear historias. La innovación se mezcla con antiguas aficiones que mejoran la experiencia y el conocimiento del lector.

Así, espacios como la biblioteca Tianjin Binhai, en China, la cual es famosa por su diseño futurista y su capacidad para albergar 1.2 millones de libros, se convierten en una celebración donde los lectores son invitados especiales. Este tipo de propuestas no sólo ayudan a promocionar el avance o diseño tecnológico, sino que brindan también un apoyo a la lectura y se crean lugares atractivos para las personas, de los cuales pueden vivir experiencias nuevas que contagien a otros a visitar e iniciarse en la misma.



Figura 10. Biblioteca Tianjin Binhai, en China

La juventud ya no sólo se interesa por la lectura, sino que se pronuncia a través de espacios como *YouTube* e *Instagram* para conversar y compartir su experiencia. *Booktubers* y *bookstagrammers* son ejemplo de una nueva forma de leer, hablar, compartir e interesarse por los libros, en la cual descubren, por una parte, el talento para reseñar sus historias favoritas. Por otro lado, esta actividad les brinda también un aprendizaje acerca del área literaria, así como la posibilidad de convivir o conocer a personas dentro de la industria.

Ambas comunidades de lectores han hallado con el tiempo y la práctica distintos aprendizajes, beneficios, experiencias pero, sobre todo, conocimiento especializado en sus géneros favoritos que, gracias a su constancia e interés por cierto tipo de temáticas, pueden generar contenido enfocado a la historia.

3.3 ESPECIALIZACIÓN QUE MOTIVA

El conocimiento a fondo y certero de acontecimientos, así como características, buenas o malas, referentes a un tópico permite a una persona, no sólo verse beneficiada en situaciones de prueba, al igual que adquirir el conocimiento necesario para no caer en engaños, sino que brinda, además, la oportunidad de compartir información relevante a quienes son menos experimentados. Con ello se obtiene, por una parte, nuevas e interesantes ideas que pueden retroalimentar su percepción del área y, por otra, motivación e inspiración para dejar de lado la rutina y darse la oportunidad de conocer diferentes propuestas.

La labor que muchos especialistas brindan a los demás, da pie a que la información se expanda, actualice, asombre y atrape la atención de quienes van en busca de nuevas cosas, así como de otros que desean ampliar su conocimiento. Esto, aunque siempre ha sido posible, tiene el apoyo de las redes sociales, a través de las cuales se da la oportunidad a distintas personas para aprender, a partir de los comentarios o experiencias basadas en una formación previa.

Ser especialista o conocer de un tema no siempre significa el estar sujeto al respaldado de un título, ya que puede lograrse también a través de la práctica e investigación personal, la cual se guía por un deseo o necesidad propia de aprender a detalle sobre algo. La motivación e interés quedan reflejados en el trabajo, propuestas u opiniones compartidas con otros, según la dedicación invertida por aprender y ser mejor.

Los espacios dedicados a un área o pasatiempo surgen como una respuesta a ello, los cuales tienen presencia en las redes sociales e internet, donde se logra difundir temas cada vez más especializados. Géneros literarios, autores, eventos, productos y demás propuestas logran tener su propio espacio virtual como respuesta a la pasión demostrada por los lectores.

Los jóvenes lectores alcanzan, a través del apoyo del uso de las redes sociales, no sólo avivar y compartir la creatividad de un autor al escribir, emoción al leer e interés por una historia al reseñarla, sino que la especialización aumenta hacia un tipo de temática.

Esto ha sido también un punto relevante para la implementación de nuevos trabajos, colaboraciones o seguimiento de un autor, lo cual aumenta la atención de sus seguidores y llama la de otros. El panorama se muestra así prometedor para diferentes propuestas, donde la difusión surge, ya no por la publicidad de la industria, sino de la opinión del lector experimentado en el tema.

Booktubers y *bookstagrammers* entran a escena, la predilección demostrada por un género literario queda plasmada en su trabajo, donde los nombres de autores son destacados a través de maneras creativas y emocionantes. Este tipo de cuentas ayudan a que los seguidores puedan encontrarse con sorpresas interesantes que nutran su conocimiento o experiencia.

Transforman de este modo el espacio de conversación y difusión literaria, en los cuales los jóvenes dirigen su atención a crear contenido especializado. Este se basa en las características propuestas por un género en específico y de él exaltan su esencia, así como particularidades que más les gustan. El álbum que resulta de estas prácticas no sólo se vuelve en un compendio novelístico sobre historias clásicas o novedosas, sino que llega a poseer un distintivo visual que

enaltece al libro. Además, la manera de presentarlo influye también en las emociones que puede despertar su lectura.

En *YouTube*, los *booktubers* logran enfocar su contenido de acuerdo a las cualidades de uno o varios géneros que disfrutan leer. Los vídeos compartidos con este propósito, siguen las dinámicas de tipo *Top*, una manera más accesible y popular para seleccionar aquellos títulos que siguen una temática.

Entre los subgéneros más vistos se hallan el *Young Adult*, *Distopía*, *Erótico*, *Romance* o *Fantástico*, ya que recurren a temas y emociones comunes durante la juventud, cuentan también con un mayor número de publicaciones actuales, así como de productos que aumentan su difusión, como lo son las adaptaciones a series o películas.

En el caso de *Instagram*, la labor del *bookstagrammer* enfocado a un género resulta más evidente. Las cuentas muestran fotografías que siguen un mismo ambiente, estilo, títulos donde se recurre a frases o palabras demostrativas del género, así como la propuesta y recurrencia de autores catalogados dentro de la temática.



Figura 11. Fotografía tomada de la cuenta de la *Bookstagrammer*.
crimebythebook

Los subgéneros más recurrentes son el Fantástico, Suspenso, Juvenil, Crimen o Policiaco. El contenido que exponen logra exaltar atributos y emociones de todo tipo, pero lo más llamativo de las cuentas es su posibilidad para experimentar con colores, accesorios, material creado por ellos mismos, así como la libertad de idear escenarios donde aparezcan otros libros o, simplemente, compartir imágenes de sitios relacionados al género. Se proponen también títulos menos publicitados, pero que son trabajos que valen la pena dar a conocer.

A partir de este tipo de actividades se demuestra el compromiso, pasión e interés que presentan los jóvenes lectores hacia el conocimiento y divulgación de libros, ya no sólo desde un punto de vista fanático, sino que hay aquellos enfocados cada vez más a una temática.

A pesar de esto, la exigencia de algunos lectores, su información e ideas que pueden surgir a partir de la predilección por un género o historia, les ha llevado a alcanzar otros espacios donde pueden continuar su aprendizaje, así como implementar diferente contenido que sirva de apoyo al trabajo que venían realizando.

3.4 APORTACIONES Y ALCANCE

Dado que el crecimiento de la comunidad lectora ha llegado a espacios cada vez más especializados, como son las plataformas que siguen e incentivan su dinámica, era de esperar que su influencia llegase a traspasar con el tiempo al mundo virtual, del cual habían surgido, para encontrar un espacio real donde complementar su trabajo e interés por la literatura.

Su trascendencia hacia una dinámica fuera de internet permite que otro tipo de colaboraciones, beneficios y programas sean posibles. El alcance se vuelve, a partir de estos nuevos sitios, en una puesta en escena de interesantes trabajos, donde se unen propuestas ya utilizadas por la industria con las diferentes ideas de los lectores; colaborando cada uno en la promoción.

Ya sea como presentadores, mediadores de un debate, autores o, simplemente para ser testigos de algún evento literario, la participación de los

booktubers se presenta como una opción atractiva que ayuda a promover nuevas publicaciones, así como transformaciones en la forma de interactuar de la industria con este público.

Al igual que sucede con los *youtubers*, quienes comenzaron a llegar a acuerdos con editoriales como Planeta o Penguin Random House para publicar un libro sobre sus actividades. Los *booktubers*, por su parte, obtienen esta misma invitación, sin embargo, el contenido de estos últimos sigue una temática distinta, pues su cercanía y gusto por las historias influye en su escritura.

Retomando el caso de los *youtubers* y las publicaciones que ellos hacen, Myriam Vidriales, jefa del área de *marketing* de Planeta, comenta en una entrevista relacionada con la dinámica entre editoriales con influenciadores de internet, lo siguiente:

“La gestión con estos chicos es muy diferente a tratar con autores de ficción o de no ficción. Estos chavos no viven de los libros, para ellos el libro es una plataforma más donde pueden hacer un contenido interesante. Pero no tienen una vinculación lineal con las editoriales. Se relacionan totalmente de otro modo, sin la solemnidad; cuando haces eventos con ellos es una gestión de superstar, hacemos hasta 1000 personas porque más de seis horas de firma es imposible⁴⁵”

Así, estos chicos que no son propiamente escritores ni tienen estudios sobre literatura, no es un impedimento para atraer la atención del público joven hacia la lectura. Durante la entrevista, la jefa de *marketing* expone un punto interesante que muestra el cambio que representó para la industria el incluir a los influenciadores:

“Cuando hicimos Yuya, hace cuatro años en la FIL, las niñas jamás habían estado en la Feria. Y con ello ganamos público⁴⁶”

El papel que representó, en su momento, la publicación y participación de un *youtuber* durante las actividades de las ferias de libros demostró ser una ventaja u oportunidad para que otros títulos y sellos editoriales formaran parte del

⁴⁵ Maristain, M., Los booktubers, los YouTubers: ¿Una nueva manera para difundir los libros?. Disponible en: <http://www.sinembargo.mx/27-01-2018/3377458>
⁴⁶ Idem.

conocimiento de los jóvenes, pues estos podían entrar en contacto con diferentes propuestas de entretenimiento.

El caso de los *booktubers* se presenta de manera similar. Aun cuando su inclusión fue tiempo después, la retribución fue igual de prometedora para ambos actores. La presencia de estos jóvenes lectores atrae no sólo a un público mejor enfocado a la literatura, sino que otro tipo de eventos se pueden desarrollar gracias al compromiso de los seguidores y el trabajo del *booktuber*.

Seguidores, curiosos y novatos en la lectura pueden acercarse a la conversación que se desarrolla en conferencias, foros, entrevistas, entre otras actividades como juegos o talleres. Aportaciones que van más allá de los buenos comentarios por internet, los *booktubers* prometen algo más que sólo compartir vídeos. Ante ellos se presenta la oportunidad de crecer, ya sea como fan de los libros, como hasta el poder encontrar una profesión dentro de la industria.

