



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

COLEGIO DE BIBLIOTECOLOGÍA

**PROMOCIÓN DE LA LECTURA A TRAVÉS DE
LAS REDES SOCIALES: BOOKTUBE MÉXICO**

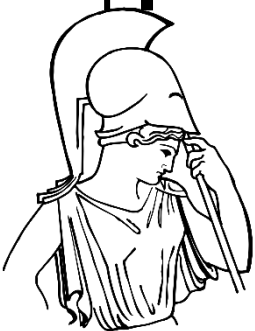
**TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS
DE LA INFORMACIÓN**

PRESENTA:

MISAEEL ADAIR VARGAS HERNÁNDEZ.

ASESORA:

DRA. PATRICIA HERNÁNDEZ SALAZAR



Ciudad de México, 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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

Es increíble la velocidad con la que el mundo puede cambiar. Ustedes mejor que nadie lo saben.

A mi mamá, Santa Hernández Cruz, que con tanto amor, compasión y sabiduría has sido guía en cada una de nuestras decisiones. Sobre todo, por recordarme que *esto también pasará, nada es para siempre*.

A mi papá, Raúl Vargas Sánchez, tanto insististe en tu deseo de un futuro brillante para nosotros, que hoy puedo verte contento. Sabiendo que sus 3 hijos obtuvieron la mejor educación posible. Por nunca rendirte con nosotros.

A mis hermanas Nely y Amada, pese a todo, sé que nos amamos (aprendimos que no es como la gente cree). Tan raros hemos sido que sin darnos cuenta nos convertimos en adultos, sabiendo que nunca dejaremos de vernos como niños.

A Laura Ríos, no te imaginas el bien que me ha hecho encontrarme con alguien tan contraria a todo lo que soy. Agradezco toda tu paciencia y amor. Por todos nuestros recuerdos, por construirnos a diario y por darnos el deseo de enfrentarnos al futuro. Por vernos crecer.

Por supuesto, a mi asesora Patricia Hernández Salazar, por no claudicar ante un procrastinador tan grande que tardó años en poner un punto final a este trabajo. Sobre todo, por su guía que tanto nutrió estas páginas.

Y al final me agradezco a mí, contento si se entiende la referencia y no importando la reacción de quien haya llegado a esta línea, pues pese a toda mi historia he decidido retomar las riendas y no detener mi desarrollo. Llegará el día en que mire sobre el hombro y piense "así comenzó".

Índice

Introducción	5
Capítulo 1. Lectura y su promoción en México	11
1.1 El acto de leer.....	11
1.2 Promoción de la lectura	15
1.3 Promoción de la lectura en México	25
1.4 TIC en la promoción de la lectura	35
Capítulo 2. Redes sociales y lectura	42
2.1 ¿Qué se entiende como red social?	42
2.2 Tipos de redes sociales	45
2.3 Alcance de las redes sociales.....	47
2.3.1 Los avances tecnológicos: su importancia para el desarrollo humano	47
2.3.2 Literacidad o alfabetización digital.....	49
2.3.3 Alcance potencial de las redes sociales: una proyección	51
2.4 Aceptación de las redes sociales y su inmersión en la sociedad	52
2.4.1 La popularidad	55
2.4.2 Algoritmos de recomendación en redes sociales.....	56
2.5 Internet y redes sociales en México: uso y aceptación	58
2.6 Lectura y su promoción digital	61
2.7 Redes sociales para lectores.....	64
2.7.1 Redes adaptadas.....	65
2.7.2 Redes enfocadas a la lectura	70
2.6.3 Otras.....	73
Capítulo 3. Comunidad booktube México	77
3.1 Promoción digital de la lectura	78
3.2 Primeros booktubers mexicanos.....	79
3.2.1 Antecedentes de la comunidad a nivel mundial.....	80
3.2.2 Booktube México: primeras generaciones.....	83
3.2.3 Booktube México: actualidad	89
3.3 Actividades impulsadas por la comunidad	91
3.4 Conjunto de videos representativos en la comunidad	93
Capítulo 4. Estudio de la comunidad booktube México: su potencial para la promoción de la lectura a nivel nacional.....	96
4.1 Objetivo del estudio	96
4.2 Materiales y método	96
4.2.1 Instrumento para la recogida de datos	97

4.2.2 Recopilación de los datos	98
4.3 Discusión de los resultados	100
Conclusiones	125
Anexo 1: Guion de entrevista	131
Anexo 2: Codificación de las transcripciones	132
Anexo 3: Ejemplo de transcripción y codificación	133
Obras consultadas	144

Índice de tablas

Tabla 1: Comparación entre los programas de fomento para el Libro y la lectura en México	27
Tabla 2: Ejes de acción de los programas de fomento para el libro y la lectura.....	30
Tabla 3: Primeros booktubers mexicanos	86
Tabla 4: Candidatos para entrevista.....	97
Tabla 5: Información sobre los entrevistados	100
Tabla 6: Constancia del contenido	108

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Video The Vlog Brothers	80
Ilustración 2: Ficha de información del canal jessethereader	81
Ilustración 3: Ficha de información del canal Las Puertas de la Literatura.....	83
Ilustración 4: Ficha de información del canal laspalabrasdefa	84
Ilustración 5: Caja de descripción del primer video subido por Fátima Orozco el 01 de agosto del 2012.....	85
Ilustración 6: Ficha de información del canal El Librero de Valentina	90
Ilustración 7: Ficha de información del canal La Retahíla	91

Introducción

Basta con una simple búsqueda en Google, con relación al índice mundial de lectura, para obtener la siguiente declaración: México, en el lugar 107 de 108 en índice de lectura según la UNESCO.

Este encabezado, replicado por instituciones como la Universidad de Guadalajara, medios nacionales como Proceso, e incluso internacionales como Forbes, no sorprende pues año con año, quienes se interesan en el tema, descubren que la cantidad de libros leídos en México ha permanecido casi inamovible. A veces con una ligera alza, y con mucha frecuencia con un retroceso que mantiene estancado el promedio en 3 libros al año.

Sin embargo, antes de prestar atención a las declaraciones dadas por organismos internacionales, como la UNESCO, respecto a los índices de lectura en México, es prudente observar lo que a nivel nacional se reporta con relación al tema.

Bien sean las estadísticas dadas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), estudios hechos por la Secretaría de Cultura o la Secretaría de Educación Pública, e incluso las propuestas que de éstos se derivan, lo que queda claro es que el índice de lectura no ha presentado grandes avances. Por supuesto, cuando se piensa en las causas es casi imposible no establecer una relación directa con el sistema educativo del país.

En este sentido, si se echa un vistazo a los resultados de evaluaciones como ENLACE (Evaluación Nacional de Logros Académicos en Centros Escolares) o PLANEA (Plan Nacional para la Evaluación de los Aprendizajes) se pueden extraer conclusiones muy interesantes.

Primeramente, se debe aclarar que la parte relacionada con la lectura se encuentra dentro de estas evaluaciones bajo los apartados de “lenguaje y comunicación” o bien, “comprensión lectora y reflexión sobre la lengua”. Así pues, para evaluar a los estudiantes, se establecen 4 niveles. Siendo el primero (Nivel 1) un “dominio insuficiente” y el último (Nivel 4) un “dominio sobresaliente”. Cada uno de estos niveles evalúa la comprensión de ideas principales, su comparación y la posibilidad que tienen de usarlas para la construcción de nuevo conocimiento.

Ahora, lo realmente alarmante es que, de acuerdo con los datos emitidos por el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE, 2018), casi el 50% de la población estudiantil del nivel básico se encontraba en el nivel 1. Esta situación parece mejorar en 2018 al conseguir un menor porcentaje de estudiantes con dominio insuficiente, sin embargo, el mismo 50% de la población no consigue sobrepasar un dominio básico, es decir el nivel 2.

Más impresionante resulta el hecho de que, según con el informe con relación a los alumnos de educación media superior el mismo año (INEE, 2018b), se presenta un retroceso. El porcentaje del nivel 1 engrosa nuevamente y en los avances dentro del nivel 3, es decir un “dominio suficiente” hay una caída porcentual preocupante. En otras palabras, los logros conseguidos con estudiantes de nivel básico parecen perderse conforme se avanza de nivel educativo.

Parece entonces que no se han conseguido avances relevantes respecto a la lectura dentro de las escuelas. A pesar de ello, no puede hacerseles las únicas responsables. Dentro de los resultados de PLANEA se incluye un apartado relacionado con aspectos socioeconómicos de la población estudiantil, donde destacan puntos como “Poder adquisitivo de la familia”, “Circunstancia familiar” e incluso “Trabajo infantil” (INEE, 2018b, pp. 25-37).

Y son precisamente en estos puntos donde se encuentran las grandes áreas de oportunidad.

Según estudios del INEGI (2018), sin importar el nivel socioeconómico de los mexicanos, una necesidad básica es poseer un dispositivo con el cual comunicarse o tener acceso a internet. Por supuesto que no se habla de la totalidad de la población, sin embargo, el porcentaje es bastante alto. Desde el 2017 se ha reportado que el 73.6% de la población de 6 años, o más, cuenta con un celular inteligente (con acceso a internet). Dentro del mismo estudio se ha declarado que el uso de estos dispositivos aumenta conforme el usuario es mayor.

Entonces entra la siguiente duda, si el nivel de comprensión lectora baja conforme los alumnos avanzan de año escolar y a la par hace un uso mayor de dispositivos con acceso a internet, ¿por qué no aprovechar esta circunstancia?

Y es que resulta curioso comprender que el acto de leer no sirve solo a objetivos educativos. Si bien la relación suele ser estrecha, lo cierto es que es un verbo que ha

ido evolucionando con el paso de los años. Fue esto precisamente lo que dio inicio al presente trabajo.

Durante el primer capítulo se aborda el concepto de la lectura y cómo es que este ha cambiado hasta integrarse con la tecnología. Hoy en día pueden reconocerse nuevos hábitos como la lectura digital en distintas plataformas y de diversos contenidos o formatos. En este sentido, existen documentos como los redactados por la UNESCO (2015) o IBBY México / A leer (2016) en donde se aprecia una clara relación entre la tecnología y el hábito lector y cómo es que puede usarse para un mayor acercamiento con potenciales lectores. Más aún, cómo es que resulta imperativo asimilar el uso de nuevas tecnologías como una herramienta que permita una mejor comprensión del entorno social del propio individuo.

Así pues, tras un breve repaso sobre las implicaciones del acto de leer, se revisan las prácticas más comunes para su promoción y cómo es que suelen chocar con los métodos empleados dentro de escuelas. Mientras que en los centros educativos se busca, e insiste, en el acercamiento de textos “canónicos” de la literatura universal, parece ignorarse que por fuera existen más y diversos géneros que han abierto la puerta a toda clase de lectores.

Todo esto da paso por fin a los planes y programas de fomento de la lectura en México. Es aquí donde se observan los esfuerzos para su promoción y se comprenden de una mejor manera sus áreas de oportunidad. Siendo la de mayor interés su escasa relación con ambientes digitales como pueden ser las redes sociales y los miles de usuarios que día con día tienen acceso a internet. Ignorando incluso la posibilidad que ofrecen los creadores de contenido.

Es innegable que México está inmerso en la hiperconectividad debido a la adquisición, cada vez más accesible, de dispositivos con conexión a internet. Tan cierta resulta esta afirmación que existe evidencia de la influencia que pueden tener las redes sociales en la realidad mexicana. Además, de acuerdo con los reportes del INEGI (Módulo sobre Lectura 2018) y la asociación de Internet.mx (Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018), se sabe que las principales actividades que un mexicano realiza con sus dispositivos son comunicarse, informarse y entretenerse (en ese orden). Si a esto se suma el tiempo que pasa dentro de redes sociales, se obtienen entonces datos impresionantes. Mientras el índice del uso de

redes sociales en México tiende a un aumento exponencial (con una aparente relación entre la edad y nivel educativo), el de la lectura parece resistirse a crecer, por no decir que permanece inerte o en franco retroceso.

Dicho esto, ¿qué se ha hecho a nivel nacional con respecto a la promoción de la lectura? ¿se ha considerado el uso de nuevas tecnologías? ¿cómo podrían funcionar en favor de la lectura?

Se ve a continuación cómo es que este reconocimiento de nuevas formas de comunicación se ha limitado a no ignorar las posibilidades de las redes sociales. Sin embargo, estas parecen no haber conseguido ser integradas de forma orgánica dentro de los planes y programas de lectura en México.

Para comprender el por qué se considera que tienen un enorme potencial para la promoción de la lectura, en el capítulo 2 de la presente tesis se aborda el surgimiento de estas, y cómo es que han impactado la realidad del ser humano. En términos generales se define lo que debe entenderse como red social y las posibilidades que ha abierto para sus usuarios.

Se habla no solo del surgimiento de este término, sino que además se enlista su tipología y cómo es que han evolucionado con toda la intención de captar la mayor atención posible. La economía que ha surgido en torno a ellas ha generado un mercado que impulsa la competencia entre sus usuarios / creadores de contenido. No solo eso; tanto pueden influir en la realidad que han existido ejemplos de todo tipo respecto a su peso en la sociedad offline, tanto a nivel social, político, cultural e incluso religioso.

Por supuesto, si tanta es la influencia de las redes sociales, México no se ha quedado fuera del acontecer internacional y ha tenido en su historia reciente más de un caso que evidencia la influencia que estas pueden tener en la sociedad civil. Sin embargo, centrando la atención nuevamente en la promoción de la lectura, ya se ha establecido la relación tan estrecha que tienen los mexicanos con los dispositivos con acceso a internet.

No es extraño entonces que, sumándose a las tendencias dentro de las redes sociales, hayan surgido toda clase de personajes mexicanos que han aprovechado su potencial. Era inevitable entonces que aparecieran del mismo modo creadores interesados en la lectura. Adoptando el vocablo booktuber, derivado del juego de

palabras en inglés que se da entre book y YouTube, la comunidad se autodenomina como booktube.

Durante el tercer capítulo es entonces que se aborda de manera específica el surgimiento de la comunidad booktube México y cómo es que aparecen de la propia evolución de la web. Se aprecia la forma en que retoman elementos de la época de los blogs (previos al gran boom de las redes sociales) y cómo es que comenzaron a integrarse en las tendencias gracias a la posibilidad de ser creadores de toda clase de contenido.

Finalmente se hace un estudio de campo mediante entrevistas a cuatro integrantes de la comunidad: Luis Altamirano (Lewis Rima), Abril G. Karera (Ensayos de Abril), Juan Carlos Álvarez Juárez (Paraque Leer) y Claudia Ramírez Lomelí (Clau Reads Books). Personajes que han destacado dentro de la comunidad gracias a su contenido y la cantidad de suscriptores en todas sus redes sociales.

Tomando sus declaraciones, se extrajeron datos que permiten comprender mejor a esta comunidad que hace uso de las redes sociales (YouTube principalmente) para compartir sus experiencias en torno a la lectura. De hecho, se llega a esta comprensión de la realidad de los booktuber mexicanos gracias al amplio desarrollo de los objetivos particulares planteados en la fase inicial del trabajo:

1. Describir el panorama actual de México respecto a la lectura y su postura dentro de las campañas y programas implementados para su promoción.
2. Explicar el funcionamiento de las redes sociales y los beneficios que aportan para la comunicación de una sociedad inmersa en ellas.
3. Explicar la situación actual de la comunidad Booktube México como mediadores de la lectura y sus estrategias.

Se descubre además cómo es que este grupo de personas han dejado de ser meros consumidores para convertirse en creadores. Las implicaciones que ha tenido a nivel personal y las oportunidades que se les han dado incluso fuera de las redes sociales. Fenómeno que de hecho parece ser la norma dentro de los ambientes digitales que existen hoy en día. Tan normalizados que se han convertido en un ideal de vida sustentable a distintos niveles.

Debido a todo lo anterior, se relatan sus experiencias a lo largo de su historia dentro de internet y las oportunidades que de esta actividad han obtenido. Con base a sus declaraciones se define entonces si esta comunidad puede desempeñar un papel dentro de las estrategias y planes de promoción de la lectura en México.

Lo que de hecho permitió la resolución de la hipótesis inicial del trabajo: La comunidad Booktube es útil en campañas de promoción de la lectura pues son capaces de incentivarla entre los jóvenes a través de actividades que les permite socializarla. Por lo que no solo se llegó a conclusiones que permiten la visualización de un panorama general con respecto a su potencial, sino que se conciben propuestas que satisfacen al objetivo general del trabajo: Proponer a la comunidad booktube México como una posibilidad para generar campañas para la promoción de la lectura.

Capítulo 1. Lectura y su promoción en México

1.1 El acto de leer

La Real Academia Española define *lectura* como la acción de leer, pero ¿qué implicaciones tiene esto?

Ante todo, se debe entender que la lectura siempre evoluciona. “Leer no ha tenido ni tendrá la misma significación en el siglo XII y en el XXI” (Ferreiro, 2002, p. 41).

En la actualidad, la tendencia es señalar estos cambios principalmente como resultado del crecimiento exponencial de la tecnología, “la lectura, como fenómeno cultural, se va modificando con el transcurso del tiempo, con las transformaciones sociales y los cambios tecnológicos” (IBBY México / A leer, 2016, p. 3). Ignorando acaso que los procesos de lectura han sido siempre diferentes incluso antes de Gutenberg, como señala Ferreiro (2002, p. 44): “No es cierto que la primera gran revolución del comportamiento lector se debió a una invención tecnológica. La primera gran revolución en los comportamientos de lectura fue anterior a la imprenta”.

Emilia Ferreiro (2002) repasa así las distintas conductas lectoras que se tenían desde los antiguos escribas y copistas, pasando por los impresores y libreros, hasta llegar a los editores y correctores de estilo. Por otro lado, involucra todas las posibilidades de abordar un texto según fuera el soporte que lo contuviera. Aboga por la libertad que brinda un texto encuadernado en comparación a los rollos de pergamino. Incluso llega a afirmar que, al encontrar textos digitales, leídos en vertical y con las manos prisioneras entre el teclado y el mouse, es símil de un retroceso en la actividad lectora, equivalente a retomar los trabajosos pergaminos.¹

Sin embargo, cuando se habla de la lectura más como un proceso y no como una actividad, suele caerse en definiciones vacuas, e incluso obsoletas, de esta actividad tan cotidiana. Cassany (2013, p. 21) afirma que “Todavía hoy muchas personas creen que leer consiste en oralizar la grafía, en devolver la voz a la letra callada”.

¹ Visión un tanto desactualizada si hablamos de la existencia de los lectores digitales tipo Kindle que regresan esa libertad perdida.

Es oportuno entonces ver, de manera superficial, un par de definiciones que distintos autores han dado al acto de leer para observar su evolución, según la percepción de quien la define.

Torre Zermeño y Dufoo Maciel (1993, p. 18) mencionan que la lectura “en un sentido estricto, es un proceso mental exclusivamente humano, por medio del cual el sujeto interpreta los símbolos escritos o gráficas, que representan los fonemas de una lengua determinada”.

Por su lado, Medina Carballo, Fuentes Ayala y García Nuñez (1992, p. 15) la definen como “un complejo proceso autodidáctico, ya que el individuo la realiza por sí mismo y aprende a examinar el contenido de la obra, a analizar cada una de sus partes y cómo están expuestas, a destacar lo esencial (ideas principales o tema) y a comparar conocimientos ya existentes con los recién adquiridos”.

Este par de definiciones abordan a la lectura como un proceso casi íntimo, uno donde cada individuo, en la privacidad que tendría que ser capaz de gozar, se forma, se informa y se construye. Es tan impresionante lo que la lectura puede hacer que sus efectos pueden describirse desde la aparición de las llamadas páginas medievales a las que Ferreiro (2002, p. 48) hace alusión citando a Saenger:

La lectura silenciosa alimentó al mismo tiempo dos consecuencias no previstas: la herejía y el erotismo. La nueva intimidad con el texto generó dos movimientos complementarios en un mismo acto de complicidad: la libertad del lector, cuya interpretación queda momentáneamente fuera de la esfera de la censura, y la libertad del escritor, dueño de su pluma y de su voz apagada que puede permitirse expresar, en la intimidad de la celda o de la recámara, lo que ninguna voz podría expresar en voz alta (Saenger, 1997b).

Ahora bien, cierto que la lectura realizada en tiempos medievales tenía una concepción muy distinta; era una actividad en extremo reservada solo para las más altas esferas. Esto remarca lo dicho al principio: la lectura ha evolucionado; hoy día se busca que todos puedan tener acceso a un texto para leer. Para comprender un poco mejor el salto de la lectura como actividad individual, a su actual concepción como acto social, es prudente retomar las definiciones brindadas por Daniel Cassany en su libro *Tras las líneas: sobre la lectura contemporánea*: “Leer es un verbo transitivo y no existe una actividad neutra o abstracta de lectura, sino múltiples,

versátiles y dinámicas maneras de acercarse a comprender cada género discursivo, en cada disciplina del saber y en cada comunidad humana” (2013, pp. 23 -24).

Es decir, para saber leer no basta con desarrollar la capacidad de interpretación para descifrar un código; mucho menos contar con un bagaje previo que permita insertar aquellas “piezas faltantes” que posibiliten completar la información nueva (aunque claro, es importante contar con tal bagaje). En este sentido Cassany ofrece tres concepciones que bajo ninguna circunstancia se deben entender como excluyentes entre sí.

Concepción lingüística: “Leer es recuperar el valor semántico de cada palabra y relacionarlo con el de las palabras anteriores y posteriores” (Cassany, 2013, p. 25).

De la forma más explícita esta concepción declara aquello en lo que la mayoría piensa sobre el acto de leer: Ser capaces de entender el significado de las palabras y cómo es que estas se relacionan entre sí. Para ejemplo, se puede echar otro vistazo a la ya citada definición brindada por Torre Zermeño y Dufoo Maciel (1993, p. 18).

Concepción psicolingüística: “Leer (...) también requiere desarrollar las habilidades cognitivas implicadas en el acto de comprender, aportar conocimiento previo, hacer inferencias, formar hipótesis, saberlas verificar o reformar, etc.” (Cassany, 2013, p. 32).

Entiéndase con esta concepción al acto de leer que proponen Medina Carballo, Fuentes Ayala y García Nuñez (1992, p. 15), en la definición previamente expuesta, como un proceso autodidáctico en el que es el propio lector quien rellena los espacios con la nueva información adquirida. Formándose a sí mismo.

Concepción sociocultural: “Es una práctica cultural insertada en una comunidad particular que posee una historia, una tradición, unos hábitos y unas prácticas comunicativas especiales. Aprender a leer requiere conocer estas particularidades, propias de cada comunidad” (Cassany, 2013, p. 38).

Quizá la concepción sociocultural resulta un tanto vaga citada así, pero podría complementarse con lo dicho por Quintanal Díaz y García Llamas (2013, p. 25) “La lectura surge como una necesidad para encontrarnos en un ambiente social totalmente alfabetizado”.

Por lo tanto, se puede decir que, al nacer dentro de una sociedad, cualquiera que esta sea, conjuga los elementos mencionados por Cassany e invariablemente estos convergen en información que se adquiere de una forma u otra forma. Prestando atención al tema que compete, mediante la lectura. Todo con la intención de comprender nuestro entorno.

Leer es evocar la experiencia previa (propia) y por eso decimos que la lectura es «comunicación», porque es capaz de poner en movimiento la mente del lector. Leer no se concibe en «pasivo», exige una actitud dinámica del pensamiento recuperando ideas que dotan de contenido la información textual. (Quintanal Díaz y García Llamas, 2013, p. 30).

Podría pensarse que esta definición es similar a aquella que nos hablaba de un complejo proceso autodidáctico en la formación de aquel que lee, no obstante, ésta integra el elemento “comunicación”.

De manera breve, la RAE define comunicar como: Descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo; o bien, conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito.

Es obvia la comunicación entre el texto y su lector, pero ésta ya no resulta suficiente. Para que el lector logre integrarse en la sociedad a la que pertenece (insertándose dentro de la concepción sociocultural), le es indispensable comunicarse con quienes la conforman, dada esta circunstancia, podrá extraer de ella (su sociedad) mayores significados que los obtenidos de manera autodidacta. Esta es la concepción sociocultural, el complemento de la actividad lectora mediante el intercambio de ideas.

Si la lectura es un acto que se enriquece con la comunicación dentro de la sociedad a la que se pertenece, ¿Qué se puede decir de la sociedad actual?

Se retoma la definición de IBBY México / A leer (2016, p. 3) “Los niños y jóvenes de hoy han nacido en medio de una acelerada evolución tecnológica y se han construido como miembros de la cultura escrita en formas mucho más dinámicas que las generaciones anteriores”.

La sociedad actual se ve inmersa cada vez más en las tecnologías, lo que permite una globalización de la comunicación y una concepción distinta del acto de leer. Lo que Cassany denominó *literacidad electrónica*.

En conclusión: Leer es, por antonomasia, un acto solitario en el que el lector disfruta de su privacidad para formarse, informarse, o bien, entretenerse; sin embargo, al ser un verbo que ha evolucionado a través de los años en comunión con la sociedad, no excluye la posibilidad de verse enriquecido al compartir ideas y distintos puntos de vista de una misma lectura, no importando si se trata de un texto informativo, recreacional o formativo. Menos aún si hoy día la comunicación nos permite, virtualmente, hacerlo de una manera mucho más dinámica al entrar en contacto con cualquier persona del mundo.

1.2 Promoción de la lectura

Al emprender la búsqueda de textos que aborden el tema “promoción de la lectura”, se obtienen resultados que contienen las siguientes palabras: “fomentar la lectura”, o bien “animación a la lectura”.

Ante la Real Academia Española, fomentar es: Excitar, promover, impulsar o proteger algo. Por su lado, promover se define como: Impulsar o animar el desarrollo o la realización de algo. Descrito lo anterior, se debe entender que fomentar, animar y promover son, para efectos del presente, sinónimos.

En la revisión de textos relacionados a la promoción o fomento de la lectura, pueden encontrarse afirmaciones como:

“Contagiar el deseo de leer es como contagiar cualquier otra convicción profunda: sólo se puede conseguir, o mejor intentar, sin imposiciones, por simple contacto, imitación o seducción” (Teixidor, 2007, p. 15).

“Para que alguien lea es necesario llevar a cabo acciones que lo inviten a ello” (Gómez Yebra, 2016, p. 19).

“Probablemente, lo que hoy se necesite más que enseñar la literatura (...), sea enseñar a apreciar la literatura o, en todo caso, poner a los alumnos en la disposición de poder apreciarla y valorarla” (Cerrillo, 2010. p. 87).

Como se aprecia, en primera instancia se sugiere que para fomentar la lectura se deben tomar acciones que permitan, a quien procure contagiar este hábito a los demás, atraer a los potenciales lectores. Generalmente con el desarrollo de actividades lúdicas.

Sin embargo, para explicar mejor el tema, se dará respuesta a las siguientes preguntas: ¿Cómo se promueve la lectura? ¿Quién la promueve y en qué lugar? ¿Qué lecturas son las que se promueven?

Para responder a la primera de ellas, Emili Teixidor (2007) menciona una enorme cantidad de trucos recomendados para conseguir tal fin. Entre ellos podemos encontrar:

- La hora del silencio: En donde se promueve que durante una hora al día todo el personal (académico) permanezca con un libro entre las manos. Esto para que cada quien lea a su ritmo.
- Aprovechar toda oportunidad para leer en voz alta.
- Evitar en lo posible los libros recomendados por autoridades académicas. Esto debido a que en Latinoamérica se le considera el beso de la muerte, pues más que invitar a la lectura generan un rechazo generalizado.
- Huir de la cultura de protección. La lectura no es un refugio, es una barca siempre dispuesta para la aventura personal.
- Hacer dramatizaciones de libros.
- Generar clubes de lectura.
- Apoyar la lectura con alguna versión cinematográfica (si existe).
- Incentivar la creación de finales alternativos.
- Apoyarse en cuentacuentos.

En general, Teixidor propone actividades e ideas que permitan amenizar el acercamiento de potenciales lectores. Recomendaciones similares pueden encontrarse en libros como: La hora del cuento en las bibliotecas: claves para su organización (Boer, 2017); Biblioteca: el servicio público con corazón (Ortiz Macías, 2017); Las bibliotecas en la formación del hábito lector (Coronas, et al., 2015); Seis acciones para promover la lectura en la biblioteca pública (Hoyos Salazar, et al., 2008).

Esta constante recomendación de actividades lúdicas, que amenizan el acercamiento entre nuevos lectores y los libros, puede deberse a que, con frecuencia se piensa que: “para leer «hace falta tener ánimos», lo cual significa que la lectura es aburrida

y triste, alejada de nuestros intereses, que no puede proporcionarnos ni un ápice de lo que el hombre busca desde que tiene uso de razón: la felicidad” (Gómez Yebra, 2016, p. 20).

¿Es suficiente entonces la generación continua de actividades lúdicas para hablar de promoción de la lectura?

La respuesta simple es no. Sin embargo, es un excelente primer paso. No se puede pedir a alguien que lea si no le rodea un contexto social en el que sus allegados se vean atraídos por este hábito. Es decir, obtener que la actividad lectora se acerque a la concepción sociocultural de Cassany.

Para conseguir todo un entorno que invite a la lectura no es suficiente con realizar, o reconocer, actividades que procuren formar nuevos lectores. Por ejemplo, si se observa el aspecto educativo, pilar de cualquier sociedad, se ha visto que:

...a mediados del siglo XX, las teorías formalista y estructuralista propiciaron un nuevo modelo didáctico en la enseñanza de la literatura, al sustituir la memorización de datos sobre periodos, movimientos, obras y autores por el análisis de los textos literarios, aunque ello no supuso una mejora en la lectura de obras literarias (Cerrillo, 2010, p. 85).

Ya se puede bosquejar una idea de lo que implica la promoción de la lectura: Para promoverla hay que contar con individuos que en principio lean y además tengan el ánimo y/o disposición de tiempo para compartirla a través de actividades lúdicas. Sin embargo, para dar apoyo a estos esfuerzos también es necesario cambiar el enfoque con el que en las escuelas se acercan alumnos y lecturas. No obstante, como se ve en la cita anterior, incluso esos cambios en la pedagogía donde se busca sustituir la memorización por un acercamiento a las obras que sea más “orgánico”, no han sido efectivos del todo. Sin embargo, no por ello se debe abandonar aquel enfoque en donde los alumnos puedan acercarse a la obra y estudiarla sin que exista la necesidad o presión, de memorizar de ella datos que solo funcionen para aprobar una materia.

Aún con esto, es insuficiente si los intentos de promover la lectura quedan dispersos y sin ninguna guía que permita encauzar, en conjunto, todos los esfuerzos para fomentar la lectura dentro de cualquier sociedad. Un ejemplo de esto podemos encontrarlo en el comentario que Marlasca Gutiérrez (2015, p. 95) tiene al respecto:

En España, aunque se realizan importantes campañas publicitarias no se suele conjugar realmente todos los recursos disponibles de las distintas instituciones implicadas en la lectura. En este sentido, consideramos que tienen más posibilidades de realizar un avance real en los hábitos lectores de los ciudadanos los planes de lectura con políticas bibliotecarias estables, no interrumpidas, y con una adecuada planificación a medio y largo plazo.

Con esto se empieza a dar respuesta a la segunda pregunta planteada: ¿Quién la promueve y en qué lugar?

Para Marlasca Gutiérrez (2015) debería ser el propio estado en comunión con todas las instancias involucradas (bibliotecas, instituciones educativas, editoriales, órganos legislativos, familias e incluso los medios de comunicación), todo mediante la construcción de planes de trabajo estables, con objetivos claros a mediano y largo plazo, que no se vieran interrumpidos por factores externos como los cambios de administración pública (a la par de sus intereses), entre otros.

Resulta interesante que el planteamiento sea sencillo, pero por su magnitud, entre muchos otros factores, sea una labor que en la práctica resulta inviable.

Precisamente por esto es que autores como Bernal (2015, p. 12) aseguran que existe “la urgencia que los universitarios tenemos para construir espacios de reflexión y propuestas que apoyen el camino hacia las condiciones de autonomía y libertad que proporciona la lectura literaria” sin embargo, aunque los bosquejos de teoría existen, autoras como Pérez Martínez (2015, p. 212) aseguran que “hoy circulamos «naturalmente» por este amplio terreno del llamado «fomento a la lectura» y lo reconocemos como un obvio asunto cultural. (...) Sin embargo resulta que (...) carece de un espacio académico en donde se estudien estas definiciones y revisiones, y se aporte algo a la comprensión de lo que implica este «objeto de estudio»”.

A las declaraciones anteriores se les puede contraargumentar. Tan solo en el manifiesto IFLA/UNESCO (1994) se expone a las bibliotecas públicas como un espacio cuyo objetivo, entre otros, es el de crear y consolidar los hábitos de lectura de la población a la que sirvan. Además, si se observa un panorama más amplio, las escuelas son por antonomasia otro de los pilares que debe velar por la adquisición de este hábito, es decir, los espacios existen. Y si ello no fuera suficiente, hay además

textos que proponen constantemente el uso de los mismos para la organización de actividades que persigan la promoción de la lectura. Por su lado, la segunda afirmación puede rebatirse al observar la existencia de literatura que, de hecho, aborda al objeto de estudio.

Si se cuenta con los espacios y ya se empieza a abordar el tema desde un enfoque académico, ¿qué preocupación podría existir entonces?

Podría ser el enfoque ¿De qué sirven los espacios si con cada año que pasa estos se ven mitigados por la inmediatez del internet? ¿De qué sirve prestarle atención al tema si se considera que el fin último es conseguir que los lectores disfruten de la buena literatura? ¿Qué es la buena literatura? ¿Quién define la buena literatura?

En la actualidad el debate en torno al fomento de lectura debe asentarse sobre la base de tres pilares fundamentales: las necesidades y preferencias de una nueva generación de lectores, la incidencia del uso prolífero de innumerables dispositivos electrónicos por parte de estos y los nuevos medios y formas de lecturas (Manso Rodríguez, 2015, p. 9).

Evalúa proyectos de fomento a la lectura, diferenciándolos por origen: Aquellos desarrollados por instituciones bibliotecarias y aquellos desarrollados fuera de las mismas. Entre estos proyectos, se consideran portales como Goodreads y Lecturalia, entre otros; mismos que se retomarán y se profundizará en sus cualidades a lo largo del capítulo 2.

Dentro del artículo de Manso Rodríguez (2015) se exponen las bondades de cada uno de estos proyectos y su utilidad como herramientas que permitan, por ejemplo, la organización de clubes de lectura dentro de un espacio como lo es la biblioteca pública. Esto debido a que a través de estas propuestas digitales se puede dar respuesta a inquietudes como: ¿De qué trata un libro? ¿Qué lectura me podría gustar si ya leí a determinado autor? ¿Qué autores podrían gustarme por abordar un género que me agrada?

Estas preguntas permiten además la posibilidad de evaluación de preferencias dentro del grupo de asistentes. Por lo que estos proyectos con cuna digital son herramientas útiles, para estos casos, ya que permiten trazar rutas con base en las experiencias de

miles de lectores que en ellas vacían sus opiniones y reflexiones. Por ejemplo: las reseñas en Goodreads.

Es decir, Manso Rodríguez logra conjugar una propuesta en la que evalúa el uso de un espacio físico como punto de reunión entre lectores interesados en participar de las actividades que fomentan el hábito lector. E incluso logra unir esa realidad con un entorno digital en el cual, con el uso de herramientas digitales pueden complementar y facilitar dichas actividades. Por ejemplo, define el concepto de club de lectura virtual, afirmando además su existencia, de la siguiente manera: “Espacio de encuentro, que, basado en el empleo de herramientas tecnológicas, propicia que los lectores se «reúnan» para exponer sus criterios y puntos de vista sobre determinada lectura, debatir, valorar y sugerir obras literarias” Manso Rodríguez (2015, p. 14). Y es precisamente la existencia de estos clubs de lectura virtuales la que abre la perspectiva de los alcances que puede tener el fomento a la lectura ya que brinda la oportunidad de que los mismos participantes aporten recomendaciones e impulsen al club entero para leer algún libro en específico.

Por supuesto, sigue siendo la biblioteca quien promueve la lectura, el cómo lo hace ha evolucionado con la integración de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la vida de los lectores. La “responsabilidad” de promover el hábito lector ahora se puede compartir con los mismos lectores quienes hacen uso de las TIC para hablar y recomendar sus lecturas.

Hasta el momento ya se ha hablado del dónde / quién (escuelas, bibliotecas, lectores, etc.) el cómo (actividades lúdicas); tan solo resta responder ¿Qué lecturas son las que se promueven?

Gómez Yebra (2016, p. 237) menciona que “escritores de la talla de Gabriel García Márquez, han llegado a sugerir que «un curso de Literatura no debería ser mucho más que una buena guía de lecturas»” Lo cual sin duda deja una enorme área gris en la que, dependiendo de la persona que proponga dicha guía, las lecturas podrían ir desde El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha a textos más actuales como la serie de libros de Crepúsculo escrita por Stephenie Meyer.

Mientras el primero ha sido reconocido a lo largo de los siglos, el segundo es un contemporáneo que en pleno 2020, según la voz popular, ya ha perdido gran parte

de su público (basta con buscar opiniones en redes sociales y medios de comunicación emitidas durante el último año).

¿Quién es objetivo de todo esfuerzo en la promoción de la lectura?

Idealmente, todo sector de la población debe ser objetivo de los planes y/o proyectos de promoción de la lectura. Sin embargo, la mayoría de los autores consultados coinciden en que son los jóvenes quienes presentan un particular desafío, puesto que son ellos los que presentan la mayor resistencia en el aprendizaje / apreciación de la literatura.

Dicha resistencia puede explicarse con la forma en la que Martín Barbero (2010) aborda La ciudad letrada de Ángel Rama y la sumerge en la realidad pedagógica actual. Explica que el texto de Ángel Rama expone el uso de la palabra escrita como una herramienta de poder para someter y “estabilizar” a una sociedad analfabeta. Como resultado, el empuje de ambos bandos (letrados y analfabetas) genera una “batalla cultural” donde la irreverencia popular y el hablar letrado se desconocen continuamente.

Aunque Martín Barbero expone la evolución de esta situación, es necesario limitarse a la idea anterior. Siempre ha existido esa rivalidad entre lo que se considera cultura y aquello que no lo es. Los jóvenes, por excelencia, son los principales exponentes de esta rebeldía y esta falta de interés por lo ya establecido como cultura.

En consecuencia, es a ellos a quienes deben ir dirigidos, principalmente, los esfuerzos para promover la lectura pues, sin importar que se reconozca la necesidad de enseñar a apreciar la literatura, lo cierto es que aún existe el problema de identificar los caminos que podrían servir a la satisfacción de tal necesidad.

Estamos, pues, ante un sistema escolar que hace ahora el oficio de la «ciudad letrada», pues no solo no gana a los adolescentes para una lectura y una escritura expresivas y enriquecedoras de su experiencia, sino que, al desconocer la cultura oral en cuanto matriz constitutiva de la cultura viva y la experiencia cotidiana entre los sectores populares, acaba con su expresividad y creatividad sociocultural reducidas al tenaz prejuicio que confunde oralidad cultural con analfabetismo (Martín Barbero, 2010, p. 43).

