

INVESTIGACIONES SOBRE LECTURA



Scopus®

1 | 2021

INVESTIGACIONES SOBRE LECTURA ISL ISSN 2340-8685

TDAH y Competencia Lectora/ADHD
and Reading Competence

..... 1

Booktubers y Lectura/Booktubers &
Reading

.....23

Dificultades en Comprensión Lectora/
Reading Comprehension Difficulties

.....46

Profesores y Competencia Lectora/
Teachers & Reading Competence

.....64

Alfabetización Digital Tecnológica/
Technological Digital Literacy

.....95

CONSEJO DE EDITORES/ EDITORIAL BOARD

Directora/ Chief

- Elena del Pilar Jiménez Pérez, UMA, España

Editor jefe/ Editor in Chief

- Roberto Cuadros Muñoz, US, España

Editoras/ Editor

- Ester Trigo Ibáñez, UCA, España
- María Isabel de Vicente-Yagüe Jara, UM, España

Editores técnicos/ Technical editor

- Manuel Francisco Romero Oliva, UCA, España
- Raúl Gutiérrez Fresneda, UA, España

Secretaria/ Secretary

- Natalia Martínez León, UGR, España

Editores versión en inglés/ Editor English version

- Pedro García Guirao, Universidad de Ostrava, Chequia
- Inmaculada Santos Díaz, UMA, España

Comité Editorial/ Editorial committee

- Keishi Yasuda, U. Ryukoku, Japón
- Ruth Fine, The Hebrew University of Jerusalem, Israel
- Elizabeth Marcela Pettinaroli, Rhodes College, Estados Unidos
- Abdellatif Limami, U. de Rabat, Marruecos
- Salvador Almadana López del Moral, Instituto Cervantes, Praga, Chequia
- Yrene Natividad Calero Leo, Asociación Internacional de Promotores de Lectura, Perú
- Mercedes Garcés Pérez, U. Marta Abreu, Las Villas, Cuba
- Rubén Cristóbal Hornillos, Liceo XXII José Martí de Varsovia, Polonia
- Aldo Ocampo González, Centro de Estudios Latinoamericanos de Educación Inclusiva, Chile
- Victoria Rodrigo Marhuenda, Georgia State University, Estados Unidos
- Antonio Gómez Yebra, U. de Málaga, España
- Pedro García, Guirao, Universidad de Ostrava, Chequia
- David Caldevilla Domínguez, U. Complutense de Madrid, España

Comité Científico (Miembros)/ Scientific Committee (Committee)












- Almudena Barrientos Báez, U. de Iriarte, España
- Inmaculada Clotilde Santos Díaz, UMA, España
- Efrén Viramontes, E. N. Ricardo Flores Magón, México
- Ester Trigo Ibáñez, UCA, España
- Marek Baran, U. de Lodz, Polonia
- Cacylia Tatoj, U. de Silesia, Polonia
- Leyre Alejaldre Biel, U. de Columbia, Estados Unidos
- Eva Álvarez Ramos, UV, España
- Hugo Heredia Ponce, UCA, España
- Fernando Azevedo, U. do Minho, Portugal
- María Victoria Mateo García, UAL, España
- Gloria Santiago Méndez, UMA, España
- Marta Sanjuán Álvarez, U. de Zaragoza, España
- Xaquín Núñez Sabarís, U. do Minho, Portugal
- Ana Cea Álvarez, U. do Minho, Portugal
- Inmaculada Guisado Sánchez, UNEX, España
- María Auxiliadora Robles Bello, UJAEN, España
- Magdalena López Pérez, UNEX, España
- Milagrosa Parrado Collantes, UCA, España
- Paula Rivera Jurado, UCA, España
- Begoña Gómez Devís, UV, España

- Carme Rodríguez, U. de Liverpool, Reino Unido
- Manuel Francisco Romero Oliva, UCA, España
- María de los Santos Moreno Ruiz, UJA, España
- Natalia Martínez León, UCA, España
- Alba Ambrós Pallarés, UB, España
- Francisco García Marcos, UAL, España
- Pablo Moreno Verdulla, UCA, España
- Àngels Llanes Baró, U. Lérida, España
- Antonio García Velasco, UMA, España
- Isabel García Parejo, UCLM, España
- Roberto Cuadros Muñoz, US, España
- Soraya Caballero Ramírez, ULPGC, España
- Carlos Acevedo, Fundación Apalabrar, Chile
- Paula Andrea Agudelo Palacio, I.E. Caracas de Medellín, Colombia
- Graciela Baca Zapata, UAM, México
- Edgar Enrique Balanta Castilla, U. de Cartagena, Colombia
- Raquel Benítez Burraco, US, España
- Hernán Bermúdez Ruiz, U. Nacional de Bogotá, Colombia
- Alejandro Bolaños García-Escribano, U.C. L., R.U.
- Pablo Francisco Mora Venegas, U. del Atlántico, Colombia
- Miryam Narváek Rivero, U. Peruana de Ciencias, Perú
- Erika Jossy Choke Vilca, U. Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú
- Carlos Brañez Mendoza, E. P. Don Bosco, Bolivia
- Manuel Cabello Pino, UHU, España
- Daniel Cardoso Jiménez, UAEM, México
- Williams Danilo Clemente Huanquis, IEP Claretiano, Perú
- Rubén Cristóbal Hornillos, Liceo José Martí de Varsovia, Polonia
- Julieta Fumagalli, U. de Buenos Aires, Argentina
- Enrique Gutiérrez Rubio, U. Palacký Olomouc, Chequia
- Brizeida Hernández Sánchez, U. de Salamanca, España
- Daniela Liberman, U. de Palermo, Italia
- Juan Cruz Ripoll Salceda, U. de Navarra, España
- Victoria Rodrigo Marhuenda, Georgia State University, Estados Unidos
- Yudith Rovira Álvarez, U. de Pinar del Río, Cuba
- Carmen Toscano Fuentes, U. de Huelva, España
- Pedro Dono López, U. do Minho, Portugal
- Virginia Calvo, U. de Zaragoza, España
- Marjana Sifrar Kalan, U. de Liubliana, Eslovenia
- Zósimo López Pena, U. Internacional de La Rioja, España
- María Teresa Santamaría Fernández, U. Internacional de La Rioja, España
- Cristina Milagrosa Castillo Rodríguez, U. de Málaga, España
- Belén Ramos, U. de Córdoba, España
- Jorge Verdugo, U. de Nariño, Colombia
- Sergio Vera Valencia, U. Castilla La Mancha, España
- María Remedios Fernández Ruiz, U. de Málaga, España
- Almudena Cantero Sandoval, UNIR, España

Comité ético/ Ethics Committee

- Antonio Díez Mediavilla, U. de Alicante, España
- Natalia Martínez León, U. de Granada, España
- Ester Trigo Ibáñez, U. de Cádiz, España
- Roberto Cuadros Muñoz, U. de Sevilla, España
- Juan de Dios Villanueva Roa, U. de Granada, España
- Manuel Santos Morales, Asociación Española de Comprensión Lectora, España
- María Auxiliadora Robles Bello, UJAEN, España
- Juana María Morcillo Martínez, UJAEN, España
- Francisco Palacios Chávez, AECL, España.

INDEXACIÓN/ INDEXING

<u>ESCI Clarivate</u> 
<u>Scopus Elsevier</u> 
<u>Latindex</u> 
<u>Google Scholar</u> 
<u>Dialnet</u> 
<u>MIAR, DOAJ, Sherpa, CIRC, Dulcinea, ERIH...</u>      
<u>Evaluándose FECYT</u> 



EDITAN/ Published by

Asociación Española de Comprensión Lectora y
Universidad de Málaga
Investigaciones Sobre Lectura (ISL) es una revista
científica que se edita semestralmente

CONTACTO/ Contact



Apdo. 5050, 29003, Málaga
Edición: isl@comprensionlectora.es
Dirección: isl@uma.es
ISSN: 2340-8685
© 2014-2021





ISLL



INVESTIGACIONES SOBRE LECTURA

ENG / ESP

ISSN: 2340-8665

**New transmedia ecosystems for the promotion of
reading in the era of booktubers**

José Hernández Ortega

<https://orcid.org/0000-0003-3556-5688>



Patricia Sánchez García

<https://orcid.org/0000-0001-8988-1382>



José Rovira-Collado

<https://orcid.org/0000-0002-3491-8747>



Universidad Complutense de Madrid, Spain

<https://10.24310/isl.vi15.12563>



Reception: 2 July 2020

Acceptation: 7 October 2020

Contact: josehernandezortega@ucm.es

Abstract:

In the present work, the main constituent elements that make booktubers one of the primary agents of dissemination and promotion of reading on YouTube are analyzed. The principal objective of this study is to identify the main references from a series of variables among the community of booktubers in Spain (and in Spanish) that enable us to establish consumption patterns. To carry out this analysis, our starting point is the annotation made by Carbajo (2014) and Soto (2015) on the booktuber concept, for which we propose an update both in its definition and in its pragmatics. This initial delimitation allows us to analyze the similarities between youtubers and booktubers in relation to information issued, as well as enabling us to structure how the latter expand their types of videos in relation to their reading practices. The links between booktubers and their viewers are one of the values that we consider important for the study since they are widely disseminated among students at compulsory school age. The work concludes that there has been a consolidation of both the booktuber phenomenon and the number of its protagonists. The emotional involvement of this typology of video coincides with studies such as those by Chen & Wu (2019) in relation to the replicability of the videos generated on YouTube and other social networks, some of which may be the object of analysis in future works.

Keywords: Reading; Reading promotion; Social media; Interactive communication; Orientation for reading.