El camino que se construye es motivador, donde editoriales, autores y lectores se unen cada vez más para revitalizar este campo. Un trabajo en equipo que requiere del compromiso y pasión demostrada por los *booktubers*, quienes contribuyen como lectores, así como conocedores de libros.

3.4.1 COLABORACIÓN CON LA INDUSTRIA EDITORIAL

Mencionar aquella editorial que envía regalos, nombrar autores favoritos, sagas que prefieren y ansían, así como estar presente en un stand o dentro del itinerario de conferencias o presentaciones de libro, son formas en que la figura del *booktuber* promueve el trabajo de una editorial, ya sea a través de sus vídeos o de publicaciones en sus redes para avisar sobre su participación.

La presencia de los *booktubers* durante el desarrollo de una feria del libro y la posible asistencia de sus seguidores al evento es un esfuerzo más dentro de la campaña publicitaria, en donde el joven lector se transforma en un embajador de marca. Si bien su presencia no sobrepasa la fama que tiene un artista, el poder

para influir o motivar a otros lectores a escuchar una conferencia, es de similar ayuda.



Figura 12. Miembros de la comunidad *Booktubers*, junto al escritor George R. R. Martin, durante su visita a la FIL Guadalajara 2016

Los beneficios se expanden ya no sólo a la editorial y al *booktuber*, sino que el evento como tal se halla recompensado también por estos esfuerzos de colaboración. En posteriores ferias o exposiciones, la asistencia tiene la oportunidad de aumentar, ya que los visitantes, al haber sido parte de experiencias pasadas, ubican aquellos sitios donde ver y comprar los títulos que recomiendan en vídeos o bien, encuentran nuevas propuestas.

El caso de las *booktubers* mexicanas: Claudia Ramírez (Clau Read Books) y Fátima Orozco (Las palabras de Fa), son ejemplos de estas colaboraciones. Ambas han estado presentes en ferias, ya sea como conferencistas o presentadoras. Claudia ha visitado la Feria del Libro en Palacio de Minería y, en su edición 2016, fue ponente durante la charla *Beek: uniendo lectores, autores y booktubers*. Además, se le invitó a conversar y entrevistar a la autora estadounidense, Laini Taylor, la cual formaba parte del grupo de escritores invitados durante la Feria del Libro en Guadalajara 2014.

Por su parte, Fátima estuvo presente durante la Fiesta del Libro y la Rosa, en su edición 2017, formando parte de la presentación del libro *Por una Rosa*, donde estuvo al lado del escritor Benito Taibo, al cual acompañó durante la firma de libros, ocupando un espacio para que sus seguidores pudieran tomar fotografías y obtener también su firma.



Figura 13. Benito Taibo y Fátima Orozco

Estos ejemplos reflejan que el público joven se muestra participativo durante estos escaparates e incluso adquiere las novelas para obtener una firma del autor. Se trata de un resultado positivo que motiva a continuar con las colaboraciones, al igual que promover nuevas formas de trabajo.

Visitar ferias fuera del país es un ejemplo más sobre ello, dado que, los jóvenes *booktubers* son blanco también de eventos que buscan crear experiencias diferentes, las cuales no sólo puedan sorprenderlos, sino que emocione de igual modo a los seguidores de sus invitados.

BookExpo America (BEA), con sede en Nueva York y Chicago, se considera la vitrina literaria más representativa del mundo, pues se presentan publicaciones próximas a salir a la venta, las cuales se regalan a los asistentes o, ARC (*Advanced Reader Copy*), firmadas por los autores, quienes se hallan también en

el evento para compartir sus avances, experiencias o sólo por convivir con los lectores.

Toda esta experiencia se comparte con los *booktubers* o *bloggeros*. Ellos registran el evento por medio de fotografías, grabaciones o transmisiones en vivo, a través de sus redes sociales. Al ser partícipes de la celebración pueden obtener libros firmados, novedades, conversaciones cercanas con miembros de la comunidad *booktuber* de otros países, entre otras experiencias que motiva, tanto a ellos como a sus seguidores, a no abandonar esta pasión por los libros.



Figura 14. Claudia Ramírez

De este modo se logra transmitir paso a paso la experiencia que conlleva el evento, así como la comunidad de lectores a los cuales se pueden unir otros jóvenes para compartir comentarios, deseos e intereses relacionados al universo que proporciona la lectura.

Respecto a otros intentos por acercar a los jóvenes a las dinámicas y beneficios que proporciona la lectura, editoriales como el Fondo de Cultura Económica, así como Penguin Random House, crean concursos donde los *booktubers* ya establecidos, al igual que aspirantes a formar parte de la comunidad, pueden participar para ganar libros u otros artículos.

La primera cuenta con el *Concurso Internacional de Booktubers*, donde se invita a niños y jóvenes a leer, grabar y compartir en *YouTube* sus videoreseñas, las cuales son evaluadas por autores, así como algunos *booktubers* famosos. La segunda editorial, por su parte, busca colaboradores dentro de la comunidad de *bloggeros* o *booktubers* para formar acuerdos que continúen e incentiven la lectura.

Propuestas como estas demuestran al final la importancia de escuchar e incluir al lector joven, ya no como un neófito de la literatura, sino como un miembro

de la comunidad que tiene la capacidad de mantener una conversación sobre temas relacionados al área, haciéndolo con base en experiencias previas y conocimiento acumulado luego de una búsqueda personal.

Pero, aun con los beneficios que han demostrado este tipo de colaboraciones, se pueden identificar otra clase de alianzas que, si bien están dirigidas a un trato más cercano y profesional con el *booktuber*, tienen la capacidad de continuar con la promoción de la lectura, así como demostrar el apoyo que la industria puede proporcionar.



Figura 15. Claudia Ramírez y la escritora Laini Taylor

3.4.2 PROYECTOS PROPIOS

Estos privilegios y oportunidades que de otra manera no habrían sido posibles, sino luego de franquear muchos obstáculos, son ahora accesibles. El alcance y apertura proporcionadas por internet incentivan el contacto entre personas e industrias, de manera que la unión de estas puede ser algo real, en donde ambos actores se vean beneficiados, no sólo personalmente, sino que generan a su vez productos, mensajes o servicios innovadores y enfocados a los intereses de la sociedad.

La industria editorial ha encontrado en el trabajo del *booktuber* una oportunidad de acercarse al público joven de formas creativas y cercanas a ellos, sin embargo, su labor no sólo se enfoca en colaboraciones programadas por unos cuantos días o donde el centro de atención sea exclusivo de ellos, también

incluyen el trabajo que pueden proponer algunos jóvenes en cuanto a la publicación de su novela.

De forma similar a los *youtubers*, la industria editorial recibe y promociona la historia de un *booktuber*, el cual tiene la oportunidad de dar vida, estructura, personalidad, así como una portada a ese libro que parecía lejos de publicarse. Si bien, no todos cuentan con estudios enfocados al área de letras o algo relacionado, pues hay casos donde los jóvenes si van dirigidos a ese campo, su conocimiento basado en la lectura constante, conversaciones sobre estas y ejercicios al publicar en redes, *blogs* o notas personales les permiten crear contenido que gusta a los lectores.



Figura 16. Libros *Zelic* (abajo). *Ocho lugares que me recuerdan a ti* (arriba).

Tomada de la cuenta de Instagram @soyraizarevells

Zelic. La nueva tierra es una novela escrita por dos *booktubers*: Raiza Revelles (México) y Sebastián Arango (Colombia). Una historia dentro del género de la ciencia ficción que surge luego de charlas y juegos, la cual recibe el apoyo de editorial Planeta para su publicación. Esta editorial cuenta con dos libros del *booktuber* mexicano, Alberto Villarreal, quien escribe *Ocho lugares que me recuerdan a ti* y *Todo lo que fuimos*, ambos reciben una respuesta positiva por parte de los lectores jóvenes.

Sasha Alsberg, *booktuber*, *bookstagrammer* y co-autora de la saga *Zenith: The Androma*, es un ejemplo más sobre cómo la comunidad de *booktubers* de habla hispana e inglesa, puede llegar a ocupar puestos serios dentro de la industria editorial, respaldada por el apoyo de sus seguidores en *YouTube*, donde además continúa la charla sobre libros y experiencias durante lecturas, viajes o vida personal.



Figura 17. Sasha Alsberg

A la par, estos jóvenes comparten también fotografías por *Instagram*, que abarcan a cubrir las comunidades propias de la red. En cuanto al grupo de *bookstagrammers*, su participación colaborativa se refleja en mayor medida con imágenes enfocadas a mostrar algunos regalos enviados por editoriales, además de mostrar sitios donde leer y que cuentan con ambientes idóneos para disfrutar o adquirir novelas interesantes.

Se cuenta también con ejemplos de jóvenes en espera de una publicación literaria. Ejemplo de es el caso de la escritora Rae DelBianco, una influencer estadounidense enfocada a compartir sus lecturas a través de esta plataforma, obtiene fama entre la comunidad lectora, así como un estilo propio para sus fotografías.



Figura 18. Rae DelBianco y su primera novela *Rough Animals*

Por medio de estos casos se revela también la inclusión de este público, el cual colabora con publicaciones exitosas y con seguidores participativos,

aumentando así la popularidad de una editorial, además de contribuir a la difusión del talento literario que cada nación posee.

A partir de estas prácticas, la industria se renueva y fortalece con proyectos novedosos, los cuales se hallan mejor adaptados a los gustos de cada lector. Esta labor no se detiene o limita con las plataformas y redes mencionadas, pues al igual que hay renovaciones dentro de la industria, las hay también en este campo. Como muestra de ello se encuentra el caso de una nueva red social, diseñada con el objetivo de continuar e incentivar la dinámica literaria.



Figura 19. Sitio oficial ALIBRATE

Nombrada como Alibrate, esta red de lectores se inaugura como un espacio que suma a la búsqueda de libros, la posibilidad de entablar conversaciones, debates y recomendaciones sobre lecturas de todo tipo. A cargo de su difusión se pueden encontrar escritores y *booktubers* como Claudia Ramírez, quienes forman parte de la lista de miembros que ofrece la red.

Estos ejemplos demuestran la habilidad e influencia que los jóvenes lectores ejercen, ya sea a través de una plataforma, red social o participación en eventos literarios, durante la era de lo digital, donde el ingenio y creatividad de adaptación pueden llegar a casi cualquier lugar gracias a los beneficios que ofrece la tecnología, se multiplican cada vez más y lo hacen por medio de propuestas novedosas, las cuales benefician al trabajo ya realizado por editoriales.