El texto de Martín Barbero puede resumirse de la siguiente manera: Hay tres factores o prejuicios que influyen en la constante confrontación que existe entre ambos bandos, letrados y analfabetas. Primero, la incapacidad de comprender que la cultura se extiende más allá de lo que las mismas instituciones reconocen como tal. En segundo lugar, el no reconocer que existen entornos informacionales difusos y descentralizados que permiten el acceso a la información a través de canales que las mismas instituciones no pueden monitorear. Finalmente, la poca adaptabilidad que las instituciones tienen para enfrentar un entorno cada vez más sumergido en el uso de nuevos medios (tecnologías) que permiten la difusión accesible de la cultura.

Es decir, siempre ha existido, y con certeza siempre existirá, un constante desconocimiento entre lo que el tiempo defina como métodos tradicionales para la enseñanza (o lectura para este caso) y las nuevas tendencias.

Recapitulando, si se hiciera caso a lo dicho por Márquez y se define a un curso de literatura como una buena guía de lecturas, ¿cuáles deberían integrarse?

Sería asombroso contar con listas llenas de lecturas que posibiliten oscilar entre aquellas que permitan un acercamiento a la realidad del joven lector y el resto de los textos que las instituciones educativas y culturales definen como clásicos o cánones; mismas que provocan una respuesta contrariada por parte de los adolescentes. Quizá haciendo uso y constante promoción de las primeras, podría ser más sencillo abordar las segundas. Quién sabe, incluso podría facilitar la lectura de textos académicos.

Tan solo por poner un ejemplo, podría hacerse caso a los datos arrojados por Amazon México, donde enlista sus títulos más vendidos:

- La chica del tren — Paula Hawkins
- Persona normal — Benito Taibo
- Yo antes de ti — Jojo Moyes
- Cinco esquinas — Mario Vargas Llosa
- Rayuela — Julio Cortázar
- Salvar el fuego — Guillermo Arriaga
- Sol de medianoche — Stephenie Meyer
- Aquitania — Eva García Sáenz de Urturi
- Finalmente yo — Lesslie Polinesia

Puede apreciarse que se integran libros de novela negra, juvenil, *spin off*; o, en su caso muy particular, libros de autores considerados canon (Cortázar y Vargas Llosa), o bien escritos por celebridades de internet (Lesslie Polinesia).

Incluso destaca que pese a los años, libros como el de Persona normal (impulsado en gran medida por la comunidad Booktube) continúan apareciendo en listas de lo más vendido y lo más leído.

Pese a que se pueden obtener excelentes referencias de listas de lectura que integren los elementos mencionados con anterioridad, es decir, un equilibrio entre clásicos y contemporáneos, la tarea de estructurar una lista con tales características es poco sencilla pues, según Gómez Yebra (2016, p. 247):

Entre los 12 y los 16 años, por lo general, los jóvenes viven muy pendientes de sí mismos, de su situación corporal y psíquica, intentando superar los numerosos problemas de la adolescencia, sus grandes lagunas, sus inseguridades, sus miedos. ello predispone a la lectura de historias donde se reflejan sus propios sentimientos, sus conflictos psicológicos, su personalidad en evolución, su mundo en crisis.

Considerando todos los factores anterior descritos la dificultad para obtener una lista de recomendaciones que evite enarbolar la literatura de cualquier tipo, contra los jóvenes (uno de los objetivos destacables de los intentos de promoción de la lectura) resulta en una tarea desmesurada e inabarcable.

¿Qué fuentes podrían apoyar en la búsqueda de textos que simpaticen con los intereses de la juventud? Bueno, a esto se obtendrá respuesta en el capítulo 3 de la presente.

Para finalizar, se puede concluir que la promoción de la lectura comienza con los esfuerzos, individuales o en colectivo, que buscan amenizar el acercamiento entre el texto y el lector a través de actividades lúdicas como: dramatizaciones de alguna historia, lecturas en voz alta, comparación del texto con alguna adaptación cinematográfica del mismo, etc.

Sin embargo, lo ideal sería que estos esfuerzos estuvieran contemplados bajo un plan de fomento a la lectura que involucre a todos los sectores de una sociedad (gobierno, escuelas, bibliotecas, familias, mediadores, etc.), en el cual se fijen metas a mediano

y largo plazo que no se vean sesgadas por factores externos o inherentes a la política de la sociedad en la que se busca promover el hábito lector.

En el caso de México, a la par de la publicación del PFLC del 2008 fue promulgada la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro (última reforma: 19 de enero del 2018) la cual señala en su artículo 4 que la presente tiene como objetivo:

- I. Propiciar la generación de políticas, programas, proyectos y acciones dirigidas al fomento y promoción de la lectura;
- II. Fomentar y estimular la edición, distribución y comercialización del libro y las publicaciones periódicas;
- III. Fomentar y apoyar el establecimiento y desarrollo de librerías, bibliotecas y otros espacios públicos y privados para la lectura y difusión del libro;
- IV. Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional con los distintos órdenes de gobierno y la vinculación con los sectores social y privado, para impulsar las actividades relacionadas con la función educativa y cultural del fomento a la lectura y el libro;
- V. Hacer accesible el libro en igualdad de condiciones en todo el territorio nacional para aumentar su disponibilidad y acercarlo al lector;
- VI. Fortalecer la cadena del libro con el fin de promover la producción editorial mexicana para cumplir los requerimientos culturales y educativos del país;
- VII. Estimular la competitividad del libro mexicano y de las publicaciones periódicas en el terreno internacional, y
- VIII. Estimular la capacitación y formación profesional de los diferentes actores de la cadena del libro y promotores de la lectura (Ley de Fomento para la Lectura y el Libro 2008, p. 3).

En este sentido, resulta obvio que pretende asegurar que todas las estructuras pertinentes estén dispuestas a facilitar el acceso a la lectura. Es decir, legislar en favor de la libre circulación de textos en todo el país. Para este fin, se sirve de contemplar cada una de las partes involucradas, demostrando que, lejos de lo que los autores sugerían en la década de los noventa, la lectura no es un acto solitario y está sujeta a cambios sociales y, hoy día, tecnológicos que influyen en la necesidad de acercarnos a ella de la mejor manera que sea posible.

No obstante, dicho panorama resulta en la práctica poco menos que inviable. La ley promulgada en México busca ser una facilitadora para un país con acceso a la lectura. Sin embargo, recarga el peso de esta visión en las secretarías de educación y cultura;

quienes a su vez no consiguen establecer una dirección clara y se limitan a recapitular proyectos y resultados de estudios hechos con cierta frecuencia. Mismos que no dejan de arrojar un índice de lectura estancado, pese a la evolución del hábito lector en sí mismo.

Podrá acaso definirse como guía de los intentos por generar espacios que conjuguen los esfuerzos individuales en planes que contemplen las mismas metas, pero a menor escala. Siempre considerando y reconociendo la evolución de las comunidades a las que se sirva. No ignorando la innovación tecnológica y los alcances de la densidad cultural que tiende a ramificarse en medios de expresión y/o comunicación, que son poco entendidos por aquellas instituciones culturales y educativas (cuando no son por completo ignoradas).

Pasar por alto a las mismas es ignorar las formas en las que los segmentos de cualquier tejido social buscan dar identidad a sus principales representantes, los jóvenes (o al menos los que destacan por su rebeldía); mismos que fácilmente entran en conflicto directo con los cánones ya establecidos.

1.3 Promoción de la lectura en México

En el caso de México, la Secretaría de Cultura (2017, pp. 15-26) señala que la promoción de la lectura se puede rastrear desde la creación de la Secretaría de Educación Pública en 1921 y los programas de fomento lector propuestos por José Vasconcelos. Desde entonces se puede decir que han existido diferentes intentos por consolidar un proyecto nacional de fomento a la lectura. Por ejemplo:

- La consolidación de la Comisión Nacional del Libro Gratuito (Conaliteg).
- La creación de textos en lenguas indígenas como resultado del proceso indigenista que dio inicio en la segunda mitad del siglo pasado.
- La generación de textos para gente con debilidad visual o ceguera (macrotipos y código braille).
- El establecimiento de diferentes editoriales como EDUCAL y el Fondo de Cultura Económica junto a la creación de colecciones como “A la orilla del viento” y premios como “Barco de Vapor”.

- La promulgación de la Ley General de Bibliotecas y el inicio de la estructuración de una Red de Bibliotecas Públicas.
- La propuesta de programas como Rincón de Lectura, cuyo fin era abrir espacios de lectura dentro de las escuelas de educación primaria y secundaria.
- La colaboración con instituciones que se dedican (entre otras labores) a medir el avance que todos estos esfuerzos habían generado en la sociedad mexicana como lo es IBBY / México a Leer.

No obstante, para efectos de la presente, se abordarán específicamente las acciones llevadas a partir de la publicación del Programa de Fomento para el Libro y la Lectura del 2008 (poco después de la promulgación de la Ley para el Fomento de la Lectura y el Libro), ya que en ella se asientan los precedentes de lo que es, de hecho, el primer programa en su tipo elaborado en México.

Nace como un reconocimiento del arduo trabajo que requiere formar el hábito lector en los mexicanos, pese a que a lo largo de los años se han consolidado diferentes proyectos que persiguen tal fin. Declara lo siguiente:

México ha realizado importantes inversiones en infraestructura cultural, escuelas y bibliotecas. Nuestros programas de lectura, dentro y fuera del Sistema Educativo Nacional, son parámetro para otros ejercicios similares en la región latinoamericana. No obstante, nuestros índices de lectura y acceso a los bienes y servicios culturales siguen siendo bajos, lo que indudablemente repercute en una entrada tardía al desarrollo social y humano (Secretaría de Educación Pública, 2008, p. 3).

La declaración anterior es evidencia del serio problema al que es necesario hacer frente: Los programas e instituciones que persiguen fomentar la lectura en México existen (y resultan ejemplares para otros países). Sin embargo, son insuficientes.

Ante esta situación el programa del 2008 hace un breve análisis del México lector con el que se encuentran. La misma situación se repite en el programa homónimo con fechas del 2016 al 2018.

A continuación, se elaboró una tabla en la que podrán compararse distintos aspectos que cada uno de los programas encontró en su respectivo momento para así conocer necesidades que, como sociedad, México tiene. Es decir, se establece un punto de

partida en el que ambos programas observan todos los proyectos e intentos de promoción del hábito lector que, hasta la fecha de sus respectivas publicaciones, se habían llevado a cabo dentro de los diversos sectores de la sociedad mexicana.

Tabla 1: Comparación entre los programas de fomento para el Libro y la lectura en México

	Programa de Fomento para el Libro y la Lectura: México Lee 2008	Programa de Fomento para el Libro y la Lectura: Cultura y educación 2016 - 2018
TIC	<p>Las nuevas TIC deben llegar a pasos más acelerados y hacia todos los rincones del país puesto que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 9% de las familias mexicanas tiene acceso a internet. • 18.4% de los hogares posee una computadora. • Quienes más usan el internet son los mexicanos de entre 12 a 19 años. 	<p>Los medios de comunicación han sido clave en el objetivo de fomentar la lectura. Hacen uso de la imagen de personajes públicos en programas de televisión y radio que a la fecha cuentan con sus respectivas plataformas en internet.</p> <p>La Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015 (ENLE) demostró que internet es una gran herramienta para formar lectores pues existen comunidades que se comunican a través de redes sociales para expresar sus experiencias con los libros (reconoce la existencia de los booktubers).</p> <p>La venta de libros por internet exige la creación de sitios web amigables e intuitivos. LibrosMéxico funciona como condensador de todos los esfuerzos de comercio digital de libros.</p> <p>Atlas de Lectura permite la geolocalización de puntos de venta y espacios de lectura</p>
Educación	<p>Se han dotado las bibliotecas en escuelas públicas en la última década, sin embargo, es urgente incrementar las opciones de lectura más allá de las consideradas por el Sistema Educativo Nacional.</p>	<p>El Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), continua con el programa de caravanas culturales en el que jóvenes imparten cursos de lectura y escritura.</p> <p>Existen programas de calidad e impacto de las universidades, instituciones académicas y educativas, tanto particulares como públicas. Por ejemplo, Universo de Letras (UNAM). Sin embargo, son todavía esfuerzos aislados.</p>
Venta Editorial	<p>Se ha procurado la existencia de un <i>Precio único de venta</i>.</p> <p>El 56.8% de las librerías registradas cuentan con un solo punto de venta.</p>	<p>La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) reportó la existencia de 1204 puntos de venta, aproximadamente. De los cuales la tercera parte (unos 400) se concentran en la Ciudad de México.</p>

Bibliotecas Públicas	<p>Se cuenta con 7 211 bibliotecas, mismas que requieren modernización en infraestructura, colecciones, tecnologías, acervos y personal capacitado.</p> <p>Se estima que aproximadamente el 70% de consultas las realizan alumnos de nivel secundaria para cumplir con trabajos escolares.</p>	<p>Se cuenta con 7 413 bibliotecas que en los últimos años han sido dotadas de dispositivos electrónicos y digitales.</p> <p>La ENLE Reveló que al menos el 30% de los encuestados jamás ha visitado una biblioteca.</p> <p>A la fecha (2016) se considera a la Biblioteca Vasconcelos como un modelo de los espacios bibliotecarios [públicos].</p>
Sociedad	<p>La lectura escolar sigue siendo la predominante en la sociedad mexicana. Es decir, la lectura recreativa fuera de la necesaria para acreditar materias es muy escasa.</p>	<p>Se han dado pasos importantes en el reconocimiento de la diversidad lingüística. El Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INLI) ha propuesto y fortalecido programas de lectura y escritura en estas lenguas.</p> <p>Se da el rescate y la apropiación de espacios públicos. Lo cual poco a poco ha ido abriendo las puertas para actuar en espacios como hospitales, psiquiátricos, unidades habitacionales, etc.</p>
Mediación de Lectura	<p>La Dirección General de Publicaciones de CONACULTA ha distribuido 100 títulos a cada una de las aproximadamente 6 mil salas de lectura que existían desde 1985.</p> <p>En el 2008, menos del 50% seguían funcionando.</p>	<p>Se han identificado y profesionalizado a promotores de lectura en lengua indígena.</p> <p>Existen menos de 3 mil salas de lectura, muchas de las cuales han desaparecido pues tienen cortos "periodos de vida" (entre 3 y 5 años)</p> <p>Se han multiplicado las ferias del libro como espacios de comercialización, pero a la par como espacios de fomento y actividad cultural. Se promedia un total de 40 ferias por año.</p>
Índices de lectura	<p>El 69.7% de jóvenes entre 18 a 22 años, leen.</p> <p>El 66.6 de niños entre 12 y 17 años, leen.</p> <p>En promedio, los padres de familia leen 3.5 libros al año (sin contar los libros de texto de sus hijos).</p>	<p>La ENLE reveló que los asistentes de las Salas de Lectura, con edad de 12 años o más, leen un promedio de 11 libros al año.</p> <p>La ENLE confirmó que aproximadamente un 56% de jubilados y pensionados disfrutaban de la lectura y expresar sus opiniones sobre las mismas.</p> <p>El promedio de lectura nacional es de 3.5 libros por gusto y 1.8 libros por necesidad. Sumando así 5.3 libros al año. Sin embargo, la ENLE establece un antecedente al tomar en cuenta los hábitos de lecto-escritura que se dan en las plataformas digitales.</p>

Elaboración propia (2021). Basada en: Secretaría de Cultura (2017); Secretaría de Educación Pública (2008).

Resalta el hecho de que en el Programa de Fomento para el Libro y la Lectura: Cultura y Educación 2016- 2018 (de ahora en adelante PFL, para ambos programas), ya se

habla de la existencia de una constante preocupación por conseguir que la población mexicana se haga del hábito de la lectura ¡desde la época de Vasconcelos! Sin embargo, como cabía esperar, hay resultados negativos y positivos que pueden observarse si se compara el análisis de antecedentes de cada PFL.

Por ejemplo, en la sección *mediación de la lectura* se mencionan las salas de lectura, proyecto impulsado por el CONACULTA y que después asumió la Secretaría de Cultura. En el 2008 se aseguraba que más de la mitad habían dejado de funcionar; situación que se explicó en el 2016 al destacar que estos espacios no suelen tener un periodo de vida muy largo. Lo anterior revela una seria deficiencia en cuanto a continuidad de proyectos de este tipo se refiere, como es el caso de “libros del rincón” o la campaña de “LeerMx - Lee 20 minutos al día”.

En la sección concerniente a las TIC, se observa que en 2008 se reconoce la necesidad de incrementar el acceso a internet en todos los sectores de la sociedad mexicana, mientras que en 2016 se habla sobre la importancia que ha tenido hacer uso de estos medios de comunicación (televisoras y radiodifusoras) que, poco a poco, han implementado plataformas propias en internet, haciendo uso además de la influencia de diversas figuras y personajes públicos para transmitir las virtudes de la lectura. Al mismo tiempo, menciona la existencia de plataformas gubernamentales en internet como: LibrosMéxico (recopilación de información de todos los libros editados en el país), Atlas de Lectura (sistema de geolocalización de puntos de venta y espacios de lectura) e incluso un Observatorio de la Lectura (recopilación de todos los proyectos de promoción de la lectura en México. Dejó de funcionar el 31 de enero del 2017).

En esencia, ambos programas revelan a un México preocupado por la formación de una sociedad en la que el hábito de la lectura sea una realidad cotidiana. Además, evidencia la existencia de diversos programas y proyectos que persiguen tal fin. No solo eso, pues también se observa el interés por la inclusión de grupos vulnerables (débiles visuales, ciegos e indígenas) con la creación de colecciones enfocadas en sus necesidades. Y, por si fuera poco, constantemente reconocen la importancia de incluir el uso de las nuevas TIC, así como de los programas de educación de vanguardia a nivel mundial.

Si los análisis del México al que se deben enfrentar arrojan tales resultados, ¿qué acciones propone cada PFL para mejorar la situación?

Para visualizarlas de forma general, se ha generado la siguiente tabla:

Tabla 2: Ejes de acción de los programas de fomento para el libro y la lectura

Programa de Fomento para el Libro y la Lectura: México Lee (2008)	Programa del Fomento para el Libro y la Lectura: Cultura y educación (2016 -2018)
<p><u>Ejes del fomento a la lectura: Nuestras prioridades</u></p> <p>Acceso a la lectura y el libro</p> <p>Reforzar su distribución. Fortalecer y modernizar (a través de las TIC) la infraestructura de todo espacio que permita la lectura en el país</p> <p>Educación continua y formación de mediadores</p> <p>Reconocer la labor de aquellos que median la lectura y crear las estrategias necesarias para su capacitación y profesionalización.</p> <p>Difusión de información sobre lectura y el libro</p> <p>Hacer uso de los nuevos medios de comunicación a los que los jóvenes cada día están más acostumbrados. Difundir así información sobre la cultura escrita a través de la red.</p> <p>Lectura y vida comunitaria</p> <p>Generar estrategias que permitan el desarrollo de comunidades (lectoras) que se preocupen por aquellas que padecen fuerte desigualdad social y marginación.</p> <p>Investigación y evaluación para el desarrollo lector</p> <p>Toda estrategia que se proponga debe estar sustentada en diagnósticos certeros y requiere de evaluación e investigación constante.</p>	<p><u>Estrategias</u></p> <p>Poner a disposición los materiales de lectura</p> <p>Promover la ampliación de puntos de venta y la generación de plataformas digitales que permitan el acceso a la lectura. Así podrá leerse tanto desde la red así como dentro de las zonas marginadas del país</p> <p>Actividades de promoción de la lectura en lenguas nacionales</p> <p>Descentralizar la disposición de los bienes y servicios culturales. Promover actividades de lectura y escritura en lengua nacional. Reconocer el trabajo de promoción que diferentes organismos realizan y coordinar esfuerzos que lleguen a cualquier nivel de la sociedad.</p> <p>Profesionalización, capacitación y sensibilización</p> <p>Brindar ofertas académicas que permitan el desarrollo de las capacidades de todo promotor de la lectura. Reconocer su labor e invitar a que se profesionalicen aquellos que promueven la cultura en lengua indígena. Implementar bases de datos y estudios que permitan formalizar y promover la actividad de los mediadores de lectura en cualquier nivel de la sociedad.</p> <p>Creación de contenidos</p> <p>Estimular la creación y difusión de materiales de lectura que se adecuen a las necesidades de los grupos vulnerables como lo son los débiles visuales, indígenas y zonas marginadas. Promover la creación artística y estimularla a través de premios que reconozcan esta labor. Apoyar cualquier proyecto editorial para fomentar y facilitar así la distribución del libro.</p>

Elaboración propia (2021). Basada en: Secretaría de Cultura (2017); Secretaría de Educación Pública (2008).

Ambos programas engloban actividades cuya principal intención es la de no obstaculizar en ningún momento el acceso al libro. Reconociendo además la urgencia por formalizar y profesionalizar aquellos esfuerzos que provienen de la misma sociedad para promover la lectura. Plantea además la necesidad de usar las nuevas TIC, que permitan la generación de herramientas académicas, de investigación y de

evaluación para recabar toda la información necesaria derivada de la práctica de ambos PFL.

Puede entenderse que ambos resultan muy genéricos al momento de plantear propuestas. Sin embargo, más que un instructivo con pasos a seguir para conseguir fomentar la lectura en la población mexicana, se debe entender que el PFL “deberá ser un agente coordinador de todos los esfuerzos e iniciativas desde los sectores cultura y educación; una invitación permanente a la sociedad entera a que contribuya en su propio desarrollo” (Secretaría de Cultura, 2017, p. 51).

Entonces, sí, en México se lee y se han hecho esfuerzos para que así sea. Al menos eso aseguran los textos que se han escrito desde gobierno a través de su Secretaría de Educación (SEP) y Secretaría de Cultura (antes CONACULTA).

No obstante, autoras como Rosa María Quesada Mejía difieren; esto se percibe dentro de su capítulo contenido en el libro: *Lecturas in-apropiadas desde la historia, la educación y la cultura* (2013), coordinado por María Esther Aguirre Lora. Dentro de su texto procede a explicar cómo es que el programa (PFL 2008) en realidad es un intento por satisfacer las demandas de organismos como el Banco Mundial o la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Es decir, fuera de los documentos oficiales no pueden percibirse acciones o resultados que deriven de las propuestas que se hacen en el papel.

Asegura que “para obtener los recursos económicos necesarios en este intrincado juego es necesario seguir las reglas dictadas por el Banco Mundial, que tiene gran influencia en el destino de los habitantes del planeta en todos los aspectos de su vida” Quesada Mejía (2013, p. 234). Esta situación deriva en la constante evaluación de los países miembros de estos organismos. Pues, de no tener niveles adecuados que permitan la visibilidad de una *sociedad del conocimiento*, las inversiones que el país pudiera recibir se ven afectadas.

Resulta entonces que, en México, para satisfacer tales demandas, se han adoptado medidas como el modelo educativo que ha ganado terreno bajo esta perspectiva: El Aprendizaje Basado en Competencias (ABC). El cual:

Se centra en el desarrollo del aprendizaje integral del alumno, por lo que los conocimientos declarativos de un plan de estudio en sí mismos no son lo más

importante. Bajo esta perspectiva, lo fundamental es el uso que el alumno hace de esos conocimientos en situaciones de su vida personal, social y profesional, en entornos y ámbitos de la vida real (López Carrasco, 2013, p. 55).

En esencia se trata de la formación de individuos funcionales dentro de una sociedad. Busca desarrollar al máximo sus fortalezas a la par de la mejora continua en sus áreas de oportunidad.

Esto, en el marco de la educación en México, ha traído consecuencias contradictorias puesto que se han adoptado modelos con una gran influencia en el marco mundial, sin tomar en cuenta que su población no cuenta con las mismas características que aquellas en las que la evaluación por competencias ha tenido éxitos.

El discurso de la Secretaría de Educación Pública se jacta de brindar a los mexicanos las herramientas necesarias para que construyamos nuestra vida como mejor nos parezca, y es en la lectura donde pone un énfasis especial. se alega que gracias a ella se formarán ciudadanos libres y que se desarrollen con plenitud (Quesada Mejía, 2013, pp. 245 - 246).

Sin embargo, a los mexicanos se les sigue evaluando bajo la lupa de la comprensión lectora, basta con mirar los criterios de medición dentro de las pruebas del Plan Nacional para la Evaluación de los Aprendizajes (PLANEA). Mismos que dividen a la población estudiantil, según sus logros, en cuatro niveles.

- Nivel 1: Dominio insuficiente, con habilidades como: Localizar información explícita y comprender oraciones simples.
- Nivel 2: Dominio básico, con habilidades como: Relacionar segmentos de información explícita y utilizar conjunciones y nexos en oraciones complejas.
- Nivel 3: Dominio satisfactorio, con habilidades como: Relacionar información explícita e implícita y usar nexos comparativos y de temporalidad dentro de párrafos.
- Nivel 4: Dominio sobresaliente, con habilidades como comparar y evaluar información en textos completos. Utilizar distintos nexos dentro de textos completos (INEE, 2018, pp. 8-9).

Lo anterior no es negativo en sí. Pero vaya que pone en la cuerda floja a cualquier mexicano puesto que los somete a la presión de una evaluación que definirá si son buenos estudiantes; se ocupa como herramienta para señalar a los que sí “saben leer”.

Por si fuera poco, los resultados no son alentadores. Sin importar que se observen en diferentes evaluaciones como ENLACE 2013 o PLANEA 2018 para educación básica, o bien ENLACE 2014 o PLANEA 2018 para educación media superior, más del 50% de los alumnos mexicanos presentan un dominio “insuficiente” o “básico” de comprensión lectora y reflexión de la lengua.

El problema es entonces que, pese a adoptar un modelo educativo de vanguardia, se siguen realizando evaluaciones que priorizan la calidad de lo leído antes que considerar el placer que esta puede causar. Se continúa evaluando el nivel de lectura con base en criterios como, por ejemplo, “palabras leídas por minuto”.

Debido a este interés de tener datos duros que puedan reflejar que en efecto los mexicanos han adoptado el hábito de leer con cierta constancia, se encuentran programas como “LeerMx - Lee 20 minutos al día”. Este pretendía establecer un tiempo de lectura en el cual se buscaba cubrir un mínimo de palabras leídas. La idea, aunque no del todo mala, fue mal encausada pues:

Por su parte, los grupos de promotores de la lectura por placer, indignados por esta propuesta de la eficacia y eficiencia en la lectura, se preguntan: ¿quién disfruta de un texto con un reloj y una pluma roja frente a ellos?, ¿quién puede identificarse con los personajes, llegar a conclusiones, cuando lo importante es pasar la saliva de manera que no obstaculice la vocalización?, ¿a quién se [le] quedará un buen recuerdo de los momentos de lectura con su madre, cuando los regañaba y los amenazaba con no firmar la libreta de tareas (por decir lo menos) hasta que no lograra su “número de palabras requeridas”? Estos grupos poco o muy organizados se han proclamado públicamente en contra de estas tendencias a través de las redes sociales tales como *facebook*, mandando mensajes colectivos acerca de las inconveniencias que ocasiona el tratamiento tan burdo de la calidad de lectura (Quesada Mejía, 2013, p. 250).

Todo lo anterior descrito es solo un mínimo fragmento de todo el problema.

En las publicaciones oficiales se pinta un panorama en el que se han realizado incansables esfuerzos por educar y promover la lectura. En contraste, la práctica revela que, aún con las mejores intenciones, se tienen deficiencias por las que no se ha conseguido que la lectura en México mejore.

Las salas de lectura mueren a los pocos años, y tan solo atienden a un promedio de 8 personas. En materia de educación, se adoptan modelos vanguardistas que no son aplicados de la forma correcta. Se cuenta con una red de bibliotecas públicas orgullosa de contar con más de 7 400 bibliotecas de las cuales, con mucha probabilidad, la mayoría se encuentran en estado deficiente; por ejemplo, en pleno 2019 se consideró “perdida” a la Biblioteca Pública José Vasconcelos (que además se vio envuelta en innumerables críticas desde su planificación y posterior inauguración) tras la renuncia de su director. La incursión de las nuevas TIC ha hecho eco y se han empezado a usar dentro de la sociedad mexicana y aun así los proyectos como LibrosMéxico, Atlas de Lectura y Observatorio de Lectura, son ineficientes o han sido abandonados.

La vara con la que se miden las consecuencias de todo lo anterior se encuentra en la sección *Índices de lectura*. Ahí puede observarse que el mexicano lee un promedio de 3.5 libros por gusto (tanto en 2008 como en 2016). Sin embargo, en datos más recientes del INEGI (2018, p. 1) se observa que “la población de 18 y más años de edad que lee algún material considerado por el MOLEC (Módulo de Lectura) decreció de 84.2% en febrero de 2015 a 76.4% en febrero del año en curso”.

Aunque como cabe esperar, estos promedios no son definitivos. Los datos varían según los rangos de edad, así como las motivaciones que se tengan para leer. Por otro lado, en la ENLE 2015 se consideraron además como lecturas aquellas hechas en sitios web o a través de medios digitales. Algo que hasta ese momento no se había considerado.

Para concluir, en México se han desarrollado diversos intentos por fomentar la lectura. Desde la promulgación de la Ley para el fomento de la lectura y libro (cuyo fin es asegurar que toda la cadena del libro sea posible para así llegar a los lectores) hasta la publicación de los PFL, mismos que se asemejan más a una desiderata que a un plan que en serio proponga cambios estructurales dentro de la sociedad mexicana.

Por lo tanto, no se puede negar que en México se han realizado esfuerzos para fomentar la lectura, sin embargo, los años han demostrado que tanto planes, iniciativas y programas quedan relegados al papel y en la práctica (si es que llegan) se mueren al poco tiempo. Al menos si se habla de aquellas que provienen de iniciativas independientes. Pues en contraste el Informe público del programa de fomento para el libro y la lectura 2017 (publicado en 2018) destaca las actividades realizadas a través de esfuerzos oficiales como el programa de salas de lectura (una enorme contradicción si consideramos que desde el 2008 se le consideraba en peligro de extinción), o los esfuerzos llevados a cabo en el margen de la Feria Internacional del Libro en Guadalajara.

Por su lado, otras iniciativas que provienen desde la propia sociedad son quizá infravaloradas. Por ejemplo: La comunidad booktube.

La ENLE reconoció su existencia en el 2015. Constantemente las editoriales acuden a ellos como una forma de promocionar sus novedades. Se lanzan concursos (Somos booktubers) que reconocen su esfuerzo al premiarlos con viajes a la Feria Internacional del Libro en Guadalajara. ¿Pero de verdad se aprovecha por completo su potencial? ¿Qué tanta influencia puede llegar a tener esta comunidad en favor de los índices de lectura en México? ¿Basta acaso con premiarlos con libros gratis y viajes a una de las ferias del libro más importantes?

1.4 TIC en la promoción de la lectura

Si hay algo que pueda decirse con absoluta certeza es que las TIC han influido en el desarrollo de las sociedades. Tan cierto es que hoy en día cualquier persona, con excepción acaso de los adultos mayores, no puede concebir su vida sin algún aparato que lo mantenga en contacto con el mundo de manera instantánea.

Así pues, este capítulo ha servido para describir la evolución de la lectura desde su concepción más simple al definirla como la interpretación de símbolos o grafías, Torre Zermeno y Dufo Maciel (1993) hasta aquella concepción sociocultural propuesta por Cassany (2013) donde propone a la lectura como una actividad que puede y debe socializarse para complementar lo que de ella se extraiga; además de ser útil para la comprensión del entorno que rodea al sujeto que lee.

Dicho lo anterior, si la lectura ha resultado ser un verbo tan flexible respecto a los comportamientos que el lector adopta (Ferreiro, 2002), será este el apartado que permita vislumbrar como ha sido afectado por el avance de la tecnología.

Ya ha servido como preámbulo destacar que, en efecto, la lectura evoluciona influenciada por los cambios tecnológicos (IBBY / México a Leer, 2016), del mismo modo esto ha hecho efecto en cómo se le concibe por parte de las autoridades encargadas de medirla en México: en la ENLE del 2015 se reconocen los nuevos hábitos de lecto-escritura derivados de las redes sociales e internet.

Ahora, si ya se tiene claro lo anterior, se procederá a ahondar un poco más sobre esta relación lectura-tecnología y cómo, de manera específica, ha influido en los cambios que esta actividad ha tenido:

Las nuevas tecnologías también están cambiando la fisonomía del público lector. Además de lectores de libros, hay ahora lectores de lenguajes virtuales, lectores de imágenes diagnósticas, lectores de hipertextos, de videojuegos, de pantallas. Aparece un nuevo tipo de lector, un lector polivalente, capaz de moverse por todas las lecturas [...] Surgen, así mismo, lectores que antes permanecían marginados de la lectura, por su condición de analfabetos, es decir, por no tener acceso al código escrito. El lenguaje audiovisual les ha permitido a estas personas, no solamente tener acceso a expresiones de la cultura que antes estaban reservadas para una élite, sino a compartir nuevas sensibilidades, nuevos relatos y formas de sociabilidad (Bernardo Peña, citado por Borja Orozco, 2012, p. 30).

Y esto pareciera no ser más que una reiteración de lo que hasta el momento se ha declarado. No obstante, con la cita anterior puede establecerse el preámbulo del siguiente capítulo. La fisonomía del lector se ve alterada porque ahora, con la oportunidad de acceder a más contenido y además crearlo, se aprecia la apertura en la diversidad de lo que hoy día puede ser considerado como texto o literatura. Y no solo el lector se ve afectado por estos cambios, si no las formas y métodos en los que se debe intentar acercar a un no lector al hábito de la lectura. Resulta impresionante pensar en las posibilidades que abren las nuevas tecnologías para promocionarla a través de un espacio digital.

Si se parte de las ideas de Teixidor (2007) y Gómez Yebra (2016) en las que promover la lectura es contagiar el hábito a través de la comunicación de la pasión por los libros, a partir de actividades que inviten, y jamás impongan, acercarse a leer, lo cierto es que está servida en bandeja de plata la oportunidad para potenciar campañas de promoción que tengan un alcance mucho más amplio del que se pudiera obtener si no se hiciera uso de las TIC.

Sin embargo, y en contraposición a lo novedosa que pudiera parecer la idea de usar las nuevas tecnologías en pos de promover la lectura, la realidad es que este pensamiento se viene suscitando desde hace ya bastantes años. Por ejemplo, Venegas (1993, pp. 301-340) habla sobre una civilización de las imágenes en donde una de las preocupaciones que debe tener la biblioteca como un espacio para promover la lectura es el de integrar aparatos como la televisión, la radio y reproductores de discos/cassettes a las instalaciones. Esto convertiría al “recinto de libros” en una mezcla de biblioteca y mediateca.

Es en este punto donde pueden comenzar a perfilarse las diferencias de lo que se buscaba hacer, durante los noventa, y lo que podría hacerse con todas las posibilidades que la continua evolución de la tecnología ofrece.

Dentro del texto de Venegas (1993) se explica cómo leer las imágenes que sin saberlo, habían llegado para quedarse. A través de estas nuevas tecnologías comenzaron a vislumbrarse nuevas fuentes de información.

La intención era no infravalorar los equipos que para su época eran novedosos y, de hecho, reducir el sub-uso que los bibliotecarios le estaban dando debido a que se consideraban como objetos ajenos a un espacio dedicado a los libros. A veces también por el desconocimiento de sus funciones.

Dicho de otro modo, en los años del texto de Venegas se observa un genuino interés por atraer usuarios a través de la modernización de servicios.

Por su lado, la perspectiva que ahora se abre no es la de integrar específicamente nueva tecnología a las bibliotecas, ya que en la actualidad se tiene mayor accesibilidad a dispositivos móviles. Es más, a partir de los años 2000, cuando la burbuja puntocom explotó, se cambió el paradigma por completo y los modelos de negocios y comunicación cambiaron. Dejaron de requerirse dispositivos dedicados a

ciertas actividades e incluso el concepto de instalar programas especializados comenzó a quedar rezagado.

Como consecuencia, los reproductores de DVD fueron sustituidos por Netflix; programas de edición de video usados para proyectos de calibre cinematográfico pueden conseguirse de manera condensada en las appstore del dispositivo en cuestión.

Con tales avances en la tecnología, debe entenderse su potencial y dejar de creer que la promoción de lectura debe concebirse como la reunión de personas en espacios físicos, bibliotecas, por ejemplo, para la realización de eventos y actividades que los inviten a la lectura. En cambio, ahora pueden realizarse estas mismas actividades, externando la pasión por el hábito de leer, sin la necesidad de permanecer estáticos y sin límites físicos que obliguen a promotores y posibles lectores a reunirse en un lugar específico (con todas las contrariedades de traslado que ello implique).

Las bibliotecas no han sido ajenas a este cambio, de hecho, desde hace algunos años se habla sobre las bibliotecas 2.0. Todo como resultado de la explosión y expansión de la web.

De hecho, autores como Margaix Arnal (2007) asegura que el nuevo modelo de bibliotecas, en términos simples, requiere la integración de nuevas tecnologías y las características de la web, mismas que pueden insertarse en el desarrollo de colecciones y servicios bibliotecarios. Esto considerando que la biblioteca ahora puede moverse en un entorno tanto físico como virtual.

Ahora, si se considera que una de las funciones de toda biblioteca, independientemente del tipo, es promover la cultura y/o conocimiento entre su comunidad de usuarios cabría pensar que el nuevo modelo de Biblioteca 2.0 es útil para conseguir resultados en este aspecto.

La respuesta es un tanto más compleja que afirmarlo o negarlo. Pese a que la integración de las nuevas tecnologías y la implementación de herramientas 2.0 como blogs y redes sociales, entre otros, puede representar un reto para aquellos bibliotecarios con poca o nula experiencia en su manejo (frecuentemente por cuestiones de edad) lo cierto es que, al menos en lo que refiere a la promoción de la lectura se han obtenido resultados.

De manera general podemos decir que [las nuevas tecnologías] atienden a un doble propósito: establecer un canal de comunicación fluido con los usuarios para informar y promocionar sus servicios e instalaciones, y recopilar toda la información que ellos mismos hagan llegar [...] Uno de los servicios en los que las herramientas de la web social se han incorporado con éxito es en los relativos a la promoción de la lectura. *Blogs literarios*, clubes de lectura virtuales y guías y selecciones de lectura *online* acercan libros y lecturas a toda una comunidad virtual, que rompe las barreras del concepto tradicional de usuario de biblioteca (Sánchez García, y Santos Recuenco, 2015, p. 247).

Ya se había visto en el artículo de Manso Rodríguez (2015), las bibliotecas tienen a su alcance proyectos de promoción de lectura que han cultivado éxitos a lo largo y ancho del mundo. Proyectos que han sido generados tanto dentro como fuera de los espacios bibliotecarios. Estos además permiten la posibilidad de desarrollar colecciones con base en los intereses de su comunidad, reconocidos y recopilados a través del feedback que las nuevas tecnologías y la web 2.0 permiten.

De forma contradictoria, pese a todas las bondades de las que se puede disponer para crear proyectos sólidos de promoción de la lectura, y los supuestos éxitos de los que se han hecho acreedoras las bibliotecas al implementar espacios cuyo objetivo es precisamente contagiar el hábito lector, los resultados siguen siendo negativos. Esto quizá se deba a que, dentro del autoconcepto de la biblioteca, el flujo de usuarios aumenta, no obstante, en cuanto un alcance real sobre el potencial que puede sacarse de las nuevas tecnologías se está aprovechando la mínima parte.