Hernández, J., Sánchez, P., Rovira-Collado, J. (2021). New transmedia ecosystems for the promotion of reading in the era of booktubers. *Investigaciones Sobre Lectura*, (15), 23-45.

New transmedia ecosystems for the promotion of reading in the era of booktubers

INTRODUCTION

Adolescents who make YouTube their preferred framework for recommending reading (both academic and leisure titles) are in a process of disseminating reading that transcends the formal school environment. As suggested (Lluch, 2019), the interaction of readers on social networks (especially Twitter, YouTube, and Instagram) as well as on blogs has created a new style of relationship between readers and their reading matter, thus creating a space for communication in which dialogue, play, and leisure converge (Calvo, 2018; Esteve, 2018; Lluch, 2014). These videos are the ecosystem in which discursive genres centered on textual reading coexist and where prosumers not only recommend but also discover, comment, criticize, play, or compete around the common theme: reading.

In Spain the use of the Internet has consolidated in recent years. According to the INE (2019), more than 97% of the Spanish population up to 44 years of age consult the Internet frequently, with the age group between 16 and 24 years old being the most relevant with 99.2% frequent consultations compared to the rest of groups. Data corroborates the digitization not only of the country and its infrastructures, but also of the behavior of users, which has reached significant levels compared to five years ago. A meticulous and detailed study, recently published by We are social (2020) in collaboration with the Hootsuite portal, reveals that 92% of users access the Internet on a daily basis, with Google, YouTube and Facebook being the pages visited by the most users most often. The behavior of this population allows us to identify habitual practices that are beginning to distinguish themselves in significant patterns: 92% watch online videos, mostly hosted on social networks, to which they dedicate a daily average of 1 hour and 39 minutes; this video content is mainly distributed on YouTube (89%), followed by WhatsApp (87%), Facebook (82%), and Instagram (54%).

The relevance and consolidation of the most famous video repository on the Internet can be understood if the perspective offered by an analysis of use and consumption of YouTube users in Spain is valued. For Espinel (2019),

the data does nothing more than consolidate and project growth in Spain: the 28 million Spaniards who access the platform monthly constitute 64% of the total population of the population, or – which is the same – this represents 88% of all Spaniards with Internet access. The 23% increase in a year of the time spent watching videos on YouTube represents a daily increase of 5 minutes per user compared to the previous year. These videos are mainly consumed via mobile phone (57.2%) and computer (26.3%) without distinctions of age, although gender does seem to play a part: predominantly men between 18 and 24 years old consume the most daily, reaching up to 80 minutes a day.

YouTube in Spain: content creator profile

In the evolution of prosumer profiles on YouTube, correlations, concomitances, and parallels can be established between youtubers who create generic content and booktubers, who are authors of videos specific to the literary world. The activity and interaction of YouTube channels encourages a correlation in uses and relationships between youtubers, as happens in the same way between booktubers in the context of reading. Based on the taxonomy of youtubers elaborated by Gómez (2014), we can define and expand the current context by virtue of its constant transformation. We indicate below those national channels ranked by theme and number of followers:

1. Gamers. Users who create content related to the world of video games: tricks, tips, game fragments, and so on. In Spain its greatest exponents are elrubiusOMG, Vegeta777, and Willyrex.
2. Beauty and cosmetics. Also called blogs in which tricks and beauty products are recommended as well as styling and trends related to the world of fashion. In our country, Iasaweis, Ratolina, or Patry Jordán stand out.
3. Music. These are analysts of musical compositions as well as informal trainers in musical didactics. Jaime Altozano, XandraGarsem, and Raquel Eugenio stand out.
4. Vlogs about everyday life. On a personal level, they are found between extreme socialization on the Internet and reflection on heterogeneous and diversified themes. The

national references in this section are [JPelirrojo](#), [Wismichu](#), and [Melo](#).

5. Humor. Here social media is used as a launch pad for comedians, and content is mainly collected by television portals such as [Phi Beta Lambda](#) or [Modern Life](#).

The wide variety and specialization of youtubers generates behavior and interaction models in the user community that are extrapolated to other areas and topics on YouTube. The style in which new content is created, whatever its theme, is replicated in the production techniques of its viewers when they move from consumption to content production. The bidirectionality of authors and recipients of content is one of the characteristics that has both qualitative and quantitative repercussions on the videos that are added to the network daily. As original models, youtubers influence the conception, design, and dissemination of booktubers (Tomasena, 2019).

The wide variety and specialization of youtubers generates behavior and interaction models in the user community that are extrapolated to other areas and topics on YouTube. The style in which new content is created, whatever its theme, is replicated in the production techniques of its viewers when they move from consumption to content production. The bidirectionality of authors and recipients of content is one of the characteristics that has both qualitative and quantitative repercussions on the videos that are added to the network daily. As original models, youtubers influence the conception, design, and dissemination of booktubers (Tomasena, 2019).

YouTube focused on literature and reading promotion: the BookTube effect

From the very moment that YouTube channels focus on the promotion and dissemination of reading, its audience enters the booktuber universe. These channels are established as communities of exchange and construction of cultural knowledge through video (Paterna, 2018; Sorensen & Mara, 2014; Vizcaíno et al., 2019). The booktuber channels receive feedback not only from direct visits to the channel itself but, as we will analyze later, from users of different social networks (mainly Instagram, Twitter, and Facebook) that link their profiles to the YouTube channel itself.

A complete definition of the booktuber concept leads us to the activity that Carbajo (2014) analyzes as:

Young people, mostly teenage girls, stand in front of a camera and talk about the books they read. It is not the typical haul vlogger who innocently (or not) tells us

about his latest consumerist delusions related to fashion, beauty or any electronic gadget. Although the system and the way of manifesting before the audience is the same, the object is different: we are talking about young people's books and everything that surrounds them. YouTube is, once again, the platform chosen for young reading fans, wounded by the letter, to unleash their passion, their bookish fetishism, the incipient pleasure of the book collector (Book Haul). They like to show off their wonderful cheap books from second-hand bookstores. They tell us about the bargains on the Internet if we want to buy good adventure books, science fiction or romantic novels.

The first booktuber content recognized in Spain was produced by Javier Ruescas on February 5, 2010. This was not his first experience as a critic on the Internet, since his first video was entitled 5º Video Blog ([The Hunger Games](#)), a saga of reviews, but this was his first to be created on YouTube. Only a month later we found the second instalment by Fly like a Butterfly, with IMM Vlog / [Book Haul](#) in March 2010, the first being by a booktuber. Since then, the number of users, publications and views has increased exponentially thanks to the development of mobile devices and technological infrastructure. This fact has helped network users not only produce information but also to produce knowledge in what Siemens (2004, cited in Paterna, 2018) highlights in the theory of connectivism. This causes consumption in the network to generate transversal learning between which they favor that:

- Learning and knowledge depend on a diversity of opinions.
- Learning is a process of connecting specialized nodes or sources of information.
- Learning can reside in non-human devices.
- The ability to know more is more critical than what is known at a given moment.
- Empowering and maintaining connections is necessary to facilitate continuous learning.
- The ability to know more is more critical than what is known at a given moment.
- Decision making is itself a learning process. The act of choosing what to learn and the meaning of the information that is received is seen through the lens of a changing reality.

Booktubers delve into these possibilities of connectivity (Tomasena, 2016) and are focused on the world of reading and writing; many end up as authors. The potentiality of the digitization of reading habits is evident as a tool for consolidating and expanding the act of reading, not as a substitute for the traditional concept of reading on analogue media. For Lluçh and Sánchez-García (2017), the role played by digital media is of vital importance, but as a logical-natural expansion of language (and communication) and not as a threat to preserve traditional reading. Similar approaches in previous studies carried out by researchers in Colombian (Vargas, 2018) and Ecuadorian (López, 2017) contexts emphasize the importance of the influence of these media narrators on their viewers, thus creating a sociology of the producer and the viewer of videos (Ko & Wo, 2017).

The development of transmedia skills favors the integration of academics but also the creation of a parallel multimodal curriculum that qualitatively affects the consolidation of school habits and practices of the analogical tradition, such as reading (Bañares & Rayón, 2019; Fajardo et al., 2020). That is why YouTube has become the ideal showcase for the dissemination of reading habits among booktubers (Gutiérrez et al., 2018) where:

The dual nature of YouTube content has established the coexistence of educational and entertainment themes, however, what is unique about this platform is the creation of specific narrative formats that keep their own tones and aesthetics; his speeches are geared to be simple, recognizable, and pragmatic. Users flock to YouTube mostly in search of practical knowledge, although academic matters have become more frequent. (p. 98)

The relationships established between booktubers and viewers are justified as sociocultural interaction connections between both communicative agents (Paladines-Paredes & Margallo, 2020; Torralba Miralles, 2018; Quiles, 2020). The social and intellectual affinity between booktuber and recipients derives for Vizcaíno et al. (2019) from a homophily that generates the development of communicative, interpretive, reflective, and evaluative skills of the reading-writing process that stands as a multidimensional communicative model. For Pérez et al. (2018) this relationship constitutes the identity construction of the viewers by establishing empathic links with the emitters of the videos. They are links that promote an interaction of knowledge through the documents elaborated not only through these, but also from their tools and instruments that promote an effective practice in said socialization process (Santos Sundstrom & Ernesto de

Moraes, 2019) in the constitution of a folksonomy among YouTube users for the promotion and dissemination of good reading practices.