Así, la sinergia de comentarios, pero sobre todo, el de compartir la pasión hacia los libros, resulta al final en respuestas positivas, tanto para el público, como para el contenido literario de la industria. Este tipo de dinámicas se hallan en México, en donde el apoyo es bien recibido por parte de escritores como Benito Taibo, quien comparte espacios con la comunidad de jóvenes lectores, los cuales se pueden identificar y reflejar a través de sus libros.

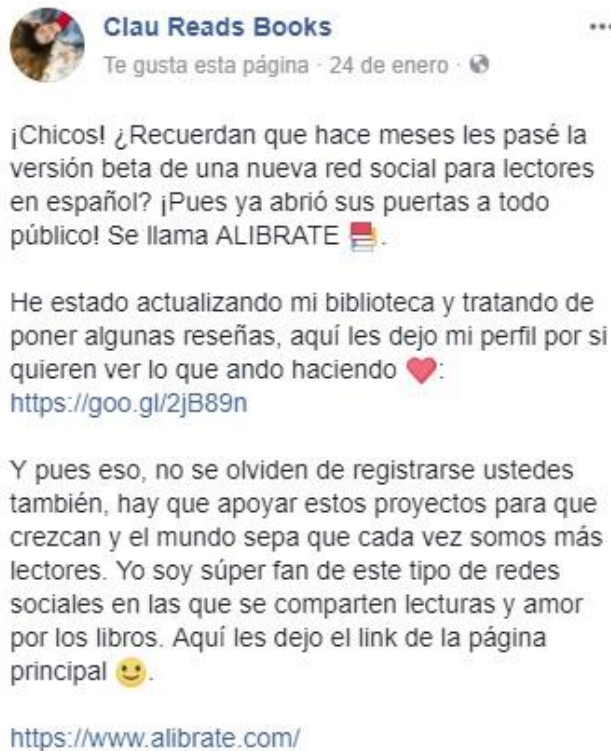


Figura 20. Publicación de la cuenta de Facebook Clau Reads Bokks

CAPÍTULO 4

HISTORIAS QUE HABLAN

México inicia 2018 con presencia en el mapa de industrias como la cinematográfica, moda o diseño que por mucho tiempo fueron tierras ajenas y lejanas para la inclusión del talento nacional. Si bien había trabajos interesantes de mexicanos, no eran tan reconocidos como lo son ahora, cuando artistas, así como nuevas propuestas implementadas por individuos dentro de áreas diversas tienen la capacidad de hacer cambios y difundir a su vez la creatividad propia de su lugar de origen.

La literatura mexicana se ha visto a la par de otras industrias, ya que dentro del campo de las letras, la búsqueda e innovación de propuestas, así como de estrategias para comunicar y dar a conocer el talento que emerge en los diferentes tipos de géneros es cada vez más evidente. Sus exponentes no sólo se adentran a la alternativa digital, sino aprovechan también las aportaciones del público lector inmerso ya en una dinámica guiada por el interés de conocer y compartir la pasión por los libros.

Así, una vez reconocidos estos espacios de interacción virtual -primero *YouTube* y luego *Instagram*-, la industria editorial que se enfoca en el panorama mexicano, inicia una labor de contacto con aquellos *booktubers* que logran destacar gracias al número de seguidores en redes sociales, gustos literarios y comentarios ad hoc con la visión que persigue este primer actor o promotor de la lectura, dando la bienvenida a nuevos contactos, vías de comunicación y esfuerzos publicitarios.

Las colaboraciones entre editoriales con *booktubers* no son las únicas vías de comunicación que buscan compartir y fomentar la lectura. Existe, además, la oportunidad de mantener una relación con un tercer actor, el escritor. Este, aun cuando forma parte del grupo editorial, cuenta con proyectos que tal vez sigan rutas diferentes o poco elegidas, pero las cuales al final convergen en la misma meta.

Escritores, *booktubers* e industria editorial construyen, por lo tanto, puentes que unen su pasión por la literatura. Su esfuerzo e interés por dar a conocer el trabajo nacional a los lectores jóvenes mexicanos, quienes se muestran motivados y participativos en lo que respecta a todo aquello que forma parte del universo de libros, es el vínculo que les une.

Una vez que se implementan las dinámicas de cooperación, comunicación e interacción entre estos cuatro actores -escritor, *booktuber*, lector e industria editorial-, cada uno se transforma en un punto clave para iniciar un diálogo que los lleve a resultados positivos, a partir de sus acciones colaborativas.

Con el fin de esclarecer la presencia de estos actores en el panorama mexicano y tener en cuenta la labor que cada uno representa para alcanzar ese gran objetivo de fomentar la lectura, se seleccionan:

1. Industria editorial: Planeta de Libros (extensión en México de Grupo Planeta)
2. Escritor: Benito Taibo
3. *Booktuber*: Fátima Orozco
4. Lectores: Jóvenes

A partir de sus acciones, tanto particulares como en equipo, el trabajo literario mexicano encuentra apoyo, al igual que difusión dentro y fuera del país, ya que gracias al complemento que brinda internet, la comunicación de sus novelas puede llegar e impactar en otros sitios, además de cautivar a nuevos lectores o talentos.

México no se halla, por lo tanto, ajeno al interés de promover la lectura, nacional e internacional en el público, más bien ha implementado actividades atractivas -ferias del libro, festivales, ventas masivas-, que logren destacar entre el cúmulo de propuestas de entretenimiento.

4.1 JUSTIFICACIÓN

¿Por qué elegir estos cuatro actores?, si bien en México existen muchos talentosos candidatos para cubrir cada rubro, se opta por seleccionar aquellos nombres que han representado un parteaguas o motivante para que otros logren sumarse a esta dinámica.

Planeta de Libros se elige dado que es la editorial donde tres *booktubers* han logrado publicar sus novelas, con ello se demuestra el reconocimiento y apoyo de parte de la institución hacia el trabajo de los miembros de esta comunidad. Además, Benito Taibo forma parte del catálogo de autores publicados, entre cuyos títulos hay dos que han sido populares entre lectores jóvenes.

Taibo es uno de los escritores mexicanos que más han apoyado a la comunidad de lectores jóvenes, pues no sólo escribe para ellos, sino que charla y convive también con estos a través de los espacios propuestos por las editoriales, ferias, universidades o encuentros patrocinados por plataformas como TED.

Fátima Orozco es conocida por ser una de las primeras *booktubers* en México. Inaugura su canal en 2012 y, desde ese momento, crece el número de sus suscriptores. A partir de sus vídeos, ha logrado ganar la confianza y reconocimiento de sus seguidores, quienes se hallan presentes en charlas o presentaciones a las que ella asiste en compañía, muchas veces, del escritor Benito Taibo. Durante estas, Fátima demuestra ser también un actor importante, no sólo para la asistencia a eventos, sino en la percepción que tienen los jóvenes sobre la lectura.

Son, finalmente, los lectores jóvenes quienes hacen posible que la dinámica e interacción cobre resultados óptimos para los tres anteriores, pues sin su participación, la promoción del trabajo literario se vería opacado por las innovaciones en otras industrias. El lector cierra así este proceso de comunicación, en donde sus otros participantes se unen para crear sinergia en torno a esa pasión que los mueve y que a él dedican su tiempo: el libro.

Una vez identificados quiénes son y por qué se eligen estos actores, lo que sigue a continuación es reconocer de manera más específica, los roles que cada uno ejerce dentro de su contexto, los cuales demuestran ser beneficiosos para la literatura mexicana, así como para el hábito de la lectura.

4.2 OBJETIVO DEL ANÁLISIS

Demostrar los procesos de comunicación entre diferentes interlocutores para el fomento de la lectura.

4.3 METODOLOGÍA

El propósito general que guía a cada actor, además de las metas secundarias que pueden albergar, se relaciona de forma directa con el interés por fomentar la lectura a un mayor y más variado público. Cumplir este objetivo, el cual encierra en sí mismo diferentes puntos de vista, así como formas de compartir un mensaje lo suficientemente atractivo para los gustos de un lector, conlleva diferentes caminos y posibilidades por intentar, según sean las características, contexto e intereses del actor.

Para describir y analizar las relaciones que se desarrollan durante el proceso de comunicación e interacción entre los cuatro actores, así como reconocer las diferentes aportaciones que cada uno puede lograr desde su posición y relación previa que establece con los lectores, se decide utilizar el modelo triádico de Charles S. Peirce.

Si bien, el propósito del modelo es en primera instancia, comprender la generación de sentido que todo signo posee, su aplicación a este caso se hace a partir del aporte que brinda para conocer y evidenciar los cambios posibles que puede llegar a experimentar un mensaje al estar sujeto e influenciado por quien lo manifiesta, además de reconocer las interconexiones entre un actor con otro.

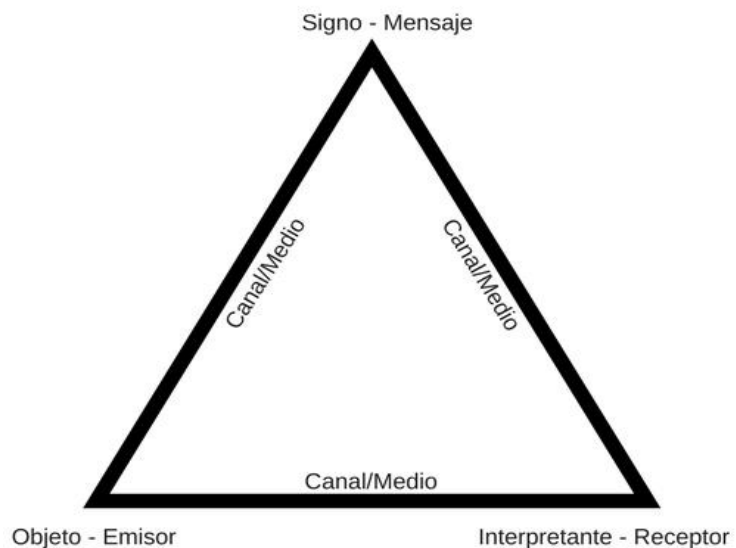
El motivo de su adaptación se debe a la inclusión y pertinencia que recibe el papel del sujeto durante el proceso de recepción y emisión. Se propone una participación más activa en la cual no se vea limitado con sólo recibir una versión del mensaje, sino que tenga también la oportunidad de modificarlo, mejorar su contenido y ser adaptado a un cierto contexto. El sujeto, por lo tanto, deja atrás su rol como receptor para convertirse en un actor con la facultad de decir lo que piensa, integrándose poco a poco a la dinámica de comunicación.

Rodeados por mensajes que llegan de otros emisores, el proceso de comunicación se vuelve, entonces, un ciclo donde los actores se interconectan, experimentan con nuevas variantes y realizan aportaciones de diferentes fuentes, apropiándose de roles dobles o, como se entiende en el modelo, se vuelven interlocutores.