Si se retoma el texto de Sánchez García, y Santos Recuenco (2015), continúan su exposición poniendo en evidencia que, en España, pese a existir infraestructura y la disposición de los ciudadanos españoles para consultar toda la información de la web a la que pueden acceder desde sus dispositivos, los índices de lectura siguen descendiendo.

Caso similar es el de México. Aun con la firme intención de establecer programas que ayuden a fomentar la lectura lo cierto es que dichos programas no son más que un listado de los logros obtenidos, muchas veces a medias.

Sin embargo, tales resultados que según palabras del propio programa “hacen de México un ejemplo en la promoción de la lectura y el libro a nivel Latinoamérica”, no se ven reflejados en su población pues el nivel en México no sólo no ha aumentado, sino que, según la fuente consultada, podría decirse que baja e incluso con consecuencias negativas.

Además, nunca logran esclarecer cómo es que la ciudadanía puede integrarse y ser parte de estos programas. Al menos nunca de manera puntual pues dichos programas redactan lo que, por ejemplo, la Ley de fomento para la lectura y el libro ha conseguido desde su promulgación. Es decir, se presta especial atención a lo que las instituciones pueden hacer y cómo es que sus actividades han cosechado resultados.

Al buscar las formas en las que un ciudadano mexicano puede ser parte de estos programas, estos se limitan a dar una serie de sugerencias que bien pueden encontrarse de la misma manera en diferentes textos enfocados a la promoción de la lectura:

- Para promover la lectura, es necesario leer mucho.
- Realizar actividades que inviten a la lectura, no que la impongan.
- Buscar referencias a diferentes géneros literarios para poder abordar a los posibles lectores desde diferentes aspectos.
- Generar espacios que sean adecuados para la actividad lectora.
- Promover la discusión de los textos abordados a través de diferentes expresiones artísticas.
- Generar comunidad.
- Apoyar la creación de contenido.

Y es que con estos puntos pareciera que todo aquel interesado en promover la lectura queda abandonado a su suerte. Sin embargo, las circunstancias están para pensar en qué hacer con ellas. Si se cuenta con la posibilidad de formar parte de la explosión del desarrollo de nuevas tecnologías que, con cada año que pasa, son más accesibles, algo podrá hacerse en favor de la promoción de la lectura.

Sin saberlo con precisión la sociedad comenzó a dotarse de las herramientas que le permitieron ser parte activa del desarrollo social y no esperar a que las instituciones responsables implementaran soluciones a sus carencias.

Sin ser plenamente conscientes, tras la explosión de la burbuja puntocom y el cambio de paradigma que sufrieron las formas de hacer negocios, los ciudadanos fueron migrando a un espacio digital. Formaron comunidades con intereses en común, generaban conocimiento a través de la experiencia de cada usuario y apoyaban a aquellos creadores que lo hacían de manera eficiente. Sin darse cuenta estaban sumergiéndose y redefiniendo las redes sociales.

Capítulo 2. Redes sociales y lectura

2.1 ¿Qué se entiende como red social?

Hoy día las redes sociales (como popularmente se las entiende) tienen una presencia casi absoluta dentro de cualquier aspecto de la vida de las personas, limitadas acaso solo por carencias en la infraestructura a nivel mundial. Y, si se ahonda un poco más en esta realidad, puede encontrarse que internet es una herramienta casi todopoderosa que facilita el desarrollo de nuestra cotidianidad. Se usan aplicaciones para cualquier actividad: Buscar información, solicitar el servicio de taxi desde la comodidad del hogar, escuchar música, ver series o películas, leer libros, pedir comida, comprar cualquier artículo, transferir dinero, comparar precios, conseguir citas, evaluar sitios turísticos y de hospedaje, etc.

Para efectos de la presente tesis, es preciso delimitar lo mejor posible el concepto, así como centrar la atención en aquel enfoque que consigue que las aplicaciones contenidas en equipos móviles sean definidas de manera equivocada como redes sociales.

Quizá una de las definiciones más genéricas, aunque no por ello poco útil, que se pueden obtener, es la de Sánchez Guevara (2016, p. 24) quien menciona que “las redes sociales se pueden analizar desde diversas aristas del conocimiento: como objetos abstractos matemáticos, cuya definición se remite a la de una gráfica $G(N, A)$ con dos conjuntos; el conjunto N que representa a los nodos y el conjunto A que representa a los lazos que los unen”.

Continúa con una brevísima explicación en la que menciona que ese modelo matemático tan abstracto consigue representar a las redes de cualquier tipo, desde las biológicas hasta las tecnológicas. Sin embargo, para efectos de la presente, al igual que del libro anterior citado, se hace énfasis en aquellas que permiten conocer las interacciones dentro de una sociedad y/o comunidad.

Por ejemplo, autores como Rissoan (2019) explican que “el concepto de red social se define mediante dos elementos: los contactos y los vínculos existentes entre dichos contactos”. Es decir, si se regresa a la explicación de Sánchez Guevara (2016) los contactos pertenecen al conjunto N y sus relaciones al conjunto A .

Claramente Rissoan ha prescindido de los elementos que se consideran inherentes dentro de la concepción actual de las redes sociales como lo son tecnología o internet. Él, como muchos otros autores en diferentes ciencias y disciplinas, intenta expresar que las redes sociales se concebían sin la presencia de las nuevas TIC, pues se definen por sí mismas como un entramado social interconectado por las relaciones existentes entre sus partes.

Otra manera de explicarlas es a través de las palabras de Carrera (2011, p. 15): “Una red social es una estructura social compuesta por entidades (individuos y organizaciones), que está interconectada de diversas maneras y que comparte valores, ideales, flujos financieros, ideas, amistades, sentimientos amorosos, lazos familiares, etcétera, es decir, todo tipo de intercambios”.

De manera breve se puede decir que el concepto, en principio, solo se remite a un conjunto de entidades que interactúan comunicándose y relacionándose, pudiendo incluso compartir características que dan a ese conjunto una identidad.

Sin embargo, hoy contamos con aplicaciones como Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, TikTok, entre muchas otras más, que son malamente llamadas redes sociales cuando en realidad se tratan tan solo de medios de comunicación. Son aplicaciones que, al estar inmersas en un entorno hiperconectado como lo es internet, permiten la interacción más allá de los límites físicos a los que antes estaban sujetas las redes sociales. Brindan la oportunidad de sentir que se forma parte de una comunidad sin importar el lugar físico en el que el usuario se encuentre.

Las redes sociales y su estructura se han globalizado gracias a la existencia de internet y la nuevas TIC (con frecuencia usados como sinónimos). Esto podría ser la breve respuesta que se necesita para entender la razón por la que hoy día se emplea el término redes sociales para referirnos a aplicaciones como las anterior mencionadas. No obstante, se puede ampliar un poco esta explicación debido a que no es un fenómeno de generación espontánea, aunque de tal impresión por tener la capacidad de manifestarse de forma exponencial.

Basta con echar una mirada a la historia general del internet; desde su desarrollo con fines militares, pasando por su inclusión en universidades para facilitar sus comunicaciones, hasta su lenta pero progresiva masificación gracias al desarrollo de

nuevas tecnologías que además cada día son mucho más accesibles, en todo sentido, para el público general.

Es esta masificación la que poco a poco permite la resemantización de las redes sociales. Así pues, esencia y estructura se ven alteradas:

$G(N,A)$, en donde: G = Red social, N (Nodos)= Personas y A (lazos)= Comunicación / interacciones cara a cara.

No obstante, al aplicar unas ligeras modificaciones: G = Red social, N (Nodos)= Usuarios y A (lazos)= Nuevas TIC / Interacciones a distancia.

Se observa entonces que las partes análogas del concepto se pueden sustituir sin ningún problema por elementos correspondientes al nuevo entorno, en este caso el digital.

Van Dijck (2016, p. 32), expresa lo anterior de la siguiente manera:

En realidad, los sentidos de estas palabras se han visto gradualmente modificados por las tecnologías automatizadas que direccionan la socialidad humana. Por ende, en lugar de “medios sociales”, sería preferible utilizar la designación “medios conectivos”. Lo que en este contexto se denomina “social” es en realidad producto de input humano reconfigurado por output computacional, y viceversa: una combinación sociotécnica cuyos componentes cuesta mucho diferenciar.

Las redes sociales no concebían en principio el uso de las nuevas tecnologías y aplicaciones digitales como las que se conocen hoy día, aunque es cierto que para que existieran era necesario el medio de comunicación (cartas, telegramas, teléfonos, etc.), mismo que era tan solo una parte del concepto. La definición se centraba en su estructura con base en las relaciones entre diferentes partes de una comunidad. En la actualidad es casi imposible separar las relaciones de los medios de comunicación, debido a la presencia e impacto que estos han tenido hoy en día y que han potenciado exponencialmente el desarrollo de una sociedad cada vez más conectada.

Esta concepción donde es común emplear el término red social como sinónimo de medio de comunicación digital surge de forma natural, debido al uso continuo que se tiene de los mismos. Por ejemplo, Rissoan (2019) indica que ya en el año 2010 Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+, mostraban omnipresencia en internet,

alcanzando presencia absoluta en el año 2014. Y no solo eso, también llega a afirmar que para ese año ya se invertía un promedio de 4 horas diarias en su uso. No es arriesgado pensar que en la actualidad el tiempo invertido, y las posibilidades que se abren son ahora incluso mayores. Es innegable el alcance casi absoluto de estos nuevos medios digitales de comunicación.

Para finalizar, Flores Guevara (2014, p. 24) menciona que: “cuando hablamos de redes sociales en internet, nos estamos refiriendo en realidad a un sitio de red social en donde las aplicaciones desarrolladas están dotadas de una serie de características enfocadas a la creación de una red social”.

Dicho en otras palabras, con la intención de delimitar la definición que se empleará para la presente: *red social es cualquier medio de comunicación digital, como páginas / sitios web o aplicaciones móviles que permitan la interacción entre sus usuarios sin importar el lugar en el que se encuentren, además deben brindar la posibilidad de formar comunidades. Del mismo modo se dará por sentado que estas funcionan principalmente al estar conectadas a internet como servicios online.*

2.2 Tipos de redes sociales

Hoy existen redes sociales para cualquier contexto imaginable donde se desee interactuar con usuarios de todo el mundo, LinkedIn para cuestiones laborales, Tinder para salidas casuales, Pinterest para reunir la creatividad de miles de personas que en ella vacían sus creaciones y un amplio etcétera. Sin embargo, mucho antes del surgimiento de estas redes, existieron los *blogs*. Fueron sitios como estos los que plantearon las bases de lo que se conoce hoy en día.

Según Rissoan (2019), es a través del poder otorgado al usuario que estos comienzan a diseminar la información según sus intereses. Esto dio paso además al surgimiento de páginas especializadas donde se discutían temas específicos, también llamadas redes verticales. Por ejemplo, las wikis especializadas en música, política, tecnología, y un sinnúmero de temas.

Por otro lado, existen las redes horizontales en donde sus usuarios pueden encontrar contenido sobre cualquiera de sus intereses, contenidos en un solo lugar. De acuerdo a Rissoan (2019) estas resultan complejas pues, pese a contener usuarios de toda clase, no por ello deja de segmentar su contenido. El ejemplo más popular hoy en día

sería Facebook, sin embargo, al hablar de los sitios que dieron forma a internet, no puede dejarse de lado a Reddit o 4Chan; ambos actualmente activos, fueron en su momento el medio para acceder a publicaciones de cualquier tema. Dentro de sus interfaces se publican imágenes y todo usuario tiene la posibilidad de responder. No obstante, dependiendo de la ruta que se tome (generalmente definida tras el símbolo “/”), será el contenido al que se acceda.

Entendiendo estos dos conceptos podría pensarse que dentro de una red horizontal pueden encontrarse secciones con intenciones de generar contenido vertical. Pues, regresando al ejemplo más popular, Facebook permite la creación de páginas dedicadas a cierta temática y brindando la posibilidad de excluir a los usuarios que no compartan contenido relacionado a ella.

Así pues, para una mejor tipificación de las redes sociales, resulta prudente hacer caso de Van Dijck (2016, p. 24) y su tipología de plataformas digitales. Sin importar el nombre, cualquiera puede encajar en uno o más de estos 4 tipos:

1. Sitios de red social (Social Networking Sites - SNS): Enfocados a las relaciones interpersonales entre individuos o grupos. Bien sean personales, afectivas, profesionales u otro tipo.
2. Sitios dedicados al contenido creado por usuarios (User-Generated Content - UGC): Promueven el intercambio de contenido amateur y/o profesional.
3. Sitios de mercadotecnia y comercialización (Trading and Marketing Sites - TMS): Su objetivo es el intercambio, compra o venta, de diversos artículos.
4. Sitios de Juego y entretenimiento (Play and Game Sites - PGS): Sitios que reúnen a diversos jugadores entre sí.

Por supuesto, menciona que esta tipología/categorización está lejos de ser exhaustiva y tan solo es una sugerencia que permite distinguir los tipos de apps (aplicaciones) que de alguna manera permiten la interacción entre diversas personas o comunidades. La cuestión es que, aunque una aplicación podría orientarse a cierto tipo/categoría de las anterior mencionadas, esto no la excluye de compartir características con el resto. Todo esto como resultado del creciente ecosistema online que cada día es más homogéneo.

Los modelos a seguir dentro de esta enorme diversidad de redes sociales (sobre todo en los SNS) pueden ser fácilmente señalados: Facebook, Instagram y Twitter; cada una de ellas diseñada para compartir al instante lo que acontece en la vida de sus usuarios, permitiéndoles dejar vestigios de su día a día.

No obstante, estas mismas han sido objeto de fuertes críticas y escándalos. Una recopiló datos con el fin de elucubrar campañas políticas *ad hoc* con cada usuario, otra genera dependencia y depresión al percibir la perfección de la vida ajena, mientras tanto, la última tiene la capacidad de tambalear economías completas e incentivar al odio en mitad de una tormenta de opiniones derivadas de las tendencias del día.

Y eso es solo la punta del iceberg, hablar sobre el impacto, la presencia, el alcance y la aceptación de las redes sociales en la actualidad, y como es que han sido la cuna de diversos movimientos sociales, podría ser tema suficiente para un libro entero, sin embargo, se hará el esfuerzo por resumir este hecho.

2.3 Alcance de las redes sociales

Es común escuchar sobre el alcance de las redes sociales y que son el futuro para la sociedad, claro que estas declaraciones tienen un enfoque más bien mercadológico. Sin embargo, puede que no estén tan alejadas de la realidad ¿Qué son las redes sociales sí, no; uno de los productos del avance en tecnología y comunicación?

Pues bien, para entender el verdadero alcance que pueden llegar a tener, es necesario desmenuzar lo que detrás de ellas existe.

2.3.1 Los avances tecnológicos: su importancia para el desarrollo humano

Autores como Delgado (2018, pp. 18-23) mencionan la importancia que ha tenido la injerencia de la tecnología en la historia de la humanidad. Es tanta que puede definirse en diferentes etapas de acuerdo con las revoluciones “industriales” que han modificado radicalmente los paradigmas sociales. Empezando por La Revolución Agrícola con la que las primeras civilizaciones modificaron su estilo de vida al desarrollar herramientas que les permitieron cultivar, transportar y resguardar sus alimentos. Posteriormente vinieron en intervalos mucho más estrechos las dos revoluciones que moldearon la sociedad como la conocemos hoy en día: La

Revolución Industrial (distinguida por el motor a vapor) y La Revolución Informática (cuyo emblema es el internet). Sin embargo, puede que la cuarta revolución esté entrando recién en sus primeros años.

Esta Cuarta Revolución, como la denomina Delgado (2018), se distingue por tener un alcance global mucho más amplio que el de cualquiera de sus predecesoras, así como por su rapidez que ofrece resultados inmediatos. Cualquier innovación que pueda marcar una diferencia en la forma en que las personas adquieren servicios y productos (un cambio radical en el paradigma) será rápidamente catapultada a todo el mundo. Para muestra, varios ejemplos: Amazon, que cambió la forma de realizar compras; Netflix, ofreciendo entretenimiento sin límites y de manera inmediata; Uber, que facilita los medios de transporte; y así un largo etcétera.

El origen de los hechos que devendrán en la sociedad hiperconectada es el resultado de un cambio un poco más sutil dentro de la misma revolución informática: La evolución de la web.

Para entenderlo mejor, se precisa de una aclaración pues web e internet no son sinónimos. La web es la forma más usada para acceder a toda la información dentro de internet, por ello se les considera lo mismo. Dicho de otro modo, internet podría considerarse como el recipiente de toda la información disponible, la web es el medio que se tiene para tomar algo de esa información.

Se sabe que desde los inicios de internet no era fácil acceder a ella, de hecho, su uso era estrictamente militar. No obstante, quienes pudieron acceder una vez que “desarrolladores comerciales como Google, AOL y Amazon incorporaron la web 1.0 y, de la noche a la mañana, reemplazaron el comunismo por el capitalismo” (Van Dijck 2016, p. 27), esto en la década de los 90, solo podían “navegar”. Es decir, se limitaban a consumir contenidos de manera completamente pasiva.

Posteriormente, en los 2000, se implementó la participación de quienes navegaban en la red, a la par se masificó la venta de dispositivos para tal fin, por lo tanto “palabras como «interactividad» y «participación» comenzaron a utilizarse con regularidad para describir la capacidad de la web 2.0” (Van Dijck, 2016, p. 27). La web comenzó a ser parte de las vidas de quienes la usaban y brindaba la oportunidad de participar de forma activa en la creación de contenidos dentro de internet.

Por otro lado, también se ha hablado de una web 3.0 o web semántica, siendo esta una donde se propone que toda la información vertida por parte de los usuarios, recopilada en bases de datos, permita un proceso de aprendizaje por parte de la web para optimizar los resultados y brindar la posibilidad de personalizar contenidos y ofertas. Si bien este término existe, su uso no es popular, aunque su aplicación en la actualidad es innegable, Google es un ejemplo de esta web 3.0.

Es necesario entender la evolución de la web porque ha permitido cambiar el paradigma en el consumo de la información. Más allá de existir avances tecnológicos que han facilitado el acceso a internet, la verdad es que en pocos años se ha cambiado la manera en que es recibida y analizada e incluso reinterpretada por quienes tienen acceso a ella. A este conjunto de competencias se le conoce como literacidad o alfabetización digital. Es decir, la forma en la que se permite la interacción con la información en internet. Por ejemplo, Cassany (2013) señala que esta literacidad digital modifica conductas e incluso procesos cognitivos en la forma de adquirir información y asegura que una de las consecuencias de esto puede ser un cambio importante en la cultura y el pensamiento de la sociedad.

De lo anterior podrían enlistarse ejemplos como el de la iglesia católica y la distribución de las encíclicas que, gracias al internet es mucho más sencilla. Esto no solo debido a su disponibilidad para quien tenga interés en consultarlas pues se puede añadir el valor que tiene la posibilidad de acceder a su traducción casi inmediata.

En el mismo sentido, la traducción de textos (académicos o recreativos) puede darse en tiempos mucho más cortos que antes puesto que la distribución de los mismos (internamente en las editoriales) se agiliza. Inclusive, el aprendizaje de un idioma se ha visto beneficiado gracias a la posibilidad de la educación en línea. Es decir, existen diversas plataformas, como Lingoda, que tienen por objetivo conectar a gente de distintos países para la práctica de un segundo idioma con personas nativo hablantes e intercambiar así no solo una retroalimentación teórica, sino que abre la puerta a un intercambio cultural en toda regla.

2.3.2 Literacidad o alfabetización digital

Con la intención de que no se pierda el rumbo de este intento por definir el concepto de red social y su alcance, es necesario aclarar que esta competencia está

influenciada por las redes sociales. Tal afirmación surge del hecho innegable de que, mucha de la información consumida por las nuevas generaciones e incluso cada vez más por adultos que en principio no tenían una identidad dentro de las nuevas tecnologías, es consumida a través de redes sociales.

Es común que se compartan enlaces a través de medios como Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, etc. y que la información y/o noticias falsas. Fenómeno que se ha denominado como fake news.

Ahora, resulta interesante entender las implicaciones que este conjunto de competencias ha tenido y puede llegar a tener. Según Ayhan (2017, p 29):

La literacidad, que es tan antigua como la socialización y el proceso de estados, ha sido la clave determinante para las sociedades desde que las comunidades arcaicas empezaron a producir textos (...). La literacidad, que ocurre a través de la escritura, históricamente ha resultado en la formación de diversos estratos sociales. En particular, la continuidad y permanencia provista por la información generó individuos alfabetizados para hacerse de una posición privilegiada [y poder] dentro del aparato de estado.

Y es que en el libro *Digitalization and society*, editado por Bünyamin Ayhan (2017) se encuentran diversos textos en los que se explica cómo es que las nuevas tecnologías, la web (o internet) y la masificación de su uso, han conseguido modificar la interacción social actual. Esto con la digitalización de aspectos como la literatura, el arte, el gobierno, la religión y, quizá el aspecto más relevante para la presente, la sociedad civil. Todo, a partir de la evolución e integración de un solo concepto: La Literacidad o alfabetización digital.

La literacidad, sin la denominación digital que hoy se le atribuye, ha definido sociedades enteras durante años mediante la representación de sus entornos y la generación de conocimiento, mismo que, al estar limitado para algunos cuantos dividía a la sociedad. Sin embargo, libros como el editado por Bünyamin Ayhan (2017) exponen la idea de que este efecto puede replicarse en ambientes digitales, seguramente con cualidades (o poderes) similares a los que define Delgado (2018) para alcanzar una sociedad hiperconectada que además tendría la capacidad de difuminar esas líneas entre diferentes estratos sociales.

La información hoy en día está a un clic de distancia, la inmediatez con la que se puede acceder a ella ha modificado la forma en que una sociedad se desenvuelve y poco a poco los límites entre el mundo real y el digital se van desvaneciendo cada día más. Todo gracias al uso de las redes sociales, tanto por las nuevas generaciones como por aquellas que presentaban algún rezago en el uso de la tecnología. Cada día son más amigables, intuitivas y personales, son aceptadas con mayor facilidad por generaciones ajenas a ellas como los *baby boomer*² y la generación X,³ hasta aquellas que vivieron el crecimiento exponencial de las TIC, los *millennials*, o, *generación Y*,⁴ y los *centenials*, o *generación Z*.⁵

2.3.3 Alcance potencial de las redes sociales: una proyección

Con todo lo anterior queda claro que las nuevas tecnologías tienen un impacto sin precedentes. Basta con observar datos como los expuestos por Cassany (2013) en donde él mismo indica que su proyección de poco más de mil millones de internautas a nivel mundial para el 2010 quedó chica ante el número real de casi dos mil millones.

Un crecimiento que se ha duplicado si se considera que poco menos de 10 años después, en 2019, se ha llegado a casi cuatro mil millones de internautas (la cifra varía según sea el medio que se consulte). Es decir, teóricamente un aproximado de la mitad de la población mundial tiene las herramientas (aunque sean básicas) para acceder a toda la información disponible en internet. Y, por si esto no resultara suficiente Elon Musk, un empresario dentro de la industria satelital ya ha iniciado proyectos como *Starlink* para brindar internet gratis a todo el mundo. Algo que, vista la historia de la tecnología en general ya no parece imposible.

Entonces, si se hace caso a la definición de redes sociales y se considera que estas son el principal interés de quienes tienen acceso a internet, su alcance potencial (actual) es de al menos casi cuatro mil millones de personas, la mitad del mundo está en un ambiente que les permitiría comunicarse sin problemas.

² Integrada por las personas nacidas entre 1949 y 1968 (varía ligeramente según la fuente consultada). Se caracterizan por la explosión demográfica que supusieron tras las guerras mundiales.

³ Integrada por las personas nacidas entre 1970 y 1980 (varía ligeramente según la fuente consultada). Aun viven grandes conflictos bélicos, y a la par son testigos del surgimiento de nuevas tecnologías como el internet y el principio de su comercialización.

⁴ Integrada por las personas nacidas entre 1981 y 1999 (varía ligeramente según la fuente consultada). Son la generación que ha vivido de manera más radical el avance de la tecnología. Pasando por fenómenos como la explosión de la burbuja punto.com así como un sinnúmero de formatos digitales.

⁵ Se coincide que se integra por las personas nacidas a partir del año 2000. Entre sus características se encuentra el no conocer un mundo sin las TIC y su uso cotidiano.

Además, puede hacerse un breve ejercicio de imaginación en donde se adhiera la teoría de Duncan Watts, que en términos simples explica cómo cualquier persona puede relacionarse literalmente con quien sea, solo hace falta dar seis clics en la dirección correcta. En su libro *Six degrees: the science of a connected age* (2003), proponía la posibilidad de un mundo en donde las barreras impuestas por estratos sociales, geografía e incluso lenguaje, se derrumban ante la interacción dentro de las plataformas digitales.

Ahora, si en 2003 ya se visualizaba tal teoría que afirmaba la conectividad horizontal, y en 2019 se cuenta con una supuesta cobertura del 50% de la población mundial (misma que se pretende sea de un 100% en los próximos años), se puede decir que el alcance de las redes sociales es, o será, absoluto.

2.4 Aceptación de las redes sociales y su inmersión en la sociedad

Mencionar las posibilidades de conectividad actuales, con base en los avances incansables de la tecnología, es solo una perspectiva, que esta continúe mejorando no es precisamente un equivalente a que sea aceptada o usada por todos los sectores de la población. Por un lado, conviene mantener la incredulidad ante la posibilidad de que pronto todo el mundo tenga acceso a los avances tecnológicos, y además sepan usarlos de manera eficiente. Aunque, por otro lado, también es cierto que la brecha que delimitaba quien usaba qué tecnología, se está desvaneciendo cada día más.

Para explicar lo anterior, en principio pueden retomarse las características que Alberro Andrés, citando a Buckingham (2010, p. 18) enlista como causas de una mayor participación de la sociedad (aunque en términos políticos) a través de las redes sociales. Por ejemplo, estas permiten:

- El anonimato: Otorgando la posibilidad de no involucrarse personalmente al experimentar con diferentes identidades.
- La instantaneidad: Obteniendo *feedback* inmediato ante cualquier postura, así como tener al alcance la actualización continua de datos.
- La accesibilidad: Toda la información disponible para quien tenga acceso a internet.
- La participación continuada: Diálogo constante y más recurrente en comparación a las participaciones offline.

- La ausencia de intermediarios: Al tener la posibilidad de acceder a casi cualquier sitio, se obtiene independencia y empoderamiento.
- La igualdad: Todos gozan del derecho de decir lo que piensan.
- La abundancia: Todos los usuarios pueden crear contenido por lo que es poco frecuente encontrar vacíos de información. No obstante, es esta misma cualidad la que abre la posibilidad de obtener falsas referencias para las investigaciones.
- La internacionalización: Da la posibilidad de sentir cercanos los eventos que ocurren, literalmente, al otro lado del mundo.
- La personalización: La flexibilidad de las redes sociales permite que cada usuario personalice la forma en la que las usa.

Ahora bien, lo cierto es que estas características están pensadas para describir las bondades de las redes sociales dentro de la participación cívico-política de los jóvenes. Sin embargo, son las mismas que sirven para entender su integración dentro de la cotidianidad de las personas.

Es interesante observar que la aceptación de las redes sociales pueda relacionarse de forma tan estrecha a cómo es que interactúan los individuos dentro de la vida política. Para entender esto y tener un panorama más amplio del alcance y repercusiones de la normalización del internet, se puede retomar lo dicho por Van Dijck (2016, pp. 26 - 43), quien sitúa los finales de los 70 como el momento en que las computadoras junto a la conectividad a internet permitieron a quienes las usaran sentirse “libres” ya que comenzó a percibirse como una herramienta que fungía en pro de las contraculturas del momento. Como se vio en el apartado de evolución de la web, brindó la oportunidad de acceder a la información e incluso generarla.

Ya no se percibía la limitación de consumir solo aquello que las grandes corporaciones producían. Incluso pudo sentirse la liberación de las restricciones gubernamentales ya que existía la posibilidad de encontrar diferentes versiones de un suceso más allá de las publicaciones oficiales. Por tanto, la población terminó por convertirse en productora de su propio entorno, se percibía un empoderamiento tremendo. Fue tan grande el impacto que incluso la persona del año en el 2006 (elegida por la revista TIME) era “Usted”; palabra enmarcada en una pantalla que invitaba a pensarla como espejo.

No obstante, la producción pronto se tornó inconmensurable, trayendo como consecuencia algunos problemas como las fake news, o, dicho de otro modo, la desinformación a través del exceso de la misma. Por ello, personas como Mark Zuckerberg se convirtió en la persona del año en 2010 al prometer calmar la desmesurada producción de información.

Posterior al 2010, el auge de las grandes plataformas (que ya existían desde antes), se dejaron sentir como guías que ayudarían a resolver las necesidades de consumo específico para cada uno de los usuarios

¿Cómo? Muy sencillo: Generando comunidades en ambientes digitales.

Como origen se puede tener a los espacios conocidos como foros (blogs) o *wikis*. Sitios en internet donde los usuarios comentaban sobre temas en específico, cada uno compartía un fragmento de conocimiento. Existían de todo tipo y temática, desde aquellos enfocados a temas de videojuegos y música, hasta los que trataban temas “serios” como ciencias y política. Pronto estos sentaron las bases de la realidad que hoy en día se conoce.

Pasados algunos años, en los que tecnología, web, plataformas e internet crecían sin control se estableció la forma en que debían construirse las redes sociales:

La filosofía de las redes sociales se basa en el principio de tener la oportunidad de crear una comunidad abierta y no jerarquizada, que vincula a los usuarios mediante un tema o actividad común y una plataforma web (software social) que permite a los usuarios operar de manera sencilla e intuitiva en lo que se conoce como ‘ámbito de las 3Cs (content [contenido libre], construction [construcción de espacios] and collaboration [colaboración])⁶ (Cascales, citado por Flores Guevara, 2014, p. 31).

Visto lo anterior podría pensarse que aquellas grandes plataformas que quitaron el protagonismo a los usuarios en realidad no lo hicieron pues siguen incentivándolos a la creación de contenidos y espacios para compartir lo que deseen. Sin embargo, los cambios y sus consecuencias fueron tomando forma con el paso de los años.

⁶ Los corchetes hacen referencia a la traducción de la autora.

2.4.1 La popularidad

Como ya se mencionó, uno de los tantos atractivos de las nuevas comunicaciones que se abrían con el avance de la tecnología era el de no estar restringidos, o limitados en la información que se consumía. Con el aditamento de poseer herramientas que permitían a la sociedad generar sus propios flujos de información.

El cambio que quitó el protagonismo a los usuarios fue un tanto más sutil. Por supuesto que no iban a retirarles el poder que habían adquirido con las plataformas digitales, en su lugar la opción fue hacer rentable cada una de las actividades que los usuarios realizaban.

El poder de la comunicación se ha incrementado, por tal motivo la sociedad —con la posibilidad de ser parte de la era digital— ha cambiado su forma de relacionarse haciendo uso de los medios sociales. En las esferas del *marketing digital* se habla de consumidores inteligentes, empoderados, que analizan los productos en la red antes de realizar su compra en alguna tienda física. Se habla de líderes de opinión que critican, se defienden y están al pendiente de su esfera social y de sus marcas (Ávalos Sandoval, 2014, p. 42).

Entonces, si los usuarios se acostumbraron a ser libres en su expresión, las grandes empresas les permitieron seguir siéndolo. De hecho, entendieron que en los consumidores era donde residía el poder de superar sus proyecciones de ventas, por lo que habría que cuidarlos. Sin embargo, si en cierto momento de la historia de las redes sociales todos podían emitir juicios, ¿a quién prestarle atención? Por supuesto que no a todos, sería una tarea imposible, solo algunos cuantos podrían destacar entre la inmensidad de opiniones emitidas en la era digital.

¿Cómo identificarlos? Con un valor cuantificable: Surgen los *likes*, lo cual permite tener una referencia del nivel de popularidad de ciertos usuarios.

Partiendo de esta premisa como fundamento para las nuevas formas de negociar (y digitalizar cualquier actividad humana), comienza a establecerse que, con base en la gustabilidad de tus opiniones / publicaciones, eres o no candidato para ser considerado como un líder de opinión dentro de las redes sociales.

Lo anterior solo abre la puerta a que cada persona con acceso a internet quiera intentar conseguir el éxito que algunos cuantos han obtenido a través de las redes

sociales. La libertad y el empoderamiento es ahora una herramienta que funciona a la perfección para comercializar productos, servicios e incluso ideas.

Las redes sociales y la tecnología comenzaron su historia siendo poco comprendidas y cargando con cierto rechazo. Posteriormente fueron adoptadas como un arma de empoderamiento y su aceptación se disparó. Finalmente, con el nuevo modelo de negocios que se fraguó por parte de las empresas, dejaron de ser un mero entretenimiento y pasaron a ser vistas como una ventana de oportunidad para que cualquier persona pudiera destacar y vivir de ello.

En consecuencia, el flujo de información ya de por sí abundante, sufre una vez más un crecimiento exponencial ¿Cómo dirigir entonces la atención de los usuarios de manera adecuada? Es decir, si en la práctica cada minuto se genera una cantidad de información que jamás podrá ser consumida en una sola vida, se requieren de herramientas que permitan personalizar la experiencia dentro del mundo digital.

2.4.2 Algoritmos de recomendación en redes sociales

Como primer antecedente de lo que posteriormente serían los data management platform (DMP) y las analíticas web, López Cuesta (2019, pp. 19-31) menciona que en 1994 la compañía de telecomunicaciones AT&T compró (elaboró) un banner publicitario para ser usado como publicidad dentro de una de las primeras revistas digitales: *HotWired*.

Los resultados fueron sorprendentes. Con un 44% de clics obtenidos en todas las veces que se mostró el banner, pronto entendieron el potencial de este nuevo tipo de publicidad. Acuñaron el término *click through rate (CTR)* para medir las impresiones que obtenían de los usuarios.

Posteriormente se refinaron los métodos de observación que permitían cuantificar la interacción de los usuarios con las plataformas digitales (que evolucionaron a la par). Surgen las *cookies*, archivos generados con las visitas a sitios web cuyo único fin es conservar la información de navegación.

Se crean directorios de sitios web (al estilo sección amarilla) y en estos se posicionan sitios de interés en diversos temas, todos y cada uno de ellos descubiertos y posicionados gracias a la publicidad digital. Pronto este método resulta insuficiente por el crecimiento exponencial (*la denominada explosión de la burbuja puntocom*) y

es al inicio de los 2000 que Google innova en este terreno. Presenta un nuevo modelo de publicidad: *Search Engine Marketing*. Este modelo es capaz de personalizar la publicidad con base en la intencionalidad de búsqueda de cada usuario.

El siguiente gran salto surge con el auge de las redes sociales y los dispositivos móviles. Dicho evento obligó a repensar las formas en las que podría identificarse a un mismo usuario que accede desde distintos dispositivos. En 2012 Facebook comienza a ofrecer un servicio de publicidad basado en la identidad de sus usuarios y el *machine learning*, es decir, un aprendizaje semántico (web 3.0) que permita el análisis de lotes gigantescos de información (Big Data).

Es en este punto que entra en el juego el DMP o Data Management Platform. Es una herramienta de análisis de Big Data que cumple con los cuatro requisitos para ser considerada como tal: Velocidad, volumen, variedad y veracidad.

Con base en esos cuatro requisitos lo que hace esta herramienta es elaborar modelos de *targets* a los cuales podrían interesarles cierto tipo de anuncios. Esta tarea se cumple sin comprometer los datos personales de los usuarios estudiados ya que el análisis se hace con información no estructurada, es decir, no existe relación directa entre la identidad del usuario y los datos que se analizan.

Para finalizar, los DMP son herramientas que gestionan de manera eficiente la información para la creación de estrategias publicitarias. Sin embargo, es tan solo una de las tantas herramientas existentes, y quizá la más usada por su precio (no precisamente económico). En la misma línea se pueden encontrar herramientas como las analíticas web o los data lake. Cuyas diferencias residen, entre otros aspectos técnicos, en la funcionalidad que tiene para la creación de estrategias refinadas de personalización de contenido.

Por ejemplo, los DMP tienen información que no se actualiza constantemente y permite elaborar estrategias con base en datos obtenidos en las últimas 24 horas. Las analíticas web permiten una continua actualización de los datos recopilados, permitiendo así la observación de tendencias a lo largo de un periodo de tiempo; esto abre la posibilidad de tomar decisiones con efectos a mediano plazo. Por su lado los data lake son repositorios de información que permiten conservar estrategias ya implementadas y elaborar modelos de acción replicables.

Todo lo anterior explicado es un resumen superficial de los aspectos técnicos detrás del funcionamiento de las redes sociales (y la web en general). Datos que ayudan a comprender la vastedad y complejidad de la administración de los entornos digitales.

No obstante, tan solo es la antesala para la siguiente afirmación: En una era digital en la que las cantidades de información son prácticamente inconmensurables, no puede permitirse que los usuarios se pierdan en tal inmensidad. Por ello es necesario tener guías que logren dirigir su atención de manera adecuada, así pues, se ha comercializado con el empoderamiento de la gente. En estos días se requiere de líderes de opinión (en cualquier tema) que tomen el papel de guías en el desenvolvimiento diario de este nuevo “Ecosistema digital” (término usado por Van Dijck, 2016).

Se ha definido ya lo que se entiende por “red social”, se ha hablado sobre el alcance potencialmente absoluto que tendrían si se logra que el mundo tenga la infraestructura necesaria para dar acceso a cada habitante de la tierra. Del mismo modo, se ha señalado que la aceptación de las redes sociales es el resultado de un fenómeno social, impulsado por la misma innovación tecnológica y las herramientas que les han permitido analizar en lotes de “big data” el comportamiento de cada individuo con acceso a ellas. Todo en un contexto global, pero ¿qué sucede en el caso de México?

2.5 Internet y redes sociales en México: uso y aceptación

México no es ajeno a la innovación tecnológica y mucho menos se mantiene alejado de las olas de información que en internet se producen. Si bien es cierto que se perciben fallas en nivel de infraestructura (como los retrasos en avances como el 4g), ello no impide que la tecnología y las redes sociales ya hayan sido absorbidas por la sociedad mexicana. O, en todo caso, que los mexicanos ya estén embebidos dentro del ecosistema digital.

En México la realidad no es muy distante a la situación internacional. Acontecimientos como las elecciones de 2012 consideradas por algunos autores como las “elecciones 2.0” son un claro ejemplo del cambio en la comunicación en la sociedad. Pues, aunque no se presentaron movimientos sociales como los generados en otras partes del mundo, sí sobresalieron como manifestaciones de inconformidad por parte de la población estudiantil

(#yosoy132). Los cuales se vieron claramente reflejados en otros medios de comunicación tradicional como la televisión (Ávalos Sandoval, 2014, p. 44).

Vemos entonces que en México se replican los fenómenos que se han sucedido en diversas partes del mundo. Las redes sociales han permitido a los ciudadanos un empoderamiento inesperado que les abre la puerta a participar, con una distancia prudente, en los acontecimientos de su realidad offline. Pues como ya se mencionó, las características de Buckingham, citadas por Alberro Andrés (2010) que intentaban explicar el atractivo de estas redes son aplicables en la misma medida a los usuarios mexicanos.