Taxonomy of the booktuber

In a similar way to youtubers, booktubers star in a series of behaviors in the production of content on YouTube that allows us to establish a taxonomy in the pragmatics of their channels. Booktubers start from their own reading reflection to initiate a process of recommendations and trends of reading habits. Based on previous analysis (Álvarez & Romero, 2018; Bergé, 2018; Gómez, 2014; Soto, 2015) they allow us to organize the content of the booktubers in categories clearly structured by their users:

1. Literary reviews. First person impressions of a selected title/s, such as the one made by @flylikeabutterfly on The Book Thief, by Markus Zusak.
2. Book tags. Questionnaires answered from a question time, on specific topics, the opinion of the booktuber on a saga, and so on. The interaction in this category with the different RRSS originates a multimodal interaction, as we can see in 20 book tags of @bicheandolibros.
3. IMM (In My Mailbox). Analysis of books recently arrived in the author's mail. They are usually linked to and/or published later in the reviews. An example of IMM. Although initially they were independent of other categories, in the same video the current trend associates them with both Book Haul and Wrap up.
4. Book Haul: Review of the booktuber's latest acquisitions (bought or gifted), such as the playlist of his Book Haul from @mayrayamonte.
5. Wrap up: selection of books read, normally in the last month until the video recording, by the booktuber, in which a review is delivered with a brief synopsis on the screen, such as the one produced by @bicheandolibros with the readings of August 2019.
6. Bookshelf tour: a tour of the booktuber's shelf with off-cuts when the scan stops on one of the copies, as in the 2018 bookshelf by @andreorowling.
7. Screen Books or Book to Movie Adaptation: commentary on film adaptations of literary works, such as @josudiamond's reflections for films that are better than his books.
8. Top Books: lists of books selected by labels or time bands according to the criteria of the booktuber, as we can

see in the books that have marked me the most by [@elcoleccionistademundos](#).

9. DYL Document Your Life: a selection of videos with a variety of themes that aim to show the daily life of the booktuber, relating (or not) the content to literature, such as the reflections of [@Librosdemaríaantonietta](#) with Booktube, junk literature, and critical reading.

10. Wishlist, wish list, or TBR (to be read): a selection of books that are pending to read or that are in a reading queue, as shown by [@isartvlog](#) with pending books and Wishlist, how do I organize myself?

11. Book Challenge. Challenges around reading and readers, such as the book spine sentence challenge (in Spanish) by [@josudiamond](#).

12. Collaborations between booktubers. Two or more booktubers dialogue or interact around their passion for reading, such as Guess the literary character, presented by [@LittleRedRead](#) and [@Uka](#).

13. Retellings: a booming genre where a classic story adapted to the current world is re-told (Blanc, 2017), such as the one presented by [@PatriciaBejaranoMartin](#) with Let's talk about retellings.

14. Promotion of their own books: some booktubers have become authors and use their channel to promote their own novels, such as [@JavierRuescas](#) with *Cuentos de Bereth: curiosidades + booktrailer*.

Multiple possibilities exist for promoting reading that, in addition to satisfying the appetite for digital entertainment, provide channel viewers with the cultural support that many YouTube channels lack. Metaliterary interaction originating outside school contexts is, of course, a new source of intellectual creation that significantly nurtures daily work in the classroom (Rovira-Collado, 2016, 2017; Scolari, 2018). The booktuber ecosystem confirms the success of a consolidated and constantly growing multimodal communication (and education) model. The growing tendency to accept references on social networks as arguments of value (Weeks et al., 2017) augurs that we are not facing an ephemeral process, but rather a change in the perception and management model of information to one that combines formal areas with informal digital areas at the same level. Vizcaíno et al. (2019) specify this success as being based on five constitutive characteristics of booktuber learning: doing what they like, solving problems, imitating references, improving their own work,

and through an epistemology by which is shown, and knowledge is received.

Objectives and hypotheses

In this context, the present investigation sets the following main points as principal objectives of analysis:

1. Identify which are the main Spanish booktubers that use Spanish as the vehicular language of diffusion in their videos.
2. Analyze a possible relationship between the number of videos, number of views, and the subscribers of each channel.
3. Examine the possible significance of the date of posting on YouTube to the number of views
4. Establish the importance of complementary social networks to the main booktubers with the views and the number of followers.

METHODOLOGY

In order to establish the degree of relevance of the videos on YouTube of the top twenty Spanish booktubers, the analysis was established based on the variables corresponding to the number of views and their subscribers (Pérez et al., 2018). The study objective is examined through analysis of the content indicated (Martin, 1995), a strategy already used in previous studies that analyze behavior and content on YouTube (Aznar et al., 2019; Cortés, 2018; Domínguez, 2016; Montes et al., 2018; Paladines-Paredes & Margallo, 2020). An objective and systematic analysis (Hernández et al., 2016) allows its observation and study in detail.

Object of study (OS)

Once the present research has been contextualized and complemented by the pertinent bibliographic review, the present study aims to identify the pattern followed by successful Spanish booktubers that promote reading through their praxis. The objects of study are the 20 most popular booktubers for the public, with the starting point for these channels as more than 1,000,000 views and more than 20,000 subscribers as of October 2019. Previous studies in relation to the analysis of user production on YouTube (Aznar et al., 2019; Berzosa, 2017; Burgess & Green, 2009; Jarosh et al., 2016) influence the relevance of a discrimination of study objects based on their discrimination in a previous selection. The set of data obtained as part of the observation of them in the case study

(Colle, 2011; Martin, 1995), allow their replicability in future studies along the same lines and in new ones that could arise due to their own expanding creative idiosyncrasy.

Once the users under study (OS) have been defined, different variables are analyzed to develop an interpretation with them. Variables will be collected as they were in previous studies (Aznar et al., 2019; Frígola et al., 2015; Montes et al., 2018) such as the date of incorporation to YouTube (V1), the number of videos (V2), the number of subscribers (V3) and the number of views (V4). Other variables that we consider relevant will be captured such as the number of subscribers on different social networks such as Instagram (V5), Facebook (V6), and Twitter (V7). These will provide us with more insight into the global incidence of the videos and the activity of their users with respect to YouTube.

Results and analysis

The twenty booktubers that make up the sample provide an insight into the growth trend of this sector of youtubers nationwide. Of the 20 users analyzed, 25% are male (n = 5) compared to the majority of 75% which is made up of female users (n = 15). The sample of the 20 study objects is made up of:

1. Javier Ruescas: (Madrid, 1987).
2. Josu Diamond: Josu Lorenzo Grill Channel (1996).
3. The Worlds Collector: Canal de Sebastián García Mouret (Oviedo, 1996).
4. Andreo Rowling: Channel of Andrea Izquierdo Fernández (Zaragoza, 1995).
5. Fly like a butterfly: Canal de Esmeralda Verdú Mínguez (Almansa, 1991).
6. May R. Ayamonte: Channel of May R. Ayamonte (Huelva, 1996).
7. Furious Geek of Literature: Lucio Varcenilla's Channel (Palencia, 1994).
8. MartitaraBookVlogs: Marta Álvarez Channel (Zaragoza, 1994).
9. Bicheando Libros: Canal de Paola Boutellier (Málaga, 1993).
10. Raquel Bookish: Raquel Brune Channel (Madrid, 1994).
11. Word Cloud: Canal de Sara Cantador, Uka (Madrid, 1993).
12. Books of Marie Antoinette.
13. Little Red Read: Patricia García Ferrer's Channel (Zaragoza, 1990)
14. Iris Grimm: Iris Roig's Channel.

15. Patricia Bejarano Martín.

16. Never be hopeless.

17. Vanfunfun: Nacho Iribarnegaray García Channel (Málaga, 1982).

18. Magrat Ajostmicos: Almudena Cardeñoso Viña Channel (1982).

19. Iris de Asomo: Vanessa R. Migliore's Channel.

20. Vani's books: Vanina Rodríguez Channel.

Initially, all the booktubers analyzed stand out for being between the ages of 25 and 40, although not all the authors openly provide their biographical data. Given the date of posting on YouTube (V1), the number of videos (V2), the number of subscribers (V3) and the number of views (V4) we have determined average values of 7.16 years of presence on YouTube, 274 videos, 100,960 subscribers, and 6,912,308 views.

Regarding the analysis of the number of subscribers on YouTube (V3) and a comparison with followers on the three main social networks, (V5, V6, V7) the percentage of users of each network is analyzed in comparison with that of the YouTube channel. The computation of totals reflects an unequal arrangement between the relevant role of each of the four networks. The total number of subscribers on YouTube (V3) is 2,019,200 (with an average of 100,960); on Instagram (V5) it is 593,817 (31.25% of the total of V3); on Facebook (V6) it is 119,491 followers (7.96% of the total of V3), and on Twitter (V7) it is 413,975 (20.69% of the total of V3). The total data in Table 2 confirms YouTube as the preferred use for EOs. Instagram, another visual component network, is the second option and is a booming platform. However, Facebook and Twitter are confirmed as non-priority alternative options for promoting videos. A qualitative criterion that YouTube gives its users is the authentication and verification process. Of the 20 booktubers, 30% (n = 6) have been verified, coinciding with other users with more than 100,000 subscribers and who, in turn, are the only ones who also receive this recognition from the rest of the networks, except Facebook, which does not verify any of the users. The use of networks for the dissemination of YouTube videos also shows a relevant use trend: Instagram, another network mainly used for audiovisual purposes, stands as the most successful complementary social network, with an average use of 32.98% of total subscribers. Among text-based social networks, Twitter averages slightly lower than Instagram at 22.28%, but much higher than Facebook, which is the least used network with the lowest number of users among subscribers, with 5.18%.