A partir de esto, el modelo tiene la capacidad de brindar una oportunidad para entender el proceso de comunicación que llevan a cabo los distintos actores identificados durante la dinámica de difusión de la lectura, donde se muestran niveles de interacción y cada uno aporta información al otro, la cual a su vez permite mensajes diferentes que se transmiten; un proceso infinito con propuestas creativas e ingeniosas.

El esquema a utilizar se presenta y define a continuación. Se realiza su equivalencia con el modelo usual de comunicación con el fin de ubicar el papel que juega cada uno e identificar el orden que sigue, el cual se desarrollará en cada caso.

MODELO DE PEIRCE



Término	Definición	Equivalencia al modelo de comunicación
Signo	<p>“Cualquier imagen, diagrama, grito espontáneo, señal con el dedo índice, guiño, nudo en el pañuelo, recuerdo, sueño, fantasía, concepto, indicio, seña, síntoma, letra, numeral, palabra, frase, capítulo, libro, biblioteca”⁴⁷</p>	Mensaje
Objeto	<p>“El objeto o referente del signo está representado y significado por el signo”⁴⁸</p> <p>“El signo es el elemento pasivo, el objeto es el elemento activo, el que determina al signo. Sin embargo, el objeto está ausente y sólo se puede conocer al objeto a través del signo, estudiando el signo y su contexto”⁴⁹</p>	Emisor
Interpretante	<p>“No basta con que el signo represente un objeto; también necesita ser interpretado como tal”⁵⁰</p> <p>“El signo actúa sobre el interpretante, transacción en la que el interpretante es el que recibe. Pero una vez producido, el interpretante -tercero en la relación triádica del signo- se convierte otra vez en signo- es decir, primero- de la próxima relación triádica, y así sucesivamente”⁵¹</p> <p>“Cada nuevo interpretante provee información más completa sobre el objeto subyacente, así que la cadena infinita de signos interpretadores señalará su punto final, la verdad. Por lo tanto, el proceso semiótico opera tanto para atrás, hacia el objeto, como para adelante, hacia el interpretante”⁵²</p>	Receptor

47 Gorlé L. D. La semiótica triádica de Peirce y su aplicación a los géneros literarios. Disponible en: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/155534.pdf>

48 *Ibid.*

49 *Idem.*

50 *Ibid.*

51 *Idem.*

52 *Idem.*

El orden que sigue cada integrante del modelo es descrito por Peirce:

“Un signo, o *representamen*, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún respecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo más desarrollado. El signo creado es lo que yo llamo el *interpretante* del primer signo. El signo viene en lugar de algo, su *objeto*. Viene en lugar de ese objeto, no en todos los aspectos, sino sólo con referencia a una especie de idea, que a veces he llamado el *fundamento* del representamen⁵³ ”

Una vez que se pueden ubicar e identificar los elementos que componen el modelo y que serán la guía para el análisis sobre cómo se llevan a cabo las relaciones entre los cuatro actores durante el proceso de comunicación de la lectura, se podrán reconocer los factores o dinámicas que hacen posible el aumento de la participación de lectores jóvenes, así como proporcionar un avistamiento de las actividades que se implementan actualmente en el área de la literatura.

4.3.1 MENSAJE

Si cada persona es diferente y posee distintos objetivos, los discursos que los guían lo son también. A partir de estos es que toman decisiones e interactúan con quienes comparten ideales, fines, gustos, espacios, de manera que logran cumplir sus metas, así como las se crean en conjunto. Las colaboraciones se vuelven la mejor opción para alcanzar un objetivo de forma progresiva y con un mayor alcance.

El mensaje es el punto de unión que logra conectar a diferentes entidades, las cuales pueden o no estar ubicadas dentro del mismo ámbito, pero las motiva un objetivo que las anima a unirse. El fomento a la lectura se vuelve, en este caso, el centro del cual parten y traspasan fronteras para revitalizar dinámicas que sumen a la causa.

53 Goriée L. D. La semiótica triádica de Peirce y su aplicación a los géneros literarios. Disponible en: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/155534.pdf>

Este gran mensaje que les sirve de guía no se traduce de la misma manera ni se comparte por el mismo canal. Ello se debe a las particularidades y experiencias propias que cada actor posee, los cuales se ven reflejados en la actitud y respuestas posibles de quienes se relacionan con estos. El área de donde provienen puede resultar en beneficios que no se habían considerado antes.

Fomentar la lectura en México funge como el mensaje inicial y, aun cuando se comprende su finalidad, es la necesidad de un enfoque mejor detallado lo que promueve una subdivisión que apoye con mayor éxito al objetivo. De este modo, cada actor relacionado a la causa hará los ajustes pertinentes para continuar con esta, pero que a su vez puedan mostrar otras perspectivas capaces de atraer la atención de públicos mejor segmentados.

Un actor tiene la capacidad de influenciar el mensaje de otro, es decir puede alterar la actitud de un receptor y a su vez motivarlo a continuar con la difusión, la cual podrá, por un lado, respetar el orden del contenido o, por el contrario, modificarlo de tal manera que se convierta en algo nuevo y logre atraer a otros actores que en principio no estaban contemplados.

El mensaje se considera, entonces, como equivalente del signo, ya que es este el que inicia no sólo el proceso de significación, sino también la forma que toma en primera instancia y de la cual surgirán nuevos ajustes, sustituciones e interpretaciones. La comunicación parte así de una intención que será difundida y entendida conforme se experimente el proceso de contacto con distintos medios, así como actores.

4.3.2 CANALES

El medio por el cual un mensaje se presenta ante los demás dice mucho de sí mismo. No sólo muestra el nivel de actualización e información que posee en cuanto a su receptor, sino que expone también el interés y creatividad para acercarse a éste de manera llamativa. Como si fuera su carta de presentación o

portada, ejercerá al mismo tiempo influencia en la opinión o percepción de quien lo recibe.

La elección de este queda a cargo del actor, es decir del emisor, ya que es quien, a partir del mensaje y el detalle o enfoque que sobre él desee interpretar, será la opción para su difusión. Por mucho tiempo fue la televisión el medio más utilizado pero, aun cuando ocupa un lugar importante dentro del público, una nueva opción ha logrado ocupar un puesto competitivo, el cual encontró la forma de conectar a aquellas personas con ideas diferentes, de manera que pudiesen interactuar a su gusto, enfocándose en lo que a ellos les interesa, desechar lo que no les gusta y tener la libertad de crear cosas nuevas; oportunidades que pocos o ningún medio anterior les había brindado.

Las redes sociales ocuparon un lugar importante dentro de la lista de opciones para comunicarse con otros. Dirigidos de una manera más enfocada a las necesidades e intereses del público, cada espacio logra reunir a grupos que disfrutan y explotan los beneficios que se presentan ante ellos, según sean las cualidades de la red, será la respuesta mostrada por sus usuarios.

Mientras que *YouTube* permite que el vídeo sea un modo de expresión donde las palabras e ideas obtienen popularidad y reconocimiento, *Instagram*, por su lado, explota el gusto por la fotografía, cuenta historias y mueven emociones sin decir una palabra.

La literatura se ha trasladado al medio digital, donde encuentra resultados positivos que le permiten compartir su mensaje de formas más personalizadas, creativas e innovadoras, las cuales tienen la posibilidad de atraer la atención de los usuarios que se desenvuelven e interactúan en estas. El resultado se traduce en dinámicas donde varios lectores pueden coincidir en un mismo espacio virtual para conversar e intercambiar información que propicia el fomento a la lectura, a través de comentarios o anécdotas afines al lector joven.

El canal, elegido por cada actor, les permite al mismo tiempo conectarse entre ellos, lo cual les permite encontrar nuevas propuestas, personajes y formas de comunicarse con el lector. Esto beneficia, al final, a la búsqueda de fomentar la

lectura, pues se adapta el mensaje al medio y sus usuarios para sacar lo mejor de cada uno, así como de sus colaboraciones.

4.3.3 INTERLOCUTORES E INTERPRETANTES

De acuerdo al modelo triádico, el interpretante es aquel que recibe un mensaje. Sin embargo, su papel y alcance no sólo se limita a esto, pues tiene la capacidad para actuar de dos maneras, las cuales dependen de qué tanto se identifica o coincide con el mensaje. La primera tiene que ver con demostrar interés por aumentar su conocimiento e informarse cuando así lo decida o segunda, transformar el mensaje en algo nuevo para compartirlo después a un tercero. Ambas actitudes pueden mostrarse al mismo tiempo en un interpretante: conocer, retroalimentar y difundir; tiene más habilidades que sólo el recibir.

Por esta razón, el interpretante ocupa un tercer lugar dentro del proceso, en el cual la idea o mensaje original ha experimentado algunas modificaciones realizadas por parte de los actores que tuvieron contacto previo con este, quienes dejan una huella que los identifica ante el público y logre, al mismo tiempo, empatizar con las variaciones del mismo, es decir, con las distintas comunidades de lectores.

Es importante reconocer, entonces, los roles que desarrolla cada actor dentro de la temática literaria. Definirlos en primera instancia, a partir de sus fines primordiales o causas por las cuales ellos existen para que, de esta manera, y luego de identificar sus intereses básicos, se puedan reconocer no sólo el sitio, así como el papel que interpretan dentro del proceso de comunicación de la lectura, sino también los cambios que experimentan al participar en espacios de internet e iniciar distintas colaboraciones entre actores del mismo rubro.

Industria editorial

Editorial Planeta o Planeta de libros, reúne el trabajo literario de escritores mexicanos, así como internacionales, clasificados desde clásicos hasta contemporáneos, a los cuales apoya con la distribución de sus diferentes propuestas novelísticas a un mayor número de lectores dentro y fuera del país.

Como empresa, Planeta dirige sus acciones hacia el cumplimiento de metas económicas que le permitan continuar con su labor de distribución, así como de expansión. Ofrecer propuestas literarias, a partir de la demanda demostrada por los lectores en el punto de venta, ha sido la manera acostumbrada para publicar títulos que parecían ser los más solicitados.

Sin embargo, con el tiempo, esto sólo provocó que, por una parte, títulos, autores y géneros literarios se hallaran repetidos en librerías, los cuales aun cuando eran solicitados por algunos lectores, no eran suficientes para atraer a nuevos integrantes. Por otra parte, las oportunidades para que otras personas pudieran publicar su trabajo eran limitadas, se consideraba un riesgo para la empresa invertir en alguien poco conocido.