Sin embargo, es preciso centrar la atención en datos mucho más puntuales. Por ejemplo, el reporte emitido por el INEGI en mayo del 2018 con motivos del día del internet. En este, las declaraciones que más llaman la atención son las siguientes:

- El uso de internet aumenta según el nivel de estudios. Así se estima que el 52.7% de los mexicanos con educación básica acceden a internet; el 87.1% de aquellos con educación media y el 94.5% de aquellos con educación superior.
- Las principales actividades realizadas en internet son: Obtener información, entretenimiento, comunicarse y acceso a redes sociales y/o contenido audiovisual.

Por otro lado, es prudente observar los datos emitidos por la Asociación de Internet.mx para tener una perspectiva más amplia. Esta es una asociación civil sin fines de lucro que fomenta el uso responsable y productivo de internet por parte de empresas y organizaciones de México. En su “Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2018” concluye que:

- El 71% de los mexicanos de entre 6 y más años acceden a internet
- Lo hacen por un promedio diario de 8 horas con 20 minutos
- Las actividades que más realizan son: Entrar en redes sociales, comunicarse y buscar información.
- El grupo de edad que más se conecta está entre los 25 y 34 años (22%). No obstante, las personas de 45 a 54 (12%) y de los 55 en adelante (8%) han sido el de mayor crecimiento en el 2018.

Ahora, considerando los datos de ambos estudios, resulta evidente que el uso de redes sociales en México es algo más que común. La frecuencia de uso varía según la edad y el nivel de estudio, entre otros factores, no obstante, es un hecho: son bien recibidas en la sociedad e incluso comienzan a traspasar las ya mencionadas brechas generacionales.

Por otro lado, la información refleja una realidad impresionante: Los mexicanos ocupan en promedio unas 8 horas para acceder a internet (eso es una tercera parte de sus días). Es más, en ambas encuestas una de las actividades recurrentes es la de acceder a redes sociales.

Si el mexicano promedio invierte tanto tiempo en redes, lo lógico sería preguntar ¿cuáles son las más populares?

Para quienes las emplean diariamente la respuesta resulta obvia: Facebook, Instagram y Twitter. Estas son señaladas a nivel global como las de mayor impacto y los modelos a seguir para cualquier intento de nueva red social.

Sin embargo, en el caso específico del mexicano, la Asociación de Internet.mx señaló en 2014 (bajo el nombre de Asociación Mexicana de Internet AMIPCI) que las más populares eran Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. Mismas que en el 2020 se mantuvieron como punteras en lo que se refiere a modelos de redes sociales.

Para terminar este punto, se puede decir que México se mantiene en constante actualización respecto al uso y tendencias de las redes sociales. Si bien es cierto que hay deficiencias para su uso (de infraestructura y de carácter económico) la realidad es que la mayoría de los mexicanos cuenta con al menos un punto de acceso a internet. Se puede aseverar incluso que se considera una necesidad.

Lo anterior da como resultado un país sumergido por completo en los efectos de las redes. Ya se mencionó el caso del movimiento #YoSoy132, sin embargo, movimientos como este han sido replicados en diferentes escalas y diferentes magnitudes, como lo fue el caso de las elecciones presidenciales del 2018. No obstante, y sin limitarse al ámbito político, México consume información de todo tipo. Al estar tan inmersos en las redes sociales, son parte de la inmensidad que es internet, participan de forma activa exponiendo sus opiniones y de hecho, eso ha logrado que sea uno de los países con un directorio de “creadores de contenido” bastante extenso que son capaces de marcar tendencia (pues son líderes de opinión en el sentido

mercadológico) a nivel internacional en distintos temas y cada uno en una plataforma específica.

2.6 Lectura y su promoción digital

Ya se abordó, en el capítulo anterior, la evolución de la lectura y cómo es que las TIC han influido a través del cambio en la fisonomía del lector. Sin embargo, los métodos que se emplean para promoverla han quedado desfasados ante el nuevo ecosistema digital en el que lectores de todas las edades se desenvuelven.

En este capítulo se ha visto que, a la par del desarrollo de nuevas tecnologías que permiten una apropiación mucho más orgánica por parte de la sociedad, naturalizando el uso de las TIC para cualquier necesidad que se tenga en la vida diaria, se han ido derrumbando las brechas generacionales. De hecho, hoy en día existe una plataforma capaz de cubrir casi cualquier aspecto: educación, entretenimiento, ventas, seguridad, comunicación, etc. Internet, web y redes sociales han conseguido que la humanidad esté hiperconectada, virtualmente todo se encuentra al alcance de los dedos.

Del mismo modo, ya se habló brevemente de la literacidad o alfabetización digital. No debería sorprender que Cassany (2013) en su concepción sociocultural de la lectura explica cómo es esta una herramienta para entender el entorno en que el lector se desenvuelve. Por ello no es de extrañar que la lectura sea empleada como herramienta alfabetizadora con la que se logra comprender e interpretar todo aquello que rodea al individuo, aprendiendo así a involucrarse y participar en el desarrollo social y cultural.

A lo que alfabetización digital se refiere es a este conjunto de habilidades que permiten al individuo procesar toda la información a la que puede acceder a través de las nuevas TIC. Podría confundirse fácilmente con lo que se entiende como comprensión lectora, pues parte de esta alfabetización incluye al proceso que se preocupa por esta aptitud; misma que conforma el desarrollo lingüístico del individuo. Sin embargo, aunque esté estrechamente relacionado, no es lo mismo. Se debe entender que:

La alfabetización digital es hoy en día una aspiración a la que ninguna institución desea renunciar (...) Así lo han visto las sociedades modernas y sus ciudadanos. El ámbito económico y empresarial lo demanda, la sociedad lo acoge, reproduce y expande, la esfera política e institucional lo favorece e impulsa y el campo de la cultura aprovecha sus múltiples ventajas. Sin embargo, sería un error permitir que este objetivo marginara la lectura en letra impresa. Desde nuestro punto de vista, ambos tipos de lectura son necesarios e irrenunciables en la sociedad actual (Merino, 2015, p. 19).

Es decir, en ningún ámbito de la sociedad actual se puede renunciar a la alfabetización digital, esto incluye a la cultura y más específicamente, a la lectura. La sociedad está tan inmersa en su creciente ecosistema digital que debe ser una preocupación general comprender como hacer uso eficiente de todas las herramientas con las que se cuenta en la actualidad.

Pues bien, si ya se estableció que el verbo leer es tan flexible como las circunstancias de sus lectores, y estos a su vez se han visto influenciados por los avances de la tecnología, es de esperar que también se modifiquen las formas de acercarse a la lectura. La cuestión es que poco se puede hacer si se desconocen los nuevos ambientes digitales e incluso se ignoran las nuevas habilidades que en este se desarrollan.

Ya se abordó el texto de Venegas (1993) en el capítulo 1 y se habló sobre su forma de integrar las tecnologías que en ese momento estaban sumergiendo a la sociedad en una “civilización de las imágenes”. No obstante, antes de prestar atención a las posibilidades que ofrecían éstas para promover la lectura, su enfoque estaba centrado en cómo hacer un uso adecuado de estas para su integración óptima en espacios de biblioteca.

Entonces ¿Cómo promover la lectura en los ambientes digitales?

Para empezar, Merino (2015, p. 26) reconoce que todas las estrategias de fomento a la lectura hasta ese momento se podían concentrar en 4 grandes categorías.

1. Técnicas de acercamiento a niños: Integradas por actividades lúdicas que abordan al libro como objeto.
2. Las que contemplan el binomio lectura-escritura de manera inseparable.

3. Aquellas que giran en torno al mundo digital: De estas existen pocos avances e incluso son poco conocidas / promovidas.
4. Estrategias dirigidas al desarrollo de habilidades relacionadas a la comprensión lectora y el desarrollo del lenguaje.

Este autor, cuya obra se titula *Formar lectores en la era digital*, ahonda en la importancia de encontrar un equilibrio entre las condiciones de la lectura tradicional y las nuevas actividades que han sido resultado de los avances tecnológicos. Es cuanto menos curioso el hecho de que al igual que aquellos textos abordados en el capítulo 1, este promueve la importancia de que la educación, así como el hogar y espacios como la biblioteca sean los pilares en la formación de lectores.

Parece que el significado de promover la lectura en ambientes digitales es buscar el equilibrio entre la invitación a leer textos que sean de utilidad para la adquisición de conocimiento y la seducción de textos recreativos que amenice el hábito lector, todo dentro del entendimiento de adaptar las actividades que han funcionado en ambientes offline.

Dicho de otro modo, la norma parece indicar que se deben tomar las actividades para el fomento de la lectura que ya se conocen y adaptarlas e incluso mejorarlas con las bondades que ofrecen las nuevas tecnologías. Eso sí, teniendo siempre presente el hecho innegable de que la lectura está en constante evolución y que, de hecho, ya no puede concebirse como antes.

Finalmente, para puntualizar este apartado: Sin importar el texto que se aborde (Venegas, 1993; Sánchez García y Santos Recuenco, 2015; Borja Orozco, 2012; y Manso Rodríguez, 2015), se percibe que aquello que en realidad se busca es integrar o adaptar actividades formalmente alfabetizadoras en un contexto institucional dentro de un ambiente que, aunque no le resulte ajeno, tampoco lo entiende del todo. Quizá se reconoce la importancia del fomento a la lectura, sin embargo, las instituciones que intentan hacerlo no pueden deslindarse del enfoque formativo con el que intentan hacer del acto de leer una herramienta del conocimiento.

A su vez parece que se ignora el hecho de que las nuevas formas de promover la lectura han surgido ya. Que incluso puede que hayan dejado de lado por completo la visión institucional (de formación) y han optado por hacer de la lectura un acto

placentero (de esparcimiento); uno que, por supuesto, puede derivar en el desarrollo de la comprensión lectora o el refinamiento de sus áreas lingüísticas.

Estas comunidades lectoras en línea que ya se han manifestado en diferentes redes sociales, la herramienta de uso más común dentro del nuevo paradigma digital, han desarrollado sus propios procesos alfabetizadores. Estos son los que usan para comprender el mundo a su manera y a su vez exponerlo bajo formas que ellos mismos comprenden. Así es como comparten el contenido creado por ellos mismos.

En el tema de la promoción de la lectura quizá deba dejar de pensarse en cómo trasladar las actividades que funcionaban siendo offline, sin despreciarlas del todo, y prestar atención a aquellas que han surgido en cuna digital. Por ejemplo, la comunidad booktube.

2.7 Redes sociales para lectores

Lo cierto es que la cantidad de redes sociales es mucho más amplia de lo que se pueda imaginar. Ya se habló incluso de la tipología propuesta para las mismas.

Sin embargo, aunque existen algunas creadas exclusivamente para aquellas personas que desean compartir contenido relacionado a la lectura, no se puede dejar de lado la forma en que los lectores se han adaptado a las más populares. Es por eso que se ha optado por dividir las en tres grandes grupos.

El primero, redes adaptadas, conformado por las más populares que han sido adecuadas por algunos usuarios para promover el hábito lector. El segundo, redes sociales enfocadas a la lectura, incluye aquellas que comparten características del tipo SNS y UGC principalmente, además se menciona a las más populares entre lectores. Por último, el tercero engloba a esos sitios con características UGC, SNS y TMS, dentro de este último grupo cabe resaltar que son aquellas que no gozan de tanta popularidad e incluso llegan a distanciarse de la definición de red social lo suficiente como para que algunas personas lo señalen como un servicio de streaming, sin embargo, se incluyen por su uso por parte de los usuarios de la comunidad booktube.

2.7.1 Redes adaptadas

Ateniéndose a la definición dada para el presente trabajo, se considerará como red social adaptada a toda página, plataforma, sitio web o aplicación móvil que permita la interacción entre sus usuarios y la posibilidad de formar comunidades. No obstante, las que pertenezcan a este grupo podrán tener dentro de su galería de contenidos videos, imágenes, posts, audios, etc, con temas diferentes a la lectura.

Como dato adicional, se mencionan sólo aquellas que resultan más populares dentro de los creadores de contenido con interés en promover la lectura. Esto debido a que en realidad cualquier red social que tenga la intención de llegar al mayor número de personas no sesgará el contenido que en ella se pueda verter.

YouTube / BookTube

No es secreto cómo se fundó una de las plataformas más populares para compartir videos. Sin embargo, autores como Viana (2016, pp. 7-16) brindan detalles específicos sobre su origen en 2005.

YouTube fue fundado por los exempleados de PayPal Steve Chen, Jawed Karim y Chad Hurley. Surge con la intención de brindar una herramienta que permitiera compartir videos de forma eficiente. En ese año esta práctica era poco común y estaba reservada a pocos portales (noticiosos en su mayoría) que tenían la capacidad tecnológica para contener galerías de material audiovisual, frecuentemente reservado a aquellos videos de producción propia.

A la par, Google inició en ese mismo año su proyecto *Google Play*. Misma idea: montar una plataforma para compartir videos de manera eficiente, cómoda y sencilla. Curiosamente aún con la popularidad de la empresa (que ya para ese año era bastante) no pudo competir; en consecuencia, adquirió YouTube por 1.650 millones de dólares.

Del mismo modo, a este fenómeno se suma la innovación tecnológica que permitió popularizar entre la gente de a pie la adquisición de cámaras de video y posteriormente, teléfonos con mejor resolución que además permitían compartir de manera directa su contenido.

Ahora, antes de entrar en el terreno de booktube, cabe mencionar que un par de las personas que dieron forma a esta plataforma fueron los hermanos Green. Su canal

The Vlog Brothers (surgido el 1 de enero del 2007) resultó ser pionero en los formatos que posteriormente serían imitados por infinidad de gente. Curiosamente, uno de ellos, John Green, es considerado uno de los primeros booktubers (si no el primero) que además ha publicado sus novelas de corte juvenil. Mismas que son populares dentro de la comunidad.

Pero YouTube no es un formato, no es una forma de trabajar, no es nada definido: es tan solo una plataforma, un canal donde distribuir nuestro material. Aunque originalmente solo se buscaba que las personas pudieran compartir sus momentos con sus amigos de forma cómoda, su flexibilidad le permitió convertirse en un sustituto económico y mucho más personalizable que los canales de cable. La característica más definitoria es que se han generado, de forma natural, tipos de programación diferenciada en la que cada creador se identifica (Viana, 2016, p. 16).

Dicho lo anterior, no es sorpresa que, así como hay creadores de contenido que generan videos relacionados a videojuegos, difusión, cine, maquillaje, comedia, viajes, vida diaria, noticias, entre tantos más, surjan aquellas personas que hagan de los libros, la lectura y escritura, sus temas principales.

Ya se estableció que a John Green podría considerársele el primer booktuber. No obstante, el contenido que creaba junto a su hermano Hank Green era de difusión cultural. Si bien hablaban sobre sus lecturas, no era este el eje principal de su contenido.

En este sentido, booktube no tiene un origen claro pues, como mucho del contenido generado en redes sociales surge en aparente generación espontánea. Si un fenómeno resulta exitoso, es replicable.

Así pues, booktube es la comunidad que hace uso de las herramientas ofrecidas por YouTube y genera contenido relacionado con libros, lectura e incluso escritura.

Twitter / #BookTwitter

A esta red social se le conoce por su cualidad de blog, debido a que brinda la oportunidad de realizar entradas breves que reflejan, por lo general, la opinión de un usuario respecto a un tema en específico y de manera abierta. No por ello impide que los usuarios puedan generar comunidades e interactuar de manera pública (a través

de etiquetas y arrobas) o bien, de manera privada (DM o Direct Message de por medio).

Según Carballar (2011, pp. 1-10) Twitter es creado en San Francisco, durante el 2006. Surge más como un experimento de investigación a cargo de una pequeña empresa llamada Obvious, LLC, propuesto por Jack Dorsey. No se sabe exactamente la intención del experimento que dio origen a Twitter, sin embargo, se sabe que la compañía encargada tiene influencias de otros sitios como Blogger (una plataforma para que cualquiera pudiera gestionar un blog) y que su nombre original era "status". Sin saber cómo, el nombre terminó por mutar a "Twtrr" y finalmente a Twitter. El primer mensaje que se escribió fue el de su fundador "just setting up my twtrr", publicado el 21 de marzo del 2006 a las 12:50 hrs.

Pronto se vio el potencial de esta nueva red social y en julio de ese mismo año (2006) se consigue una inversión de 35 millones de dólares y la compañía Twitter, Inc. sale al mercado apenas unos meses más tarde, en octubre. Finalmente, es adquirida por Google en 2007.

Ahora, hablar sobre su funcionamiento es algo sencillo. La red social tiene la intención de brindar un espacio donde sus usuarios generen contenido breve que resulte interesante para el resto del mundo. Lo cual, visto lo que se ha mencionado sobre la inmensidad de información generada en internet, deriva en una cantidad inconmensurable de publicaciones hechas al día. Tan solo en su primer año de creación se pasó de 20.000 publicaciones diarias a más de 60.000. Y esto solo representa la evolución de unos cuantos meses.

¿Cómo conseguir que en tan inmensa cantidad de información los usuarios se encuentren y generen comunidades?

Bueno, además del principio de gustabilidad que ya se mencionó anteriormente, en Twitter se originó una de las herramientas más útiles hoy en día. Los *Hashtag* y los *arroba*.

Hashtag #: Término nacido de la unión de Hash (numeral) y Tag (etiqueta), es un símbolo que permite ligar la secuencia de caracteres que le sigan (sin espacios) a un hipervínculo. Este tiene la función de relacionar directamente todos los mensajes de los usuarios que hayan usado la misma secuencia de caracteres dentro de su

mensaje. Por ejemplo, #BookClub, así toda persona que use este hashtag encontrará mensajes de diferentes usuarios alrededor del mundo.

Arroba @: La función es exactamente la misma que la del hashtag, sin embargo, esta no relaciona los comentarios con base en palabras (temas), sino que enlaza a los mismos usuarios a través del nombre que ellos se asignan al crear una cuenta o perfil. En este sentido, la arroba permite conocer todo lo que se dice sobre algún usuario en específico. Por ejemplo: @Laura123

Dadas estas herramientas, que también han sido integradas en Facebook e Instagram, es que surge la posibilidad de que los usuarios de esta red social puedan encontrarse a través de hastags como #BookTwitter, generando así una comunidad dispuesta a relacionarse a través del intercambio de ideas vinculadas al tema.

Por su lado, las arrobas tan solo sirven para dar identidad a un perfil. En realidad, de todas las redes sociales mencionadas, puede que esta sea la que mayor flexibilidad y libertad otorga. No porque el resto tenga restricciones que limiten la creación de contenido, sino porque al ser dinámica y concisa en sus publicaciones (con un máximo de 280 caracteres) el flujo de información es tan constante que limitarse a un solo tema resulta poco práctico (a no ser que se trate de un perfil más bien pasivo).

Instagram / #Bookstagram

Moreno Molina (2015) detalla que fue creada en octubre del 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger. Apenas un año y medio después ya contaba con unos 100 millones de usuarios, para el 2012 fue tanto su éxito que Facebook la adquirió por 1,000 millones de euros. Posterior a esta adquisición, su popularidad explora en 2014 con más de 300 millones de usuarios.

Instagram es una red social pensada para compartir fotografías de manera directa una vez que se han tomado desde la cámara del dispositivo móvil, tiene características que se han ido añadiendo a lo largo de los años. Por ejemplo, un sistema de comunicación interno que permite realizar videollamadas (Instagram Direct), un sistema de mensajería de texto (Direct Messages o DM). Incluso, con la popularidad que los videos de YouTube tienen, implementó un sistema que permitía subir videos de larga duración (pues ya permitía compartir producciones de no más de 30 segundos), llamado InstagramTV, mismo que no ha tenido mucha popularidad debido a su ineficiencia en la búsqueda de videos específicos.

Así pues, esta es una de las redes sociales más populares y actualmente cuenta con casi 1,000 millones de usuarios en el mundo. Además, se estima que a diario se comparten 7 millones de fotos y/o videos.

Muy como Twitter, Instagram permite que sus usuarios naveguen ordenadamente entre los flujos de información tan abundantes a través de *hashtags* y *arrobas*. Es precisamente de este modo como surge una comunidad dedicada a compartir fotografías relacionadas al libro y la lectura, *#Bookstagram*.

Facebook

Es la red social más conocida y un modelo a seguir. Paradójicamente es la que menor éxito ha cosechado en lo que se refiere a popularidad para ser usada como un espacio para la promoción de la lectura.

Moreno Molina (2015, pp. 57-59) indica que no es exageración afirmar que en 2004 Facebook cambió por completo la forma en que se entendía internet. Pese a que se le atribuye casi de manera exclusiva a un joven Mark Zuckerberg, para nadie es secreto que fue una idea concebida en grupo. Acompañado de Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz y Chris Hughes (todos estudiantes de Harvard), fundaron la plataforma para poner en contacto a los estudiantes de la universidad, pronto ampliaron su cobertura a universidades cercanas y así alcanzaron en poco menos de 10 meses su primer millón de usuarios.

Tan relevante ha sido esta red social que, a diferencia de cualquier otra, la historia de su surgimiento, crecimiento y expansión a nivel mundial ha sido retratada en película. Baste agregar a este apartado el hecho de que en la actualidad se estima que hay casi 2 mil millones de usuarios registrados en la red social, lo que es poco más de una cuarta parte de la población mundial.

Lo dicho, pese a ser la red social de mayor impacto, lo cierto es que no ha tenido gran éxito en temas relacionados a la promoción de la lectura. Esto podría deberse a que Facebook es usado en el ámbito personal como un medio de comunicación a través de su servicio de chat *Messenger*.

La forma en la que aquellos usuarios que desean compartir sus lecturas lo hacen en Facebook es a través de la creación de páginas. Estas funcionan como espacios publicitarios en los que ellos pueden ofertar sus productos (reseñas) para que gente

interesada los consuma. Permite además la integración de videos, transmisiones en vivo y un cierto nivel de personalización.

Ahora, un aspecto que permite tener clara esta situación de la poca popularidad de Facebook como un espacio para la promoción de la lectura es que los grupos o comunidades que se han generado en torno a este propósito por lo general quedan abandonados. La razón puede estar en que estas páginas que congregan comunidades son en realidad una extensión de un booktuber, por lo que integrar videos resulta reiterativo y poco productivo. Al menos, esa es la norma que se percibe pues hay una excepción que se mencionará en el tercer capítulo.

2.7.2 Redes enfocadas a la lectura

Se considerará como red social enfocada a la lectura a toda página, plataforma, sitio web o aplicación móvil que permita la interacción entre sus usuarios. Además, debe brindar la posibilidad de formar comunidades. A diferencia de las adaptadas, estas deben tener un enfoque exclusivo a actividades relacionadas a la lectura e incluso a la escritura.

Goodreads

De acuerdo al propio sitio (Goodreads, 2021), y a la información que puede encontrarse en Wikipedia (2021), este sitio surge como un proyecto de catalogación en 2006, es decir, se trata de una red social cuyo principal interés era el de brindar una oportunidad para “catalogar” libros de acuerdo a sus propios estándares. Dicho de otro modo, quienes hacían uso de esta red social podían colocar en sus estanterías libros según sus intereses y las opiniones sobre los mismos. Sin embargo, los libros son solo fichas con los datos de la publicación en cuestión.

Fundada por Otis Chandler funcionó como un proyecto autónomo hasta que en 2007 recibió una donación de 750 mil dólares (no se conoce quién financió este proyecto) que se usaron para robustecer su funcionalidad. Dos años después, una empresa llamada True Ventures decide financiar con millones de dólares la iniciativa y esta consigue convertirse en un referente para proyectos similares al ampliar su capacidad para administrar sus bases de datos.

En 2012 Goodreads declaró que ya contaba con más de 11 millones de usuarios, casi 400 mil libros evaluados por ellos y más de 20 mil clubs de lectura. En la actualidad

pertenece a Amazon. Los datos mencionados son los únicos existentes respecto a su historia.

Por otro lado, abordando exclusivamente la forma en la que se desenvuelve su comunidad, resulta interesante observar que Goodreads es una plataforma cuyo idioma es el inglés. Esto salta a la vista por la simple cuestión de que ello no ha sido impedimento para que usuarios de habla española la usen, lo cual podría extenderse a usuarios que tengan lenguas completamente diferentes al inglés o el español.

En cuanto a otras funciones se refiere, Goodreads podría describirse como un inmenso club de lectura en línea en el que los usuarios intercambian sus opiniones respecto a las lecturas hechas. Sirviendo además para entablar relaciones con personas cuyos gustos puedan relacionarse y, en consecuencia, adquirir interés en libros que de otro modo quizá nunca se hubieran conocido.

Al final de cada año Goodreads lanza una votación abierta a todos sus usuarios para seleccionar a los mejores libros, siendo estos claro los más populares entre la comunidad. Además, al inicio del año permite que cada usuario se imponga un “reto Goodreads” en el que fija una meta de libros por leer en un año.

En resumen, Goodreads podría considerarse una combinación entre redes sociales del tipo SNS y UGC. Una red que brinda la posibilidad de llevar un registro de las lecturas que se realizan, así como un seguimiento diario de sus avances a través de la creación de entradas que bien pueden ser comentarios personales u opiniones encausadas a la crítica del libro en cuestión.

Lectorati

De todas las redes sociales mencionadas (adaptadas y enfocadas a la lectura) es esta la única que ya no existe. Entonces ¿por qué mencionarla?

Sencillo: Para resaltar un elemento cuanto menos interesante, pero de una relevancia insospechada. Lectorati era, en esencia, un proyecto que copiaba casi al pie de la letra las propuestas hechas por Goodreads. La diferencia más importante fue que su idioma principal era el español.

De acuerdo a Perazo C. (20 mayo del 2014) esta fue una propuesta hecha por los argentinos Juan Ramiro Fernández y Torcuato Bolomo fue la red social cuyo objetivo era conectar a lectores de habla hispana. No solo eso, quizá sin expresarlo de manera

explícita, intentaron innovar en aquellas áreas donde Goodreads no había prestado atención.

Por ejemplo, brindaban la oportunidad de integrar videos de YouTube en los comentarios que se hacían sobre alguna obra, es decir que consideraban la participación de la entonces emergente comunidad booktuber hispanohablante. Además, otorgaban medallas a sus usuarios dependiendo de los logros que desbloqueara. Estos iban desde ser popular en la plataforma, recibiendo así la medalla de “acosado”, o bien la medalla “lectolier” si se declaraba estar leyendo más de diez libros a la vez.

Francamente desde su comienzo la plataforma fue menos popular que Goodreads, quizá porque su base de datos de libros era menor y el proceso para hacer el registro de un nuevo libro era complejo o inexistente.

Las razones para que desde el 2016 no se tenga noticias de ella y que hoy día no se pueda acceder son desconocidas, aunque se pueden elucubrar algunas ideas:

1. La red social falló al brindar herramientas para que sus usuarios crearan nuevos registros de libros.
2. Pese a su intención de integrar a lectores de habla hispana, en realidad el idioma nunca ha sido un factor determinante para preferir una u otra red social.
3. Aun cuando intentó integrar nuevas secciones dentro de la red social (videos y medallas), lo cierto es que pudo ser un despropósito. Es decir, si lo que los lectores querían era ver un video relacionado a un libro, resultaba lógico buscarlo en YouTube antes que en Lectorati.

Sea cual sea el caso, la red ha dejado de funcionar, pero sin duda dejó huella durante su periodo de vida pues un par de booktubers intentaron promocionarla.

Wattpad

Según la propia plataforma (Wattpad, 2021), así como información encontrada en Wikipedia (2021), fue fundada en noviembre del 2006 entre Allen Lau e Ivan Yuen surge como un proyecto en el que se abre un espacio para que los usuarios creen sus propias historias, mismas que pueden ser leídas de manera libre y ser votadas por sus lectores.

Si bien Wattpad puede encasillarse más en una red social tipo UGC, lo cierto es que al igual que el resto de redes sociales previamente mencionadas, adopta características de otro tipo. Por ejemplo, las comunidades que aquí se generan son en realidad grupos de lectores que disfrutan las historias de un autor en específico.

Dado que estos grupos pueden ascender a cientos, e incluso miles, el resultado de la popularidad en esta plataforma ha generado que dichos autores sean reclutados por editoriales físicas interesadas en publicar y distribuir sus historias. Fenómeno que surge en Wattpad, pero que ha sido replicado en otras redes sociales.

Principalmente enfocada a estimular la escritura, ha tenido como resultado la creación de nuevos lectores al no imponer barreras creativas respecto a lo que, en ella, sus escritores deciden crear. Sin embargo, esta misma libertad ha sido la causante de algunos problemas relacionados a los derechos de autor pues es común que se tomen personajes previamente creados para brindarles historias “alternativas”. A dicha práctica se le denomina “fanfic”, unión de las palabras *fan* y *fiction*.

2.6.3 Otras

Para este apartado se permitirá cierta flexibilidad con las características dadas. Si bien se estipuló que de manera explícita deben permitir la interacción entre sus usuarios y conformación de comunidades, las redes que se mencionarán pueden o no incluir dentro sus características las suscripciones que permiten “lecturas ilimitadas”, eso sí, sin dejar de lado la posibilidad de que sus usuarios puedan comunicarse entre sí. Dicho de otro modo, estas redes sociales pueden compartir elementos que las identificaría con la categoría TMS, en la que entran sitios como Amazon.

Bookmate

De acuerdo a los datos del propio Bookmate (2021), fue fundada en 2010 por Victor Frumkin y Simon Dunlop, es una red social de servicio de suscripción para la lectura de libros electrónicos/digitales.

Se estima que tiene un aproximado de 3 millones de lectores y más de 500 mil libros en idiomas como el español, inglés, ruso, turco y sueco.

Lo que hace que Bookmate pueda considerarse una red social es una característica que comparte con Goodreads, independientemente del tipo de suscripción que el

usuario tenga, puede “seguir estanterías” e incluso comentarlas. Lo anterior permite, en cierta medida, socializar la lectura.

Amino

La información encontrada en Wikipedia (2021) indica que fue desarrollada por Narvii, Inc. fue fundada en 2014 por Ben Anderson y Yin Wange. Se han contabilizado más de 25 millones de descargas.

La idea de Amino resulta sencilla en realidad. Se trata de un conglomerado de comunidades a las que cualquier usuario de estas puede acceder según sus intereses. Por supuesto que cada comunidad enfoca su atención a temas en particular, por tal motivo no es sorpresa que dentro de Amino existan comunidades dedicadas a intercambiar opiniones respecto a sus lecturas.

Alibrate

Según la información obtenida desde el sitio de Alibrate (2021), fue creada por el argentino Carlos Tramutola, aproximadamente en 2017, se dice que es la primera red social en español y en 2018 se reportó que a poco de cumplir su primer año ya contaba con más de 75 mil usuarios.

Esta red social cuenta con las funciones establecidas dentro de la definición planteada, aunque una diferencia que la hace destacar es que permite la descarga de libros de dominio público. Lo cual al parecer ha resultado en un éxito entre sus usuarios.

Por otro lado, resulta igual de interesante observar que esta se autodenomina como la primera red social en español, ignorando por completo la existencia previa de la ya extinta Lectorati.

Babelio

Babelio (2021) comparte su origen a través de su sitio web. De origen francés, fue creada en 2007 por Guillaume Teisseire, Vassil Stefanov y Pierre Fremaux, lo que caracteriza a esta es su interés en promover la discusión sobre la lectura a través del fomento de críticas. Incluso en algunos países como España ha llegado a implementar un sistema en el que permite que sus usuarios obtengan libros a cambio de reseñas hechas en la plataforma.

En octubre de 2018, Babelio tenía 650,000 miembros y fue visitado mensualmente por alrededor de 3.7 millones de usuarios de internet.

Storytel

El sitio Storytel (2021) comparte en que fue fundada en 2005 por Jonas Tellander y Jon Haukssonite, Storytel es un servicio de suscripción que ofrece un amplio catálogo de audiolibros. Presente en 10 países, esta plataforma reportó, en agosto del 2019, tener más de un millón de suscriptores.

Podría considerársele más como un servicio de *streaming* antes que una red social, sin embargo, al otorgar la posibilidad de evaluar y comentar los audiolibros, cosa que no hacen servicios de streaming como Netflix o Spotify, es que consigue ser considerado como una red social enfocada a la lectura. Quizá la que más se aleja de la definición brindada, pero que en la actualidad ha logrado tener gran presencia en México.

Recapitulando brevemente, se ha visto que la presencia de las redes sociales en la actualidad, según la definición dada para este trabajo, es casi absoluta. Del mismo modo, es claro que los modelos que definieron las bases para las redes sociales actuales se han adaptado al panorama actual sin dejar a un lado sus bases.

Si hablamos de wikis, el ejemplo más representativo suele ser Wikipedia. En el caso de los blogs (entradas diarias), este efecto sigue vigente en redes como Twitter o Instagram.

No importando si se trata de las más populares como Instagram, Facebook o Twitter (redes horizontales), o de aquellas pensadas para el uso de lectores (redes verticales), pueden contener características de redes SNS, UGC, TMS o PGS.

Es de anotar el hecho de que resulta complejo separarlas pues, como se ha mencionado a lo largo del capítulo, una red horizontal puede segmentarse en grupos internos que no permitan la interacción a usuarios ajenos a ellos. Por ejemplo, perfiles en Instagram que no autoricen la visualización de su contenido a usuarios que no compartan su temática.

Del mismo modo, una red vertical puede integrarse a una red horizontal pues, pese a tener un espacio propio en donde reúna a sus usuarios, estos tendrían la posibilidad de compartir sus publicaciones en otras redes. El ejemplo más representativo de esta

situación sería Goodreads que permite la integración de sus publicaciones en redes como Facebook con etiquetas temáticas que permitan su rastreo dentro de la inmensidad de información generada a diario en esta red social. Por otro lado, Goodreads también permite a sus usuarios acceder al catálogo de Amazon, mismo que puede llevarlos a realizar compras de diversos artículos, no necesariamente relacionados con la lectura.

En otras palabras, pese a la existencia de características que permitan la tipificación de las redes sociales, bien sea por su contenido (verticales u horizontales) o por el tipo de experiencia que ofrecen (SNS, UGC, TMS o PGS), no puede delimitarse. Es así que las redes sociales pensadas para usuarios con interés en la lectura pueden compartir sus experiencias en diversos medios. Lo cual es bastante natural en una sociedad hiperconectada.

Capítulo 3. Comunidad booktube México

Booktube México es una comunidad establecida en YouTube, una red social con características UGC, principalmente. Los booktubers surgen a través de su necesidad personal de compartir experiencias en torno a la lectura, esto sin la intención de promoverla como tal. Sin embargo, con el paso del tiempo, se han desarrollado diversos “juegos literarios” así como distintos formatos de videos; del mismo modo se ha normalizado la realización de reseñas en video, o *videoreseñas*, sobre libros específicos. Es así como, aun sin proponérselo en principio, esta comunidad parece haber conseguido promover la actividad lectora en diversos sectores de la sociedad mexicana.

De forma contradictoria, y como se ha visto en el primer capítulo, esta comunidad es poco reconocida entre aquellas instituciones encargadas de identificar y medir los hábitos de lectura en México. Si bien el nombre de la comunidad ya resuena en algunos trabajos de corte institucional, por ejemplo, en La Encuesta Nacional de Lectura y Escritura del 2015 así como dentro del Programa de Fomento para la Lectura y el Libro 2016-2018 (en ambos se les menciona una sola vez), no se vislumbran de manera concreta estrategias en las que se le acople para apoyar dichos programas de fomento a la lectura. Es decir, se les ha reconocido someramente y sin ahondar en las posibilidades que ofrecen para nutrir la promoción de la lectura.

Lo anterior puede ser un ejemplo del fenómeno descrito en La ciudad letrada descrita por Ángel Rama y citada por Martín Barbero (2010). Este constante desconocimiento entre letrados y analfabetas describe a la perfección la poca familiaridad por parte de las instituciones hacia un grupo de personas cuyo medio para difundir la lectura ha sido el internet.

Sin embargo, lo que booktube México hace hoy en día no es algo tan distinto a lo que se ha hecho para promover el hábito lector a lo largo de los años. El aprovechamiento de la tecnología disponible es, de hecho, una constante por parte de instituciones, bibliotecas e incluso particulares.

En todo caso lo que ha destacado a booktube México del resto de intentos es que literalmente cualquier persona puede replicar el modelo. Tal vez es este aspecto la causa de que, según quien la mire, la validez de las propuestas hechas por esta comunidad digital sea tan endeble. Para formar parte de ella no existen

requerimientos académicos ni instituciones que respalden las opiniones emitidas por quien se proclame como “booktuber”.

3.1 Promoción digital de la lectura

Antes que hablar sobre la comunidad en sí misma, se hablará sobre algunos antecedentes que paralelamente dan contexto al papel que ha tenido en la actividad lectora de la sociedad.

Las circunstancias que se sucedían en paralelo al surgimiento y posterior consolidación de la comunidad booktube derivan de lo mencionado en los capítulos anteriores: Internet como un espacio alternativo para diferentes comunidades, explotado por quienes consiguen un uso eficiente de las nuevas tecnologías.

Así pues, no resulta extraño saber que incluso previo a la existencia de YouTube (principal plataforma usada por los booktubers) surgieron sitios web de escritores que buscaban promover su trabajo en espacios libres de interventores. Es decir, la promoción de su obra comenzó a ser posible sin necesidad de esperar a las ferias del libro o a que se le invitase a hablar sobre ella en alguna institución o medio de comunicación. Vieron en internet la posibilidad de abrir espacios personales en los que ellos por fin dictaminaron las normas de su publicidad.

Lluch (2017) aborda el tema sobre foros y páginas creadas por autores como Laura Gallegos en donde no solamente se daba la posibilidad de anunciar próximas publicaciones, sino que además acogió a sus lectores en un espacio donde les fue posible discutir sus libros. El resultado: una comunidad que compartía el gusto por la lectura y sus opiniones alrededor de la misma. Además, una inminente relación con una comunidad de lectores que comenzaba a crear sus propios espacios, los booktubers.

Por supuesto se puede asumir que el modelo fue replicado por distintos autores sin aparente relación. Y, dadas las circunstancias que se abordaron durante el segundo capítulo, no es arriesgado pensar que dichos sitios web surgieron bajo el modelo del *blog* con el que se solía interactuar en los inicios del internet en manos de la sociedad civil. Posterior a ello, con el surgimiento de las redes sociales y el poder de la popularidad que tenían ciertos usuarios, tampoco resulta extraño que los escritores

hayan optado por aprovechar en su beneficio el creciente impacto que tenían estos *influencers* de la literatura.

El caso que mejor ejemplifica esta situación es el de la escritora británica Joanne Rowling (J.K. Rowling) quien, tras haber publicado el último libro de su exitosa saga *Harry Potter* en 2005, sigue estando vigente en la vida de jóvenes lectores que han conocido su obra a través de internet. No es accidente que el 14 de abril del 2012 se haya fundado el sitio web que durante años se conoció como Pottermore (<https://www.wizardingworld.com>), mismo que aprovechó el auge de lo que ahora conocemos como redes sociales y permitió que a través de ellas se siguiera expandiendo el universo literario que creó. Por supuesto, previo a este sitio web, se había establecido en otro (<https://www.jkrowling.com>) donde hacía publicaciones bajo el modelo del *blog*, este, como cabe esperar, se ha actualizado y poco o nada se rescata de su diseño original.