Table 1. Link between channels and variables V1, V2, V3 and V4

Booktube Channels	Incorporation	Videos	Subscribers	Visualizations
Javier Ruescas	6/1/10	421	288.000	22.550.144
Josu Diamond	12/6/10	564	192.000	13.366.270
El coleccionista de mundos	1/9/12	225	249.000	12.388.429
Andreo Rowling	14/10/12	294	164.000	11.511.144
Fly like a butterfly	25/3/10	273	184.000	10.282.894
May R. Ayamonte	5/6/11	463	121.000	9.807.692
Geek Furioso de la Literatura	25/6/14	125	84.500	9.459.178
MartitaraBookVlogs	10/11/13	271	81.000	5.306.321
Bicheando Libros	10/3/15	283	96.300	4.686.196
Raquel Bookish	10/1/16	214	99.000	4.390.142
Nube de Palabras	8/1/12	321	85.200	4.128.269
Libros de María Antonieta	15/8/11	169	69.100	4.053.930
Little Red Read	6/7/12	477	52.000	3.336.896
Iris Grimm	28/6/16	151	65.300	2.605.643
Patricia Bejarano Martín	17/10/13	362	36.100	2.227.938
Never be hopeless	26/9/13	194	45.500	1.916.745
Vanfunfun	28/12/05	224	34.800	1.862.183
Magrat Ajostiernos	26/7/12	211	20.500	1.453.082
Iris de Asomo	8/12/11	196	29.100	1.310.736
Los libros de Vani	9/1/15	38	22.800	1.092.977

List of channels and main variables of reference booktubers in Spain

Table 2. Booktubers' Media Platforms Compared

Channels of booktubers	YouTube	Instagram		Facebook		Twitter	
	Scriptures	Followers	%	Followers	%	Followers	%
Javier Ruescas	288.000	98.800	34,31	32.458	11,27	79.700	27,67
Josu Diamond	192.000	42.000	21,88	2.440	1,27	25.600	13,33
El coleccionista de mundos	249.000	76.200	30,60	25.499	10,24	66.200	26,59
Andreo Rowling	164.000	62.000	37,80	11.532	7,03	36.200	22,07
Fly like a butterfly	184.000	26.800	14,57	14.613	7,94	27.200	14,78
May R. Ayamonte	121.000	35.300	29,17	5.427	4,49	27.100	22,40
Geek Furioso de la Literatura	84.500	1.096	1,30	---	0,00	26.600	31,48
MartitaraBookVlogs	81.000	13.500	16,67	---	0,00	12.900	15,93
Bicheando Libros	96.300	19.300	20,04	1.585	1,65	2.686	2,79
Raquel Bookish	99.000	48.900	49,39	1.375	1,39	5.632	5,69
Nube de Palabras	85.200	20.000	23,47	6.699	7,86	20.900	24,53
Libros de María Antonieta	69.100	13.100	18,96	---	0,00	831	1,20
Little Red Read	52.000	22.100	42,50	2.906	5,59	17.500	33,65
Iris Grimm	65.300	20.400	31,24	---	0,00	1.549	2,37
Patricia Bejarano Martín	36.100	34.800	96,40	1.130	3,13	4.572	12,66
Never be hopeless	45.500	6.100	13,41	6.044	13,28	12.300	27,03
Vanfunfun	34.800	21.229	61,00	1.568	4,51	9.167	26,34
Magrat Ajostiernos	20.500	5.692	27,77	1.756	8,57	4.006	19,54
Iris de Asomo	29.100	26.500	91,07	4.459	15,32	32.300	111,00
Los libros de Vani	22.800	---	0,00	---	0,00	1.032	4,53

DISCUSSION AND CONCLUSIONS

There is no doubt that the emergence of booktubers is one of the greatest contributions to the promotion of reading among young readers (and non-readers) in 21st century society. The showcase that YouTube offers as a framework for cultural interaction transcends the already relevant technological space, since it consolidates a model of global semiotic exchange.

The new framework for the promotion of reading does not exclude traditional models but has found in the growing demand and expansion of the digital framework a new ecosystem to open doors to changing the behavior of adolescents. As Vizcaíno et al. (2019) and Lluch (2019) state, it is not a question of where the semiotic interaction occurs, but rather that it establishes in the what, the how, and the why of books an authentic regeneration of the discourse reader. Six of the twenty OE can be considered as the reference booktubers within the national scene: Javier Ruescas, Josu Diamond, El coleccionista de mundos, Andreo Rowling, Fly like a butterfly, and Mar R. Ayamonte. Both because of their number of subscribers and their number of views, they are the reference for content creators and consumers. Their consolidated presence on YouTube places them as the flagship of a movement of new booktubers that use YouTube as a point of replication in other dissemination sources, with special emphasis on Instagram and Twitter. The volatility of information on the Internet is not a threat to these communication practices, as Weeks et al. (2017) have already stated. The technological conquest of reading is a consolidated fact that will be exposed to changes in the format or trends of use but will not be responsible for the disappearance of reading.

The emergence of new social apps such as Tik-Tok makes it necessary to review the main consumption factors (and detractors) for the users of these networks. Feng et al. (2019) identify the main influences which engender affinity toward a social network: these are emotional and interactive factors. These constitute the growth base on which to premise the expansion of the processes of promoting reading in digital environments. It will be necessary to assess in future studies whether the coexistence of different social networks (Rovira-Collado & Mateo-Guillén, 2019) that have their source of success in video, generate habits and procedures that are similar or differentiated by the characteristics of the network itself. The coexistence between digital promotion of reading and school also offers multiple possibilities for research

prospects, since reading in the school environment must take advantage of the situation and synergies created in the network (Quiles, 2020) in order to improve one of the Achilles' heels of the current educational system.



Investigaciones Sobre Lectura (ISL) | 2021

Authors' contributions: Concept, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; methodology, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; software, not applicable; validation, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; formal analysis, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; research, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; resources, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; data curation, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; writing-preparation of the original draft, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; writing-revision and editing, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; visualization, H.O.-J., S.G.-P., and R.C.-J.; project management, R.C.-J.. All authors have read and accepted the published version of the manuscript.

Funding: This research did not receive external funding

Acknowledgments: This research is part of the project: Epistemic innovation of an argumentative comment model of multimodal texts in the teaching of Spanish as a mother and foreign language (PGC2018-101457-B-I00-IARCO).

REFERENCES

- Álvarez Ramos, E. & Romero Oliva, M. F. (2018). Epitextos milénicos en la promoción lectora: morfologías multimedia de la era digital. *Letral*, 20, pp. 71-85. <http://hdl.handle.net/10481/59116>
- Aznar-Díaz, I, Trujillo-Torres, J. M., Romero Rodríguez, J.M., & Campos-Soto, M. N. (2019). Generación Niños YouTubers: análisis de los canales YouTube de los nuevos fenómenos infantiles. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 56, pp. 113-128. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i56.06>
- Bañares-Marivela, E., & Rayón-Rumayor, L. (2019). Multimodal narrative texts, creativity, and English teaching as a foreign language. In B. Christiansen y E. Turkina (Eds.), *Advances in linguistics and communication studies (ALCS). Applied psycholinguistics and multilingual cognition in human creativity* (pp. 103-123). Information Science Reference/IGI Global. <http://dx.doi.org/10.4018/978-1-5225-6992-3.ch005>
- Bergé, G. (2018). *¿Qué leen los jóvenes? Los booktubers como prescriptores de literatura juvenil* [Trabajo fin de Máster, Universitat Oberta de Catalunya] <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/83108/6/gbergeTFM0618memoria.pdf>
- Berzosa, M. (2017). *Youtuber y otras especies: El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Ariel-Fundación Telefónica. <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/581/>
- Blanc, N. (30 August, 2017). El fenómeno del retelling: el desafío de volver a contar historias clásicas. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/cultura/el-fenomeno-del-retelling-el-desafio-de-volver-a-contar-historias-clasicas-nid2057800>
- Burgess, J. & Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Polity Press.
- Calvo, V. (2018). Los blogs de los docentes que promocionan la lectura. Modelos de buenas prácticas. En G. Lluch (ed.), *Claves para promocionar la lectura en la red* (pp. 114-129). Síntesis
- Carbajo, S. (2014). BookTubers o la pasión por los libros. En *Toyoutome* <https://goo.gl/6xfHnh>
- Colle, R. (2011). El análisis de contenido de las comunicaciones. Tenerife, *Sociedad Latina de Comunicación Social*. http://cuadernosartesanos.org/067/cuadernos/11_Colle_interior.pdf
- Cortés Vargas, J. H. (2018). *El fenómeno booktuber y los nuevos tipos de lecturas que se están promocionando* [Trabajo fin de máster, Universidad Francisco José de Caldas, Colombia]. <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/8835/1/CortesVargasJhonHernando2018.pdf>
- Domínguez, B. (2016). *Análisis del fenómeno BookTube en España* [Trabajo fin de máster, Universitat Politècnica de València]. Handle: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/75319/DOM%20C3%84NGUEZ%20-%20An%20C3%A1lisis%20del%20fen%20C3%B3meno%20de%20BookTube%20en%20Espa%20C3%B1a.pdf?sequence=3>
- Espinel, R. (16 July 2018). 7 datos sobre el consumo de Youtube en España. *Produccionaudiovisual.com*. <https://produccionaudiovisual.com/produccion-video-digital/consumo-youtube-en-espana/>
- Esteve, A. (2018). Los blogs especializados en la lectura. En G. Lluch (ed.), *Claves para promocionar la lectura en la red* (pp. 35-45). Síntesis.
- Fajardo Pascagaza, E., Roa Rodríguez, C. A. & Cervantes Estrada, L. C. (2020). Complejizar la competencia en lenguaje, un terreno de transición entre lo lingüístico y lo multimodal. *Revista Redipe*, 9(4), pp.137-52. <https://doi.org/10.36260/rbr.v9i4.954>
- Feng, Y.L., Chen, C. C. & Wu, S. M. (2019). Evaluation of Charm Factors of Short Video User Experience using FAHP – A Case Study of Tik Tok APP. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 688. <http://doi.org/10.1088/1757-899X/688/5/055068>
- Gómez Ruiz, C. (2014). Youtubers: fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la

Hernández, J., Sánchez, P., Rovira-Collado, J. (2021). New transmedia ecosystems for the promotion of reading in the era of booktubers. *Investigaciones Sobre Lectura*, (15), 23-45.