En la medida que Editorial Planeta guiaba y mantenía sus acciones bajo una lógica de mercado, la cual repercutía notablemente en el contacto y conocimiento hacia el público lector que comenzaba a surgir a la par de las nuevas tecnologías, queda rezagada en temáticas que se enfocaban en crear contenido y dinámicas interactivas que pudieran atraer la atención de los jóvenes, quienes prefieren pasar su tiempo en internet o conversar con amigos que visitar librerías.

Planeta decide integrarse a la innovación propuesta por espacios como las redes sociales, de las cuales obtiene respuestas arriesgadas e interesantes, pues no sólo inicia contacto con los jóvenes, sino que tiene la oportunidad de sumarse y promover dinámicas donde pueda comunicarse tanto con los nuevos lectores, como con otros actores relacionados a la literatura.

Escritor

Benito Taibo, periodista, poeta y novelista mexicano, cuenta con alrededor de doce publicaciones, de las cuales cuatro son textos de poesía, en dos participa como coautor y seis se catalogan como novelas. Taibo se caracteriza por su entendimiento con el lector joven. Sus historias incluyen personajes descritos de tal manera que es sencillo identificarse con ellos.

A partir de esa comprensión e interés que Taibo demuestra hacia los gustos, deseos y situaciones cotidianas que experimentan los jóvenes, logra conectar con este público, no sólo por considerar su lenguaje, sino por escribir sobre sus pasatiempos, conflictos, preguntas o eventos divertidos que pueden llegar a vivir. En otras palabras: escribe para ellos.

Su rol es, por lo tanto, el de producir material literario que tenga la capacidad de atraer a más jóvenes hacia la lectura, ya sea con propuestas divertidas y amenas, como por su participación en eventos, los cuales no sólo tienen la capacidad de modificar la opinión de este público, sino que contribuye también a aumentar la popularidad, calidad y oferta que prometen los escritores mexicanos

Booktuber

Fátima Orozco compra, lee, graba, comenta y recomienda los libros que llegan a sus manos en su mayoría del género juvenil, aunque siendo una lectora ávida, tiene la capacidad de opinar sobre otras lecturas. A través de *YouTube*, ella comparte experiencias y emociones, así como anécdotas o datos curiosos que pueden nutrir el proceso de lectura de quienes la ven en su canal.

Al ser una joven como muchas otras -estudiante, hija, amiga, novia, lectora- Fátima puede unir y encontrar situaciones en donde un personaje o historia la han ayudado a sentirse mejor. Demuestra situaciones reales, a diferencia de lo que sucede con una figura pública, con las que sus seguidores se pueden identificar y entender, por ejemplo cuando no sabe qué libro elegir mientras visita una librería.

Como lectora tiene preferencias por algunos autores, títulos y géneros, de los cuales puede realizar comentarios positivos que, de acuerdo a su experiencia,

las hacen mejores que otros. Su disgusto o desilusión hacia alguno de estos tienen cabida también entre los vídeos compartidos, presenta sus argumentos a favor o en contra e invita a sus seguidores a leer y formarse una opinión al respecto.

El carácter desenfadado con que se dirige a los demás, así como los temas y detalles que retoma de sus lecturas, hacen de Fátima una *booktuber* famosa entre la comunidad de lectores jóvenes, es decir, en alguien que comenta sobre libros, con base en experiencias previas que, como fans, son más buscados e interesantes. Por esto, ella tiene la facilidad de motivar a la lectura, además de promover un tipo de participación e interacción que retroalimente el conocimiento sobre otros títulos que pueden ser llamativos.

Lector

Los jóvenes de entre 15 y 21 años disfrutan combinar pasatiempos, no sólo por la necesidad de continuar la diversión, sino también por el deseo de perfeccionar e innovar lo que ya existe para así aumentar el nivel de calidad, emoción y experiencias. Esta generación ha logrado renovar la forma para encontrar información, comunicarse con otros, al igual que participar en diferentes temáticas, a través de redes sociales.

Es de este segmento que surgen las comunidades de lectores, quienes manifiestan actitudes diferentes al momento de leer y compartir su opinión de un libro. Clasificados como *millennials*, este conglomerado se apropia del contenido literario, a partir de sus búsquedas realizadas fuera de los espacios o sitios cotidianos, en donde tiene la oportunidad de encontrar títulos enfocados a sus gustos y no por la popularidad de algunos libros.

De acuerdo a sus propios intereses, los nuevos lectores comienzan a leer de manera distinta, pues no sólo utilizan formatos más cómodos o accesibles para los lugares y situaciones que les rodean, sino que la lectura se vuelve en una actividad que motiva conversaciones, nuevas amistades, reuniones, así como la oportunidad de que con el tiempo puedan participar también en debates relacionados con la literatura.

Los objetivos primordiales que guían y motivan a los cuatro integrantes del proceso son, finalmente, traspasados por la presión e influencia que ejercen las innovaciones digitales. Estas se instalan para transformar todo aquello que tenga relación con hacer las cosas más fáciles para las personas. Cuando dejan de resistirse a ellas, los actores inician una nueva etapa en donde se dan cuenta del potencial y oportunidades que se pueden explotar al trabajar en equipo, con un objetivo mejor dirigido, llamativo e idóneo para lograr conectar con el público.

Esta nueva etapa transforma acciones, decisiones y actitudes primarias con las cuales se solían ubicar dentro del área de creación, proceso y difusión de la literatura, dándole la bienvenida a propuestas frescas que les permiten adaptarse a las situaciones de cambio que, en un inicio, no lograban explotar del todo. La colaboración entre actores ubicados en espacios alternos, permite la entrada de ideas creativas.

Los cambios que se identifican en cada actor surgen, por lo tanto, de su interrelación en espacios físicos, así como virtuales, donde las habilidades, alcance, experiencia y especialidades propias de su campo crean resultados capaces de revolucionar la forma de acercarse y compartir los atributos de la lectura. Trabajo sinérgico que no sólo traduce la pasión por los libros, sino que busca innovar las relaciones con su público.

4.4 PROCESOS DE COMUNICACIÓN ENTRE ACTORES

Una vez que dejan de actuar por separado para trabajar en equipo, las relaciones se vuelven más cercanas, al igual que complejas. La participación de diferentes personalidades motiva a crear mensajes mejor detallados en donde se toman en cuenta los gustos e intereses del lector joven para promover dinámicas que los anime a continuar descubriendo libros y autores. Esto permite que el proceso de comunicación comience a ser más especializado y mejor enfocado a cada público, donde las estrategias tengan organización, conocimiento del lector, emoción, es

decir, que sean empáticas con los jóvenes que gustan de leer, así como los que van iniciando.

Es a partir de estas razones e intereses que los roles de los actores se expanden y adoptan nuevos conceptos que les ayudan a continuar con la difusión del trabajo literario, donde este tiene la oportunidad de ser presentado a los jóvenes desde perspectivas diferentes que les brinden un panorama extenso y atractivo de lo que es formar parte de la dinámica literaria.

Existe un rol doble al cual están sujetos los actores, donde su trabajo y alcance se ven incrementados, pues se muestran dispuestos a recibir aprendizajes e información actualizada, por parte de fuentes alternas, para después nutrirla con nuevos datos o comentarios que serán emitidos a otros sitios y personajes.

Los cuatros actores colaboran e interactúan motivados por un objetivo en común, el cual se define con base en los atributos, ventajas y alcance de sus miembros, de manera que se pueden llenar espacios vacíos e ignorados en el pasado. Aparecen finalmente, conceptos que demuestran su interacción, a partir del contacto y trabajo realizado a través del uso de las redes sociales.

El papel que tienen *YouTube* e *Instagram* en la interacción entre los cuatro actores para trabajar en la promoción de la lectura puede apreciarse en los momentos cuando se hacen menciones, avisos o invitaciones para asistir a eventos literarios, así como en algunas dinámicas relacionadas a algún premio: concursos por libros, accesorios, votar para que sea elegido un diseño de portada y demás beneficios que suman emoción al momento de participar y continuar con la lectura.

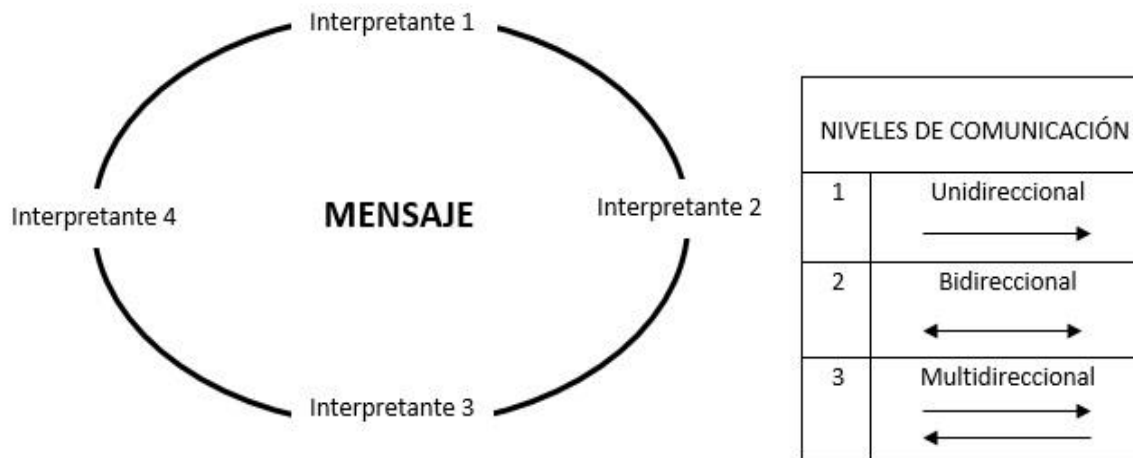
El modo en que cada actor ha transformado sus relaciones con terceros queda estructurado de forma que se puedan apreciar los nuevos conceptos, así como los cambios y variaciones de actitud e interacción, según sea el actor con quien se tenga contacto.

4.4.1 MODELO DE COMUNICACIÓN

Con pleno conocimiento del área de trabajo, las dificultades y deficiencias que se presentan en el mismo, los actores contribuyen a complementar la comunicación de la lectura, a partir de las características y cualidades aportadas e interpretadas por cada uno, con el interés de exponer la literatura desde diferentes perspectivas.

Dado que no todos los actores tienen el mismo alcance, contacto ni relación con el público, la forma para comunicar el mensaje experimenta ciertas variaciones en cuanto al contenido del que son capaces de compartir, pues aun cuando siguen un mismo propósito, este se conforma de niveles que influyen a diferentes tipos de respuestas.