Como resultado de lo anterior, no es de extrañar que lectores del todo mundo permanezcan interesados por sus creaciones y, dicho sea de paso, booktubers ocupen la popularidad de la escritora para crear contenido.

Debido al aprovechamiento de las redes sociales, era inminente que booktubers y escritores se encontraran y tomaran la oportunidad para comenzar una labor en donde ambas partes salieron beneficiadas. Si bien el ejemplo de J.K. Rowling es de los más exitosos y conocidos alrededor del mundo, lo cierto es que es casi un hecho que el mismo fenómeno se ha replicado en diversas escalas.

3.2 Primeros booktubers mexicanos

Como se acotó en el punto anterior, en paralelo al surgimiento de booktube se crearon espacios en donde los lectores convivían y compartían sus experiencias, así pues, la comunidad booktuber no es sino otro modo de compartirlas. A diferencia de otras comunidades, comenzó a ganar cierta presencia y se integró orgánicamente al fenómeno que supuso YouTube.

Como cabía esperar, el origen de la comunidad toma como base el fenómeno de YouTube. Siendo esta una plataforma de origen estadounidense no es sorpresa que los primeros creadores de contenido sean de este país. Lo mismo para los booktubers.

Así pues, para entender cómo se conformó la comunidad mexicana se repasará brevemente los antecedentes que pudieron inspirar a los mexicanos.

3.2.1 Antecedentes de la comunidad a nivel mundial

En el capítulo anterior se menciona el canal “The Vlog Brothers”, uno de los pioneros en dar forma a la estructura de los videos que se podían compartir en el recién nacido YouTube. La estructura con la que iniciaron a crear contenido era similar a las entradas de un diario (algo común durante el auge de los blogs) es en estas que, durante enero del 2007, comenzaron a subir videos relacionados a libros (véase ilustración 1).

No obstante, por ser un canal que con el tiempo se especializó en la difusión cultural, sin dejar del todo a un lado la promoción de la lectura, a estos pueden o no considerárseles los primeros booktubers.

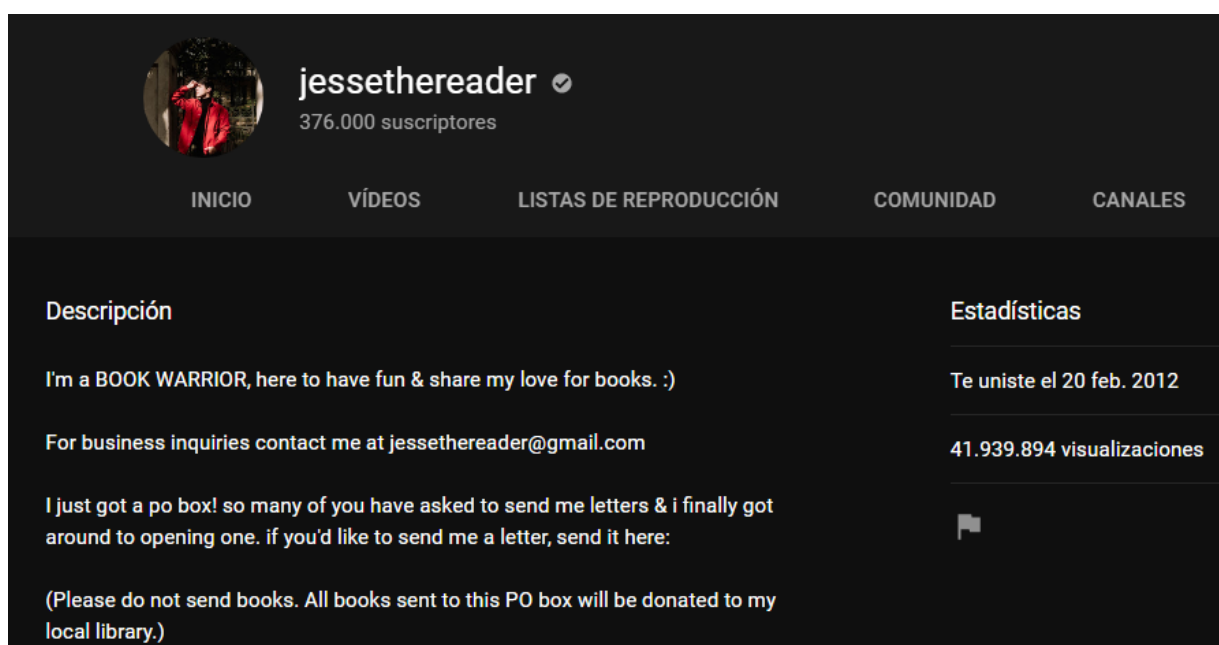


Ilustración 1: Video The Vlog Brothers
Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=8rvQgFP6f8Q>

Por su lado, para quienes conocen del tema (es decir, los mismos booktubers), Jesse The Reader (véase ilustración 2), cuyo canal se creó en febrero del 2012 y permanece activo en la actualidad, es considerado el primero de todos. No obstante, y como se verá en los siguientes párrafos, esto es falso. Sucede que tener este título como “el primer booktuber” es el resultado de factores ajenos a él.

Resulta que, comparando la historia de ambos canales, *The Vlog Brothers* y *Jesse The Reader* destacan algunos hechos:

1. Hablar sobre libros puede hacerlo cualquiera. Si los canales mencionados destacan es porque el primero (The Vlog Brothers) fue pionero en la plataforma. Además, nunca se separó realmente de este interés por hablar, ocasionalmente de libros. Por su lado, el segundo (Jesse the Reader) inauguró su canal definiéndose como un Book Warrior (Guerrero de los libros), es decir, estableció desde el inicio cuál sería el tema principal al crear contenido. Aunado a esto, aunque Jesse no fuera el primer booktuber su carisma lo levantó en popularidad y se convirtió una referencia para los creadores que le siguieron.
2. El periodo de tiempo entre ambos canales es de 5 años. Debido a esta diferencia entre el inicio de actividades, resulta improbable que no haya existido otro creador con interés en hablar sobre sus lecturas.
3. El punto anterior da pie a concluir lo siguiente: Las referencias que se tienen sobre los orígenes de la comunidad pueden resultar imprecisas. Esto puede deberse a que, en el mar de contenido que se genera desde que las plataformas se abrieron a recibir el contenido creado por sus usuarios, solo destaca aquel que ha dejado huella. Bien sea el más popular (Jesse the Reader) o bien, por ser pionero en su rama (The Vlog Brothers).



The image shows the YouTube channel page for 'jessethereader'. At the top left is a circular profile picture of a person in a red jacket. To the right of the profile picture is the channel name 'jessethereader' with a verified badge and '376.000 suscriptores' below it. Below the name are five navigation tabs: 'INICIO', 'VÍDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'COMUNIDAD', and 'CANALES'. The main content area is split into two columns. The left column is titled 'Descripción' and contains the following text: 'I'm a BOOK WARRIOR, here to have fun & share my love for books. :)', 'For business inquiries contact me at jessethereader@gmail.com', 'I just got a po box! so many of you have asked to send me letters & i finally got around to opening one. if you'd like to send me a letter, send it here:', and '(Please do not send books. All books sent to this PO box will be donated to my local library.)'. The right column is titled 'Estadísticas' and shows 'Te uniste el 20 feb. 2012' and '41.939.894 visualizaciones'.

Ilustración 2: Ficha de información del canal jessethereader
Fuente: <https://www.youtube.com/c/jessethereader/about>

Por lo tanto, el rastreo de los orígenes de la comunidad booktuber puede tomar dos elementos clave para establecer de la mejor manera los antecedentes que la definieron:

- Antigüedad: Basada en datos meramente cronológicos. Es decir, la fecha exacta en la que un canal en YouTube fue creado, o bien, la fecha de subida del primer video. Estos pueden consultarse abiertamente y, de ser posible, se pueden cotejar con los dueños del canal.
- Popularidad: Cuantificable gracias al número de suscriptores, visualizaciones por video, likes y dislikes (cuya consulta, en principio, puede hacerla cualquiera) así como con datos estadísticos relacionados al público que cada booktuber capta (mismos que solo el creador en cuestión puede consultar a través de la herramienta *YouTube Studio*).

Por otro lado, y para cerrar este apartado, cabe hacer la mención de que aun cuando es posible rastrear y visualizar todos los datos, anterior mencionados, existen factores que pueden sesgar la veracidad de los mismos:

- Eliminación de contenido por parte de los propietarios de un canal.
- Poca probabilidad de rastrear un canal pequeño, entendiéndose como tal uno que no tenga más de 500 suscriptores. Esta característica “condena” a dichos canales a no tener un alcance tan amplio. Es decir, no tiene promoción debido a que los algoritmos de recomendación de contenido que YouTube maneja lo consideran poco atractivo para la comunidad global.
- Existencia de videos y/o canales privados. Similar a lo que ocurre con los videos eliminados, a estos no se puede acceder. La diferencia radica en que este contenido aún existe, sin embargo, solo el propietario original del contenido puede visualizarlo u otorgar permisos a terceros para su visualización.
- El creador ha ocultado información respecto a su canal. En este sentido, existe la posibilidad de esconder datos como la fecha de subida de un video, el número de likes y dislikes e incluso el número de suscriptores.

3.2.2 Booktube México: primeras generaciones

Por su lado, el fenómeno en México tiene antecedentes y problemas similares.

Por antigüedad, Las puertas de la Literatura (véase ilustración 3), administrado por Carlos Mauricio Jr., podría considerarse el booktuber pionero en el país. Creó su canal en febrero del 2011 y con sus primeros videos fechados en julio del mismo año, Carlos de hecho se adelantó al fenómeno marcado por Jesse the Reader. No obstante, no goza de gran popularidad.

Caso similar el de Abril G. Karera, creadora del canal Ensayos de Abril y cuyo primer video está fechado en septiembre del 2010. Sin embargo, a diferencia de Carlos Mauricio Jr., Abril ha conseguido un alcance más amplio quizá debido a su participación dentro de otras actividades derivadas de la comunidad booktube México.



The image shows a screenshot of a YouTube channel page for 'Las Puertas de La Literatura'. The channel has 2030 subscribers. The page is divided into sections: 'VÍDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'COMUNIDAD', and 'CANALES'. The 'Descripción' section contains the following text: 'Hola, Soy Carlos Mauricio Jr. un joven amante del cristianismo, la igualdad, la libertad y la lectura, quizá por eso mis críticas se basan más en los sentimientos de los personajes. Las Puertas de La Literatura es un canal que inicié el 5 de Julio del 2011 para poder expresar libremente mi opinión con respecto a los miles de libros que me han encontrado en el lapso de mi vida y de los que todavía no me han'. The 'Estadísticas' section shows 'Te uniste el 23 feb. 2011' and '191.447 visualizaciones'.

Ilustración 3: Ficha de información del canal Las Puertas de la Literatura
Fuente: youtube.com/c/LasPuertasdeLaLiteratura/about

En contraste, si se hace caso a la popularidad, el canal *LasPalabrasDeFa* (véase ilustración 4), administrado por Fátima Orozco, es de hecho el que se toma como referencia al hablar sobre los inicios de booktube México. Creado en agosto del 2012 y cuyo primer video está fechado en el mismo año, Fátima fue propietaria del canal que más alcance tuvo dentro de los inicios de la comunidad.

A finales del 2019 declaró que dejaría de crear contenido para ese espacio y se mudaría a un nuevo canal llamado Fa Orozco, esto con la intención de resolver algunos problemas en la gestión de sus remuneraciones (pues de hecho es de las pocas booktubers que pueden ganar dinero con su contenido).

El nuevo canal conserva su raíz al hablar sobre libros y literatura, sin embargo, ha diversificado su contenido.



Ilustración 4: Ficha de información del canal laspalabrasdefa
Fuente: <https://www.youtube.com/user/laspalabrasdefa/about>

Si se observa el primer video de Fátima Orozco se percibe que ya en este, ella hacía referencia a otros creadores de contenido mexicanos (véase ilustración 5). Es decir, pese a ser tomada como referencia, no fue la primera booktuber popular en México.

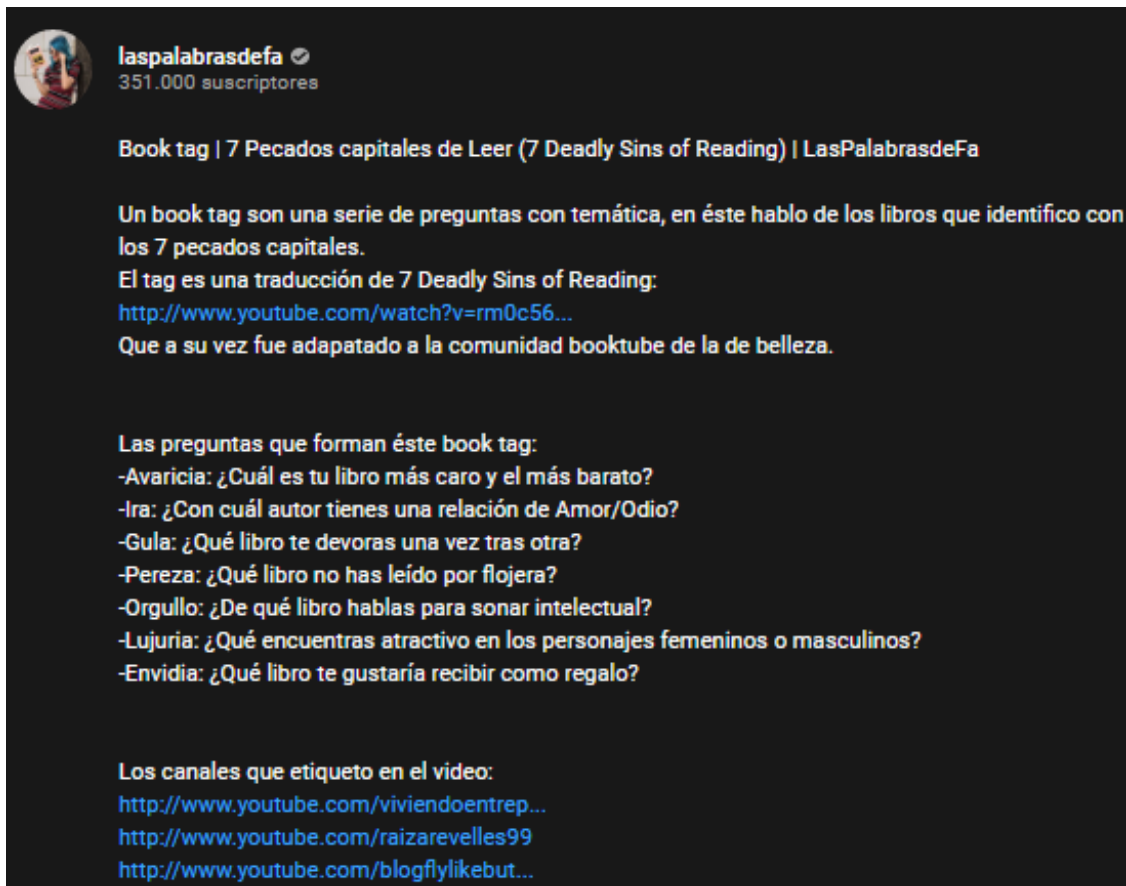


Ilustración 5: Caja de descripción del primer video subido por Fátima Orozco el 01 de agosto del 2012

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=hXmJdKHPIR4>

En el caso de la comunidad mexicana, la diferencia en el tiempo transcurrido entre la creación de un canal pionero y otro que obtuvo mayor aceptación entre los consumidores es tan solo de dos años.

No resulta improbable entonces la aparición de canales similares durante ese lapso. Sin embargo, debido a los sesgos en la información para rastrearlos, mencionados en el apartado anterior, lo cierto es que es imposible reflejar en su totalidad a la población inicial de una comunidad en constante cambio.

Con la intención de brindar un panorama general que permita conocer su origen, a continuación, se presenta la tabla 3 con booktubers cuyos inicios pueden rastrearse hasta los primeros años en que la comunidad surge en México.

Tabla 3: Primeros booktubers mexicanos

Nombre real	Canal	Creación del canal	Primer video	¿Permanece activo?
Abril G. Karera	Ensayos de Abril / Abril G. Karera	16 de noviembre 2008	30 de septiembre 2010	Sí, aunque no en YouTube
Carlos Mauricio Jr.	Las Puertas de la Literatura	23 de febrero 2011	3 de diciembre 2011	Sí
Raiza Revelles Zamora (?)	Raizarevelles99	17 de marzo 2011	25 de febrero 2012	Sí
Juan Carlos Álvarez Juárez	Paraque Leer	16 de febrero 2008	9 de abril 2012	Sí
Lewis Rima	Lewis Rimá	21 de mayo 2012	29 de julio 2012	Sí
Fátima Orozco	Las Palabras De Fa	1 de agosto 2012	1 de agosto 2012	Sí, en su canal: Fa Orozco
Antonio	Tonnybeth	20 de febrero 2012	7 de octubre 2012	No
Alberto Villarreal	Abriendo Libros	2 de noviembre 2012	13 de noviembre 2012	Sí
Adriana	Adricua7 / Imaginando con los libros	4 de septiembre 2008	20 de abril 2013	No
Alexis Ayala	Alexis Ayala	19 de abril 2013	24 de abril 2013	No
Claudia Ramírez Lomelí	Clau Reads Books	22 de agosto 2006	23 de septiembre 2013	Sí
Nath y Gaby (?)	De Pasta Dura	15 de enero 2013	10 de diciembre 2013	No
(?)	Rainbook	22 de mayo 2013	13 de mayo 2014	No
Clara Cuevas	Letras Claras	2 de marzo 2010	31 de mayo 2014	No

- (?) : Nombres que no se han podido verificar
- Orden cronológico según la fecha de publicación del primer video.
- Fuente: Elaboración propia (2021).

En principio cabe precisar que el orden en el acomodo de los booktubers mencionados responde a la fecha en que publicaron su primer video. La intención es

conocer el tiempo que tardaron en crear un perfil YouTube (Creación de canal), hasta convertirse en creadores de contenido (Primer Video). Como se puede observar, hay quienes tardaron un par de años en tomar la decisión de ser parte activa en una red social UGC, mientras que otros parecen haber decidido crear su canal con la intención de sumarse a la creación de contenido de inmediato. Resulta importante conocer este dato pues encontrar las razones por las que un booktuber decide abrir su canal es uno de los objetivos de la investigación.

Del mismo modo es necesario aclarar que los nombres incluidos en la tabla no reflejan en su totalidad la cantidad de booktubers que podrían considerarse parte de las primeras generaciones. Esto porque, desde que surge en México, no ha habido un censo que permita tener conocimiento de todos sus integrantes.

Así pues, los booktubers incluidos cumplen con al menos una de las siguientes características:

- Su canal permanece activo.
- Han ampliado la creación de su contenido en otras plataformas en donde continúan compartiendo sus experiencias con la lectura.
- El canal fue creado antes de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara del 2014.

La tercera característica toma especial relevancia puesto que, en la FIL Guadalajara del 2014 sucede el primer concurso Somos Lectores / Somos Booktubers, mismo que busca premiar a los creadores de contenido. Este tiene como finalidad invitarlos a dar una charla dentro del marco de una de las ferias internacionales con mayor impacto en el mundo para que compartan sus experiencias con la lectura.

Así pues, fue durante los meses previos al lanzamiento de la convocatoria que, con intención de participar, los nuevos canales surgieron a una velocidad que en años previos no se había visto. Este hecho es lo que permite marcar un punto y aparte entre generaciones de booktubers mexicanos. El concurso se ha repetido año con año y sus consecuencias van desde la creación de canales nuevos (esporádicos), hasta el surgimiento de booktubers que prevalecen a lo largo del tiempo y consiguen generar un espacio para compartir lecturas.

Es cierto que lo anterior marcó un punto de inflexión respecto a la frecuencia con la que se creaban nuevos canales dentro de la comunidad. Sin embargo, previo al

concurso impulsado por la FIL Guadalajara, existió otro momento con el que se pueden separar a las dos primeras generaciones.

Como ya se destacó, el orden de los booktubers mencionados en la tabla anterior responde a la fecha de publicación de su primer video. Así pues, con base en sus experiencias se puede hacer una separación generacional de la siguiente manera:

- Primera generación: Entre junio del 2010 y mayo del 2012
- Segunda generación: Entre junio del 2012 a mayo del 2014

Esto debido a que fue hasta el 2012, más exactamente en el segundo semestre, cuando las editoriales como Planeta, Penguin Random House, entre otras, comenzaron a prestarle atención al potencial que estos creadores de contenido sobre libros tenían para promover sus ventas.

Bien es cierto que no hay registros oficiales al respecto. No obstante, para nadie que conozca a la comunidad le resulta desconocida la labor que Fátima Orozco (LasPalabrasDeFa) hizo para promocionar el libro Persona Normal del escritor Benito Taibo.

Con mucha probabilidad es esta la razón por la que se reconoce a Fátima Orozco como una de las primeras booktubers mexicanas, pese a que con anterioridad ya existían canales similares.

Así pues, la separación en 2 generaciones no responde en exclusiva a la fecha en que crearon sus respectivos canales, sino que además resulta una cuestión cualitativa en la que, las razones por las que podrían haber comenzado a surgir más booktubers fuera la colaboración con diversas editoriales. Colaboraciones que por norma general solían desembocar en libros gratis a cambio de videos que, a su vez, les permitieran incrementar su popularidad (medible con el número de suscriptores).

En conclusión, los primeros booktubers pueden ser difíciles de rastrear si lo que se busca es obtener datos de canales pequeños que además surgieran entre el 2010 y el 2012 (primera generación).

Por el contrario, resulta más sencillo si se rastrean canales con suscriptores que se cuenten por miles, mismos que surgieron durante el 2012 y hasta el 2014, aproximadamente (segunda generación).

Y, si ya resulta difícil contabilizar canales que se remonten a una época en donde el surgimiento de nuevos creadores de contenido no era algo que sucedía con tanta frecuencia, la situación se torna incluso más complicada después del concurso de la FIL Guadalajara 2014.

3.2.3 Booktube México: actualidad

Casi diez años después de lo que puede considerarse el surgimiento de booktube México (con la publicación del primer video de Abril G. Karera), la comunidad permanece activa. No solo eso, continúa creciendo exponencialmente con el paso de los años.

En la actualidad pueden señalarse de manera precisa a aquellas personas que, en México, continúan marcando las tendencias de la comunidad y que, de hecho, inspiran al surgimiento de nuevos booktubers. Curiosamente las personas que consiguen esto pertenecen, en su mayoría, a la primera y segunda generación. Por otro lado, algunas han ampliado el concepto de pertenecer a esta comunidad.

Fuera de estas dos primeras generaciones lo cierto es que son pocas las personas que han logrado destacar del mismo modo. Esto puede deberse a que el número de nuevos integrantes creció de manera exponencial con el paso de los años, es decir, a mayor número de booktubers activos, menor es el impacto que pueden llegar a tener individualmente.

Sucede que, de manera extraoficial, se han llegado a contabilizar más de 250 booktubers mexicanos. Por supuesto, el problema sigue siendo el mismo, no existe censo alguno que permita verificar esta estimación. Sin embargo, resulta posible debido a lo que se mencionó en el apartado anterior: El surgimiento exponencial de creadores de contenido literario a partir del 2012 (para obtener colaboraciones editoriales). Fenómeno que se intensificó todavía más en el 2014 con el concurso Somos Lectores / Somos Booktubers organizado por FIL Guadalajara.

Pese a todo lo anterior, hay ciertos canales que han conseguido marcar tendencias en la actualidad y que surgieron en años más recientes. El mejor ejemplo de esta situación es El Librero de Valentina (véase ilustración 6), canal de YouTube creado el 02 de marzo del 2016 (primer video subido en la misma fecha), administrado por

Valentina Trava. Este es quizá la principal referencia en lo que respecta a la actualidad de la comunidad.

Desde su creación hasta fechas recientes su crecimiento ha destacado por encima de cualquier otro canal que haya surgido en el mismo año o en años posteriores. Tan distinguido ha sido su trabajo que ha podido generar ingresos a través de contenido que entrega de manera exclusiva a quien pague por el mismo. Todo esto fue explicado por sus propias palabras durante varios videos dentro de su canal.



Ilustración 6: Ficha de información del canal El Librero de Valentina
Fuente: <https://www.youtube.com/c/ElLibrerodeValentina14/about>

Por otro lado, a Valentina se le reconoce el trabajo exhaustivo que hace a través de diversos clubs de lectura masivos durante todo el año. Una actividad común dentro de las realizadas en la comunidad.

Finalmente se debe aclarar que no pueden ignorarse los méritos obtenidos por diversos integrantes que han abierto sus canales en años posteriores a las primeras dos generaciones. De hecho, podrían recuperarse varios de ellos que incluso han sido reconocidos por la Feria Internacional del Libro de Guadalajara con su concurso *Somos Booktubers*, entre ellos, La Retahíla (véase ilustración 7), cuya administradora es una menor de edad que ha conseguido establecerse como una booktuber de literatura infantil, su contenido ha tenido la oportunidad de trasladarse a la televisión. Del mismo modo, canales como El libro cegatón, Conejo Literario, Sputnik, Lunática Literaria, The PoemTube, entre muchos otros más, han conseguido éxitos que trascienden su espacio en YouTube. Es decir, algunos han conseguido ser publicados

mientras que otros han sido premiados por su labor como creadores de contenido literario.



Ilustración 7: Ficha de información del canal La Retahíla
Fuente <https://www.youtube.com/channel/UCxM0I5Wqm0niMVMfBmyoYWQ/about>.

Por si lo dicho hasta ahora no resultara suficiente, es común encontrar canales más pequeños (por el número de suscriptores), organizando eventos con un alcance más allá del territorio mexicano. Sin embargo, estos no consiguen hacer eco debido a la escueta popularidad que tienen frente a canales más grandes. En todo caso, lo cierto es que al hablar de la comunidad mexicana, ya no puede ignorarse que sin importar del todo su popularidad consiguen estrechar lazos colaborativos con personas en diversos países.

3.3 Actividades impulsadas por la comunidad

Es importante mencionar que las actividades que proponen los booktubers pueden percibirse como poco innovadoras puesto que son un claro ejemplo de lo comentado en el capítulo dos. Es decir, que los intentos por promover la lectura a través de las redes sociales parecen limitarse a imitar actividades funcionales en ambientes *offline* dentro de un ambiente por completo *online*.

Así pues, cabe destacar que el éxito que estas actividades han tenido es el resultado de su propia naturaleza. Propuestas en un ambiente alternativo en donde intermediarios académicos o profesionales son innecesarios, se obtiene la sensación de mayor libertad para comentar la lectura.

- **Clubs de lectura digitales**

Consiste en la propuesta de una lectura que se deberá concluir en un determinado periodo de tiempo. Por lo general se realizan diversas reuniones, a través de videollamadas durante ese periodo (por lo regular 1 mes), para comentar los avances de la lectura.

En contraste con su homónima presencial, estos clubes de lectura brindan la oportunidad de resolver inquietudes en cualquier momento debido a que la comunicación vía internet permite a sus integrantes la comunicación sin horarios, salvo que el organizador los establezca.

- **Lecturas conjuntas, o LC**

Puede considerarse una variante del club de lectura digital. La diferencia principal radica en que, a lo largo del periodo establecido para realizar la lectura seleccionada, suelen proponerse diversos retos que se comparten en todas las redes sociales de quienes participan.

Por otro lado, en estas lecturas conjuntas es común encontrar que la dirigen varios booktubers. El objetivo de esta actividad es reunir a todos los involucrados y a los lectores que hayan seguido la lectura propuesta, en una reunión a través de transmisiones en vivo. Es decir, en un espacio público en donde se celebra una especie de tertulia literaria.

Booktubers y lectores interactúan a través de comentarios en redes sociales.

- **Maratones de lectura**

Bajo esta etiqueta se engloban a los distintos eventos que suelen organizarse dentro de la comunidad booktuber. A diferencia de los clubs o las LC, los maratones buscan invitar a lectores de todo el mundo a leer todo lo que les sea posible dentro de un periodo de tiempo.

Uno de los más comunes es el formato de *24 horas leyendo*, en donde se busca que la gente interesada en participar dedique un día a hacer de la lectura su actividad principal. Este formato ha sido acreedor de duras críticas debido a lo “absurdo” que puede resultar.

Por otro lado, suelen generarse maratones con temáticas específicas como el *Guadalupe-Reinas*, organizado por el grupo de lectoras llamado LibrosB4Tipos

(varias de ellas, booktubers) que busca la lectura de libros escritos por mujeres. Con la intención de ayudar en la selección de los libros se crea una serie de consignas opcionales para los lectores interesados.

Del mismo modo, hay maratones por temporadas del año, como lo es el veranathon. Tal como su nombre sugiere, el maratón se lleva a cabo durante el verano, que suele ser el que contiene el mayor periodo vacacional en muchos países. Cabe destacar que, por su naturaleza, este ha sido pensado para estudiantes, sin embargo, no excluye a ningún lector que tenga la oportunidad de unirse. Al igual que los anteriores, suele generar consignas que ayuden en la selección de libros, pero además este maratón suele incluir diversas actividades o desafíos con los cuales se pueden ganar premios. Todos, por supuesto, a través de las redes sociales.

- **Transmisiones en vivo**

Visto lo anterior, puede pensarse que esta es más una herramienta empleada para cumplir el resto de actividades. Sin embargo, puede considerarse otra actividad ya que el booktuber puede proponer un tema o libro y fijar una fecha para la transmisión en vivo, la idea suele ser abrir el debate o bien, la discusión de alguna obra e incluso de autores.

También puede servir como el medio para la presentación de alguna novedad editorial con la presencia del autor. Esto suele generar rondas de preguntas similar a las presentaciones en ferias del libro.

3.4 Conjunto de videos representativos en la comunidad

Finalmente, los booktubers se definen por su creación de contenido para YouTube, aunque en la actualidad el término se ha ampliado y ahora se admite que un booktuber puede prestar mayor atención a lo que antes se conocía como redes sociales secundarias. Es decir, Instagram, Twitter o Facebook.

Sin embargo, para quienes aún prestan mayor atención al contenido en video, hay una serie de formatos ya estandarizados que suelen ser usados con frecuencia.

- **Reseñas:** La base de la comunidad booktuber. Suele ser un video exclusivamente dedicado a la presentación de un libro. En él puede exponerse una breve semblanza del autor, un resumen de la historia y una opinión personal al respecto de la obra. Si bien han adquirido el nombre de reseña, lo

cierto es que no tienen el mismo carácter que las reseñas escritas por los críticos literarios. Son videos donde lo que abunda son las opiniones y experiencias que del libro se derivaron.

- **Book Haul:** Uno de los formatos más populares dentro de la comunidad. En este video se presentan las nuevas adquisiciones del booktuber. Para aquellos que tienen la oportunidad de colaborar con editoriales, es la herramienta perfecta para mostrar las novedades de cada casa editorial. En este sentido, se acompaña a cada nuevo libro adquirido con un breve discurso donde se abordan las expectativas que se tienen.
- **Wrap Up:** Similar al book haul, este video muestra los libros leídos durante un periodo, por lo general se hacen mensualmente. En ellos se comenta brevemente lo que el libro les ha parecido. Es común que a la par se les evalúe según los parámetros de Goodreads otorgándoles una calificación en una escala de 5 estrellas.
- **Booktags / BookChallenges:** Se caracterizan por ser videos donde se responden preguntas / consignas con títulos de libros, sin importar que estos hayan sido leídos o no. Son más bien juegos en los que el booktuber tiene la oportunidad de mostrar los títulos de su biblioteca personal. Quizá los videos más informales de la comunidad.
- **ReadingVlogs:** Son videos que suelen ser más largos de lo habitual, según los parámetros de cada booktuber. En ellos, como el nombre sugiere, se compilan distintas grabaciones para presentar sus hábitos de lectura. La popularidad de estos videos suele relacionarse con la oportunidad de conocer en profundidad al booktuber en cuestión. Además, brindan, sin proponérselo, rutinas de lectura que pueden imitarse.
- **TBR (To Be Read):** Es un video donde se enlistan los libros que están próximos a ser leídos. Pueden publicarse en respuesta a los maratones de lectura a los que el booktuber se une, o bien, como mera invitación a que sus suscriptores lean lo mismo durante el periodo de tiempo que se establezca. Por lo general se presentan de forma mensual, sin embargo, hay ligeras variantes que pueden permitir la presentación de un TBR como un reto anual.

Para concluir, los lectores encontraron su lugar dentro del ambiente digital que ha ido creciendo con el pasar de los años. No solo eso, se han ido amoldando según las tendencias cambiantes del propio internet. Cuando el modelo indicaba que lo más visible eran los blogs y las entradas a páginas personalizadas con publicaciones hechas directamente por los autores, se abrieron sitios con dichas características.

Del mismo modo, cuando se pasó de entradas escritas a contenido más dinámico, como lo son los videos, comenzaron a surgir nuevos creadores de contenido que, dicho sea de paso, mezclaron las características existentes para dar paso a la siguiente tendencia (TheVlogBrothers).

Así pues, con el surgimiento de una comunidad que no adoptó su identidad sino años después de que el modelo ya estuviera definido, resulta complejo identificar con exactitud como es que se ha ido desarrollando. Como ya se estableció durante este capítulo, existen diversos factores que dificultan el rastreo de sus antecedentes. Sin embargo, queda claro que, respecto a la comunidad mexicana, esta no es ajena al acontecer internacional dentro de las redes sociales.

Bien sea por influencia directa de otros países, o bien por motivaciones personales, booktube México es una comunidad digital que ha desarrollado sus propios modelos para la creación de contenido. Hoy en día ha crecido de tal manera que han comenzado a ser reconocidos, o por lo menos mencionados, en textos y estudios oficiales como la ENLE 2015, el PFL 2016-2018 o libros como los de Lluch (2017).

Inclusive se les han reconocido en ferias del libro, como la de Guadalajara, a través de concursos que les brindan espacios y publicidad para acrecentar su alcance.

Pese a ello, parece no ser suficiente para reconocer de manera oficial el impacto y alcance que pueden tener para promover la lectura. Suele mencionárseles de manera superficial, aludiéndolos como un movimiento efímero de internet. En consecuencia, no existe evidencia que permita visualizar de manera puntual los aportes que pueden brindar en relación a la lectura.

Capítulo 4. Estudio de la comunidad booktube México: su potencial para la promoción de la lectura a nivel nacional

4.1 Objetivo del estudio

Determinar las características de la comunidad booktube México y su relación con los planes y programas para la promoción del libro y la lectura.

4.2 Materiales y método

El estudio fue de corte cualitativo, se buscó conocer a los booktubers que mejor representan a la comunidad. Con esto en mente, se definieron los requisitos deseables para la muestra:

- **Antigüedad:** Se tomó en cuenta su tiempo como creadores activos dentro de la comunidad. En este sentido, se consideró principalmente a los booktubers de las primeras 2 generaciones.
- **Popularidad:** Relacionado a lo visto en el capítulo 2, dentro de las comunidades digitales quienes tienen la posibilidad de representarlas son aquellos que tengan altos índices de popularidad. Así pues, para este caso, se consideró la cantidad de suscriptores. Se estableció un mínimo deseable de 10, 000 (diez mil) suscriptores. Esta cantidad se definió al observar que son los creadores de contenido con este volumen de suscripciones los que establecen tendencias dentro de la misma comunidad.
- **Expansión:** Resultó pertinente destacar a aquellos booktubers que han conseguido llevar fuera de YouTube su contenido. O bien, a aquellos que de un modo u otro se han involucrado más en el mundo del libro a partir de actividades externas a su canal / redes sociales. En este sentido, también se buscó a los creadores que tengan o hayan participado en otros canales relacionados a la lectura, o bien, hayan conseguido participar en otros medios de comunicación como lo serían la televisión, la radio, ferias del libro e incluso notas periodísticas.

Tabla 4: Candidatos para entrevista

Nombre real / Canal	Inicio como booktuber	Número de suscriptores	¿Ha expandido su contenido?
Abril G. Karera	30 de septiembre 2010	13, 400	Trabaja en bibliotecas comunitarias. Invitada con frecuencia como mediadora de lectura en ferias del libro. Forma parte de un colectivo llamado LibrosB4Tipos que ha sido invitado a programas de radio y a diversas ferias del libro.
Paraqué Leer	9 de abril 2012	55, 200	Como invitado a RadioUnam y diversas ferias del libro.
Lewis Rima	29 de julio 2012	26, 700	Como invitado a diversas ferias del libro.
LasPalabrasDeFa / Fa Orozco	1 de agosto 2012 / 12 de agosto 2019	346, 000 / 67, 200	Como invitada a diversas ferias del libro internacionales y programas de radio. Experiencia como editora en Planeta.
Clau Reads Books	Finales del 2013	525, 000	Escritora. Invitada a diversas ferias del libro nacionales e internacionales.
El Librero de Valentina	2 de marzo 2016	103, 000	Como invitada a programas de televisión. Participa de forma activa en podcast relacionados a la lectura

- Orden cronológico según la fecha de publicación del primer video.
- Fuente: Elaboración propia (2021).

Para el estudio se contó con la participación de Juan Carlos Álvarez Juárez (Paraqué Leer), Abril G. Karera (Ensayos de Abril), Claudia Ramírez Lomelí (Clau Reads Books) y Luis Altamirano (Lewis Rima).

4.2.1 Instrumento para la recogida de datos

Debido a la amplitud de los temas que se buscó abordar, se optó por realizar el estudio a través de entrevistas semiestructuradas.

Se elaboró un guion de entrevista (Anexo 1) que permitiera desarrollar los siguientes puntos:

- 1. Información personal:** La intención fue establecer la existencia, o ausencia, de un perfil para las personas que se unen a la comunidad booktube México. Dentro de este apartado se plantearon aspectos relacionados con su formación profesional, su entorno social, las herramientas empleadas para la creación de contenido y sus motivaciones.
- 2. Experiencia con su canal:** Se indagó sobre las experiencias que como creadores de contenido han vivido, así como las implicaciones que ha tenido en sus vidas ser parte de una comunidad digital enfocada a la lectura. Por otro lado, se preguntó sobre el alcance que su contenido ha tenido a nivel nacional. Dato extraído de las estadísticas personales que tienen como administradores de su canal. Por último, se buscó conocer sus necesidades para mantener la actividad dentro de su canal o redes sociales.
- 3. Historia de la comunidad en México:** Se buscó entender, a través de su perspectiva, la evolución de la comunidad y como es que esta se relaciona de forma interna. Es decir, entre sus integrantes. Del mismo modo se obtuvo información sobre relaciones que, como comunidad, han podido establecer. Mismas que les han permitido expandirse en distintos medios.
- 4. Conocimiento de los programas de fomento a la lectura:** Se determinó su conocimiento sobre las iniciativas para la promoción de la lectura existentes en México (Privadas o Públicas). Del mismo modo se descubrieron las formas en las que han participado, bien fuera por iniciativa propia o como resultado de su contenido en redes sociales.
- 5. Propuestas.** Se invitó a los entrevistados a reflexionar sobre la posibilidad de integrar a la comunidad booktube México dentro de los proyectos de promoción de la lectura a nivel nacional. O, en su defecto, como es que estos pueden aportar desde su medio. Todo con base en lo establecido en los capítulos 1 y 2 de la presente tesis. Se ahondó sobre el uso de redes sociales como herramienta para la difusión del hábito lector.