- construcción de identidad adolescente [Trabajo fin de máster, Universidad de Cantabria]. <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/4901>
- Gutiérrez, E., Rey, E., & Melo, L. (2018). Youtube. En C. A. Scolari (Ed.), *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula* (pp. 94-98). Universitat Pompeu Fabra. http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_Teens_es.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la investigación* (6ª edición). McGraw-Hill – Interamericana de México.
- Instituto Nacional de Estadística (2018). Población que usa internet. *INE*. https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ESyc=INESeccion_Cycid=1259925528782yp=1254735110672ypagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout
- Jiménez-Pérez, E., García, P., Cantero, A. (2017). Booktubers como influencers literarios: una herramienta en las aulas para el hábito lector y la competencia lectora. *ICAD*, 2, 1-9
- Ko, H.C. & Wu, W.N. (2017). Exploring the Determinants of Viewers' Loyalty toward Beauty YouTubers: A Parasocial Interaction Perspective. *Proceedings of 2017 International Conference on Education and Multimedia Technology*, pp. 81-86. <https://doi.org/10.1145/3124116.3124130>
- Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos: Revista De Estudios Sobre Lectura*, (11), pp. 7-20. https://doi.org/10.18239/ocnos_2014.11.01
- Lluch, G. (2019). Els booktubers en català. Un constructe virtual?, *Zeitschrift für Katalanistik*(32), pp. 33-46. http://www.romanistik.uni-freiburg.de/pusch/zfk/32/06_Lluch.pdf
- Lluch, G. & Sánchez-García, S. (2017). La promoción de la lectura: un análisis crítico de los artículos de investigación, *Revista Española de Documentación Científica*, 40 (4). <http://dx.doi.org/10.3989/redc.2017.4.1450>
- López López, M. L. (2017). Booktubers y Literatura, *Revista Publicando*, 4(13), pp. 963-974. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/980/pdf_722
- Martín, M. (1995). El análisis de contenido en la investigación sobre comunicación. *Periodística*, 8, pp. 67-74.
- Montes, M., García, A. & Menor, J. (2018). Los vídeos de los adolescentes en YouTube: Características y vulnerabilidades digitales. *Comunicar*, 54, pp. 61-69 <https://doi.org/10.3916/C54-2018-06>
- Osses, S. L. & Valderrama, C. E. (2016). Producción de sentidos en medios comunitarios. Hacia la construcción de una Red Colaborativa, *Nómadas*, 49, pp. 269-272. <https://dx.doi.org/10.30578/nomadas.n49a16>
- Paladines-Paredes, L-V., & Margallo, A.-M. (2020). Los canales booktuber como espacio de socialización de prácticas lectoras juveniles. *Ocnos*, 19(1), pp. 55-67. https://doi.org/10.18239/ocnos_2020.19.1.1975
- Paterna Roda, A. (2018). La comunidad Booktube como propuesta para trabajar la animación a la lectura. En E. López-Meneses, D. Cobos Sanchiz, A. H. Martín Padilla, L. Molina García, y A. Jaén Martínez (Eds.), *Experiencias pedagógicas e innovación educativa: Aportaciones desde la praxis docente e investigadora* (pp. 987-998). Octaedro. <http://hdl.handle.net/10433/6411>
- Pérez, V., Pastor, Y., & Abarrou, S. (2018). Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente. *Comunicar*, 26(55), pp. 61-70 <https://doi.org/10.3916/C55-2018-06>
- Quiles, M. C. (2020). Textos poéticos y jóvenes lectores en la era de internet: de “Booktubers”, “bookstagrammers” y “followers”, *Contextos educativos*, 25, pp. 9-24. <http://doi.org/10.18172/con.4260>
- Rovira-Collado, J. (2017) Booktrailer y Booktuber como herramientas LIJ 2.0 para el desarrollo del hábito lector, *Investigaciones Sobre Lectura*, 7, 55-72. <https://www.comprensionlectora.es/revistaisl/index.php/revistaISL/issue/view/12>
- Rovira Collado, J. (2016). Del blog de LIJ 2.0 al Booktuber en la promoción del hábito lector. *Resed. Revista de estudios socioeducativos*, 4, 37-51. <http://hdl.handle.net/10498/18939>

Hernández, J., Sánchez, P., Rovira-Collado, J. (2021). New transmedia ecosystems for the promotion of reading in the era of booktubers. *Investigaciones Sobre Lectura*, (15), 23-45.

- Rovira-Collado, J. & Mateo-Guillén, C. (2019). Social networks for Reading as a new Literary Training Space. *Current Perspectives on Literary Reading*. (pp.19-34), John Benjamins Publishing Company
- Santos Sundstrom, A., & Ernesto de Moraes, J. B. (2019). Bookshelf tour: the categorization of knowledge from the collective discourse of booktubers. *Em Questao*. Universidade Federal Rio Grande Sul, 25(2), pp. 13-38. <http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245252.13-38>
- Scolari, C. (2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. Ce.Ge. http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_Teens_es.pdf
- Sorensen, K., & Mara, A. (2014). BookTubers as a Networked Knowledge Community. En M. Limbu, y B. Gurung (Eds.), *Emerging Pedagogies in the Networked Knowledge Society: Practices Integrating Social Media and Globalization* (pp. 87-99). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4757-2.ch004>
- Soto Helguera, L. A. (13 April 2015). Breve diccionario de nuevos términos para lectores despistados, *Revistababar.com*. <http://revistababar.com/wp/breve-diccionario-nuevos-terminos-lectores-despistados/>
- Tomasena Glennie, J. M. (2016). *Los videoblogueros literarios (booktubers): entre la cultura participativa y la cultura de la conectividad*. [Trabajo fin de máster, Universitat Pompeu Fabra]. <http://hdl.handle.net/10230/27963>
- Tomasena, J.M. (2019). Negotiating Collaborations: BookTubers, The Publishing Industry, and YouTube's Ecosystem. *Social Media + Society* 1–12 <https://doi.org/10.1177/2056305119894004>
- Torralba Miralles, G. (2018). Los futuros maestros se convierten en booktubers. Una práctica de fomento lector en el Grado en Maestro de Educación Primaria. *Lenguaje y Textos*, 47, pp. 13-24. <https://doi.org/10.4995/lyt.2018.7986>
- Vizcaíno, A., Contreras, P., & Guzmán, M. D. (2019). Reading and informal learning trends on Youtube: The booktuber. *Comunicar*, 27(59), pp. 93-101. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-09>
- We are social* (2020). Digital in 2020 España, *Wearesocial.com*. <https://wearesocial.com/es/digital-2020-espana>
- Weeks, B., Ardèvol, A., & Gil de Zúñiga, H. (2017). Online influence? Social Media use, opinion, leadership, and political persuasion. *International Journal of Public Opinion Research*, 29(2), pp. 214-239. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edv050>
- Yarosh, S., Bonsignore, E., McRoberts, S., & Peyton, T. (2016). YouthTube: Youth video authorship on YouTube and Vine. *Proceedings of the ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work*, 24, pp. 1423-1437. <https://doi.org/10.1145/2818048.2819961>



ISLL



INVESTIGACIONES SOBRE LECTURA

ENG/ESP

ISSN: 2340-8665

Nuevos ecosistemas transmedia para la promoción de la lectura en la era de los booktubers

José Hernández Ortega

<https://orcid.org/0000-0003-3556-5688>



Patricia Sánchez García

<https://orcid.org/0000-0001-8988-1382>



José Rovira-Collado

<https://orcid.org/0000-0002-3491-8747>



Universidad Complutense de Madrid, España

<https://10.24310/isl.vi15.12563>



Recepción: 3 julio 2020

Aceptación: 7 octubre 2020

Contacto: josehernandezortega@ucm.es

Resumen:

En el presente trabajo se analizan los principales elementos constitutivos que convierten a los booktubers en unos de los principales agentes de difusión y promoción de la lectura en YouTube. El objetivo principal de este estudio pretende identificar a los principales referentes entre la comunidad de booktubers en España (y en español) a partir de una serie de variables que nos permiten establecer patrones de consumo. Para realizar este análisis, se toma como punto de partida la acotación realizada por Carbajo (2014) y Soto (2015) sobre el concepto booktuber a partir del cual proponemos una actualización tanto en su definición como en su pragmática. La delimitación inicial nos permite analizar cuáles son las similitudes entre youtubers y booktubers en relación a la información emitida y estructurar cómo los segundos amplían la tipología de vídeos en relación a sus prácticas lectoras. Los vínculos entre booktubers y sus espectadores son unos de los valores que consideramos importantes para el estudio puesto que ejercen una gran difusión entre el alumnado en edad escolar obligatoria. Las conclusiones del trabajo muestran una consolidación tanto del fenómeno booktuber como del número de protagonistas. La implicación emocional de esta tipología de vídeos coincide con estudios como los de Chen & Wu (2019) en relación a la replicabilidad de los vídeos generados en YouTube en otras redes sociales, algunas de las cuales pueden ser objeto de análisis en próximos trabajos.

Palabras clave: Lectura, Promoción de la lectura, Redes sociales, Comunicación interactiva, Orientación para la lectura.

Hernández, J., Sánchez, P., Rovira-Collado, J. (2021). Nuevos ecosistemas transmedia para la promoción de la lectura en la era de los booktubers. *Investigaciones Sobre Lectura*, (15), 23-45.