El modelo de comunicación es entendido, por lo tanto, como un proceso cíclico donde el mensaje, al ser el punto en común, guía las acciones posteriores de cada actor, los cuales se muestran como intermediarios e interpretantes de este para después compartir y continuar con la dinámica.



Esquema 1: Modelo de comunicación

Mensaje

Punto de intersección del cual parten las estrategias y dinámicas diseñadas para atraer al público joven a la lectura, así como para continuar con el trabajo de promoción literaria. La idea: promover el hábito de la lectura, el cual inicia y motiva el proceso de colaboración entre los actores, experimenta variaciones cuando entra en contacto con estos, quienes no sólo lo interpretan de forma diferente, sino que lo emiten desde espacios diversos para alcanzar y llamar la atención de más personas.

Niveles de comunicación

Una vez que el mensaje entra en contacto con el actor, este modifica algunos aspectos del mismo, ya sea para entenderlo mejor o con el propósito de mostrar nuevas facetas y perspectivas basadas en su propia experiencia que mejoren la idea inicial que llegó a ellos. Cambia, por lo tanto, el modo de comunicar, así como la dinámica en sí, pues se nutre ahora de conceptos innovadores que logran internarse en el estilo de vida de los jóvenes.

Como consecuencia de la participación de otros actores y espacios para su difusión, el proceso de comunicación de la lectura se ve influenciado por tres niveles de interacción, los cuales reflejan el papel que cada actor ejerce dentro del mismo. Las etapas se identifican a partir del cumplimiento de su objetivo o finalidad básica hasta la más elaborada y llamativa.

Nivel 1: unidireccional

Informar algo a alguien, objetivo primario del mensaje. Su característica principal es el contacto superficial que obtiene con el receptor, sólo brinda conocimiento sobre la existencia de un tema, lugar, grupo o acontecimiento, más no motiva una interacción cercana. Quien recibe el mensaje puede estar al tanto de lo que sucede u opinar acerca de ello, pero estas acciones se hallan muchas veces fuera del espacio en común con el emisor.

Se mantiene en un nivel básico de comunicación debido a esa deficiencia de interacción e intercambio de información que permita una retroalimentación,

innovación, convivencia ni emotividad necesaria para conectar con personas ajenas al tema, ya que el espacio donde se ubican es poco atractivo, así como restringido.

Nivel 2: bidireccional

En un puesto intermedio se encuentran todos aquellos espacios que brinda internet, pues a partir de estos aparecen nuevas y llamativas formas de comunicar el mensaje. La oportunidad para encontrarse con otros usuarios que compartan ideas e intereses semejantes aumenta el atractivo del tema y el espacio utilizado para ello, además de motivar a la participación activa en el debate, así como posibles dinámicas creadas para intercambiar comentarios e información respecto a los libros del momento.

El contacto se vuelve más amigable y cercano, pues la información que cada uno posee se complementa con los comentarios de otros, lo cual hace del mensaje primario algo más emotivo. Las redes sociales, en este caso, dan pie a que la comunicación se enfoque en los gustos del lector, quien tiene la oportunidad de opinar al respecto, al igual que mantener una conversación, virtual, con otros usuarios interesados en la lectura.

Nivel 3: multidireccional

Finalmente, y una vez que las redes sociales fueron capaces de conectar a lectores, así como a las comunidades virtuales de libros, comienza a revelarse una interacción que traspasa el espacio de internet, para trasladarse a los sitios reales, donde continúan con la conversación. Este tercer nivel se relaciona, por lo tanto, con acciones tangibles, capaces de influenciar y entrar en contacto con nuevos actores, relacionados estos a la temática literaria.

El contacto se vuelve dinámico y abierto a la participación de otros lectores, quienes pueden interactuar gracias al espacio en común que pueden llegar a compartir en ferias, conferencias u otros sitios de reunión. A la par, los actores tienen la oportunidad de conocer y colaborar en el objetivo de incrementar la

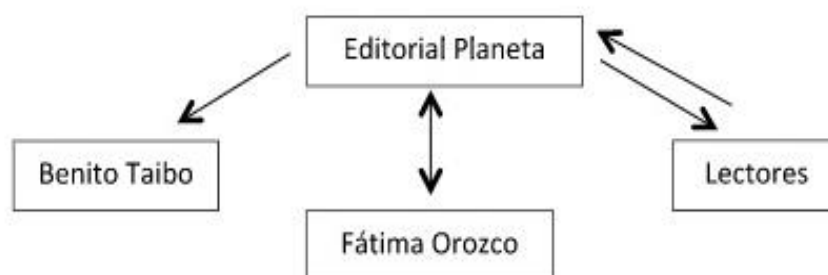
participación hacia la lectura, cubriendo de esta manera las carencias presentadas en niveles previos.

El modelo de comunicación comprende de participantes que poseen características diferentes, capaces de provocar cada uno, respuestas que trascienden de formas diversas. La colaboración entre estos aumenta la posibilidad de alcanzar un nivel de contacto más empático con el lector joven, el cual pueda sumar a su rutina el hábito de la lectura y cumplir así la finalidad del mensaje.

4.4.2 INTERACCIÓN ENTRE ACTORES

A partir del modelo presentado, así como de los niveles de interacción existentes, se decide analizar el proceso de comunicación que cada actor desenvuelve dentro de su área, de manera que se visualicen las relaciones colaborativas que se enfocan en el público joven.

Caso 1: Industria editorial



Editorial Planeta - Benito Taibo

La relación que ambos actores mantienen se limita al ámbito informacional, el cual comprende acciones que se enfocan a difundir el trabajo literario escrito por Taibo y distribuirlo a distintas librerías donde los lectores puedan adquirir sus novelas.

Se desarrollan actividades publicitarias con el objetivo de dar a conocer los nuevos títulos, así como participaciones o iniciativas relacionadas al ámbito cultural.

Editorial Planeta - Fátima Orozco

Su contacto se implementa a través de los espacios virtuales, donde se mantiene una comunicación por medio de mensajes, comentarios o menciones en redes sociales, las cuales les permiten superar el acto informacional para comenzar dinámicas llamativas que propongan ideas diferentes sobre la lectura.

Entre las más populares se halla el envío de libros o ediciones nuevas que atraigan la atención de ella, la cual, por su parte, realizará comentarios acerca de estos títulos y dónde encontrarlos. De igual forma, la editorial tiene la oportunidad de sumar propuestas literarias al ofrecer su apoyo para publicar y difundir una novela escrita por Fátima.

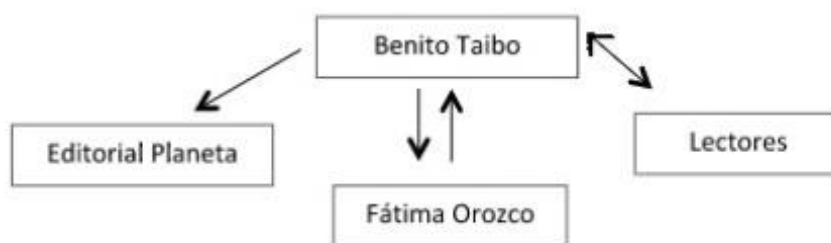
Ambos actores pueden convivir en ferias de libros, donde Planeta brinda el espacio de reunión, mientras que Orozco atrae a los jóvenes, a través de avisos en sus redes sociales. Sin embargo, su paso al nivel interactivo se muestra limitado debido a que no se presenta una conversación más amigable o cercana, pues se mantiene en mayor medida dirigido al fin de comunicar el trabajo literario.

Editorial Planeta - Lectores

Su interacción traspasa el objetivo informacional, así como la comunicación virtual, ya que se presenta un contacto y participación activa durante ferias, festivales o redes sociales. Estas últimas funcionan por medio de dinámicas competitivas, las cuales van guiadas a invitar a los jóvenes a comentar y crear contenido innovador para ganar libros o accesorios.

No sólo se enfocan en acercar a las librerías el material literario de sus autores, sino que se vuelve un ente que se halla presente también en la conversación, pues comparte contenido de interés y propicia reuniones donde se pueda enaltecer el gusto por la lectura.

Caso 2: Escritor



Benito Taibo - Editorial Planeta

Como se presenta en el caso uno, la comunicación que mantienen ambos actores gira en torno a la difusión de la literatura, en específico la escrita por este autor, quien brinda su trabajo para ser publicado por la editorial. Además, establece un diálogo mínimo en cuestiones de proyectos y colaboraciones a futuro, en donde sólo ellos tienen cabida.

Benito Taibo - Fátima Orozco

Para traspasar la barrera de lo digital, el escritor se reúne con uno de sus lectores, quien forma parte de una comunidad que la escucha y cree en sus recomendaciones. Ambos tienen la oportunidad de conversar en espacios físicos como ferias del libro, durante las cuales conviven e intercambian información enfocada en gustos y aficiones literarias, así como comentarios amistosos que reaniman a los lectores.

Apoyan el mutuo trabajo, del cual hablan en los distintos espacios y plataformas a su alcance. Taibo da relevancia a la comunidad de lectores jóvenes en general, demuestra con ello su interés y emoción por la respuesta de aquellos nuevos integrantes.

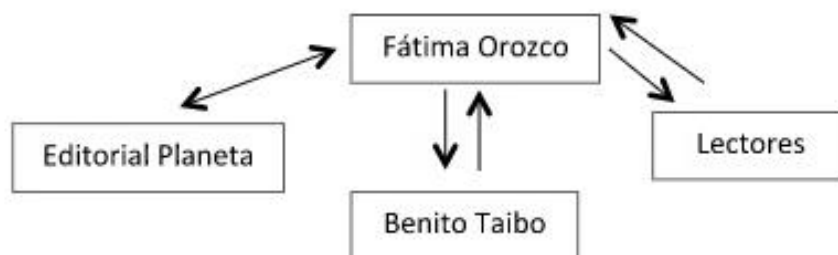
Benito Taibo - Lectores

Su contacto se desarrolla durante cada reunión implementada en ferias de libros, las cuales les permiten iniciar un diálogo guiado por intereses en común, donde la palabra la tienen ambos actores, quienes comparten dudas, asombro y recomendaciones relacionadas con la literatura.

A pesar de ello, su relación se halla limitada a estos espacios. Aun cuando se puede establecer algún intercambio de información en redes sociales, no amerita encuentros personales, ya que la distancia, así como otras situaciones, disminuye la posibilidad de reunirse.

Destaca su lado innovador en cuanto a la iniciativa mostrada por Taibo al momento de crear contacto con los jóvenes lectores. No sólo escribe para ellos, sino que visita algunos lugares donde estos se reúnen y, desde ese sitio, continúa la conversación, en la cual defiende y respeta el papel del lector.