4.2.2 Recopilación de los datos

Cada uno de los candidatos para la entrevista tiene en sus redes sociales un correo electrónico con el cual se les puede contactar. Así pues, tras recopilar esta

información, el día 9 de septiembre del 2020 se les hizo llegar una invitación escrita para participar de este estudio. Dentro de la misma se incluyó la siguiente información:

- Objetivo general de la investigación
- Breve descripción del instrumento de recogida de datos (Entrevista)
- Duración estimada para la entrevista (40 – 60 minutos)
- Sugerencias para realizarla en línea
- Apertura de horario, es decir, se invitó a la entrevistada o al entrevistado a seleccionar día y hora según sus agendas.

No todos los candidatos considerados tuvieron la posibilidad de participar en el estudio. Debido a que no se obtuvo respuesta al correo solicitando su participación, se optó por buscar un contacto directo a través de los booktubers que participaron. De este modo se obtuvo respuesta de la cuarta participante, Clau Reads Books, no así de Valentina Trava y Fátima Orozco.

Se obtuvo una respuesta de cuatro booktubers, lo cual resultó suficiente pues además se tuvo de ellos una buena variedad de perfiles que permitió conocer diversos puntos de vista dentro de una comunidad tan amplia.

Por otro lado, es necesario hacer algunas especificaciones relacionadas con el contacto establecido, así como el momento mismo de la entrevista.

- De los cuatro booktubers entrevistados, tan solo tres respondieron de manera directa a la invitación hecha a través del correo electrónico.
- En el caso de Claudia Ramírez Lomelí, el contacto pudo darse solo gracias a la intervención de Luis Altamirano (Lewis Rima). Al final de su entrevista, se solicitó su apoyo para informar al resto de los creadores de contenido sobre la existencia del estudio. Accedió y gracias a esto pudo concretarse la entrevista con Claudia.
- Con relación a los días y horarios en que se desarrollaron las entrevistas, estos fueron seleccionados por los entrevistados. La intención fue brindarles la posibilidad para disponer sus tiempos de la mejor manera posible y así dedicar un máximo de 1 hora a su participación dentro del estudio.
- La posibilidad de llevar a cabo esta interacción de manera remota (a través de videollamadas) facilitó que esta se realizara lo más pronto posible tras acceder.

Es decir, entre el 11 y 25 de septiembre del 2020, dentro de los 15 días posteriores al envío de las invitaciones.

- La interacción remota generó un inconveniente. Durante cada una de las entrevistas existieron diversos distractores, pérdidas de conexión, llamadas entrantes, ruido de fondo, etc. En este sentido, puede que esto haya generado cierta pérdida de información pese a la excelente disposición de los entrevistados por atender a las preguntas.
- Es importante mencionar que durante las entrevistas se siguió el guion establecido, pero además se dotó a los entrevistados con información que les permitiría complementar sus respuestas. En este sentido, las intervenciones del entrevistador resultaron extensas, aunque es por estas que se abordaron diversos temas, más incluso de los esperados.
- Por último, cada una de las entrevistas se grabó (audio) para su posterior transcripción, codificación, análisis e interpretación.

Así pues, los booktubers que accedieron a participar en el estudio fueron:

Tabla 5: Información sobre los entrevistados

Canal / Nombre Real	Edad	Suscriptores	Estudios	Duración de la entrevista
Abril G. Karera / Abril G. Karera	29 años	13, 400	Licenciatura	44 :19
Paraqué Leer / Juan Carlos Álvarez Juárez	29 años	55, 200	Licenciatura	59 : 16
Lewis Rima / Luis Altamirano	25 años	26, 700	Maestría	52 : 50
Clau Reads Books / Claudia Ramirez Lomelí	29 años	525, 000	Maestría	1 : 14 : 43

▪ Fuente: Elaboración propia (2021).

4.3 Discusión de los resultados

Las entrevistas se transcribieron tras la conclusión de todas ellas. Cabe destacar que estas respetan por completo la forma en la que los entrevistados se expresaron

(Anexo 2). Esto con la intención de no alterar de forma alguna las ideas de los participantes.

Así pues, para extraer de ellas la información deseada, se elaboró una tabla de categorías que permitió desglosar los temas de interés. Cabe mencionar que estas surgieron tras un primer análisis de los textos pues se detectó la importancia de abordar su contenido en distintos niveles. En este sentido, las categorías permitieron relacionar las declaraciones de los entrevistados con los temas presentados durante los capítulos anteriores.

Del mismo modo, para una navegación mucho más sencilla dentro de las transcripciones, se estableció un código de color.

- **Información personal / Perfil como booktuber (Verde)**
 - Disfruta la lectura
 - Comparte experiencias
 - Invita a la lectura
 - Su entorno lo invitó a la lectura
 - Estudios relacionados con humanidades o ciencias sociales
 - Acceso a recursos especializados (programas de edición equipo de grabación)
- **Experiencia con su canal (Naranja)**
 - Constancia en la creación de contenido
 - Planifica contenidos
 - Complementa ideas con el contenido de otros creadores
 - Inspirado por otros creadores similares
 - Entorno comfortable dentro de las redes sociales
 - Alcance de su contenido (son líderes de opinión)
 - Aumento de lectores gracias a las redes sociales
 - Habilidad para comunicar ideas
- **Historia de la comunidad en México (Amarillo)**
 - Toma influencia de otros países
 - Predilección por ciertos libros
 - Diversificación de contenidos
 - Espacios de lectura entre booktubers
 - Vigencia con las tendencias en R. S

- Conocen / Usan el algoritmo de recomendación
- **Conocimiento de los programas de fomento a la lectura en México (Azul)**
 - Conocimiento de planes y programas
 - Relación con las bibliotecas públicas
 - Relación con editoriales
 - Relación con escuelas
- **Propuestas (Morado)**
 - Proyectos como promotor
 - Interés por integrarse a las estrategias nacionales

De este modo, se pudo navegar entre todas las entrevistas para obtener así los puntos de vista de cada uno de los participantes (Anexo 3). Por lo que pudieron obtenerse los siguientes resultados:

- **Información personal / Perfil como booktuber**

La información recabada en este apartado permitió bosquejar un perfil con base en las propias características de los entrevistados. Si bien es cierto que los entrevistados tienen una opinión muy clara respecto a quienes pueden formar parte de la comunidad, se prestó atención en principio a las características encontradas dentro de la muestra.

Cabe agregar que las categorías dentro de este tema reflejan los requisitos de un mediador / promotor de la lectura, mencionados a lo largo del primer capítulo del presente trabajo.

- Disfruta la lectura

Una persona que quiera contagiar a otros del gusto por la lectura debe disfrutar de ella. En el caso de cada uno de los entrevistados esto se confirmó pues contaron su experiencia con los libros recalcando la importancia del acto de leer como uno que les permite sentirse plenos.

Destaca en este punto que no solo se trata de una actividad placentera, sino que además ha servido como un refugio en el que se sintieron a salvo. En este sentido, Paraque Leer afirma que:

Fue como que mi escape, mi salida, ante circunstancias personales muy fuertes. Eh... yo necesitaba como que un desapego, un-un hobby ¿no? Para

olvidarme de muchos de mis problemas y siempre yo me he escudado en los libros.

- Comparte experiencias

Todos lo hacen. Aunque por distintas razones, lo cierto es que cada uno de los entrevistados describió esto como una necesidad tras tener tantas lecturas que deseaban hacer llegar a los demás.

Por ejemplo, Lewis Rima se autodefine como un “comunicador nato”, tan solo tuvo que buscar con que tema se sentía más cómodo.

Por su lado, Clau Reads Books mencionó como es que llegó un punto en el que tenía “demasiadas historias en su cabeza” y no tenía a nadie con quien compartirlas.

En el caso de Paraque Leer, tomó inspiración del movimiento Blogger previo a la normalización de la creación de contenido en YouTube. Familiarizado con el formato, decidió complementar sus lecturas con la creación de videos.

Finalmente, Abril G. Karera comentó que en un principio cedió ante la presión de sus amigos para crear contenido, sin embargo, resultó ser una actividad que disfrutó y que comenzó a repetir.

Aunque cada uno de los entrevistados mencionó distintos factores externos que los iniciaron en la creación de contenido, todos comenzaron compartiendo sus experiencias en torno a la lectura.

- Invitan a la lectura

Cada uno de los entrevistados declaró que el objetivo principal de su contenido es externar las ideas, sentimientos o reflexiones que sus lecturas pueden generarles. Sin embargo, con el paso de los años se percataron que esta clase de videos invitaba a la gente que los veía a interesarse por los mismos libros que comentaban.

Clau Reads Books comentó lo siguiente:

yo decía: bueno si me ven 100 personas, ya tengo mi pequeña comunidad de libros, tengo como mi pequeño club de lecturas. En el que todos podemos platicar, fangirlear, discutir... y, pues compartir opiniones (...) tal vez al inicio no me di cuenta de que fue creciendo y evolucionando, pero pues sí, de

pronto las ferias ya me estaban llamando promotora de lectura. Y de pronto ese hobby se transformó en mi trabajo.

En otras palabras, invitar a la lectura no es un objetivo primario de su contenido. No obstante, tampoco pueden negar que su trayectoria como creadores de contenido les ha valido el título de “promotores de la lectura” y es precisamente por su canal que han tenido oportunidades para compartir sus experiencias en torno a la lectura en distintos espacios.

Se infiere entonces que, pese a no proponérselo, han conseguido invitar a la lectura e inspirar a personas a que se inicien en esta actividad. Si bien no todos los entrevistados mostraron interés en hacerse con las herramientas necesarias para poder hacerlo de manera “profesional”, lo cierto es que es una posibilidad que podría derivarse de la creación de contenido literario para redes sociales. Y son conscientes de esto.

- Su entorno lo invitó a la lectura

En esta categoría se descubrió que, contrario a lo que se sugiere en la bibliografía retomada en el primer capítulo, no siempre se requiere un entorno que invite a la lectura para formar lectores. Al menos dos de los entrevistados declararon que en sus amigos y familiares no existía tal posibilidad de compartir sus lecturas y mucho menos eran estos quienes les inculcaron el hábito lector.

Clau Reads Books afirmó qué: “eran demasiadas las historias que tenía en mi cabeza y quería platicar con las personas y mis amigos no leían, y mi familia no leía, y no había nadie que estuviera interesado en lo que yo quería decir de los libros”.

Resulta curioso entonces que sea esta falta de un entorno lector lo que los impulsó a buscarlo dentro de internet y posteriormente, en redes sociales. Así pues, una persona puede interesarse por la lectura incluso con la ausencia de estas circunstancias. Y, en el caso específico de los booktubers, la carencia fue una motivación para crear su propio espacio en donde se sienta libre de expresar lo que sus lecturas le generan.

- Estudios relacionados con ciencias sociales o humanidades

Lewis Rima: Licenciatura en comunicación con especialidad en cine. Maestría en mercadotecnia y gestión de marcas

Claudia Ramírez Lomelí: Licenciatura en diseño industrial. Maestría en ciencias de la comunicación

Juan Carlos Álvarez Juárez: Licenciatura en pedagogía. Especialización en comunicación educativa. Especialización en enseñanza de la lengua y recreación literaria

Abril G. Karera: Pasante de letras clásicas

En primera instancia puede verse que todos los entrevistados cuentan con estudios universitarios, la mayoría, relacionados con las áreas de ciencias sociales o humanidades. En este sentido, Claudia Ramírez Lomelí afirmó que su decisión de estudiar una maestría en comunicación fue gracias a su experiencia en el canal. No obstante, con el resto de los participantes no se encontró una relación directa entre el área de estudios y la creación de contenidos.

Todos los entrevistados afirman que la mayoría de booktubers que conocen tienen estudios en estas áreas. De hecho, les resulta lógico que así sea.

Es decir: Crear contenido para booktube no necesariamente derivará en estudios relacionados con las ciencias sociales o las humanidades, sin embargo, sí que es común encontrar a gente de estas áreas creando contenido relacionado con la lectura.

El rango de edades de la muestra va desde los 25 a los 30 años. Todos han terminado sus estudios universitarios. Esto indica de manera clara que, quienes han tenido mayor impacto dentro de la comunidad tienen, por lo menos, estudios de licenciatura. Cabe mencionar que, al respecto, los entrevistados afirman y reconocen la existencia de booktubers fuera de este rango que han hecho una labor con impacto dentro de la comunidad.

- Acceso a recursos especializados

En esta categoría se encontraron tres situaciones distintas. La primera de ellas podría indicar que tener acceso a cámaras e iluminación profesionales, así como a software especializado brinda la posibilidad de crear contenido más atractivo. Lo que invariablemente se vería reflejado en una mayor cantidad de suscriptores. Tal es el caso de Clau Reads Books, quien comentó que con el paso de los años su equipo se ha ido profesionalizando lo que le permite entregar un producto más estético.

Y lo técnico, ya hay varios requisitos: Tengo que tener mi micrófono conectado, tengo dos luces, tengo... varios lentes para la cámara. Antes de grabar decido que lente usar. Eh... pues sí, tiene que... no tiene que haber ruido cuando grabo, cierro todas las cortinas para que la iluminación no esté cambiando. Entonces en lo técnico sí... me he profesiona-profesionalizado un poquito más.

Sin embargo, en contraposición tenemos la segunda situación en donde se pueden comparar los casos de Lewis Rima y Paraque Leer. El primero, especializado en cine, contando con equipo y la capacidad de crear contenido profesional, tiene un alcance menor al canal Paraque Leer, quien además admite no estar interesado en adquirir equipo especializado. Sin embargo, hace una inversión en otro tipo de material.

Según sus propias palabras: “La mayoría de la literatura de terror que consumo, la tengo que pedir o en librerías de viejo o... libros importados en páginas como Amazon, BuscaLibre, este... libros importados que me salen carísimos”.

Dicho lo anterior se demuestra que el acceso a equipo especializado puede o no marcar la diferencia entre un booktuber y otro. Pero permanece la idea de que para tener un amplio alcance es preciso invertir alguna cantidad de dinero considerable para tener acceso a equipo o libros que aporten ese elemento novedoso a un canal.

Por último, la tercera situación. Abril G. Karera ha permanecido como creadora de contenido haciendo uso de elementos que podrían considerarse básicos:

yo tuve que tomar la decisión de si seguir grabando con mi celular, o ya abandonar mi canal ¿no? Pero en ese momento estaba todo tan... o sea yo no lo podía dejar, y decidí grabar con mi celular y es algo que sigo haciendo hasta la fecha. Hay gente que ahorra para comprar su cámara, sus luces, su micrófono, me parece fantástico. Yo en mi caso nunca he puesto mucha atención en lo técnico y creo que también es algo en lo que yo debo atender, pero bueno, ya, todo a su tiempo.

Lo destacable de esta situación es que, debido a estas carencias en lo técnico, Abril no ha tenido el mismo alcance que sus homónimos. Sin embargo, es quien se perfila como una mediadora de lectura, que además ha contado con diversas oportunidades para participar e integrarse en estrategias de fomento a la lectura.

Se infiere con estos datos que el equipo con el que se producen los videos puede resultar en una diferencia muy marcada en cuanto al impacto que el contenido puede tener. De forma específica, la cantidad de suscriptores que pueden captarse a través de los videos. Aunque no es este el único factor que determina la calidad del mensaje que se comparte.

- **Experiencia con su canal**

Lo que se buscó con las categorías de este apartado fue la evolución propia de los entrevistados dentro de una comunidad que ha ido creciendo debido a la expansión y aceptación de las redes sociales. En otras palabras, como es que vivieron de primera mano los cambios y se integraron dentro de booktube México.

- **Constancia en la creación de contenido**

Tres de los cuatro entrevistados genera contenido en YouTube por lo menos una vez a la semana. En este sentido, es una declaración de Abril G. Karera la que mejor refleja el sentir de los entrevistados:

Mi canal está en pausa constantemente. No me gustaría que estuviera en pausa nunca ¿no? Pero desgraciadamente (...), no he podido hacer un-un balance digamos en mis intereses, y siempre le-eh-le doy como, o sea, si me surge trabajo prefiero tomar los trabajos porque me dan dinero. Mi canal de YouTube sí me da dinero, pero no me da lo suficiente para vivir, ¿no? Entonces, esa ha sido como mi razón por la cual no lo he alimentado como quisiera.

En otras palabras, la creación constante de contenido compromete el resto de sus actividades, bien sea su trabajo o la escuela. Esto resulta una constante tan evidente para los mismos entrevistados que incluso lo llegan a mencionar como una de las razones por las que varios booktubers dejan de crear videos.

Por otro lado, resulta interesante ver la relación existente entre la cantidad de suscriptores y la constancia con la que crean contenido para YouTube. Si bien es cierto que la mayoría de los entrevistados genera contenido para otras redes sociales, en esta categoría se prefirió prestar atención exclusivamente a la plataforma con la que todos comenzaron.

De tal modo que puede obtenerse la siguiente tabla:

Tabla 6: Constancia del contenido

	Constancia	Suscriptores	Notas
Clau Reads Books	1 video semanal. Sin intermitencias.	Más de medio millón, de los cuales el 34% son de México.	Ha podido dedicarse casi por completo a la creación de contenido. Renunció a su trabajo pues el canal le ha brindado ganarse la vida a través de sus publicaciones.
Paraque Leer	1 video semanal, con intermitencias. 1 mes completo de contenido diario	54 mil, de los cuales 44% son de México	No ha podido renunciar a su trabajo, sin embargo, hace todo lo posible por no dejar de crear contenido pues lo considera una responsabilidad.
Lewis Rima	1 video semanal, con intermitencias. Ha borrado mucho contenido.	27 mil, de los cuales el 39% son de México.	Continúa generando contenido, pero afirma sobreponer su trabajo antes que la publicación de contenido.
Abril G. Karera	De 1 a 2 videos mensuales. Con intermitencias.	14 mil, de los cuales más del 50% son de México.	Sus actividades como mediadora de lectura le impiden crear contenido de manera constante. Sin embargo, reconoce haber obtenido un trabajo gracias a sus videos.

▪ Fuente: Elaboración propia (2021).

○ Planifica contenidos

Relacionado a la categoría anterior, en donde los entrevistados declararon no tener una amplia disponibilidad para crear contenido, recalcan en este sentido que los videos que publican carecen de una gran planificación. Si esta existe, es solo para ciertos videos.

En el caso de Clau Reads Books, declaró: “Entonces para reseñas y pues wrap ups en general, hago guion. Pero para todo lo demás, no. Em... tal vez si hago un video de discusión de algún tema, sí hago un guion, pero en general no... no los guionizo los videos”

Lo mismo sucede con el resto de entrevistados. Todos afirmaron que su preparación previa es minúscula. Incluso llegaron a comentar que es algo que no les preocupa. Tienen una línea (los libros, principalmente), con base en esta y las tendencias que aprecien dentro de la comunidad generan contenido en un lapso de una semana.

Por lo tanto, se concluye que el material que los booktubers entregan dentro de las redes sociales no tiene un trabajo de planeación amplio en cuanto a contenido, pues

la atención se centra en los temas (o espontaneidad) y no en la forma. Esto aplica en el contenido generado para cualquiera de sus redes sociales.

- Complementa ideas con el contenido de otros creadores

Dentro de esta categoría se buscó comprender como es que los booktubers generan su contenido. Es decir, al formar parte de una comunidad no se puede ignorar su entorno. En este sentido, se encontró lo siguiente en la declaración de Juan Carlos Álvarez Juárez:

El encontrar un estilo es muy difícil. Y me acuerdo mucho (...) en editorial Penguin Random House, ellos para poder conseguir patrocinios, o para elegir un canal en específico... era de que se ponían los audífonos y “¿lo identificas?” “No, ¿Qué canal es?” O si lo identificas: “Ah sí, es Alberto”, “Ah sí, es Fa”, “Ah sí, es Valentina”. El generar un estilo para no perderte—como tú dices—en-en este mar de información que es YouTube.

La intención principal de esta categoría era descifrar como es que funcionaba la retroalimentación interna dentro de booktube México (si existía). Terminó por descubrirse que en efecto la propia comunidad está al tanto del contenido popular dentro de sí misma e incluso en contenido alejado del tema de los libros (tendencias).

Más allá de este reconocimiento interno, con la declaración citada puede entenderse que es precisamente por este fenómeno que en efecto complementan su identidad con base a lo que el resto de la comunidad hace.

Si bien es cierto que en sus inicios la gran mayoría buscaba seguir un único modelo, es decir, lecturas juveniles y en inglés (declarado por Lewis Rima), hoy en día booktube México ha crecido tanto que da cabida a todo tipo de lectores. Estos, al reconocerse entre sí, complementan su contenido y generan así una identidad que les permite relacionarse entre ellos, así como con su público.

- Inspirado por otros creadores similares

Tanto Lewis como Claudia afirmaron que el contenido de Raiza Revelles (creadora de contenido en diversos temas) los inspiró. Esto podría dividirse en varios niveles. Véase por ejemplo el siguiente conjunto de afirmaciones tomadas de la entrevista con Claudia:

yo me considero parte de la segunda generación de booktube. Cuando yo entré a booktube, ya había canales de booktube México pues con 2 o 3 años de experiencia (...). Era muy muy muy fan de Raiza porque pues leíamos los mismos libros. Entonces me identificaba mucho con todo lo que ella decía, todos los libros que ella leía (...), estaba muy de moda Divergente, estaba muy de moda John Green. Yo me acuerdo que leí muchos libros por booktube. O sea, por influencia de booktube yo leí muchísimas sagas, leí Delirium... Sí todo lo que booktube recomendaba, yo lo consumía.

De esta serie de declaraciones se puede desprender del caso de Claudia lo siguiente:

- Tomó inspiración de ellos para comenzar a crear videos
- Al integrarse a la comunidad ya existían canales que la inspiraron a hacer ciertas lecturas.
- Tras haber leído libros recomendados por otros booktubers, ella generó contenido dando sus comentarios al respecto.

En este sentido, y con base en las experiencias relatadas por el resto de entrevistados, las situaciones anteriores listadas fueron similares en todos los casos.

Así pues, han creado no solo una identidad, sino que afirman que el contenido de booktube los ha llevado a innovar dentro de sus propios espacios. Claro que en un principio parecía existir un modelo a seguir, no obstante, con el paso de los años y la diversificación de temas en torno a la lectura ha permitido que dicho modelo deje de existir. Cada creador de contenido admite tomar ideas de otros booktubers y adaptarlas bajo un esquema que les resulte cómodo.

- Entorno comfortable dentro de las redes sociales

Dentro de esta categoría se buscó entender si es que dentro de las redes sociales encontraron un entorno que los reconfortara lo suficiente como para no alejarse de la comunidad. Bajo la sospecha de que no podría considerarse un trabajo, se quiso entender qué otros motivos los mantienen como creadores de contenido activos.

El mejor ejemplo que se tiene en este aspecto es el declarado por Abril G. Karera. Tras comentar que su inicio en la creación de videos fue más bien un acto obligado bajo la presión de sus compañeros de clase en ese entonces, comentó que:

después vi que a la gente como que le agradaba y luego vi que había más personas haciéndolo y que era como algo más genial de lo que yo imaginaba, entonces por eso seguí haciéndolo. Y en un primer instante eso fue lo que a mí me animó. A que era divertido y a que iba a poder conocer más per-o que bueno poco a poco fui conociendo más lectores y sobre todo personas que coincidían con mis puntos de vista o que compartíamos las mismas lecturas ¿no?

Experiencias similares se obtuvieron de todas las entrevistas pues encontraron en las redes sociales no solo a personas con las que comentar sus lecturas, sino que además a gente con gustos similares. Situación que desembocó en la creación de distintos espacios en redes sociales para invitar a la lectura.

- Alcance de su contenido (son líderes de opinión)

En esta categoría el mejor ejemplo es el de Claudia Ramírez Lomelí, con más de medio millón de suscriptores. Pese a que no todos sus seguidores son mexicanos, bien es cierto que el público al que alcanza es bastante amplio y le permite generar tendencias dentro de las redes sociales.

Por otro lado, aunque a menor escala, pueden retomarse las palabras de Juan Carlos Álvarez Juárez comentando la escasez de canales especializados en terror. Así pues, siendo él uno de los más grandes canales enfocado a este género y tal vez el único dentro de México, se puede decir que marca tendencias en el género. Incluso en sus propias palabras, busca darle su merecido lugar a la literatura de terror en México.

Del mismo modo, Abril afirma que le han llegado a dar el título de experta en literatura juvenil o infantil, algo que ella misma nunca buscó. Aunque no por ello rechaza las oportunidades que tal nombramiento le han permitido alcanzar.

En resumen, se puede asegurar por completo que han conseguido establecerse como líderes de opinión dentro de una comunidad digital. No solo eso, han conseguido dar el salto fuera de ella. Todos los participantes relatan experiencias dentro de ferias del libro, editoriales, con autores e incluso como es que gracias a su contenido se les invita a diversos eventos.

- Aumento de lectores gracias a las R. S.

Lo que se encontró dentro de esta categoría fueron declaraciones que permitan establecer la existencia de interacciones con otros lectores gracias a las redes

sociales. Cabe mencionar que fue imprescindible que estos *otros lectores* no tuvieran la intención de formar parte de la comunidad booktube, o una presencia recurrente dentro de las redes sociales.

En este sentido, la declaración por parte de Abril G. Karera resultó la más ilustrativa:

yo soy primero lectora, después soy booktuber y luego soy mediadora (...) si no fuera lectora no podría hacer todo lo que hago. Eh, soy booktuber, porque de verdad me gusta mucho ser booktuber, solo que de repente me rebasa por todo lo que implica. Y soy mediadora porque pues ahora eso es lo que descubro que-que se da muy bien ¿no? Y que lo hago con gusto y que me gusta seguir preparándome al respecto ¿cómo acercar la lectura a públicos que, eh, no la tienen tan cerca? ¿no?

No obstante, es necesario recalcar que en el resto de entrevistas se encontró que los booktubers interactúan con otros lectores, aunque este sigue sin ser su principal objetivo. En otras palabras, son conscientes de que pueden resultar un puente entre la gente y la lectura, sin embargo, no han dado un paso en esa dirección. Se limitan a compartir sus experiencias en torno a la lectura y no preocuparse de manera activa sobre la promoción de la misma.

La única excepción a la declaración anterior es Abril G. Karera pues ha profesionalizado este interés a tal grado de convertirse en mediadora de la lectura, forma parte de planes y programas de forma activa y se acerca a más lectores a través de su contenido. Bien es cierto que esto podría dar resultados interesantes pues, al tener una labor remunerada económicamente, su actividad dentro de redes sociales es mucho menor.

- Habilidad para comunicar ideas

Para poder compartir la lectura, sus experiencias e invitar a sus seguidores a que tomen un libro es necesario que sean capaces de compartir de manera clara sus ideas. En este sentido, resulta interesante ver que la percepción que tienen de sí mismos contrasta con su realidad. Por ejemplo, Claudia admitió haber sido incapaz de hablar en público, pese a ello decidió arriesgarse a crear contenido para una plataforma como YouTube y descubrió que comunicar sus ideas en torno a la lectura le apasionaba. Esto incluso la llevó a decidir estudiar una maestría en comunicación.

Caso similar el de Juan Carlos y Abril que descubrieron paulatinamente su comodidad ante una cámara y su capacidad comunicativa para compartir experiencias en torno a los libros. En el caso específico de Abril, esto la llevó a formarse como mediadora de la lectura e incluso afirma que es gracias a su contenido que obtuvo su empleo actual.

Por su lado, Lewis es el único que se señaló a sí mismo como un comunicador nato. Tan solo estaba en la búsqueda del tema en el que pudiera sentirse más cómodo. Al tener un canal en el que aborda diversos temas, fue la lectura lo que le brindó tal certeza.

En pocas palabras, todos los entrevistados son capaces de comunicar sus ideas de manera clara y con el atractivo suficiente como para derivar de su contenido en redes sociales distintos proyectos.

- **Historia de la comunidad en México**

Dentro de esta categoría se buscaron elementos que permitan tener una perspectiva mucho más amplia de esta comunidad digital y su crecimiento a través de los años.

- Toma influencia de otros países

Como se estableció en el segundo capítulo de la presente, México no es ajeno a las tendencias dentro del ambiente digital que puedan surgir en el mundo. En este sentido, todos los entrevistados reconocieron la existencia previa de creadores de contenido literario antes de que ellos abrieran sus canales. La declaración de Juan Carlos resultó ser la más ilustrativa:

en Estados Unidos y en España, empezaron las personas a hablar de libros, pero eran Bloggers, literalmente no hablaban de reseñas como tal sino nada más mostraban los libros que habían comprado (...). lo interesante aquí fue que parece ser que yo no fui el único que tuvo la misma idea y en ese momento otras 6 personitas, 6, 7 personitas de... sobre todo de... de la República Mexicana decidieron hacer lo mismo.

Cabe mencionar que la inspiración que tomaron los entrevistados no se limita a booktubers de otros países. Por ejemplo, Lewis Rima menciona que toma como referencia el contenido creado por diversas personalidades de España, alejados del tema literario. Es decir, creadores de videoblogs diarios enfocados más al Storytelling.

En pocas palabras puede decirse que la mayoría de los entrevistados se vieron atraídos por la creación de contenido, aunque eso no necesariamente significa que solo consumieran videos relacionados con libros.

En realidad, el fenómeno que significó YouTube giraba en torno a un medio de entretenimiento alternativo a lo conocido hasta entonces. Así pues, no es de extrañar que los participantes admitieran ser consumidores recurrentes de esta plataforma.

- Predilección por ciertos libros

Se buscó conocer el tipo de lecturas realizadas por sus integrantes. Es decir, debido al perfil de los propios booktubers podría pensarse que las lecturas que comparten son principalmente de esparcimiento. No obstante, se encontró que esto no es así en la actualidad.

Lewis Rima compartió que en los primeros años de la comunidad parecía existir un perfil de lecturas. En sus palabras: Libros en inglés y novedades editoriales. Afirmó también que “ese cuadrito ya está-está roto. Ahora veo a gente que habla, eh, de libros, eh, no sé, de libros feministas y que todos los libros son en español. O de puros libros mexicanos, de autores latinoamericanos”.

En ningún momento los entrevistados aseguraron que se aborden textos académicos, no obstante, pese a mantenerse dentro del margen de lecturas recreativas lo cierto es que todos coinciden en que una de las virtudes de la comunidad es la diversificación de sus integrantes respecto a las lecturas que realizan. Es decir, hoy en día es común encontrar booktubers que aborden autores y lecturas fuera de la catalogada como “literatura juvenil”.

Por lo tanto, se concluye que la comunidad habla principalmente de libros de esparcimiento, novelas. No obstante, esto no impide que se aborden textos relacionados con el sentir de la sociedad en la actualidad. Tal es el caso de libros feministas que se abordan en algunos canales.

- Diversificación de contenidos

Además de la diversificación dentro de las lecturas hechas, y expuestas, por los booktubers. Aquí se buscó entender si han creado contenido distinto al que originalmente les ganó el nombre de booktubers (videos en YouTube).

Lewis Rima declaró que:

Donde yo veo ahorita mucha más área de oportunidad es por la parte de bookstagram, que bookstagram sigue subiendo y sigue explotando y es por una razón bien sencilla y es que Instagram es una plataforma visual, ¿no? Entonces el mexicano y el ser humano en si es super visual. Y si vemos la fotografía de un libro nos llama más que incluso echarte un video de 10 minutos de alguien hablando sobre libros.

En general se percibe que los entrevistados son conscientes de las posibilidades que brindan otras redes sociales muy distintas a YouTube. Incluso, con la declaración anterior, consigue entenderse que comprenden los beneficios de crear contenido fuera de su plataforma principal, así como la forma de explotarla a su favor.

- Espacios de lectura entre booktubers

En este punto se busca tener un panorama más amplio respecto a las interacciones que se producen dentro de la comunidad. Si bien ya se estableció que los integrantes de la comunidad se reconocen entre ellos, ¿qué ha resultado de las interacciones que han tenido a través de las redes sociales?

A lo largo de las entrevistas se encontró que, en efecto, los integrantes de booktube México interactúan entre ellos, creando clubs de lectura, o dinámicas como Lecturas Conjuntas. No obstante, la declaración de Abril G. Karera es la más ilustrativa.

LibrosB4Tipos nació hasta el 2015, si no me equivoco. Dos mil... quince o dieciséis ¡Ay no me acuerdo! Pero ya fue después, ¿no? O sea, de que empezamos a convivir nosotras más, eh, teníamos ya un grupo de chat y no solamente coincidíamos como en cosas de la vida, sino que leíamos las mismas cosas. O sea, el hecho de saber de-de saber que estábamos leyendo lo mismo fue lo que fortaleció nuestra relación y... eh, como estábamos leyendo lo mismo, decidimos armar las lecturas conjuntas, que te digo, jamás imaginamos que se iba a generar LibrosB4Tipos, ni que después íbamos a tener el Guadalupe-Reinas ni que íbamos a tener como todo lo que ahora tenemos.

Es preciso anotar que LibrosB4 es, según su perfil en Twitter (donde mayor presencia tienen) “un colectivo que busca difundir la obra escrita de diferentes autoras y

analizarla desde nuestras experiencias”. En otras palabras, este grupo de lectoras toma relevancia dentro de la comunidad booktuber, así como en un panorama nacional, con una perspectiva de género.

Como se comentó durante la entrevista, ha conseguido tener un impacto en distintos medios, incluidos la televisión, el radio e incluso noticias. Por supuesto, el ejemplo de este colectivo resulta el más destacable. Sin embargo, el modelo es replicable a distintas escalas, según se pudo apreciar dentro de las entrevistas.

En resumen, puede decirse que la interacción entre booktubers no solo abre la posibilidad de crear espacios donde estos puedan compartir lecturas, sino que además pueden generar proyectos en donde invitan a sus suscriptores a participar de dinámicas en torno a ella. Esto gracias a las propuestas que ya se abordaron, como lo son las lecturas conjuntas o dinámicas en distintas redes sociales.

- Vigencia con las tendencias en R. S.

Con esta categoría se buscó entender la importancia que los entrevistados daban a mantenerse presentes en redes sociales a través de las tendencias que dentro de las mismas se generan.

Al respecto, Claudia Ramírez Lomelí comentó:

yo he visto que me he tenido que adaptar como ah... “tendencias de YouTube” o sea cosas que, o sea cosas por ejemplo “imitando fotos Tumblr”. Pues yo dije, ah bueno, “imitando fotos literarias Tumblr”. Como que he tratado de... agarrar tendencias de YouTube, porque pues es la plataforma en la que estoy subiendo videos. Entonces, tengo que fijarme en que está funcionando, en que no está funcionando, y así como booktube va cambiando, yo creo que la plataforma de YouTube ha cambiado mucho para los creadores. Y... pues tenemos que irnos amoldando a ella porque YouTube no se va a amoldar a nosotros.

Del mismo modo, el resto de participantes comentaron sus experiencias en torno al desafío de mantener vigente su contenido. Bien fuera buscando una identidad que les permitiera destacar dentro de una comunidad creciente, o bien, adaptando tendencias dentro de las redes sociales al tema sobre el que gira su contenido.

Podría rescatarse también la reflexión que Luis Altamirano hace respecto a lo que significa innovar para sobrevivir tanto en YouTube como en otras redes. Afirma que como creador de contenido es necesario adaptarse a las tendencias o de lo contrario, desaparecer debido a lo efímero que resulta la presencia dentro del ambiente digital.

Así pues, se concluye que, si los creadores entrevistados han mantenido presencia durante más de 7 años es debido a que están al tanto del contenido que da resultados dentro de su plataforma, así como en diversas redes sociales. De hecho, se observó durante las entrevistas que tienen pleno conocimiento de este aspecto y, pese a darle distintos niveles de importancia, todos manifiestan adherirse al contenido que esté generando resultados (en cuanto a vistas).

- Conocen / Usan el algoritmo de recomendación

Con esta categoría no se buscó que los entrevistados manifestaran un conocimiento profundo de los algoritmos de recomendación. Mucho menos que estuvieran enterados de los aspectos técnicos que hay detrás de los mismos. Por el contrario, tan solo se esperaba que tuvieran conocimiento de su existencia y, de conocerlo, que pudieran expresar si les encuentran algún beneficio.

Solo dos de los cuatro entrevistados hablaron sobre el tema. Luis Altamirano habló sobre cómo fue que el algoritmo de recomendación en YouTube favoreció a la comunidad en general por considerarlo algo “novedoso”. No obstante, no entró en detalles. Quien sí expresó más al respecto fue Claudia Ramírez Lomelí afirmando que:

es que la plataforma de YouTube también ha cambiado un montón. Antes favorecía los videos cortos (...). Y ahora no, ahora YouTube quiere que hagas videos largos. De hecho, no te deja poner tantos anuncios a menos que el video dure más de 8 minutos. Y... según esto, eh, tengo entendido que el algoritmo favorece los videos largos y recomienda más los videos largos en la página de inicio. Entonces, eh, YouTube ha cambiado mucho.

Aunado a la categoría anterior, se desprende de estas declaraciones que los booktubers no solo comprenden la importancia de adherirse a las tendencias temáticas que se generen dentro de plataformas como YouTube. Son conscientes

además de los aspectos “técnicos” que pueden influir en su favor para que el algoritmo de recomendación los posicione de mejor manera.

Además, se entiende que han permanecido atentos a los cambios dentro del mismo pues, como bien comentó Claudia, en un principio se favorecía a los videos cortos, ahora se favorece a aquellos con más de 8 minutos de duración. Y en este tema abunda pues menciona que esta herramienta se ha refinado a tal grado que ya considera aspectos estéticos como las miniaturas, la edición e incluso el contenido (que debe ser libre de copyright). Todo con la intención de mantener a los usuarios el mayor tiempo posible dentro del sitio.

En conclusión, los booktubers no solo son conscientes de este algoritmo, sino que han intentado usarlo en su beneficio o en su defecto, les ha orillado a crear mejor contenido.

- **Conocimiento de los programas de fomento a la lectura en México**

Se quiso conocer que tan enterados están sobre el tema, así como su participación dentro de ellos a través de distintas instituciones. Ya fuera de forma activa (buscando formar parte), o reactiva (como resultado de sus contenidos).

- Conocimiento de planes y programas

Clau Reads Books — Comunicóloga: Desconoce casi por completo la existencia de los planes. Comenta sus experiencias dentro de las ferias del libro y es consciente de que su participación en ellas le ha valido el título de promotora de la lectura.

Lewis Rima — Comunicólogo: Conoce a grandes rasgos campañas mediáticas como “Lee 20 minutos al día” y no le es ajeno que son los mediadores de lectura quienes deben formarse para tal fin, para lo cual acuden a bibliotecas o espacios similares que, por inferencia, concluye forman parte de los planes y programas existentes en el país.

Paraque Leer — Pedagogo: Está al tanto de la existencia de instituciones como IBBY / México a Leer y un par de proyectos relacionados con la promoción de la lectura como “leer con mamás” o “crea papiroflexia a través de una historia”. Del mismo modo reconoce los libros gratuitos de lectura como una propuesta permanente de la SEP, así como la existencia de diversos premios que impulsan la creación literaria.