Nuevos ecosistemas transmedia para la promoción de la lectura en la era de los booktubers

INTRODUCCIÓN

Los adolescentes que hacen de YouTube su marco preferencial para la recomendación de lecturas (tanto académicas como de ocio) se encuentran en un proceso de difusión de la lectura que trasciende el ámbito formal escolar. Tal y como sugiere (Lluch, 2019), la interacción de los lectores en las redes sociales (en especial Twitter, YouTube e Instagram) así como en los blogs ha creado un nuevo estilo en la relación entre lectores y sus lecturas creando un espacio de comunicación en el que convergen el diálogo, el juego y el ocio (Lluch, 2014; Esteve, 2018; Jiménez-Pérez et al. 2017, Calvo, 2018). Estos vídeos son el ecosistema en el que conviven géneros discursivos centrados en la lectura textual donde los prosumidores no solo recomiendan, sino que descubren, comentan, emiten críticas, juegan o compiten alrededor de la temática común de unión: la lectura.

El uso de Internet se ha consolidado en España en los últimos años. Según el INE (2019), más del 97% de la población española de hasta 44 años consulta Internet con frecuencia, siendo el grupo de edad entre 16 y 24 años quienes protagonizan el uso más relevante con un 99,2% frente al resto de grupos. Datos que corroboran la digitalización no sólo del país y de las infraestructuras, sino del comportamiento de los usuarios, quienes alcanzamos cotas significativas en comparación al estado en el que nos hallábamos en el último lustro. El minucioso y detallado estudio, recién publicado por *We are social* (2020) en colaboración con el portal *Hootsuite* nos revela que el 92% de los usuarios accede a Internet a diario, siendo *Google*, *YouTube* y *Facebook* las páginas visitadas por más usuarios y con más frecuencia. El comportamiento de esta población permite identificar que las prácticas habituales comienzan a distinguirse en patrones significativos: el 92% visita vídeos en línea, en su mayoría alojados en redes sociales, a las que dedican una media diaria de 1 hora y 39 minutos repartidos principalmente en *YouTube* (89%), *WhatsApp* (87%), *Facebook* (82%) e *Instagram* (54%).

La relevancia y consolidación del repositorio de vídeos más célebre en la red se entienden si se valora la perspectiva que

ofrece el análisis de uso y consumo de los usuarios de *YouTube* en España. Para Espinel (2019), los datos no hacen más que consolidar y proyectar un crecimiento en nuestro país: los 28 millones de españoles que acceden mensualmente a la plataforma constituyen un 64% de la población total de la población o, lo que es lo mismo: el 88% del total de españoles con acceso a Internet. El incremento del 23% en un año del tiempo dedicado a ver vídeos en *YouTube* supone un aumento diario de 5 minutos por usuario y día respecto al año anterior. Estos vídeos son consumidos principalmente a través de teléfono móvil (57,2%) y ordenador (26,3%) sin distinción de edad, aunque sí de género: los hombres de entre 18 y 24 años son quienes consumen a diario de forma más predominante, llegando a los 80 minutos al día.

YouTube en España: perfil del creador de contenido

En la evolución de los perfiles de prosumidores en YouTube se establecen correlaciones, concomitancias y paralelismos entre los *youtubers* que crean contenido genérico y los *booktubers*, autores de vídeos específicos al mundo literario. La actividad e interacción de los canales de *YouTube* incentiva una correlación en los usos y relaciones entre *youtubers*, como así ocurre de igual forma entre *booktubers* en el contexto del hecho lector. A partir de la taxonomía de *youtubers* elaborada por Gómez (2014), podemos definir y ampliar el contexto actual en virtud a su constante transformación. Indicamos a continuación aquellos canales nacionales jerarquizados por temática y número de seguidores:

1. Gamers. Usuarios que crean contenido en relación al mundo del videojuego: trucos, consejos, fragmentos de partidas, etc. En nuestro país sus máximos exponentes son elrubiusOMG, Vegeta777 o Willyrex.
2. Belleza y cosmética. También denominados blogs en los que se recomiendan trucos y productos de belleza, así como de estilismo y tendencias de relacionadas con el mundo de la moda. En nuestro país destacan Isasaweis, Ratolina o Patry Jordán.

3. Música. Analistas de composiciones musicales, así como de formadores informales en didáctica musical. Destacan [Jaime Altozano](#) , [XandraGarsem](#) o [Raquel Eugenio](#) .

4. Vlogs sobre la vida cotidiana. De ámbito personal se hallan entre la socialización extrema en la red y la reflexión de temática heterogénea y diversificada. Las referencias nacionales en esta sección son [JPelirrojo](#) , [Wismichu](#) o [Melo](#).

5. Humor. Como plataforma de lanzamiento de humoristas, principalmente recogidos por portales televisivos como [Phi Beta Lambda](#) o [La vida moderna](#) .

La amplia variedad y especialización de youtubers genera modelos de comportamiento e interacción en la comunidad de usuarios que se extrapolan a otros ámbitos y temáticas en YouTube. El estilo con el que se crean nuevos contenidos, en cualquiera que sea su temática, se replica en las producciones de sus espectadores cuando éstos pasan del consumo a la producción de contenidos. La bidireccionalidad de autores y receptores de contenidos es una de las características que repercuten tanto cualitativa como cuantitativamente en los vídeos que se incorporan a diario en la red. Como modelos originales, los youtubers influyen en la concepción, diseño y difusión de los booktubers (Tomasena, 2019).

YouTube centrado en la Literatura y la promoción lectora: el efecto BookTube

Desde el preciso momento que los canales de YouTube se centran en ámbitos de promoción y difusión de la lectura se entra en el universo booktuber. Estos canales se erigen como comunidades de intercambio y construcción del conocimiento cultural a través del vídeo (Vizcaíno, Contreras, y Guzmán, 2019; Paterna, 2018; Sorensen y Mara, 2014). Los canales de booktubers se retroalimentan no sólo de las visitas directas al propio canal sino, como analizaremos posteriormente, de la presencia en distintas redes sociales (principalmente Instagram, Twitter y Facebook) que enlazan sus perfiles al propio canal de YouTube. Una completa definición del concepto booktuber nos conduce a la revisión que Carbajo (2014) analiza como:

Jóvenes, mayormente chicas adolescentes, se ponen delante de una cámara y hablan de los libros que leen. No es el típico haul vlogger que nos comenta inocentemente (o no) sus últimos delirios consumistas relacionados con la moda, la belleza o cualquier cachivache electrónico. Aunque el sistema y la forma de manifestarse ante la audiencia es el mismo, el objeto es diferente: hablamos de libros juveniles y de todo lo que rodea a los mismos. Es YouTube, una vez más, la

plataforma elegida para que jóvenes aficionados a la lectura, heridos por la letra, den rienda suelta a su pasión, a su fetichismo libresco, al placer incipiente del coleccionista de libros (Book Haul). Les gusta mostrar sus maravillosos libros baratos conseguidos en librerías de segunda mano. Nos hablan de los chollos que hay en Internet si queremos comprar buenos libros de aventuras, ciencia ficción o novela romántica.

El primer booktuber reconocido en España corrió a cargo de Javier Ruescas el 5 de febrero de 2010. No era su primera experiencia como crítico en la red, puesto que, en ese vídeo, titulado 5º Video Blog ([Los juegos del hambre](#)), se presenta una saga de reseñas, pero sí que es la primera que se crea en YouTube. Sólo un mes más tarde encontramos la segunda entrega a cargo de Fly like a Butterfly, con IMM Vlog/[Book Haul](#) marzo 2010, siendo la primera a cargo de una booktuber. Desde entonces, el número de usuarios, publicaciones y visualizaciones se ha incrementado exponencialmente gracias al desarrollo de dispositivos móviles y de las infraestructuras tecnológicas, hecho que ha favorecido que los usuarios de la red no sólo produzcan información sino que, además, produzca un conocimiento en lo que Siemens (2004, citado en Paterna, 2018) destaca en la teoría conectivista y que originan que el consumo en la red genere aprendizajes transversales entre que favorecen que:

- El aprendizaje y el conocimiento dependen de la diversidad de opiniones.
- El aprendizaje es un proceso de conectar nodos o fuentes de información especializados.
- El aprendizaje puede residir en dispositivos no humanos.
- La capacidad de saber más es más crítica que aquello que se sabe en un momento dado.
- La alimentación y mantenimiento de las conexiones es necesaria para facilitar el aprendizaje continuo.
- La habilidad de ver conexiones entre áreas, ideas y conceptos es una habilidad clave.
- La toma de decisiones es, en sí misma, un proceso de aprendizaje. El acto de escoger qué aprender y el significado de la información que se recibe, es visto a través del lente de una realidad cambiante.

Los booktubers, centrados en el mundo de la lectura y de la escritura, ya que muchos terminan como autores, profundizan en estas posibilidades de la conectividad (Tomasena, 2016). La potencialidad de la digitalización de los hábitos lectura es evidente como herramienta de

consolidación y ampliación del hecho lector, no como sustitutivo del concepto tradicional de lectura en soporte analógico. Para Lluch y Sánchez-García (2017), el rol que cumplen los soportes digitales es de vital importancia, pero entendiéndose como una expansión lógico-natural del lenguaje (y la comunicación) y no como amenaza de preservación de la lectura tradicional. Planteamientos similares en estudios previos realizados por investigadores en contextos colombianos (Vargas, 2018) y ecuatorianos (López, 2017) señalan la importancia del influjo de estos narradores mediáticos en sus espectadores creando así una sociología del productor y del espectador de vídeos (Ko y Wo, 2017).