Caso 3: *Booktuber*



Fátima Orozco - Editorial Planeta

La convivencia en ferias o festivales de literatura, así como la mención de la editorial que publica sus historias favoritas o que incluso trae a México títulos que sólo podían encontrar y adquirir en páginas extranjeras, son muestras del trabajo colaborativo al cual pueden llegar ambos actores.

Orozco, en este caso, alienta a sus seguidores en redes a que la visiten en alguna actividad que pueda realizar junto a la editorial, como fue en el caso de la firma de libros de Benito Taibo, donde a ella se le brindó la oportunidad de firmar también una sección del libro.

Es gracias a la popularidad y respuesta positiva de parte de sus seguidores que surgen otro tipo de colaboraciones, las cuales van guiadas a apoyar el deseo e interés por publicar una novela.

Fátima Orozco - Benito Taibo

Su comunicación mutua se transforma en amistad y aprecio hacia el trabajo producido que ayuda a difundir la lectura, el cual mencionan desde sus diferentes espacios. Orozco brinda comentarios optimistas, animosos y relevantes acerca de las novelas escritas por Taibo, compartiendo su gusto a los miembros de su comunidad lectora, quienes perciben de forma diferente el contenido de los libros, así como la figura del escritor dentro del género juvenil.

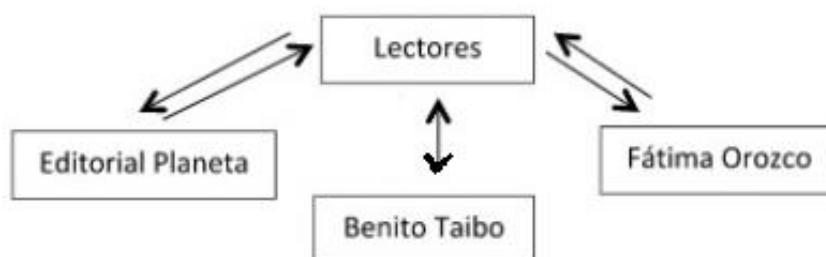
Al mantener una relación que traspasa el espacio virtual, Fátima puede conversar e interactuar con Taibo y compartir con sus seguidores algunas fotografías que muestran el lado divertido del mundo de la literatura.

Fátima Orozco - Lectores

Su relación se caracteriza por un carácter relajado, jovial y emotivo, donde ambos forman parte de una comunidad con opiniones e ideales diferentes, en lo que respecta a la temática literaria. Fátima logra conectar con los lectores gracias a su habilidad y conocimiento para compartir las mejores cualidades de un libro, no sólo desde un punto de vista analítico o informativo, sino que agrega valor sentimental, comunicando aquellos temas que en verdad interesan a los jóvenes lectores.

La dinámica que establece con sus seguidores alcanza, además un nivel mayor de intercambio de ideas, pues a través de las redes sociales, los jóvenes pueden agregar comentarios o descubrimientos de nuevo material, así como peticiones para el contenido del canal en un futuro.

Caso 4: Lectores



Lectores - Editorial Planeta

La actividad de comprar títulos de esta editorial toma un nuevo rumbo, el cual se enfoca en ser partícipes del desarrollo y selección de historias posibles de publicar, así como miembros decisivos para tomar las decisiones relacionadas a lanzar nuevas ediciones, series o material como accesorios. Siendo una comunidad, los lectores tienen la capacidad de pronunciarse, a través de redes sociales y durante el desarrollo de ferias, con el fin de opinar sobre los libros o autores favoritos.

Jóvenes que demuestran un gran aprecio y pasión hacia alguna serie literaria, crean nuevo contenido, el cual difunden en sus redes y obtienen con ello el reconocimiento, no sólo de otros fans, sino de la industria. Los lectores obtienen publicaciones adaptadas a sus intereses.

Estas comunidades pueden participar en dinámicas como concursos o sorteos organizados por Planeta, donde ellos tienen la oportunidad de demostrar su talento y ganar, además, libros u otros beneficios.

Lectores - Benito Taibo

Compran, leen, comentan y asisten a las dinámicas que realiza el autor, ya sea para promocionar un nuevo libro, como para escuchar su opinión acerca de temas relacionados a la literatura. La comunidad hace su aparición, sin embargo, el apoyo se demuestra con más fuerza en redes sociales. A través de estas, los lectores brindan comentarios sinceros acerca de la obra, buscan más datos sobre

la misma o del autor, escriben y graban sus opiniones sobre ello; la libertad o privacidad de internet permite una respuesta óptima.

Lectores - Fátima Orozco

Siguen y escuchan los vídeos compartidos a través de su canal, comentan e interactúan con ella, además de brindar su apoyo cuando hay presentaciones en donde Fátima esté presente. Los lectores siguen a otros lectores, aumentan su número de miembros, así como su conocimiento literario.

Además están dispuestos a poner a prueba algún título mencionado por Orozco, pues tienen presente sus gustos literarios, de forma que aumentan las probabilidades de que la novela sea aceptada también por ellos. Su relación es, por lo tanto, comparada a una amistad, donde pueden compartir información personal, la cual obtiene respuesta tanto de Fátima, como de otros miembros.

Cada proceso presentado conlleva, finalmente, el uso de dinámicas e implementación de nuevos medios que logren un alcance óptimo en el público joven, las cuales se retroalimentan del conocimiento y habilidades en las que destacan otros actores para proporcionar contenido atractivo, relevante e ingenioso hacia los nuevos lectores.

Conceptos e ideas similares son recurrentes, puesto que la esencia del mensaje no cambia, sino que se nutre, adapta y enfoca al gusto del público. Los actores se transforman en interpretantes de mensajes renovados, a los cuales agregan nuevas cualidades para hacerlos más llamativos y forman un ciclo de comunicación creativa, actualizada e innovadora.

CONCLUSIONES

El mérito está en no quedarse en el intento

Miguel Bosé

Atrás ha quedado la idea de que los grandes cambios, proyectos interesantes e ideas innovadoras sólo pueden ser plasmados por especialistas en el área, actores con gran poder adquisitivo o personajes que se apoyan de la fama. Asimismo, los medios de comunicación masiva -tradicionales- pasan a segundo término y sobre ellos se alza internet.

Pensamientos y objetivos diferentes llegan de la mano de generaciones con deseos e intereses que rompen las reglas del juego por razones más allá de lo tangible, esto es sustituido por la búsqueda de experiencias, nuevos recuerdos, anécdotas e historias que contar, ya no sólo a la familia ni amigos, sino que buscan ser escuchados también por las personas que se hallan fuera de sus círculos sociales cotidianos, con el fin de aumentar su conocimiento e influencia por medio de los espacios virtuales.

A partir de su uso personalizado y fácil adaptación, los jóvenes encontraron un mundo propio en el cual eligen la ruta más atractiva para alcanzar sus metas, así como idear la manera para que esta incluya aquellos temas que les interesan, sin excluir ni menospreciar algún otro. El uso de las redes sociales para compartir e implementar un diálogo referido al gusto por los libros, surge de esta forma.

Tanto *booktubers*, como *bookstagrammers*, han aprovechado las ventajas de internet para conectar con otros lectores del mundo de manera que se establecen diferentes comunidades más especializadas en el tema. Las recomendaciones, comentarios y emociones que se pueden encontrar en el contenido publicado tienen la capacidad de influir en la toma de decisiones de otros lectores, quienes a base de reproducciones constantes y búsqueda por internet han logrado identificar a la persona con la cual comparten gustos similares en la lectura.

Por elección propia, los lectores se inician en el hábito de la lectura, motivados por la curiosidad de experimentar y comprobar lo que los *booktubers* expresan. De este modo, el acto de leer se transforma en una actividad en común, donde esta se puede expandir y especializar tanto como la comunidad lo desee.

Su grado de influencia parte de un contacto cercano y amigable que traspa los dos primeros niveles de comunicación para volverlo después en algo interactivo, un elemento valioso en la era digital. El contenido creativo, capaz de contar historias y transmitir emociones es por lo que muchas industrias, incluso la editorial, se internan en espacios virtuales, donde crean además colaboraciones con quienes conocen la dinámica.

Durante el contacto entre actores, el *booktuber* no sólo colabora con la industria como institución, sino también con las personas que la comprenden. A partir de estas se presentan diferentes tipos de procesos de comunicación enfocados a generar contenido de valor para sus miembros, así como para lectores externos, quienes participan con algo más que la adquisición de libros, pues se les invita a compartir sugerencias, proyectos personales, fotografías y demás propuestas que nutran esta actividad.

Una vez que la dinámica de colaboración se implementa, el objetivo de fomentar la lectura en el público mexicano cobra nuevos parámetros creativos, donde se presentan alternativas que mezclan lo mejor de cada actor, las cuales se adaptan y trasladan después a un ambiente, real o virtual, para llamar la atención de los lectores que son en este caso los jóvenes.

Las estrategias se vuelven inclusivas, empáticas e innovadoras, están al tanto del presente y buscan propiciar un cambio que beneficie el panorama del futuro. Su vinculación en el área de la literatura ha demostrado ser benéfica, se observa una mayor asistencia en eventos, conferencias, ferias o festivales organizados para celebrar el trabajo de nuevos escritores, así como recordar a personajes clásicos y aquellos que forman parte del talento mexicano.

Se valida que el trabajo realizado por *booktubers* y *bookstagrammers* consigue una respuesta más activa, creíble e interesada por parte del lector joven. Al reconocerlo como un influenciador de contenido literario, se vuelve pertinente

su inclusión durante nuevos lanzamientos, así como para apoyar en la difusión de géneros o autores poco conocidos para la comunidad juvenil.

Como ejemplo de su labor se halla el caso de Benito Taibo. Sin embargo, no es el único autor que se ha visto beneficiado, pues existen otros escritores, tanto de México como de países europeos o en Estados Unidos, que han mostrado su simpatía por los nuevos lectores con quienes conviven, escriben sus gustos e incluso, colaboran en proyectos a gran escala.

Pero, aun cuando ha demostrado ser un actor importante para la comunicación, no significa que de él dependa el éxito o fracaso de la industria literaria, pues su labor se identifica como un esfuerzo positivo para la dinámica, mas no el único que hace posible su continuación.

Si bien, la comunicación que se origina en el mundo digital permitió, en primera instancia, un cambio en la percepción del libro, esta ha necesitado, por un lado, del apoyo de la industria e instituciones de carácter cultural para trasladarse al mundo real, donde se facilita una interacción con respuestas inmediatas, más complejas e interesantes, además de propiciar conversaciones a las que se suman personas con pensamientos, conocimiento o experiencias diferentes que logran ampliar y complementar el aprendizaje.