Abril G. Karera — Pasante de letras clásicas: Desde el inicio marca una diferencia entre la promoción y la mediación de la lectura “los promotores están más ligados con la venta, o esa es mi impresión. Y la mediación de la lectura va más ligado a la relación entre las personas y los libros”. Dicho esto, es ella quien tiene un conocimiento más profundo sobre planes y programas dentro del país. A tal grado que es la única entrevistada que conoce lo que se hace en diversos estados.

Puede entenderse entonces que aun siendo personas que constantemente dedican su tiempo a hablar sobre sus lecturas, promoviéndola sin proponérselo del todo, no tienen un gran conocimiento respecto a los planes y programas que existen en el país. A excepción de Abril quien, debido a su estrecha relación con IBBY / México a Leer ha tenido oportunidad de enterarse e incluso participar, dentro de diversos programas.

- Relación con bibliotecas públicas

Siendo las bibliotecas públicas un lugar en el que se promueve la cultura para todo su público, resulta interesante que tres de los entrevistados hayan tenido interacción con ellas cuando el fenómeno booktube comenzaba a perfilarse dentro de la sociedad mexicana. Es decir, los entrevistados relataron haber participado en algún evento relacionado con bibliotecas, específicamente con la biblioteca Vasconcelos, entre los años 2012 y 2014

La única booktuber que no ha tenido esta oportunidad es Clau Reads Books comenta: “supe que la biblioteca Vasconcelos en Ciudad de México invitó a... a varios booktubers. Pero después de eso (...) no me ha invitado ninguna biblioteca”. De hecho, cabe destacar que siendo Claudia la booktuber con más seguidores en México, haya sido invitada a dar charlas dentro de bibliotecas públicas en República Dominicana antes que su país natal:

Sí, cuando me invitó... es que ahí me invitaron como por parte de la presidencia. Entonces, eh... estuve en la... en una de las bibliotecas de allá, que es la biblioteca de ahí, infantil y juvenil. Y pues sí, te digo, ahí sí fui invitada de la biblioteca. Pero en México, estoy pensando y creo que no.

Por otro lado, debido a los comentarios en torno a la participación de booktube dentro de las bibliotecas, parece que ya no es algo común. De hecho, son ahora los

booktubers quienes tienen que buscar la manera de conseguir esto. Tanto Luis Altamirano como Juan Carlos comentan que si aún han tenido presencia en alguna biblioteca es solo gracias a algún contacto que se los facilite.

El caso de Abril G. Karera es peculiarmente diferente pues ella permanece activa dentro de bibliotecas públicas y comunitarias por su relación laboral con IBBY / México a Leer.

- Relación con editoriales

En este caso todos mostraron declaraciones homogéneas en donde comentan que su relación con las editoriales ha sido malinterpretada desde siempre. Tienen presente que esta mancuerna entre editoriales y booktubers comenzó casi a la par del surgimiento de la comunidad (entre 2011 y 2012). Así pues, afirman que quienes los observan (suscriptores) suelen pensar que las editoriales regalan libros a los booktubers a cambio de reseñas positivas. Aunque no niegan la existencia de editoriales que han tenido este requisito, rescatan que no son la mayoría. De hecho, consideran que es un trato justo el recibir libros a cambio de un apoyo en las campañas publicitarias que hacen las editoriales en sí mismas. Aunque nunca se les obliga a nada.

En el mismo sentido, puede rescatarse el comentario de Paraque Leer en lo tocante a las editoriales y sus autores pues afirma: “El autor es el que te escoge. El autor es el que te dice: «Oyes, quiero que me presente éste, quiero que me presente el otro». Y la editorial es la que se mueve. Sí, hay veces de que la editorial te dice: «Oyes, ¿te gustaría leer éste y presentarlo?». Pero es como el «¿Te gustaría?»”.

Se puede entender entonces que la colaboración entre booktubers y editoriales se percibe dentro de la comunidad como el resultado del contenido creado y que es tan orgánica que en realidad ha evolucionado con el tiempo. Al punto de que sin las editoriales los booktubers no llegarían a tener espacios en Ferias del libro tan importantes como las de Guadalajara, Monterrey o Ciudad de México.

- Relación con escuelas

Se indagó la relación entre booktubers y escuelas, privadas o públicas, debido a que dentro de los programas de fomento para el libro y la lectura en México también se hace hincapié en el papel que tienen estas para formar lectores. Destaca el hecho de que todos los entrevistados han tenido contacto con alguna escuela.

Resulta interesante que Abril G. Karera, siendo la booktuber con menos suscriptores de la muestra, parece ser quien más ha tenido este contacto. Tras afirmar que no está interesada en llegar a un público masivo, admite que: “de esas 500 vistas, 20 eran profesores de escuelas que están armando cosas y entonces ya me invitan a formar parte de sus proyectos y entonces ya puedo llegar a otro tipo de públicos que no necesariamente me conocen por mi canal de YouTube sino ya por mi trabajo como mediadora”.

En contraposición tenemos a Paraque Leer que, a pesar de ser pedagogo (maestro en nivel primaria), considera que estrechar lazos entre escuelas y booktubers resulta complicado. Atribuye esta complejidad a la percepción que pueden tener los docentes respecto a las lecturas que sugieren a los alumnos:

Yo creo que podríamos hacer lo mismo con los maestros, a lo mejor hacer videos de... estos libros, si eres maestro estos libros le van a gustar a tus niños de-de primero de secundaria (...). Pero a veces muchos maestros porque o ya están arraigados a su método, ya tienen sus textos básicos y es muy complicado también entrar a la mente de un docente ya mayor, ya maduro, con mucha carrera, para que cambien sus métodos. Yo creo que podríamos influir en los maestros en formación que van a llegar a las aulas. Pero los maestros actuales que ya tienen mucha carrera sí sería muy-muy complicado.

En este sentido se entiende que las relaciones con instituciones educativas parten de una combinación entre el interés por parte de las escuelas por invitar a un booktuber y el trabajo que este haga para acoplarse a proyectos que nutran a los procesos de formación de lectores. Aunque por supuesto esta relación también puede complicarse debido a lo expuesto en *La ciudad letrada de Ángel Rama (capítulo 1)* en donde Letrados y Analfabetas se desconocen entre sí y esta brecha afecta las posibles construcciones que pueden erigir en colaboración.

- **Propuestas**

Para este apartado se interrogó a los participantes sobre la creación de actividades relacionadas con la promoción de la lectura. Del mismo modo se invitó a la reflexión sobre su posible integración dentro de las estrategias nacionales para este fin. Todo desde su condición de booktubers y lo que pueden aportar las redes sociales.

- Proyectos como promotor

Dentro de esta categoría se busca verificar si los entrevistados han creado o impulsado proyectos de manera activa, por supuesto, fuera de las redes sociales. Debe entenderse que no basta solo con formar parte de actividades de fomento a la lectura como resultado de su contenido en redes, si no que deben ser ellos quienes tomen la iniciativa.

Resulta interesante que Luis Altamirano sea el único que haya compartido detalles relacionados con proyectos que él mismo ha impulsado:

por lo pronto ahorita yo tengo un-un club de lectura en línea que es... hasta el momento todavía-todavía estoy analizando bien que es lo que voy a hacer y como lo voy a mover, pero por el momento todavía sigue siendo totalmente gratuito y por iniciativa propia (...). Pero es un libr, un-un- un club de lectura de libros LGBT, eh, eso es algo que ya está (...) con cosas un poquito más locales, em... tengo acá contacto con un este... ¿cómo se llama? Con un centro de... un centro cultural de la colonia (...), tienen una biblioteca acá entonces se tiene igual pensado... se tenía, antes de la pandemia, algunos cursos de lectura. Pero justo con la posibilidad de que la gente pues tuviera acceso a los libros directamente dentro de, de la biblioteca pu-pública.

Se puede apreciar dentro de esta serie de declaraciones que los proyectos que ha impulsado Lewis son de bajo perfil. Al menos así parece expresarlo al afirmar que “está analizando” como mantener su club de lectura, o bien, que los cursos son de carácter “local”. En adición, sus propuestas pueden recordar a las salas de lectura expuestas en los PFL. Así pues, esta iniciativa comparte algunas características como: estar a cargo de la sociedad civil, usar el acervo de una biblioteca perteneciente a la RNBP y atender a un público local. En otras palabras, pese a tener la posibilidad de incrementar el alcance de esta propuesta, usando sus plataformas, ha decidido mantenerlo en un nivel local, o fuera de línea.

En el caso del resto de los entrevistados, no existen declaraciones sobre proyectos impulsados por iniciativa propia. Por supuesto que dentro de todas sus experiencias se pueden identificar claramente como se les ha invitado a diversas actividades. No obstante, esto ha sido gracias al contenido que ellos crean para YouTube. Es decir,

no hay indicios de que tomen en sus manos las riendas de actividades relacionadas con la promoción de la lectura.

En el caso de Abril esto podría verse reforzado pues en algún momento afirmó que es gracias a sus videos que tiene trabajo.

Así pues, se desprende de este hecho que los booktubers son mayormente reactivos ante cualquier estrategia de fomento a la lectura. Es inusual que de ellos surja alguna iniciativa fuera de las plataformas que ocupan para compartir sus experiencias. De hecho, durante todas las entrevistas se aprecian distintas razones por las cuales no hacerlo.

Tan solo por poner un ejemplo, Juan Carlos afirma que la remoción de la autonomía curricular por parte de la SEP le ha dificultado iniciar actividades relacionadas con la lectura o con booktube para acercar a sus alumnos a este contexto.

- Interés por integrarse a las estrategias nacionales

Pese a los obstáculos que, según los entrevistados, deben superarse para integrarse a los planes y programas de fomento para el libro y la lectura del país lo cierto es que muestran interés. Por ejemplo, Claudia Ramírez Lomelí afirma que:

yo solita no me he acercado tal vez porque una parte de mi tiene miedo, pero siento que si ellos se me acercaran y me hicieran una propuesta no estaría cerrada ¿sabes? (...), tal vez poco a poquito pues se vayan abriendo más puertas y quien sabe quizá en un futuro tal vez sí pueda haber alguna especie de mancuerna entre la Secretaría de Educación, o el gobierno y los booktubers.

En esta afirmación puede observarse, y reafirmarse, lo dicho con anterioridad. Los booktubers parecen ser reactivos ante la posibilidad de integrarse dentro de las propuestas de fomento a la lectura. Esto no significa que no les interese formar parte, tan solo demuestra que no tienen una idea clara de cómo hacerlo.

Otra declaración que permite reforzar lo anterior, es la de Juan Carlos:

Pues sería un reto bastante grande que se puede, se puede. Pero empezaríamos justamente con pasitos chiquitos (...). Yo creo que sería desde el ámbito de educación primaria y podría disgregar a lo mejor libros

para primero, segundo, tercero, cuarto, quinto y sexto año utilizando la biblioteca del aula.

Por lo expuesto hasta este punto, los booktubers no tienen en mente una propuesta clara que pudiera aportar a los planes y programas de fomento a la lectura. Sin embargo, estas ideas sueltas de como participar se repiten dentro de todas las entrevistas. Lo interesante es que nunca consiguen separar estas ideas con su percepción de que llevarlas a cabo resulta algo improbable. Bien sea por cuestiones de quienes dirigen dichos planes, o por el valor que tiene su trabajo (y que no es remunerado).

Se concluye entonces que difícilmente serán ellos quienes den el primer paso, no importando que en realidad se sienten interesados por formar parte de los programas de fomento a la lectura. De hecho, esto puede complementarse al retomar las experiencias que comparten en relación a su participación dentro de eventos en Bibliotecas, escuelas y ferias del libro.

De no ser porque estas instituciones se acercaron a ellos, tal vez estas interacciones nunca se pudieran haber dado.

Conclusiones

La información recabada durante el estudio sugiere una interacción bastante compleja entre los integrantes de una comunidad digital de lectores como booktube México y otros organismos relacionados con la lectura y el libro dentro del país.

Así pues, pueden extraerse las siguientes aseveraciones:

- La comunidad booktube México es resultado de la evolución misma del concepto de lectura. Pues, como se mencionó durante el primer capítulo, atrás quedaron los tiempos donde la lectura se concebía como un acto en solitario (aunque no por ello debe dejar de serlo), para convertirse en un acto social que se ve potenciado por el uso de las nuevas tecnologías.
- Del mismo modo, los lectores que han crecido en un entorno hiperconectado invariablemente tienen contacto con las redes sociales. Esto les permite no solo ser consumidores sino creadores de contenido. Rasgo inherente de la evolución de la web.
- Crear su propio contenido les ha brindado la oportunidad de ser lo que Abril G. Karera definió como mediadores de lectura. Es decir, un puente entre el libro y un potencial lector. No obstante, no toman un papel activo persiguiendo este fin.
- En México, el porcentaje de la sociedad que se desenvuelve dentro de las redes sociales, y cuyo interés principal es la lectura, no conoce del todo el alcance de los planes y programas para el fomento del libro y la lectura. O bien, los desconoce por completo.
- Los planes y programas para el fomento del libro y la lectura, así como estudios relacionados al hábito lector en México tienden a mostrar cierta resistencia al reconocimiento de nuevos hábitos de lecto-escritura. No significa que los desconozca por completo, pero según lo visto no les brinda gran importancia.
- Esta relación donde ambos reconocen la existencia del otro de forma superficial ha llevado a que las posibilidades de colaborar se compliquen. El ejemplo más evidente resulta en la escasa participación de booktubers dentro de espacios como bibliotecas públicas o escuelas.
- Resulta interesante que la colaboración dada entre booktube México y los intentos por fomentar la lectura hayan respondido a la popularidad del movimiento. Dicho por Luis Altamirano, YouTube posicionó a booktube México

como tendencia por ser algo novedoso (durante sus primeros años). Esto parece haberse replicado fuera de las redes sociales pues existe evidencia de que bibliotecas públicas les invitaron a participar en sus actividades. Sin embargo, solo durante los años en que la comunidad comenzó a tomar impulso en México.

- Pese a lo anterior, la comunidad booktube no ha dejado de crecer y crear espacios para sus propios integrantes. Han definido su identidad y son capaces de apropiarse de cualquier red social que les permita vincular la creación de contenido con su interés por la lectura.
- Como resultado de esta continua evolución dentro de los ambientes digitales, no resulta extraño que además quieran vincular su proyecto en redes sociales con su deseo de encontrar más lectores. Esto por norma general resulta en la creación de clubs de lectura u otras actividades similares.
- Existe interés por colaborar de forma activa dentro de proyectos para el fomento / promoción / mediación de la lectura fuera del ambiente digital. Sin embargo, les resulta difícil proponerlo pues tienden a creer que las puertas están cerradas. En otras palabras, es seguro decir que no serían ellos quienes tomen la iniciativa.

Ahora bien, estas afirmaciones permiten nutrir de mejor manera las conclusiones de este trabajo.

El primer objetivo de este trabajo era describir el panorama actual de México respecto a la lectura y la postura de booktube México dentro de las campañas y programas implementados para su promoción. Lo cual se consiguió ampliamente al retomar los PFL y como es que se vinculaban a la realidad de México.

En principio se puede asegurar que el panorama se presenta con bastantes imperfecciones. Si bien ambos programas enlistan, cual desiderata, las intenciones que existen para promover la lectura a nivel nacional, lo cierto es que se presentan numerosos problemas. Por ejemplo:

1. Salas de lectura con periodos de vida muy cortos ha mantenido el censo de estas en descenso durante los casi 10 años de diferencia que hay entre ambos programas. En otras palabras, es común la imposibilidad de dar continuidad a proyectos de este estilo.

2. Se afirma que la Red Nacional de Bibliotecas Públicas permanece en constante crecimiento, siendo estas además dotadas de equipo que permite la modernización de sus servicios. No obstante, en los estudios relacionados a su uso, se refleja un mínimo aprovechamiento. Es decir, las bibliotecas públicas no son visitadas por sus potenciales usuarios.
3. Respecto a las campañas de promoción, parecen limitarse a medios “tradicionales” con campañas esporádicas de bajo impacto (por su alcance). Al respecto, se pueden tomar como ejemplo a la campaña de Lee 20 minutos al día que parecía limitarse a publicidad en espectaculares, usando a personajes de la cultura popular mexicana.
4. En temas tocantes al uso de nuevas tecnologías, existen iniciativas como LibrosMéxico o Atlas de Lectura que buscaban impulsar el uso de internet para acercar a potenciales lectores. No obstante, ambas iniciativas presentaron interfaces poco amigables y múltiples errores durante varios años. Y aunque hoy en día pueden visitarse ambos sitios web, su promoción ha sido nula.

En términos generales se puede decir que los programas para el fomento a la lectura recopilan las iniciativas que se han dado dentro del país y presentan de la mejor manera posible los resultados que se han obtenido. No obstante, al no existir un rumbo claro u objetivos a corto y mediano plazo, es casi imposible la continuidad de muchas de sus propuestas.

El segundo objetivo del presente trabajo era explicar el funcionamiento de las redes sociales y los beneficios que aportan para la comunicación de una sociedad inmersa en ellas. En este sentido, no solo se abordó el surgimiento de las mismas sino que se exploró el surgimiento de la web y su evolución con las consecuencias que trajo.

Se concluye que su impacto dentro de la sociedad resulta abrumador. La realidad hiperconectada en la que se vive hoy en día ha brindado la oportunidad de una continua actualización en vivo de eventos que se suceden al otro lado del mundo. Sin embargo, al prestar atención solo a las aplicaciones que permiten la comunicación entre todos los seres humanos, llamadas redes sociales, se aprecia que su peso ha marcado un antes y un después en el día a día incluso fuera del ambiente *online*.

Ejemplos de esta afirmación hay bastantes, uno de los primeros en México fue el llamado movimiento #YoSoy132 durante las elecciones del 2012. Un movimiento que

fue capaz de representar a un gran sector de la población e impulsar movilizaciones enteras. Pues lo mismo puede suceder con aquellos personajes que consiguen generar una plataforma con miles de seguidores. El impacto que pueden tener dentro de la sociedad resulta tan impresionante que se ha generado toda una economía que gira en torno a este fenómeno.

En este tema, México también tiene varios ejemplos. Personajes conocidos como *youtubers* que han conseguido destacar en temas relacionados a la comedia, turismo, estética, videojuegos, actuación, música, etc., son ahora modelos para seguir, consiguiendo logros en diversas áreas. Si se relaciona este hecho con el tema de la presente tesis, muchos de estos personajes han conseguido ser publicados por editoriales comerciales.

A menor escala, este fenómeno se ve replicado con personalidades cuyo principal tema dentro de su contenido suelen ser los libros. Autodenominados *booktubers*, han conseguido desenvolverse en un ambiente donde comparten su interés por la lectura. Sus opiniones y comentarios pueden tener impacto en un sector de la comunidad. Tal es el caso de una de las entrevistadas para este trabajo: Claudia Ramírez Lomelí.

Con las aseveraciones y conclusiones enlistadas con anterioridad se puede abordar el cumplimiento del tercer objetivo: Explicar la situación actual de la comunidad *booktube* México como mediadores de la lectura y sus estrategias. Gracias al estudio realizado a los cuatro participantes, se consiguió una amplia perspectiva de la comunidad desde los puntos de vista de personas que, pese a compartir edad y grados de estudio, tienen entornos muy distintos.

Son creadores de contenido que, sin proponérselo, han conseguido crear un espacio donde compartir experiencias con la lectura resulta normal. Y, por lo atractivo que resulta ser una figura pública, se muestra interesante para la gente que consume su contenido.

Si bien Claudia es la *booktuber* más grande (incluso siendo de las más visualizadas a nivel mundial), los niveles a los que esta comunidad consigue influir en un ambiente *offline* se dan en diversos aspectos. Mismos que escapan al gran alcance del canal Clau Reads Books.

Por ejemplo:

- Se dejó entrever en las entrevistas que la masificación de una persona (es decir, su contenido), puede afectar en la interacción que se tiene con los seguidores. Sí bien es cierto que abre las puertas a diversas oportunidades (como la invitación a bibliotecas de otros países), es difícil conectar de forma orgánica con los suscriptores.
- Por su lado, creadores más “pequeños”, tienen la posibilidad de llevar sus experiencias en entornos más controlados como lo fue el caso de Luis Altamirano (con su club de lectura enfocado en temas LGBT), o bien la interacción de Abril G. Karera con maestros de nivel primaria.
- Independientemente de la cantidad de suscriptores, se consigue dar una visualización más orgánica a toda clase de géneros. Como llegó a mencionar Juan Carlos, gracias al contenido que él, junto a booktubers de otros países, generan se ha abierto la posibilidad de traer más textos de terror o novela negra a las editoriales mexicanas.
- Las actividades que realiza la comunidad suceden sin intervención de otros organismos como lo pueden ser bibliotecas, escuelas o dependencias gubernamentales. Actividades que han conseguido atraer lectores que permanecen en su rol de consumidores.

Es así que se puede afirmar la hipótesis que aseguraba que la comunidad Booktube es útil en campañas de promoción de la lectura. Esto al saber que son capaces de incentivarla entre los jóvenes a través de actividades que les permite socializarla.

Derivado de las entrevistas se entiende que la colaboración entre booktubers y editoriales, bibliotecas e incluso escuelas, ha sucedido. No es extraño para esta comunidad participar en eventos que les permitan compartir sus experiencias más allá de las redes. Sin embargo, quedó patente la dificultad que estas interacciones traen consigo.

Sucedieron cuando el movimiento resultaba novedoso. No obstante, conforme este se fue normalizando, las interacciones comenzaron a espaciarse. Así pues, si la comunidad booktube México tiene oportunidad de integrarse a futuros programas para la promoción de la lectura, sería ideal que las interacciones que tuvieron con la Biblioteca Vasconcelos se replicaran en toda la Red Nacional de Bibliotecas Públicas del país. Y, por qué no, dentro de escuelas y universidades.

De hecho, resultaría interesante que también tomaran la iniciativa teniendo como punto de partida las bases que han cimentado en ferias del libro como la de Guadalajara, en donde ya reconocen su labor con un concurso; ¿por qué no intentar estrechar lazos con la Universidad de Guadalajara, con estrecha relación en el desarrollo de la feria?

En el mismo sentido, ¿por qué no prestar mayor atención a colecciones como El hilo de aracne? Colección impulsada por la UNAM cuyo principal interés es impulsar la novela infantil y juvenil (principalmente dentro de su matrícula), invitando a escritores nacionales a participar de ella. Brindarle atención a esta clase de colecciones no solo brindaría la posibilidad de visibilizar la producción literaria mexicana, sino que además sería una puerta abierta a integrarse dentro de la agenda de la UNAM.

Por otro lado, para quienes han tenido la posibilidad de asistir a ferias del libro en otros países, como Claudia, podría ser una excelente idea reconocer el trabajo de sus homólogos mexicanos. Aunque más que mencionarla como una comunidad conformada por cientos de lectores mexicanos, darle una identidad y, quizá, reconocer el trabajo de un integrante en específico, extendiendo así la visibilidad de otros booktubers que no han conseguido el mismo impacto que ella.

En todo caso, el contenido creado por esta comunidad no se detendrá. Y por lo visto no dejarán de generar actividades en torno a la lectura. Así pues, de abríseles las puertas, o si buscaran la forma de abrirlas, el impacto que podrían tener sería mucho mayor al que por sí mismos ya tienen e incluso podrían construirse estrategias replicables en todos los niveles considerados por los planes y programas de promoción de la lectura.



Anexo 1: Guion de entrevista



Facultad de Filosofía y Letras

BOOKTUBE Y LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA (Guion de entrevista)

El objetivo de la siguiente entrevista es obtener información de aspectos relacionados con la comunidad booktube México y sus conocimientos sobre los programas de Fomento para el Libro y la Lectura del país. En este sentido, también se busca ahondar sobre el concepto que tiene la propia comunidad de sí misma y si es que acaso pueden aportar o integrarse a estas estrategias.

I: Se le expondrá el objetivo de la entrevista al booktuber que se aborde. Así mismo se le informará que la entrevista quedará grabada para consultas posteriores.

II: Después de las presentaciones, se recopilarán datos generales, edad, estudios y requisitos que suele tener para grabar. Esto con la intención de dar paso a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué subir videos hablando de libros?
 - Se buscará que abunde sobre los detalles que le llevaron a tomar la decisión; es decir, gustos, motivaciones, intereses, metas. Del mismo modo se explorarán las experiencias adquiridas a lo largo del tiempo en que ha creado contenido.
- ¿Cuáles consideras que han sido los retos de mantener activo tu canal? ¿Qué has tenido que mejorar?
 - Aquí se indagará sobre los cambios que ha visto tanto en su propio contenido como en compañeros de la comunidad. Saber qué clase de videos y temas funcionan para atraer a los espectadores. A la par, cuando se aborde la importancia de capturar espectadores, se buscará conocer un aproximado en el porcentaje de espectadores que residan en México (alcance real).
- ¿Crees que existan requisitos para formar parte de la comunidad booktube México?
 - Esta será la pregunta más rápida de abordar pues solo busca complementar lo que de su propia información se pueda obtener para definir la existencia o ausencia, de un perfil para el booktuber mexicano.
- ¿Conoces los programas de fomento a la lectura que existen en México?
 - La intención es conocer si están al tanto de los programas de fomento para el libro y la lectura en México. Si los consideran útiles o si acaso ellos conocen otros programas. En todo caso, también se preguntará por sus relaciones con escuelas, editoriales u organismos gubernamentales.
- ¿Crees que tu contenido aporta a estos programas? Si no es así, ¿cuál consideras que podría ser una aportación entre booktube México y estos programas?
 - Se busca conocer que tanto consideran que pueden relacionar su contenido (mucho de este generado por mero hobby en sus inicios) a programas nacionales de fomento a la lectura. Se les invitará a realizar propuestas.

III: Tras obtener las respuestas a las preguntas se cerrará la entrevista agradeciendo su participación.

Anexo 2: Codificación de las transcripciones

CATEGORÍAS

INFORMACIÓN PERSONAL / PERFIL COMO BOOKTUBER

Disfruta la lectura

Comparte experiencias

Invita a la lectura

Su entorno lo invitó a la lectura

Estudios relacionados con humanidades o ciencias sociales

Acceso a recursos especializados (programas de edición equipo de grabación)

EXPERIENCIA CON SU CANAL

Constancia en la creación de contenido

Planifica contenidos

Complementa ideas con el contenido de otros creadores

Inspirado por otros creadores similares

Entorno confortable dentro de las R. S

Alcance de su contenido (son líderes de opinión)

Aumento de lectores gracias a las R. S

Habilidad para comunicar ideas

HISTORIA DE LA COMUNIDAD EN MÉXICO

Toma influencia de otros países

Predilección por ciertos libros

Diversificación de contenidos

Espacios de lectura entre booktubers

Vigencia con las tendencias en R. S

Conocen / Usan el algoritmo de recomendación

CONOCIMIENTO DE LOS PROGRAMAS DE FOMENTO A LA LECTURA EN MÉXICO

Conocimiento de planes y programas

Relación con las bibliotecas públicas

Relación con editoriales

Relación con escuelas

PROPUESTAS

Proyectos como promotor

Interés por integrarse a las estrategias nacionales

Anexo 3: Ejemplo de transcripción y codificación

Entrevista con Abril G. Karera (Ensayos de Abril)

Misael: Este... te leo el objetivo. Son 5 preguntas, pero como es una entrevista, eh... semiestructurada, pues obviamente cualquier cosa puede surgir. Pero tengo como guía estas 5 preguntas. Eh... te leo el objetivo, dice tal cual: "El objetivo de la siguiente entrevista es obtener información de aspectos relacionados con la comunidad booktube México y sus conocimientos sobre los programas del fomento para el libro y la lectura del país. En este sentido, también se busca ahondar sobre el concepto que tiene la propia comunidad de sí misma y si- y si es que acaso pueden aportar o integrarse a estrategias para la promoción del hábito lector".

Entonces bueno, como te dije, voy a comenzar como que preguntándote algunos datos personales. Como tal, lo primero es tu nombre ¿lo dejamos así, Abril G. Karera? ¿Cómo aparece en tu canal, o quieres que lo cambiemos?

Abril: No, está bien ese.

Misael: Ok. Em... ¿Edad?

Abril: 29

Misael: 29 añitos, ok. Una jovenaza.

Abril: Así es.

Misael: Eh... ¿formación? Este, sí, nivel de estudios tal cual.

Abril: Em... pues estudié mi licenciatura en letras clásicas en la UNAM.

Misael: Ok. Letras clásicas. Eh-eh-eh, ok... nada más ahora necesito que me confirmes un par de datos. No sé si los tengas presentes pero yo tengo que tu canal lo creaste el 16 de noviembre del 2008. Ese dato tal cual aparece en-en tu canal ¿no? Te vas a "Más información" y aparece. Pero ¿sí es el caso? ¿no?

Abril: Sí. Eh, sí. Pues supongo que ese fue el-el-la vez que lo abrí. Pero yo empecé a hacer videos sobre libros hasta el 2013.

Misael: Hasta el 2013. Em... 2013, ok sí. Porque yo tengo que tienes tu primer video el 2010, pero sí... o sea no está tal cual relacionado con libros. De hecho, me parece que era para una exposición, o eso medio a entender ese video.

Abril: Ay sí que oso.

Misael: Oye ¿por qué?

Abril: Sí, que oso. Todos los videos que-que subí antes de... bueno de por si muchos de mis videos que osos, pero los-los que subí antes de autonombrarme booktuber... ni al caso. O sea, era... equis.

Misael: Bueno tú estableces tu fecha de-de surgimiento como tal como booktuber en el 2013, en todo caso.

Abril: Sí, eh, de hecho, mi primer video yo lo considero como mi inicio en booktube, que fue... si no me equivoco el 23 de abril, porque fue día del libro. 23 de abril del 2013 fue cuando subí mi primer video. 22 o 23 de abril, no me acuerdo.

Misael: Ah, ok. Bueno... ahorita lo-bueno eso lo checo después pero sí. Eh... ok, eh, una pregunta antes de las 5 que son como las más importantes. Eh, no sé si me pudieras contar, bueno, los requisitos que tienes, o-o tenías, precisamente para... la producción de tus videos. Entiéndase, eh, sí ocupabas, eh, algún software especializado, si tenías equipo, va-valga la redundancia, especializado, eh... alguna planificación previa que tuvieras antes de grabarlos. O-o eso, ¿cómo era tu proceso creativo.

Abril: Tenía solamente una cámara digital que me prestaba mi primo. Eh... y de hecho, él era el que grababa los videos porque, como que le daba así de que no, pues es mi cámara yo te grabo.

Misael: Ah, ok.

Abril: Y... me descargué el Sony Vegas, el cual sigo utilizando hasta la fecha. Y... ¿qué más? No, no planeaba nada. De hecho, yo ni quería hacer videos, solo que me sentí presionada por mis amigos y también porque después vi a Tonny y vi que-que no era como tan mala idea. O sea, después de ver a Tonny y ver que sí había más gente haciéndolo, ya fue ahí que tomé impulso. Pero de no haber conocido a Tonny ni a nadie, probablemente lo hubiera dejado.

Misael: O sea no-no nunca fue tu-tu hit, tal cual

Abril: No... de hecho no me llamaba nada la atención.

Misael: Y ahora quieres regresar, que bien.

Abril: Pues fíjate que me ha abierto muchísimas puertas y puedo decir que si hoy tengo trabajo es gracias a mi canal, que era algo que no hubiera esperado en un principio.

Misael: Ok. Permíteme, estoy tomando notas, así como super rápidas. Ok, bueno. Eh... y ahora sí como tal, la primera pregunta es... bueno, ya más o menos me dejaste ver por qué, pero no sé si pudieras como que abundar en eso, o-o si no hay nada que agregar, pues ya pasamos a la siguiente. Es, este... ¿cómo por qué subir videos hablando de libros? ¿no? O sea... la primera instancia, o el primer video que subiste como tal hablando de libros, pues ¿Qué razones hay de tras de...?

Abril: Mm... la principal razón era divertirme con mis amigos. Como pasar un momento agradable, y a mí siempre me ha gustado leer y hablar de libros. Solo que no sabía que a más personas le-les podría interesar eso. Entonces, yo lo que hice en ese primer video fue hablar de lo que a mí me gustaba, y... después vi que a la gente como que le agradaba y luego vi que había más personas haciéndolo y que era como algo más genial de lo que yo imaginaba, entonces por eso seguí haciéndolo. Y en un primer instante eso fue lo que a mí me animó. A que era divertido y a que iba a poder conocer más per-o que bueno poco a poco fui conociendo más lectores y sobre todo personas que coincidían con mis puntos de vista o que compartíamos las mismas lecturas ¿no?

Eso fue-esa para mí fue la razón principal. Ahora ya a 7 años de distancia, puedo decir que también es importante porque hay mucho... hay una instauración de la lectura que no me gusta nada. Que es como muy institucional, es muy utilitaria ¿no? Y creo que los espacios como booktube ayudan a desmitificar y bajarla del pedestal un poco a la lectura ¿no? Y ver que es algo más horizontal, que merece la pena compartirlo, dialogarlo, pero que no es como: "Wow, lo que te va a cambiar y ya vas a ser mejor para siempre", o sea creo que ahora esa sería una de las razones por las que yo regresaría. Pero e-en primera instancia, es que me gusta, que me gusta ha-ha-hacer eso y que puedo encontrar en el camino personas que coinciden con-con mis gustos. ¿no?

Misael: Ah, ok. Perfecto. Entonces, bueno, eh... como tal, bueno, eso ya-ya lo vimos. Eh... Ya es como para pasar a la segunda pregunta, pero antes de, eh... digo, a final de cuentas, yo te consideré como parte de la primera generación por esta cuestión de que subiste video de-de-desde el 2010, pero eh... con lo que tú me comentas, pues en teoría entrarías en la segunda generación. Em... en este sentido, eh, ¿tú como consideras que han sido tus experiencias en general? Pues con el resto de la comunidad y pues ya en esta época en la que tú empezaste a subir videos ¿sí existió? ¿y cómo fue la relación pues en-en principio como tal con las editoriales y con la Feria de Guadalajara? Que, ahorita te lo comento más adelante, pero marcó un punto y aparte en la comunidad.

Abril: Eh... Bueno, yo-no sé, o sea ¿a qué te refieres con-con mi relación con los booktubers? ¿A LibrosB4Tipos? O... ¿cómo?

Misael: Ah, bueno sí, de hecho, también por eso me gustaría hablar de eso un poquito más adelante ¿no? O sea, como... ahorita tú me comentaste que viste que hubo más gente que empezó a subir videos, eh, relacionados con libros, a lo mejor en ese entonces todavía no se definían como boooktubers. La verdad ese dato se me escapa. Pero eso, había más gente con-con gustos similares, que hablaban sobre la lectura, que compartían intereses... eh, eso ¿no? O sea, la comunidad sabemos que en general, ah, incluye a lectores de cualquier género y de todo tipo, pero pues sabemos también que dentro de la propia comunidad hay... eh, pues otras comunidades pequeñas u otros grupos, como podría ser el tipo de LibrosB4Tipos. Entonces, sí, o sea ¿cómo han sido estas experiencias de encontrarse? Eh, tener un producto juntos como lo podría ser este... tu, librosB4Tipos que incluso ha tenido alcance en programas de radio ¿no? Me parece, creo que hasta en televisión. Así como-como has visto este crecimiento y esta-como-esta... sí, esta interacción entre ustedes. O sea, dejando de lado los dramas porque eso no interés, eh, ¿cómo has visto? ¿Cómo ha sido el crecimiento de-de la comunidad en ese sentido? En cómo se relacionan, en cómo han producido algunas cosas, proyectos...

Abril: Este... pues todo ha sido muy orgánico. O sea, yo creo que, o bueno, no conozco a ningún booktuber, a lo mejor sí hay, que... que desde que inició su canal ya pretendiera hacer este tipo de proyectos ¿no? O sea, porque en nuestro caso no existía ese afán. Te digo, yo no me considero promotora, me considero mediadora que sí es una distinción muy importante porque los promotores están más ligados con la venta, o esa es mi impresión. Y la mediación de la lectura va más ligado a la relación entre las personas y los libros. Yo me autonombé así hasta hace un par de años, o sea, cuando empecé a ser booktuber ni siquiera conocía esos conceptos, ¿no?

Eh... todo ha sido muy orgánico. Conocí-empecé a platicar con muchos booktubers, pronto me di cuenta que, eh, una-o sea que no todos los lectores, por el hecho de leer, ya vamos a generar cosas juntos porque obviamente cada quién tiene sus procesos, su historia y sus razones por las cuales lee ¿no? Entonces, las razones por las que yo leía a lo mejor no eran las mismas que otras personas y por eso LibrosB4Tipos nació hasta el 2015, si no me equivoco. Dos mil... quince o dieciséis ¡Ay no me acuerdo! Pero ya fue después, ¿no? O sea, de que empezamos a convivir nosotras más, eh, teníamos ya un grupo de chat y no solamente coincidíamos como en cosas de la vida, sino que leíamos las mismas cosas. O sea, el hecho de saber de-de saber que estábamos leyendo lo mismo fue lo que fortaleció nuestra relación y... eh, como estábamos leyendo lo mismo, decidimos armar las lecturas conjuntas, que te digo, jamás imaginamos que se iba a generar LibrosB4Tipos, ni que después íbamos a tener el Guadalupe-Reinas ni que íbamos a tener como todo lo que ahora tenemos. Eso jamás pasó por nuestra cabeza. Solo fue como "oigan, pues estamos leyendo esto, hay que compartirlo porque somos amigas. Ahí hay que invitar a nuestros seguidores para ver qué pasa, ¿no?". Y todo fue orgánico. O sea paulatinamente, los-las mismas seguidoras fueron pidiendo como otro tipo de dinámicas, nosotras mismas fuimos dándonos cuenta de lo que se podía hacer como colectiva.

Misael: Claro.

Abril: Y ahí fue... como todo el proceso. Eh, no sé si respondí tu pregunta.

Misael: Sí, o sea es que en realidad yo lo que buscaba, bueno... va un poquito llevado de la mano con la segunda pregunta. Es que mira, yo a la comunidad la dividí, te digo, en dos generaciones porque, eh... Bueno, para empezar, así como haciendo un super resumen de la historia, si tú quieres. Eh... como todo aquí en México, o muchas-muchas de las cuestiones

que se hacen aquí en México, bebimos de la influencia de Estados Unidos, ¿no? Sobre todo, porque pues allá se generó, este, YouTube y pues por allá surgieron algunos youtubers... y también tomamos parte de España porque a final de cuentas pues España es, este, nuestro país, bueno un país que produce bastante y que tiene el mismo idioma que nosotros. Entonces pues bueno, tenemos como esas dos influencias, y... aquí en México, booktubers, que los más antiguos que yo alcancé a rastrear surgen en el 2010, precisamente ¿no? Em... hay booktubers desde el 2010 que todavía producen videos pero que no han pasado de los mil, mil quinientos suscriptores y es como de wow o sea, ¿qué pasó ahí?