El desarrollo de competencias transmedia favorece la integración de las académicas pero, también, la creación de un currículum multimodal paralelo que incide cualitativamente en la consolidación de hábitos y prácticas escolares de tradición analógica, como la lectura (Bañares y Rayón, 2019; Fajardo, Roa y Cervantes, 2020). Es por ello que YouTube se ha convertido en el escaparate ideal para la difusión de hábitos lectores entre los booktubers (Gutiérrez, Rey y Melo, 2018) donde:

La naturaleza dual de los contenidos de YouTube ha establecido la coexistencia de temas educativos y de entretenimiento, sin embargo, lo particular sobre esta plataforma es la creación de formatos narrativos específicos que guardan sus propios tonos y estéticas; sus discursos están orientados para ser simples, reconocibles y pragmáticos. Los usuarios acuden a YouTube mayoritariamente en busca de conocimiento práctico, aunque los asuntos académicos se han vuelto más frecuentes. (p. 98)

Las relaciones establecidas entre booktubers y espectadores se justifican como conexiones de interacción sociocultural entre ambos agentes comunicativos (Torralba Miralles, 2018; Quiles, 2020; Paladines-Paredes y Margallo, 2020). La afinidad social e intelectual entre booktuber y destinatarios deriva para Vizcaíno, Contreras y Guzmán, (2019) en una homofilia que genera el desarrollo de competencias comunicativas, interpretativas, reflexivas y evaluadoras del proceso lectoescriptor que se erige como modelo comunicativo multidimensional. Para Pérez, Pastor y Abarrou (2018) esta relación constituye la construcción identitaria de los espectadores al establecer vínculos empáticos con los emisores de los vídeos. Son vínculos que propician una interacción del conocimiento por medio de los documentos elaborados no sólo a través de éstos, sino también a partir de sus herramientas e instrumentos que propician una práctica efectiva en dicho proceso de socialización (Santos Sundstrom y Ernesto de

Moraes, 2019) en la constitución de una folksonomía entre usuarios de YouTube para la promoción y difusión de buenas prácticas lectoras.

Taxonomía del booktuber

De manera análoga a los youtubers, los booktubers protagonizan una serie de conductas en la producción de contenido en YouTube que permite establecer una taxonomía en la pragmática de sus canales. Los booktubers parten de la propia reflexión lectora para iniciar un proceso de recomendación y tendencias sobre hábitos lectores. A partir de análisis previos (Gómez, 2014; Bergé, 2018; Soto, 2015; Álvarez y Romero, 2018) nos permiten organizar el contenido de los booktubers en categorías claramente estructuradas por sus usuarios:

1. Reseñas literarias. Impresiones en primera persona de un título/s seleccionado, como el realizado por [@flylikeabutterfly](#) sobre *La ladrona de libros*, de Markus Zusak.
2. Books tag. Cuestionarios contestados a partir de un turno de preguntas, temáticas determinadas, opiniones del booktuber sobre una saga, etc. La interacción en esta categoría con las distintas RRSS origina una interacción multimodal, como podemos ver en 20 book tags de [@bicheandolibros](#).
3. IMM (In My Mailbox). Análisis de libros llegados recientemente al correo del autor. Normalmente se vinculan y/o publican posteriormente en las reseñas. Un ejemplo de IMM. Aunque inicialmente eran independientes de otras categorías, la tendencia actual los asocia en el mismo vídeo tanto a Book Haul y al Wrap up.
4. Book Haul: Repaso a las últimas adquisiciones del booktuber (compradas o regaladas), como la lista de reproducción de sus Book Haul de [@mayrayamonte](#).
5. Wrap up: selección de libros leídos, normalmente en el último mes hasta la grabación del vídeo, a cargo del booktuber, en el que se realiza un repaso con una breve sinopsis por pantalla, como el realizado por [@bicheandolibros](#) con las lecturas de agosto de 2019.
6. Bookself tour: recorrido por la estantería del booktuber con comentarios en off cuando el barrido se detiene en alguno de los ejemplares, como en el bookself de 2018 de [@andreorowling](#).
7. Screen Books o Book to Movie Adaptation: comentario de las adaptaciones cinematográficas de obras literarias, como las reflexiones de [@josudiamond](#) para las películas

que son mejores que sus libros.

8. Top Books: listados de libros seleccionados por etiquetas o franjas temporales bajo criterio del booktuber, como podemos comprobar en Los libros que más me han marcado de [@elcoleccionistademundos](#).

9. DYL Document Your Life: selección de vídeos de temática variada que tiene por objetivo mostrar la vida del booktuber en su vida cotidiana, relacionando (o no) contenidos con literatura, como la reflexión de [@librosdemaríaantonieta](#) con Booktube, la literatura basura y la lectura crítica.

10. Wishlist o lista de deseos o TBR (to be read): selección de libros pendientes por leer o que están en cola de lectura, como muestra [@isartvlog](#) con Libros pendientes y wishlist, ¿cómo me organizo?

11. Book Challenge. Retos entorno a la lectura y los lectores, como el reto The book spine sentence challenge (en español) de [@josudiamond](#).

12. Colaboraciones entre booktubers. En las que dos o más booktubers dialogan o interactúan alrededor de su pasión por la lectura, como Adivina el personaje literario, presentado por [@LittleRedRead](#) y [@Uka](#).

13. Retellings: tendencia en auge donde se presentan videos en los que se comenta un género en auge donde se vuelve a contar una historia clásica adaptada al mundo actual (Blanc, 2017), como el presentado por [@PatriciaBejaranoMartin](#) con Hablemos de retellings

14. Promoción de libros propios: algunos booktubers se han convertido en autores literarios y también emplean su canal para la promoción de sus propias novelas, como [@JavierRuescas](#) con Cuentos de Bereth: curiosidades + booktrailer.

Múltiples posibilidades para el fomento de la lectura que, además de satisfacer el ocio digital, proporcionan a los espectadores de los canales el sustento cultural del que adolece un amplio número de los canales en YouTube. La interacción metaliteraria originada fuera de los contextos escolares es, por descontado, una nueva fuente de creación intelectual que nutre significativamente al quehacer diario en las aulas (Rovira-Collado, 2016 y 2017; Scolari, 2018). El ecosistema booktuber constata el éxito de un modelo de comunicación (y educación) multimodal consolidado y en constante crecimiento. La creciente tendencia a aceptar como argumentos de valor los procedentes de referentes en las redes sociales (Weeks, Ardèvol y Gil de Zúñiga, 2017) augura que no nos hallamos frente a un proceso efímero,

sino ante el cambio del modelo de percepción y gestión de la información: el que combina ámbitos formales con ámbitos informales digitales al mismo nivel. Vizcaíno, Contreras, y Guzmán (2019) concretan este éxito en base a cinco características constitutivas de del aprendizaje booktuber: haciendo lo que gusta, resolviendo problemas, por imitación de referentes, mediante el perfeccionamiento del propio trabajo y a través de una epistemología a través de la cual se muestra y se recibe el conocimiento.

Objetivos e hipótesis

En este contexto, la presente investigación se marca como objetivos principales de análisis los siguientes puntos principales:

1. Identificar cuáles son los principales booktubers españoles que emplean el castellano como lengua vehicular de difusión en sus vídeos.
2. Analizar una posible relación entre el número de vídeos, cantidad de reproducciones y los suscriptores de cada canal.
3. Determinar la posible relevancia de la fecha de incorporación a YouTube con el número de reproducciones
4. Establecer la importancia de las redes sociales complementarias a los principales booktubers con las reproducciones y el número de seguidores.

MÉTODO

Para establecer el grado de relevancia de los vídeos en YouTube de los principales veinte *booktubers* españoles se establece el análisis a partir de las variables correspondientes al número de reproducciones y de sus suscriptores (Pérez, Pastor y Abarrou, 2018). El objetivo de estudio se estudia por medio del análisis del contenido señalado (Martin, 1995), estrategia ya empleada en estudios previos que analizan el comportamiento y contenido en *YouTube* (Aznar et al, 2019; Paladines-Paredes y Margallo, 2020; Cortés, 2018; Domínguez, 2016; Montes, García y Menor, 2018). El análisis objetivo y sistemático (Hernández, Fernández y Baptista, 2016) permite su análisis y estudio de forma pormenorizada.

Objeto de estudio (OE)

Una vez contextualizada la presente investigación, complementada por la revisión bibliográfica pertinente, el presente estudio pretende identificar qué patrón siguen los booktubers españoles de éxito que fomentan la lectura a través de su praxis. Los objetos de estudio son los veinte

booktubers de mayor relevancia para el público, situando el punto de partida en aquellos canales con más de 1.000.000 de visualizaciones y más de 20.000 suscriptores a fecha de octubre de 2019. Estudios previos en relación al análisis de la producción de usuarios en YouTube (Burgess y Green, 2009; Jarosh et al., 2016; Berzosa, 2017; Aznar et al., 2019) inciden en la relevancia de una discriminación de objetos de estudio a partir de la discriminación de los mismos a partir de una selección previa. El conjunto de datos obtenidos como la observación de los mismos en el estudio de casos (Martin, 1995; Colle, 2011), permiten su replicabilidad en futuros estudios en la misma línea y en las nuevas que pudieran surgir por la propia idiosincrasia creativa en expansión de YouTube.

Una vez delimitados los usuarios objeto de estudio (OE) se analizan distintas variables para proceder a su interpretación. Por un lado, variables recogidas en estudios previos (Frígola, Palomo y Maca, 2015; Montes, García y Menor, 2018; Aznar et al., 2019) como la fecha de incorporación a YouTube (V1), número de vídeos (V2), número de suscriptores (V3) y número de visualizaciones (V4) junto con otras variables que consideramos relevantes como número de suscriptores en distintas redes sociales como Instagram (V5), Facebook (V6) y Twitter (V7) que nos proporcionan una visión más global de la incidencia de los vídeos y de la actividad de sus usuarios respecto a YouTube.