Se reconoce también la relevancia de la tecnología e internet para que, por otro lado, esta dinámica se pueda expandir a otras circunstancias o contextos reales del mundo actual. La era digital logra que este contenido pueda adaptarse a la vida de cada persona, ideando para ello diferentes dispositivos que les permitan formar parte de la conversación, así como para tener la facilidad de continuar la lectura mientras se hallan en otros espacios.

De esta manera, propuestas como libros electrónicos o audiolibros hacen posible que la lectura no se vea interrumpida por aspectos de practicidad. La industria no es la única que incluye estas innovaciones, pues se reconocen otras plataformas y aplicaciones creadas por gente externa o incluso diseñadas por lectores con la capacidad de atraer la atención del público.

GoodReads, *Beek* o *Alibrate* son sólo algunos de los sitios más relevantes cuando el lector busca nuevas formas de compartir, recomendar y conocer libros o

autores. A través de estas opciones, la comunidad se nutre con otras opiniones, encontrando, además, opciones alternas para recopilar los títulos leídos, ya que en estos espacios les permiten acumular y personalizar el diseño sobre cómo presentar a los demás las lecturas realizadas.

Estas propuestas se traducen como otros esfuerzos para el progreso del hábito de la lectura, así como en la diversificación de gustos literarios, pues aun cuando depende también del apoyo y continuidad por parte de la industria editorial, la popularidad de los géneros comentados en las plataformas puede ayudar a que las editoriales le den una oportunidad e incluyan esas historias dentro de su catálogo.

Las temáticas juveniles y los subgéneros que de ellas se publican, obtienen un mayor éxito en estos sitios. Además, reciben una mayor atención durante las ferias de libro, donde se crean espacios y dinámicas para que los jóvenes encuentren los títulos que son populares en internet.

Existe, por lo tanto, un conocimiento actualizado de los temas, plataformas, dispositivos, necesidades e intereses que más atraen a este público, el cual se halla en busca de modificar la vieja idea de que los jóvenes no leen y no saben o no tienen la capacidad de comentar sobre literatura.

La forma en que lo hacen es por medio de redes sociales, la lectura constante, publicación de comentarios en diferentes plataformas y colaboraciones con aquellos actores que se muestran abiertos al cambio. Este tipo de acciones les permiten al final, ser ejemplo de una nueva actitud ante los temas que eran poco exitosos en el pasado, pero que poco a poco, han dejado atrás las deficiencias que les impedían o dificultaban una aceptación positiva.

La industria editorial ha logrado comprender estos cambios sin miedo ni prejuicios, más bien se ha sumado a las dinámicas, colabora en estas y promueve nuevas. Esta actitud que ha beneficiado a la literatura de entretenimiento, por nombrarla así, al igual que el modelo de comunicación del cual parten sus estrategias u objetivos, ¿tendría el mismo recibimiento y respuesta de los jóvenes si, por ejemplo, la Secretaría de Educación Pública (SEP), se propusiera implementar una dinámica similar?

En un primer momento, se puede considerar como un actor que podría desaparecer la esencia juvenil, amigable, relajada y espontánea con que se ha caracterizado a los miembros y actores que participan en la dinámica, pues el lenguaje serio, así como ideas con propósitos educativos propios de la institución, afectarían la finalidad del proceso, de manera que la lectura sería vista aún con un trasfondo educacional, más no por diversión.

Pero si se medita al respecto, bajo una mirada alentadora, su inclusión, si bien arriesgada, podría significar en una propuesta capaz de innovar el proceso de interiorización más atractivo hacia la lectura, el cual podría iniciar desde temprana edad o aplicarse en textos académicos. Puesto que es la emoción al leer una historia, la apertura a exteriorizar comentarios y que estos sean válidos, así como la posibilidad de interactuar u obtener un *feedback* de otros lectores, forman parte de los puntos más atractivos al momento de sumarse a la dinámica; ¿Qué daño podría provocar el trasladar esto a un ámbito diferente?

Muy poco, o ninguno, ya que sólo se necesita hallar la manera de adaptarse a ello, al igual que lo hicieron en su momento la industria o la tecnología: abriendo un canal de comunicación con su público, donde se apoye e incluyan proyectos con discursos diferentes, frescos, más personalizados a los gustos de las nuevas comunidades que implementan los jóvenes.

Si bien, es una propuesta con resultados aún desconocidos, se puede constatar y defender el cambio que comienza a producirse en la percepción que las nuevas generaciones tienen hacia el tema de la lectura, donde el reconocimiento lo merecen estos mismos. Son ellos quienes han decidido no olvidar ni excluir este antiguo pasatiempo, más bien lo renuevan, aprovechan y explotan sus beneficios. Las comunidades de *booktubers* y *bookstagrammers* han cortado el listón que inaugura este cambio, su progreso e implementación en otras áreas depende de quienes se animen a dar el primer paso.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

- Castells, M. (2001). *Galaxia internet*. España: Plaza & Janés.
- Constante, A. (eds.). (2013). *Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo*. Ediciones sin nombre. Universidad Nacional Autónoma de México.
- De la Fuente, J.L. (1999). *La narrativa post en hispanoamerica: una cuestión de límites*. En *Anales de la literatura Hispanoamericana*. Universidad de Valladolid.
- Feixa, C. (2014). *De la generación@ a la #generación: la juventud en la era digital*. Barcelona: NED Ediciones.
- Negropente, N. (1995). *Ser digital*. Argentina: Atlántida.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- Scolari, C. (eds), (2009), *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*, Buenos Aires, Argentina, La Crujía Ediciones.
- Scolari, C. (2014). *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. En *Anuario AC/E de Cultura digital*.
- Tapscot, D. y Williams, A. (2009). *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*. Barcelona: Paidós Ibérica
- Trejo, R. (2005). *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Gedisa.
- Winocur, R. *Internet en la vida cotidiana de los jóvenes*. En *Revistas Mexicana de Sociología*. Instituto de Investigaciones Sociales. Vol. 2006. N°003

ELECTRÓNICAS

- *Carlos Fuentes, figura estelar del 'boom' latinoamericano: Vargas Llosa*. Recuperado el 22 de noviembre 2017 de www.animalpolitico.com/2012/11/carlos-fuentes-figura-estelar-del-boom-latinoamericano-vargas-llosa/
- Castillo Pérez, A. (2006). *El Crack y su manifiesto*. Mensual. Disponible en www.revistadelauniversidad.unam.mx/3106/contenido.html

- Chimal, A. (2014). *Sobre la literatura de imaginación*. Tranvía. Disponible en: www.tranviasite.wordpress.com/2014/02/12/sobre-la-literatura-de-imaginacion/
- De los Reyes, I. (2009). *Twitteratura: Hamlet en 140 caracteres?*. BBC Mundo. Disponible en: www.bbc.com/mundo/internacional/2009/07/090716_0246_twitteratura_irm.shtml
- Díaz A. *Feria de Minería reúne a escritores y "booktubers"*, El Universal. Disponible en: www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/letras/2016/02/24/feria-de-mineria-escritores-y-booktubers
- Esquinca, B. (2010). *Memorables y el olvido: Amparo Dávila*. Letras Libres. Disponible en www.letraslibres.com/mexico-espana/memorables-y-el-olvido-amparo-davila
- Gómez, C. (2014). *Artistas de la novela gráfica en México*. Revista Código. Disponible en: www.revistacodigo.com/los-artistas-de-la-novela-grafica-en-mexico/
- Gutiérrez Valencia A. (2006), *E-Reading, la nueva revolución de la lectura: del texto impreso al ciber-texto*. Disponible en www.revista.unam.mx/vol.7/num5/art42/may_art42
- *I want to tell you a story*. (Sunday 5 November). The Guardian. Disponible en: www.theguardian.com/books/2006/nov/05/fiction.paulauster
- Maristain, M. *Los booktubers, los YouTubers: ¿Una nueva manera para difundir los libros?*. Disponible en: www.sinembargo.mx/27-01-2018/3377458
- Parra, E. A. *Norte, narcotráfico y literatura*, Letras Libres. Disponible en: www.letraslibres.com/mexico/norte-narcotrafico-y-literatura
- Scherer F. *Cristina Alemany: "Los chicos leen en comunidad, entre pares"*, La Nación. Disponible en: www.lanacion.com.ar/1919450/-cristina-alemany-los-chicos-leen-en-comunidades-entre-pares
- Soto, A. (2017). *Consejos realistas de Benito Taibo para hacer "lectorcitos"*. Grupo Milenio. Disponible en: www.milenio.com/cultura/como_fomentar_lectura-ninos-jovenes-consejos_para_leer-benito_taibo-milenio-noticias_0_947905240.html

- Universidad Nacional Autónoma de México. (2016). *Breve panorama de la minificción. Entrevista a la Mtra. Lucila Herrera Sánchez*. Disponible en www.revista.unam.mx/vol.17/num.7/art53/

FIGURAS

Figura 1. Imagen recuperada de www.pinterest.es/pin/540643130251049292/

Figura 2. Imagen recuperada de www.pinterest.es/pin/209421270566798553/

Figura 3. Imagen recuperada de www.pinterest.es/pin/71262434101006334/

Figura 4. Imagen recuperada de www.pinterest.es/pin/26845627768798812/

Figura 5. Captura del sitio oficial de GoodReads: www.goodreads.com/

Figura 6. Captura del sitio oficial de Beek: www.beek.io/

Figura 7. Captura del sitio de Instagram @gvanille

Figura 8. Captura del sitio de Instagram @gvanille

Figura 9. Captura del sitio de Instagram @canxdancexreads

Figura 10. Fotografía recuperada de www.revistadisenointerior.es/mvrdv-tianjin-binhai-library/

Figura 11. Captura del sitio de Instagram @crimebythebook

Figura 12. Captura del sitio de Instagram @gvanille

Figura 13. Captura del sitio de Instagram @lore_liem

Figura 14 Captura del sitio de Instagram @gvanille

Figura 15. Captura del sitio de Instagram @faorozco

Figura 16. Captura del sitio de Instagram @soyraizarevells

Figura 17. Captura del sitio de Instagram @sashaalsberg

Figura 18. Captura del sitio de Instagram @rae.delbianco

Figura 19. Captura del sitio oficial www.alibrate.com

Figura 20. Captura del sitio de Facebook @claureadbooks

VÍDEOS

*TEDx Talks. (2 nov. 2015). *Leer es resistir: Benito Taibo*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=iTEz1yOmepQ>