Entonces la primera-la-la primera división la hice en este sentido porque, eh, desde el 2010 hasta el 2012 la gente que subía libros, perdón, videos hablando de libros, era gente que lo hacía pues porque le gustaba, como mero hobby. O sea, nunca-nunca visualizaron esta parte de "soy booktuber" ¿no? Este... "Yo hablo de libros y a mi pónganme el nombre de booktuber". Después de esto llegan, eh, personajes como Fa, como Raiza que también es más o menos de estas fechas, eh, Tonny y un montón de personas más y empieza a haber una relación entre los booktubers y las editoriales. Y de hecho esto lo comentaba con Lewis ¿no? Tal vez en un principio no se dieron las relaciones como ahorita se dan, que ya te piden número de suscriptores, que ya te piden cierto, em... perfil. Pero pues vieron ¿no? Como la posibilidad de-de o-ocupar estos videos para precisamente promover sus novedades, ¿no? Lo que tú comentas. Entonces ahí se parte la primera generación y la segunda es esta que ya empieza a tener estas interacciones con-con editoriales y pues pasan dos años y en el 2014, si no recuerdo mal, se da el primer concurso de "Somos Lectores / Somos booktubers" por parte de la FIL Guadalajara ¿no? Entonces para mí, o según lo que yo vi, en ese momento se marca otro punto y aparte porque si bien es cierto que con la relación con las editoriales, eh, empezaron a crecer la cantidad de gente que producía videos hablando de libros, con la intención, o no, de tener estas relaciones con-con las editoriales, después de esa FIL Guadalajara eh, ahora es como de "Ah, mira, me pueden tratar como... pues una celebridad", si tú quieres ¿no? Porque pues les-les daban chance de ir a la Feria del Libro los trataban pues como tal casi como celebridades ¿no? Entonces después del 2014 se dispara por completo la pro-la creación de nuevos canales. Y pues eso ¿no?, ahora todos buscan como esta parte del reconocimiento. Bueno, digo todos haciendo una generalización, obviamente hay quienes no.

Em... Pero eso, al final de cuentas, se-se tiene relación con lo que yo planteo en la tesis porque precisamente en las redes sociales ya hay una economía de las redes sociales ¿no? Que quien tiene la capacidad de llegar a más gente, marca tendencias, marca-tiene la capacidad de-de moldear opiniones y son a ellos a quienes se les presta mayor atención y todos quieren llegar a ser como esas personas.

Entonces, bueno, en este sentido paso a la segunda pregunta porque... eh, yo tengo entendido que tu canal ahorita está en pausa, digámoslo así, que está en pausa. Eh... pero, eso no quita que hayas, o te hayas apartado de-como tal, ni de la comunidad ni de tu intención de mediar la lectura ¿no? Con lo que me comentabas: Tú por canal podrías decir que tienes trabajo. En este sentido, eh, ¿tú que crees, o cuales crees que han sido los principales retos? Primera, para seguir manteniéndote vigente, con-considerando tu-tu condición tal cual de que el canal a lo mejor ya lo tienes un tanto, eh, en segundo plano y eso ¿no? En general pues los retos y los desafíos que tú, Abril has tenido como para mantenerte... presente en la comunidad porque para mí es innegable que sigues siendo alguien que marca tendencia de una u otra forma. Tanto en solitario como con tu-con LibrosB4tipos, ¿no?

Abril: No pues gracias, Soren. La verdad es bueno saberlo. Yo creo que... nu-o sea, nunca me ha preocupado eso de-de hacerme presente. O sea, ¿cómo lo digo? Mi canal está en

pausa constantemente. No me gustaría que estuviera en pausa nunca ¿no? Pero desgraciadamente, ya dije muchas mentes, eh, no he podido hacer un-un balance digamos en mis intereses, y siempre le-eh-le doy como, o sea, si me surge trabajo prefiero tomar los trabajo porque me dan dinero. Mi canal de YouTube sí me da dinero, pero no me da lo suficiente para vivir. ¿no? Entonces, esa ha sido como mi razón por la cual no lo he alimentado como quisiera, que yo sé que si fuera... más responsable con mi canal otra historia sería. O eso es mi-lo que quiero creer.

Eh... el mantenerme vigente pues ni siquiera, o sea te digo, no es como una preocupación que yo tenga de "Ay ahora voy a hacer esto para seguir vigente", o sea no, jamás he pensado de esa manera. Y yo creo que también una gran diferencia entre ahorita, eh, muchas consideraciones que mencionas que tienen los booktubers de que quieren ser reconocidos y eso, eso jamás, yo nunca lo he buscado. No-o sea mi canal, yo jamás busqué fama ni nada y porque siempre me convencí de que-de que a mi lo que me gusta es hablar de libros ¿no? Entonces lo hago porque me gusta. Eso siempre ha sido la razón principal. Y yo creo que cuando trabajas desde ese lado, o al menos, lo digo de manera personal, pues se nota ¿no? Y, eh, pues además, no sé... Ahora sí que no sé, es una pregunta muy compleja. Por una u otra razón, eh, y-po-y que bueno, no, nunca me han faltado como invitaciones a hablar de libros. Y poco a poco también me fui interesando muchísimo por la literatura infantil y juvenil. Es un campo fértil en México. Y digamos que yo solamente tuve la fortuna de llegar en el momento ¿no? O sea, hace 5 años que fue cuando más, casi cuando empezó mi canal, que yo empecé a preocuparme por ese tema, entonces... creo que eso también me ayudó mucho como a ir generando un espacio en-en las redes ¿no? Y nunca fue mi intención como volverme experta en nada. De repente me presentan como "experta en literatura infantil y juvenil". Y es como: "wow, pues gracias". Pero nunca fue como que "ah sí, ahora yo voy a ser la mega experta". Todo-todo, creo que algo que puedo agradecer es que todo ha sido super orgánico. O sea, que me interesa algo, lo leo, lo digo, eh... ya sea en mi canal de YouTube o en otras partes ¿no? Y la ventaja de tener un canal de YouTube fue que aunque no tengo los-las así las miles de vista ni soy una de las booktubers del top 5, que pues sabemos que hay personas que llegan, que tienen más de 100 000 o sea muy modestamente mi canal ha podido llegar a público que después me ha dado trabajo ¿no? Entonces creo que no importa, o sea desde mi perspectiva sí, por supuesto que importa todo el alcance que tienes, pero también importa, eh, y más desde mi perspectiva a quienes llegas ¿no? O sea... en mis videos no sé, eh, no sé, un video que tenga 500 vistas para alguien puede ser muy poquito 500 vistas, pero resulta que de esas 500 vistas, 20 eran profesores de escuelas que están armando cosas y entonces ya me invitan a formar parte de sus proyectos y entonces ya puedo llegar a otro tipo de públicos que no necesariamente me conocen por mi canal de YouTube sino ya por mi trabajo como mediadora. Que te digo que ya va muy a la par.

O sea, yo fui primero... yo soy primero lectora, después soy booktuber y luego soy mediadora. O sea, fue como mi auto descubrimiento de como nombrarme ¿no? O sea, fue definitivamente soy lectora, que si no fuera lectora no podría hacer todo lo que hago. Eh, soy booktuber, porque de verdad me gusta mucho ser booktuber, solo que de repente me rebasa por todo lo que implica. Y soy mediadora porque pues ahora eso es lo que descubro que-que se da muy bien ¿no? Y que lo hago con gusto y que me gusta seguir preparándome al respecto ¿cómo acercar la lectura a públicos que, eh, no la tienen tan cerca? ¿no? Entonces, por ese lado.

Y no sé ahora de nuevo si respondí tu pregunta.

Misael: Sí, sí, sí... Eh, digo, am... a comparación como con lo que he platicado con otras personas pues está esta parte ¿no? De hecho voy a retomar precisamente a Lewis que fue

como que la persona que entrevisté antes, donde él me comentaba pues esta parte ¿no? Que de repente, eh, o sea es cierto esta parte de que mucha gente empieza a generar contenido con la intención de ser reconocido, de obtener, este, colaboraciones, blah blah bla. Em... pero, eh, existe pues esta otra cara de la moneda en donde la gente que habla de manera muy orgánica de los libros, pre-pues prefiere como una interacción más de calidad que por cantidad ¿no?

Entonces pues hablando de Lewis él me comentaba que, eh, pues él es lo que siempre ha buscado. A pesar de que tiene en la mente llegar en algún momento a los cien mil suscriptores pretende nunca abandonar esta cuestión de la calidad humana de los suscriptores que tiene. Y yo creo que en este caso aplica lo mismo para ti. Es de una forma tan-tan orgánica como tú mencionas que tu canal te ha abierto puertas, que aunque no te haga crecer en números te ha brindado pues oportunidades que como tal, eh, te han ayudado a-a es que yo digo, a promover el hábito lector ¿no? Has tenido la oportunidad de participar en escuelas, de participar en otros eventos, sobre todo en ferias del libro... Qué bueno, eso es algo a lo que también voy a llegar con la última pregunta.

Eh, y pues eso, lo que tú me comentas, que si no fueras lectora no fueras booktuber y un montón de cosas más. Y pues pasamos a la tercera pregunta que es, este, ¿tú consideras que hay un perfil para ser un booktuber? Porque yo lo que sostengo es que, en México, digo, podrán ser cifras completamente amañadas, pero se supone que, eh, casi por completo el país tiene cobertura para tener acceso a internet. Em, y de hecho el mexicano tiene como necesidad, o como primera necesidad adquirir un aparato que le permita tener acceso a internet ¿no? O sea, junto a la canasta básica y vivienda está tener un celular. Podrá ser el más chafa, pero que tenga acceso a internet ¿no? Y precisamente, eh... en-dentro de estas cifras que yo estuve checando, de todas las personas que adquieren un dispositivo, entiéndase de computadora, Tablet o celular, eh... una de las cosas que más hacen es acceder a contenido multimedia, entiéndase videos ¿no?

Entonces pues en este sentido, con todas estas herramientas o con esto-con esto que se sabe del mexicano en general, de la población mexicana, en teoría cualquiera puede ser booktuber. Pero pues tú como booktuber, y ya teniendo pues 7 años, eh, produciendo contenido, ¿consideras que hay un perfil que se deba de cubrir?

Abril: Pues... em... yo creo que sí pondría ser lector ¿no? O sea, no-no... espera, es que estoy pensando en muchas cosas al mismo tiempo y tengo que elegir.

Misael: Claro, sí, sí... no te preocupes.

Abril: Este... sí entiendo que, por ejemplo, Lewis ¿no? Que él dice que es booktuber y estoy de acuerdo, pero también genera otro tipo de contenidos que ya no tiene que ver con libros. Es super válido. En mi caso, yo todo el contenido que he hecho hasta la fecha tiene que ver alrededor de los libros porque me interesa que mi canal sea cien por ciento literario. Cien por ciento, o sea jamás me vas a ver hablando de otra cosa que no tenga relación con-con-con los- con la lectura y la literatura y todo lo que yo hago, ¿no?

Em... eso no me hace más booktuber que Lewis. Entonces, no sé bien que... o sea, cómo decirle a-a-a los booktubers futuros... Yo siempre les digo que, pues, de entrada, que de verdad les guste leer. O sea, yo de verdad pensaba que no existían las personas que leían por moda y para sentirse más inteligentes, pero al parecer sí existen. Yo diría, no-no hay esa necesidad, o sea, voy a tomar unas palabras que Fa dijo hace muchos años y que a mi me gustaron mucho y fue: "Crea el contenido que tú quieres ver en internet", entonces, de entrada, si tú quieres... si tú como lector sientes que está faltando en la ge-en la creación de videos, pues es tu oportunidad para hacerlo. Pero si tú no eres lector y tampoco te interesa ver contenido sobre libros, eso no quiere decir que no puedas hacer o generar contenido

alrededor de otros temas. Ahora, suponiendo que eres lector y que te interesa ver contenido sobre libros, pues... eh, que justo eso ¿no? Que no sientas que leer es una obligación y por ahí pondría pues los mínimos detalles técnicos. Por ejemplo, yo nunca he dejado de grabar con mi celular, después de ese primer-primer etapa de mi canal cuando grababa con la cámara digital de mi primo, después pues nos separamos porque vivíamos juntos, pero después ya se terminó la universidad y cada quien tuvo que tomar su camino y yo tuve que tomar la decisión de si seguir grabando con mi celular, o ya abandonar mi canal ¿no? Pero en ese momento estaba todo tan... o sea yo no lo podía dejar, y decidí grabar con mi celular y es algo que sigo haciendo hasta la fecha. Hay gente que ahorra para comprar su cámara, sus luces, su micrófono, me parece fantástico. Yo en mi caso nunca he puesto mucha atención en lo técnico y creo que también es algo en lo que yo debo atender, pero bueno, ya, todo a su tiempo.

Eh... no necesitan mayor ciencia ¿no? Más que ganas de platicar mucho de algo, y... un equipo ¿no? O sea, para que se puedan ver sus videos ¿y qué más? Pues cada quien va-va encontrando su-su estilo ¿no? O sea, no nece-mm... depende de tu personalidad. Hay gente a la que se le da mucho la improvisación y hay gente a la que no ¿no? Hay booktubers que yo conozco que arman su calendario y sus guiones los van armando con tiempo y booktubers que conozco que se sientan frente a la cámara y hablan 10, 15 minutos ¿no? O sea, como Gaby, que me-me impacta esa morra de verdad.

Eh... yo soy un poco mezclado, o sea, hay videos que requieren mucho mi planeación y videos que los puedo grabar en 3 minutos. Eh, pero ya va dependiendo de tu propio sistema de organización. Eh, pero en general yo creo que, y para resumir mi churro, sería que te guste leer mucho, que tengas algo que decir y... y ya.

Misael: Ok, bueno... eh, ya me comentabas de los aspectos técnicos, eh, una cosa que se me olvidó como mencionarte, también en cuanto a perfil... ah, no quiero decir profesional porque sabemos que hay booktubers que van en secundaria, creo... Como Danna y, y... El Libro Cegatón. Pero sí, o sea ¿crees que debería haber alguna inclinación de la formación profesional como para ser booktuber? Porque, bueno, o sea, uno pensaría que, al hablar de libros, principalmente la gente que conforma la comunidad está integrada por personas que estudiaron letras ¿no? Bueno, es tu caso, pero no quiere decir que sea la-la regla, o no sé tú que opines.

Abril: No para nada es la regla, no... Cualquiera, por eso digo, si quieres ser booktuber tienes que ser lector y los lectores pueden haber estudiado lo que sea. Incluso no haber estudiado. O sea, por eso creo que está muy mitificada el ser lector y por eso es un tema que me apasiona tanto ¿no? Conozco un montón de morros que leen un montón y no se consideran lectores porque no cumplen con esos estándares y pues por la sociedad ¿no? De que "No pues yo no soy lector porque yo no leo clásicos". Y es como "wow, ¿por qué deberías leer clásicos? "No, leo cómics. O leo puros Fan-Fics". ¿Y a poco eso no es ser lector? ¡Pues claro! ¿no? Entonces... eh, sería que te guste leer, que de verdad inviertas no sé... pues no diario, porque también estoy en contra de considerar la lectura un hábito y tengo ahí un video al respecto que no he publicado, algún día lo haré.

Este... pero igual o sea no es obligatorio leer diario. Cuando leas, pero que de verdad ese tiempo que tú leas lo estés disfrutando, te esté moviendo cosas en la cabeza. Y algo más importante para mí, que es una postura muy personal, que esas lecturas que tú hagas después tengan una repercusión en ti y en tus acciones ¿no? O sea, digo... es personal pues porque por supuesto no quiero decir que todo lo que leemos nos impulse a hacer cosas, pero para mi sería lo-lo ideal ¿no? O sea, que eso-esas lecturas que hagamos tengan un efecto, de alguna manera. Pero bueno, eso ya es muy personal.

Misael: Ok... Bueno, me llama la atención eso que dices de que podría leer y no considerarse lector, lo voy a anotar. Pero bueno, ahorita, nada más déjame checo en qué minuto dijiste eso... ah ok. Bueno, eh, precisamente ya pasando a las últimas preguntas y... pues también está relacionado con lo que me acabas de decir ¿no? Eh... igual te platico yo estuve checando, bueno para empezar primera pregunta, eh, no sé si conozcas o has leído los programas para el fomento del libro y la lectura que hay en México, el del 2016, creo... 2014, una cosa así y el del 2018.

Abril: No, no los he leído. Igual y he escuchado hablar de ellos, pero tal cual no los he leído

Misael: Ah, ok. Espérame... Ok. Eh, te los comento porque precisamente, eh, a mi una cosa que me llamó bastante la atención es que bueno... si vemos como la evolución de estos programas, y... en general como todo lo que se dice al respecto a la lectura en México, entiéndase por parte de investigaciones por parte de instituciones. Eh... estos programas que te comento que vienen por parte de la SEP y por la ya extinta CONACULTA, si no mal recuerdo... em, ¿Qué más? Eh... bueno y estadísticas de cuanto lee el mexicano... una cosa que me llamó la atención es que... para empezar, estos programas hablan mucho sobre apoyar la creación de contenido y entiéndase creación de contenido como apoyar a los escritores con becas, con programas y a los mediadores de lectura, tanto como con su formación como por esta parte de-de apoyarlos en sus proyectos personales. Y en esos proyectos de repente hablan sobre booktube, pero booktube nada más aparece mencionado una vez, al pie de página y así como en letras super chiquitas. Y eso en el del 2018, en el otro, en el más viejito, ni siquiera se les reconoce. En... la Encuesta Nacional de Lectura y no me acuerdo que otra cosa, eh...del 2015, igual como que se les menciona pero muy superficialmente. Pero también mencionan esta parte de que pues al final del día, eh... la lectura ya no se tiene que considerar como leer un libro físico ¿no? Si no que los hábitos de la lectura pues han evolucionado tanto como por esta parte de internet como por la diversificación de contenidos.

Entonces bueno, este, ya me comentaste como que no conocías estos programas. Pero, eh... propuestas o proyectos de promoción de la lectura en México, no sé si conoces y si conoces... no sé si me podrías decir cuales conoces. O sea, a parte de esos programas.

Abril: De... ¿promoción de la lectura?

Misael: Ajá...

Abril: Pues está IBBY y todos sus programas de formación de mediadores que pues son pauta ¿no? O sea, IBBY tiene cuarenta años, cuarenta y uno, y lleva formando mediadores desde que se fundó. Que no le sigan la pista a su-a sus mediadores es otra cosa. Pero ahí están los programas de mediación y que hacen generar conciencia ¿no? Sobre el-la-el compartir la lectura desde el gozo, que es algo que desde mi perspectiva no se ha trabajado escolarizadamente.

Em... está, bueno ahorita la SEP, no la SEP no... El gobierno de la Ciudad de México sacó su programa Pilares y tienen ellos toda una gama em... que se llama... Promotores Comunitarios, si no me equivoco y entre ellos está la parte de fomento a la lectura. Entonces tienen un programa increíble, estoy de verdad, alucinada con todo lo que están haciendo. Específicamente hay un proyecto que a mí me encanta que se llama Libres entre Libros y que está dedicado especialmente a públicos de secundaria. Está increíble, de verdad. Sí le puedes echar un vistazo Soren, yo aspiraría a hacer algo como eso. Por supuesto me falta el equipo, me falta el tiempo, también no me gustaría hacerlo gratis. A ellos les pagan, desconozco cuanto les están pagando, pero sí es un trabajo remunerado y está muy chido. A mi me gusta mucho eso.

Misael: Por parte de la SEGOB me dijiste ¿verdad?

Abril: Sí, ese es de la ciudad de México. Libres entre Libros... ¿qué otro? Está, bueno, está toda la asociación de Seguimos Leyendo que tiene presencia en Oaxaca en el norte del país y acá en el centro también. Y ahorita en Oaxaca pues siguen ¿no? Con su programa de fomento a la lectura. Eh... en comunidades rurales, de hecho, Seguimos Leyendo y A-A leer nos incluye a todos, pertenece a IBBY. Entonces en realidad sí... son esos los que conozco porque pues yo trabajo en IBBY y son de los que tengo conocimiento.

Y bueno... antes estaba el gran programa de la Vasconcelos ¿no? Que ahora personal de la Vasconcelos está trabajando en bibliotecas de la Ciudad de México, por ejemplo, Verónica Juárez que fue parte del equipo de la Vasconcelos pues ahorita tiene en-en su organización el programa de bibliotecas de la ciudad de México y por ahí también ha metido un gran programa de fomento a la lectura con bibliotecas, eh... ay se me fue el nombre de estas bibliotecas. Bibliotecas públicas que pertenecen a la ciudad. Desgraciadamente todo es muy céntrico ¿no? O sea, me gustaría a mi mencionarte algo que fuera de acá del Estado de México, que es esa también una de las razones por las que yo ya no voy a regresar a vivir a la Ciudad de México porque también siento que es y se tienen que seguir-se tienen que generar cosas desde acá. O sea, desde otros lugares que no sean la Ciudad de México y ¿Quién lo va a hacer si no las personas que vivimos acá?

Pero bueno, ese es otro tema. Son los que yo conozco.

Misael: Ok... y por parte de estos, eh, programas, o bueno, yo sé que has tenido relaciones con ferias del libro porque te he visto participar en ellas. Eh, obviamente tienes tu relación con IBBY por que es, este, es tu trabajo. Eh... pero, como externo a esto de las ferias y de IBBY ¿has tenido...? Bueno, ya me platicaste, pero no se si se pueda-puedas abundar un poquito en esta parte, contacto con instituciones educativas. Entiéndase educación básica, universidad, privadas... cualquier tipo de-de acercamiento con instituciones educativas y como por parte del gobierno, ¿no? Porque te digo, ya has-me-me mencionas estos programas y-y me imagino que tienes contacto con ellos precisamente porque trabajas en el IBBY, pero, o sea ¿tú-tú has tenido como un acercamiento como por parte del gobierno, siendo tú-que te hayan contactado por tu canal o por tu contenido como booktuber?

Abril: Sí, varias veces. Varias veces. Por ejemplo, ahorita en la pandemia di una charla para el municipio de Naucalpan y me contrató el ayuntamiento de Naucalpan. Eh... también he estado-he dado en preescolar, primaria, secundaria, tanto públicas como privadas, por invitación de profesores y directivos de esas escuelas. Em... he participado en consejos técnicos, también por invitación de supervisores de zona y de región. Y también de ahí me han invitado como a ferias de libro, eh, escolares ¿no? Por-por invitación de padres de familia y profesores. Entonces, sí, sí la verdad es que es un campo fértil y lo-hay muchos profesores interesados en prepararse en la mediación. O sea, es algo real, ¿no? Muchos maestros que pues al teclear un poco, al buscar tantita información, descubren que, eh, está todo este campo ¿no? Y les llama la atención y quieren prepararse al respecto y ya, me han escrito... si de manera muy personal por mis videos o por mi página de fase o por Instagram.

Misael: Ah ok... perfecto. Bueno, eh y ya, la última pregunta, digo ya viendo que, pues hay varios programas, yo por ejemplo desconocía algunos de los que me comentaste. Y que pues también has tenido la parte de-de-eh... trabajar como por parte, como... es que ¿cómo decirlo? O sea, te han contratado viéndote como booktuber.

Este... bueno, tú desde como quien diría, desde tu trinchera, tendrías alguna propuesta como para... eh, estrechar lazos ¿no? Porque precisamente, igual comentando con las otras personas, algo que me comentaban mucho es que pues sí, está esta relación entre, eh... booktuber con incluso autores. Porque muchas veces ni siquiera es la editorial quien te dice

“oye, vas a presentar a este autor” si no que el propio autor te pide ¿no? Por ser booktuber. A lo mejor porque tiene muy buena relación contigo, porque le gusta tu contenido, etc. Pero bueno, esta relación entre editoriales, ferias del libro, es como más común en booktubers. En ese sentido no sé si tú pudieras dar alguna propuesta como para estrecharlas todavía más, y en este sentido... lo que pasa con gobierno ¿no? Me decían que por parte de-de-las secretarías es un tanto más difícil porque... eso, ¿no? Lo que yo comentaba, en los programas no se les reconoce tanto a los booktubers aunque se sabe de su existencia todavía hay como cierta resistencia a reconocerlos como “algo” que de verdad funcione ¿no? Una comunidad que de ve-de verdad pueda aportar. Pero pues bueno, bajo es premisa, tú, Abril ¿¿qué podría, o alguna propuesta que tuvieras para estrechar esos lazos?

Abril: Uy... no sé, yo creo que, de entrada, reconocer que lo que hacemos es un trabajo intelectual que requiere ser remunerado ¿no? O sea, hace rato se me pasó comentarlo, de mencionarte lo de las editoriales. Yo creo que sí hubo mucho abuso de las editoriales en un principio y mucha emoción por parte de los booktubers de “oh, no ma, una editorial me esta viendo” ¿no? Pero una vez que haces conciencia del intercambio que se realiza y de que en realidad quien termina haciendo más trabajo eres tú. Que a la editorial le resulta gratis. Creo que es más fácil poner límites. Entonces yo... te comparto, ya son muy pocos los trabajos que hago por buena voluntad. O sea, ya casi todo me-lo-tiene que ser remunerado, ¿no? Y tiene que ser en este entendido de que hay cosas que pues valen mi tiempo, todo, o sea el tiempo que invertí en leer, en investigar para una charla o lo que sea... eso requiere ser remunerado. Pero me costó años ¿no? Como hacer esa conciencia y entenderlo. Ahora, en ese entendido de remuneración que no-no todas las veces es económica, a veces es... por ejemplo, con la biblioteca Alaide Foppa, que tenemos una buena relación con Abría Hayde, que es la bibliotecaria. Nos echamos la mano ¿no? Es como “oye, necesito esto, eh... por supuesto no hay como presupuesto monetario, pero está esto otro, ¿no? Entonces que te parece si hacemos un truke”. Y eso también es válido, o sea, como entender que todo se puede dialogar. Es lo que maneja, Alejandra M. Vázquez, que está con todo su movimiento de escritoras y cuidas. Este tipo de... de entendimientos y remuneración entre las personas. Ay, espérame... ¡Ma! Ay...

Misael: Sí quieres ve tú, no pasa nada.

Abril: Sí, dame un segundo ahorita vengo.

Misael: ¿Ya quedó?

Abril: Ya.

Misael: Ok...

Abril: Sí, entonces eso sería fundamental ¿no? Saber que...que requerimos generar relaciones de ganar-ganar. Y de ser conscientes del trabajo del otro. Eso creo que sí habla de una postura de cuidados que ha sido muy... eh, invisibilizada, ¿no? En la-en espacios de editoriales, ferias del libro, o sea como que la cultura en sí siempre ha sido muy maltratada y mucha de la gente que trabaja en cultura lo considera amor al arte. Lo cual no tiene nada de malo, o sea, yo amo mucho lo que hago, pero eso no quiere decir que no pueda ser una actividad sustentable que me dé de comer y que me mantenga en una vida digna ¿no? Entonces creo que en la medida que podamos generar conciencia sobre que esto es muy importante y que, por supuesto no es el mismo trabajo que hace un ingeniero o un contador o un arquitecto, lo que tú quieras, pero no por eso es menos valioso ¿no? Entonces, pues podría decir que trabajar en relaciones horizontales con cualquiera. O sea, yo como booktuber con editoriales, ferias del libro, autores... hay un montón de autores. Soren, que ya ni les respondo. O sea, porque de verdad es increíble la forma en la que sienten que por el-ellos por el simple hecho de ya darte su libro tú ya estás responsabilizado a leerlo y no, eso es una

mentira. Yo a muchos, bueno ahorita no he tenido tiempo, pero antes si me tomaba mi-unos minutos para responderles con un tabulador ¿no? De que “ok, quieres que lea tu libro, pero esto te cuesta”. Y pues obviamente nadie respondía porque, o bueno muy poquitos porque tampoco te voy a decir que no me han pagado por leer libros, por supuesto que sí. Pero es un... conocimiento que va llegando ¿no? O sea, hace siete años, cuando inicié mi canal, a mi me parecía un milagro que me pagaran por leer, o sea yo pensé que eso no sucedía. Y ahora, eh, pues también es ir generando una consciencia ¿no? Sobre nuestro trabajo y todo eso...

Y de nuevo, y porque siempre me pasa, no sé si respondí tu pregunta.

Misael: Eh, sí, o sea... está esta parte de, como de... bueno yo estoy de acuerdo con lo que dices, hacer consciencia respecto a que esto, pues pareciera que lo hacemos por amor al arte, pero se malinterpreta ese amor al arte ¿no? Que por el amor al arte no tenemos que tener ninguna remuneración y eso es completamente comprensible. Eh... pero, bueno yo más bien iba enfocado como a que sí tú... o sea, esta parte que me mencionas de hacer consciencia respecto al trabajo que haces me queda clara, porque tú tenías estas interacciones con los autores de “sí, te leo pero te cuesta tanto”. O sea, darle valor al trabajo que haces, pero eh... como para acercarte, o sea... no sé si tengas alguna propuesta de proyecto como para acercarte a cuestión gobierno... a la secretaría de cultura, no sé.

Abril: Ah, ya... había entendido completamente mal tu pregunta, lo siento. Este... no, no tengo nada pensado, no. Eh... no, no he pensado en nada. Para presentar como a gobierno... alguna vez pensé en inscribirme a estos concursos que abren de fomento a la lectura, pero... pues nunca he puesto demasiada atención en esas cosas, entonces no.

Misael: Ok. Bueno. Pues... en teoría, creo que ya es todo. Déjame revisarlo rápidamente. Ajá, básicamente sería todo, em... Ahora ya todo esto lo tengo que filtrar con mi asesoría, pero en todo caso si llego a requerir otra pequeña reunión, no sé si exista la posibilidad.

Obras consultadas

Albero Andrés, M. (2010). *Internet, jóvenes y participación civicopolítica: límites y oportunidades*. Barcelona: Octaedro.

Alibrate (2021). *Preguntas frecuentes*. <https://www.alibrate.com/preguntas-frecuentes/sobre-alibrate/que-es-alibrate>

Asociación de Internet.mx (2019). *Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018*. <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/habitos-de-internet>

Asociación Mexicana de Internet (2014). *MKT digital y redes sociales en México 2014*. <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/estudios>

Ávalos Sandoval, K. P. (2014). Relaciones sociales en redes sociales. En: Sandra Flores Guevara (coordinadora) *Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural* (pp. 37-47). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Ayhan, B. (2017). Digital Literacy. En: Bünyamin Ayhan (editor), *Digitalization and Society* (pp. 29-42). New York: Academic Research.

Babelio (2021). *Acerca de*. <https://es.babelio.com/apropos.php>

Bernal Bejarle, M. (2015). Accionar la lectura. En: Mónica Bernal, Irene Fenoglio y Lucille Herrasti (coordinadoras), *La lectura como acto* (pp. 11-20). D.F., México: Bonilla Artigas Editores.

Boer, J. (2017). *La hora del cuento en las bibliotecas: Claves para su organización*. Barcelona: Editorial UOC.

Bookmate (2021). *Acerca de Bookmate*. <https://es.bookmate.com/about>

Borja Orozco, M. (2012). *Literatura y medios de comunicación masiva en la lectura para niños y jóvenes*. Bogotá: Universidad Distrital "Francisco José de Caldas".

Carballar, J.A. (2011). *Twitter: Marketing personal y profesional*. México: Alfaomega.

Carrera, F. (2011). *Redes sociales y networking: Guía de supervivencia profesional para mejorar la comunicación y las redes de contactos con la web 2.0*. Barcelona: Profit editorial.

Cassany, D. (2013). *Tras las líneas: Sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama

Cerrillo, P. C. (2010). Lectura escolar, enseñanza de la literatura y clásicos literarios. En: Gemma Lluch (editor), *Las lecturas de los jóvenes: Un nuevo lector para un nuevo siglo* (pp. 85-104). Rubí, Barcelona: Anthropos.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. (2015). *Encuesta Nacional de Lectura y Escritura*. México: CONACULTA

Coronas, M., et al. (2015). *Las bibliotecas en la formación del hábito lector*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Delgado, A. (2018). *La sociedad hiperdigital: las 10 fuerzas que cambiarán nuestras vidas*. Barcelona: Libros de cabecera.

Ferreiro, E. (2002). *Pasado y presente de los verbos leer y escribir*. México: Fondo de Cultura Económica.

Flores Guevara, S. (2014). Las mil y una oportunidades de las redes virtuales. En: Sandra Flores Guevara (coordinadora), *Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural* (pp. 23-36). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Goodreads (2021). About Us. <https://www.goodreads.com/about/us>

Gómez Yebra, A. A. (2016). *Animación a la lectura y literatura juvenil*. Sevilla: Editorial Renacimiento.

Hoyos Salazar, F., et al. (2008). *Seis acciones para promover la lectura en la biblioteca pública*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Comfenalco Antioquia

IBBY México / A leer. (2016). *Diagnóstico de prácticas de lectura en niños y jóvenes en México y propuesta*.

http://www.senado.gob.mx/comisiones/biblioteca/docs/diagnostico_practicas_lectura.pdf

IFLA. (1994). *Manifiesto de la UNESCO sobre la biblioteca pública 1994*.
<https://www.ifla.org/files/assets/public-libraries/publications/PL-manifesto/pl-manifesto-es.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). *Estadísticas a propósito del día mundial del internet*.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/internet2018_NaI.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). *Módulo de Lectura (MOLEC) 2018: (Disminuye la población lectora en México)*.
http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/EstSociodemo/MOLEC2018_04.pdf

Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. (2018). Resultados Nacionales PLANEA en Educación Básica 2017. Recuperado de
http://planea.sep.gob.mx/content/general/docs/2017/RESULTADOS_NACIONALES_PLANEA2017.pdf

Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. (2018b). *Resultados Nacionales PLANEA en Educación Media Superior 2017*.
<http://planea.sep.gob.mx/content/general/docs/2017/ResultadosNacionalesPlaneaMS2017.PDF>

Lluch, G. (2017). Los jóvenes y adolescentes comparten la lectura. En: Francisco Cruces (director), *¿Cómo leemos en la sociedad digital?: Lectores, booktubers y prosumidores* (pp. 31 - 51). Barcelona, España: Ariel.

Ley de Fomento para el Libro y la Lectura (19 de enero del 2018). Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de julio del 2008
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL_190118.pdf

López Carrasco, M. A. (2013). *Aprendizaje, competencias y TIC: Aprendizaje basado en competencias*. México: Pearson Educación.

López Cuesta, O. (2019). *Data Management Platform (DMP): big data aplicado a campañas online, audiencias y personalización web*. México: Alfaomega.

Manso Rodríguez, R. A. (2015). *¡Leer, comentar, compartir! El fomento de la lectura y las tecnologías sociales*. *TransInformação*, 27(1), 9-19.

Margaix Arnal, D. (2007). *Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales*. *El profesional de la información*, 16(2), 95-106

Marlasca Gutiérrez, B. (2015). El papel de la biblioteca pública en la formación de lectores. En: Sandra Sánchez García y Santiago Yubero (coordinadores), *Las bibliotecas en la formación del hábito lector* (pp. 91-126). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Martín Barbero, J. (2010). Jóvenes: Entre la ciudad letrada y el mundo digital. En: Gemma Lluch (editor), *Las lecturas de los jóvenes: Un nuevo lector para un nuevo siglo* (pp. 39-71). Rubí, Barcelona: Anthropos.

Medina Carballo, M., Fuentes Ayala, C. & García Nuñez, F. (1992). *Taller de lectura y redacción* (4ª ed.). D.F., México: Trillas.

Merino, P. (2015). *Formar lectores en la era digital*. Madrid: Ediciones de la Torre

Moreno Molina, M. (2015). *Como triunfar en las redes sociales: consejos prácticos y técnicas para conseguir todo lo que te propongas en internet y sacarle más partido a tus redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn...* España: Planeta.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Cultura y la Ciencia. (2015). *La lectura en la era móvil: Un estudio sobre la lectura móvil en los países en desarrollo, una mirada desde México*. México: UNESCO

Ortiz Macías, M. (2017). *Biblioteca: El servicio público con corazón*. Barcelona: Editorial UOC.

Perazo, A. (20 de mayo 2014). *Lectorati: una red social para unir lectores con sus libros y autores preferidos*. La nación. <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/lectorati-una-nueva-red-social-que-une-a-lectores-con-sus-libros-y-autores-preferidos-nid1692723/>

Pérez Martínez, A. (2015). Reflexiones sobre la necesidad de fomentar la lectura en la UNAM En: Elsa M. Ramírez Leyva (coordinadora), *Tendencias de la lectura en la universidad* (pp. 212-219). México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.

Quesada Mejía, R. M. (2013). Contra-reloj comentarios urgentes sobre la medición de la lectura. En: María Esther Aguirre Lora (coordinadora), *Lecturas in-apropiadas desde la historia, la educación y la cultura* (pp. 233-255). México: Ediciones Díaz de Santos / Universidad Nacional Autónoma de México.

Quintanal Díaz, J. y García Llamas, J. L. (2013). *Sobre aprender a leer: Acerca de las inquietudes que suscita la elección de un método para enseñar a leer*. Madrid: Dykinson.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22ª ed.). Madrid, España.

Rissoan, R. (2019). *Redes sociales: comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación* [libro digital] (5ª ed.). Barcelona, España: Ediciones ENI.

Sánchez García S. y Santos Recuenco, E. (2015) Medios sociales y promoción de la lectura: Las bibliotecas 2.0. En: Sandra Sánchez García y Santiago Yubero Jiménez (coordinadores), *Las bibliotecas en la formación del hábito lector* (pp. 241-278). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha

Sánchez Guevara, I. (2016). El análisis de redes sociales. En: Víctor Gerardo Cárdenas González (coordinador), *Aplicaciones del enfoque de redes sociales al estudio de problemas de la realidad contemporánea en México* (pp. 23-54). Ciudad de México: Gedisa

Secretaría de Cultura (2018). *Informe Público del Programa para el Fomento para el Libro y la Lectura 2017*. <https://bpo.sep.gob.mx/#/recurso/6345/document/1>

Secretaría de Cultura (2017). *Programa de Fomento para el Libro y la Lectura: Cultura y Educación 2016-2018*. México: Secretaría de Cultura / Dirección general de publicaciones.

Secretaría de Educación Pública (2008). *Programa de Fomento para el Libro y la Lectura: México lee*. México: CONACULTA.

Storytel (2021). *Acerca de Storytel*. <https://www.storytel.com/mx/es/sobre-storytel>

Teixidor, E. (2007). *La lectura y la vida*. Barcelona: Ariel.

Torre Zermeño, F. J. y Dufóo Maciel, S. (1993). *Taller de lectura y redacción* (2ª ed.). Estado de México, México: Mc Graw Hill.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Venegas, M.C., et. al (1993). *Promoción de la lectura en la biblioteca y en el aula* (3ª ed.). Colombia: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.

Viana, I. (2016). *YouTube para principiantes: Qué es y cómo trabajar con el medio de comunicación del nuevo milenio*. Palma de Mallorca: Dolmen Editorial.

Watts, D. (2003). *Six degrees: the science of a connected age*. New York: W.W. Norton

Wattpad (2021). *About Wattpad*. <https://company.wattpad.com/press>

Wikipedia (2021). Amino. [https://es.wikipedia.org/wiki/Amino_\(red_social\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Amino_(red_social))

Wikipedia (2021). Goodreads. <https://es.wikipedia.org/wiki/Goodreads>

Wikipedia (2021). Wattpad. <https://es.wikipedia.org/wiki/Wattpad>