Resultados y análisis

Los veinte booktubers que configuran la muestra proporcionan una visión en la tendencia de crecimiento de este sector de youtubers a nivel nacional. De los 20 usuarios analizados, el 25% son de género masculino (n=5) frente al mayoritario 75% conformado por usuarias de género femenino (n=15). La muestra de los 20 objetos de estudio está conformada por:

1. Javier Ruescas: (Madrid, 1987).
2. Josu Diamond: Canal de Josu Lorenzo Grill (1996).
3. El coleccionista de Mundos: Canal de Sebastián García Mouret (Oviedo, 1996).
4. Andreo Rowling: Canal de Andrea Izquierdo Fernández (Zaragoza, 1995).
5. Fly like a butterfly: Canal de Esmeralda Verdú Mínguez (Almansa, 1991).
6. May R. Ayamonte: Canal de May R. Ayamonte (Huelva, 1996).
7. Geek Furioso de la Literatura: Canal de Lucio

Varcenilla (Palencia, 1994).

8. MartitaraBookVlogs: Canal de Marta Álvarez (Zaragoza, 1994).
9. Bicheando Libros: Canal de Paola Boutellier (Málaga, 1993).
10. Raquel Bookish: Canal de Raquel Brune (Madrid, 1994).
11. Nube de Palabras: Canal de Sara Cantador, Uka (Madrid, 1993).
12. Libros de María Antonieta.
13. Little Red Read: Canal de Patricia García Ferrer (Zaragoza, 1990).
14. Iris Grimm: Canal de Iris Roig.
15. Patricia Bejarano Martín.
16. Never be hopeless.
17. Vanfunfun: Canal de Nacho Iribarnegaray García (Málaga, 1982).
18. Magrat Ajostiernos: Canal de Almudena Cardeñoso Viña (1982).
19. Iris de Asomo: Canal de Vanessa R. Migliore.
20. Los libros de Vani: Canal de Vanina Rodríguez.

Inicialmente todos los *booktubers* analizados destacan por situarse entre la los 25 y los 40 años, si bien no todos los autores proporcionan sus datos biográficos en abierto. Atendiendo a la fecha de incorporación a *YouTube* (V1), número de vídeos (V2), número de suscriptores (V3) y número de visualizaciones (V4) destacamos unos valores medios de 7,16 años de presencia en *YouTube*, 274 vídeos, 100.960 suscriptores y 6.912.308 reproducciones. Datos que surgen a partir de los recogidos en la Tabla 1:

“...el presente estudio pretende identificar qué patrón siguen los booktubers españoles de éxito que fomentan la lectura a través de su praxis. Los objetos de estudio son los veinte booktubers de mayor relevancia para el público, situando el punto de partida en aquellos canales con más de 1.000.000 de visualizaciones y más de 20.000 suscriptores a fecha de octubre de 2019.”

Tabla 1. Relación de canales con las variables V1, V2, V3 y V4

Canal de booktuber	Incorporación	Videos	Suscriptores	Visualizaciones
Javier Ruescas	6/1/10	421	288.000	22.550.144
Josu Diamond	12/6/10	564	192.000	13.366.270
El coleccionista de mundos	1/9/12	225	249.000	12.388.429
Andreo Rowling	14/10/12	294	164.000	11.511.144
Fly like a butterfly	25/3/10	273	184.000	10.282.894
May R. Ayamonte	5/6/11	463	121.000	9.807.692
Geek Furioso de la Literatura	25/6/14	125	84.500	9.459.178
MartitaraBookVlogs	10/11/13	271	81.000	5.306.321
Bicheando Libros	10/3/15	283	96.300	4.686.196
Raquel Bookish	10/1/16	214	99.000	4.390.142
Nube de Palabras	8/1/12	321	85.200	4.128.269
Libros de María Antonieta	15/8/11	169	69.100	4.053.930
Little Red Read	6/7/12	477	52.000	3.336.896
Iris Grimm	28/6/16	151	65.300	2.605.643
Patricia Bejarano Martín	17/10/13	362	36.100	2.227.938
Never be hopeless	26/9/13	194	45.500	1.916.745
Vanfunfun	28/12/05	224	34.800	1.862.183
Magrat Ajostiernos	26/7/12	211	20.500	1.453.082
Iris de Asomo	8/12/11	196	29.100	1.310.736
Los libros de Vani	9/1/15	38	22.800	1.092.977

Tabla 1. Relación de canales y principales variables de los *booktubers* de referencia en España**Tabla 2.** Comparativa del número de suscriptores de las RRSS de los OE

Canal de booktuber	YouTube		Instagram		Facebook		Twitter	
	Suscriptores	Seguidores	%	Seguidores	%	Seguidores	%	
Javier Ruescas	288.000	98.800	34,31	32.458	11,27	79.700	27,67	
Josu Diamond	192.000	42.000	21,88	2.440	1,27	25.600	13,33	
El coleccionista de mundos	249.000	76.200	30,60	25.499	10,24	66.200	26,59	
Andreo Rowling	164.000	62.000	37,80	11.532	7,03	36.200	22,07	
Fly like a butterfly	184.000	26.800	14,57	14.613	7,94	27.200	14,78	
May R. Ayamonte	121.000	35.300	29,17	5.427	4,49	27.100	22,40	
Geek Furioso de la Literatura	84.500	1.096	1,30	---	0,00	26.600	31,48	
MartitaraBookVlogs	81.000	13.500	16,67	---	0,00	12.900	15,93	
Bicheando Libros	96.300	19.300	20,04	1.585	1,65	2.686	2,79	
Raquel Bookish	99.000	48.900	49,39	1.375	1,39	5.632	5,69	
Nube de Palabras	85.200	20.000	23,47	6.699	7,86	20.900	24,53	
Libros de María Antonieta	69.100	13.100	18,96	---	0,00	831	1,20	
Little Red Read	52.000	22.100	42,50	2.906	5,59	17.500	33,65	
Iris Grimm	65.300	20.400	31,24	---	0,00	1.549	2,37	
Patricia Bejarano Martín	36.100	34.800	96,40	1.130	3,13	4.572	12,66	
Never be hopeless	45.500	6.100	13,41	6.044	13,28	12.300	27,03	
Vanfunfun	34.800	21.229	61,00	1.568	4,51	9.167	26,34	
Magrat Ajostiernos	20.500	5.692	27,77	1.756	8,57	4.006	19,54	
Iris de Asomo	29.100	26.500	91,07	4.459	15,32	32.300	111,00	
Los libros de Vani	22.800	---	0,00	---	0,00	1.032	4,53	

Por lo que respecta al análisis del número de suscriptores en YouTube (V3) y la comparación con los seguidores en las tres principales redes sociales, (V5, V6, V7) se analiza el porcentaje de usuarios cada red en comparación con el del canal de YouTube. El cómputo de totales refleja una disposición desigual entre el papel relevante de cada una de las cuatro redes. El total de suscriptores en YouTube (V3) es de 2.019.200 (con una media de 100.960); en Instagram (V5), 593.817 (un 31.25% sobre el total de V3); en Facebook (V6), 119.491 seguidores (un 7.96% sobre el total de V3) y en Twitter (V7), 413.975 (un 20.69% sobre el total de V3). El total de los datos que figuran en la Tabla 2 confirma a YouTube como preferencia de uso para los OE. Instagram, otra red de componente visual, es la segunda opción, como red en auge. En cambio, Facebook y Twitter se confirman como opciones alternativas no prioritarias para la promoción de los vídeos. Un criterio cualitativo que otorga YouTube a sus usuarios es el del proceso de autenticación y verificación. De los 20 booktubers, el 30% (n=6) ha sido verificado, coincidiendo con los únicos usuarios con más de 100.000 suscriptores y que, a su vez, son los únicos que también reciben este reconocimiento por parte del resto de redes, salvo Facebook, quien no verifica a ninguno de los usuarios. El uso de las redes para la difusión de los vídeos de YouTube también arroja una tendencia de uso relevante: Instagram, otra red de uso mayoritariamente audiovisual, se erige como la red social complementaria de mayor éxito, con un promedio de uso del 32,98% sobre el total de suscriptores. Entre las redes sociales de base textual, Twitter muestra promedios ligeramente inferiores a Instagram, 22,28%, pero muy superiores a Facebook, quien es la red menos empleada y con menor número de usuarios entre los suscriptores, con un 5,18%.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

No cabe duda que la irrupción de booktubers supone una de las mayores contribuciones a la promoción de la lectura entre los jóvenes lectores (y no lectores) de la sociedad del siglo XXI. El escaparate que ofrece YouTube como marco de interacción cultural trasciende el ya relevante espacio tecnológico, puesto que se consolida un modelo de intercambio semiótico global.

El nuevo marco de promoción de la lectura no exime a los modelos tradicionales, pero ha hallado en la creciente demanda y expansión del marco digital un nuevo

ecosistema para abrir puertas a cambios en la conducta de los adolescentes. Como manifiestan Vizcaíno, Contreras y Guzmán (2019) así como Lluch (2019), no se trata de dónde se produce la interacción semiótica, sino que establece en el qué, el cómo y el para qué se habla de libros una auténtica regeneración del discurso lector. Seis de los veinte OE pueden ser considerados como los booktubers de referencia dentro del panorama nacional: Javier Ruescas, Josu Diamond, El coleccionista de mundos, Andreo Rowling, Fly like a butterfly y Mar R. Ayamonte. Tanto por su número de suscriptores como por el de visualizaciones, son la referencia para los creadores de contenido como para los consumidores del mismo. Su presencia consolidada en YouTube los sitúa como estandartes de un movimiento de nuevos booktubers que utilizan YouTube como punto de replicabilidad en otras fuentes de difusión, con especial hincapié en Instagram y Twitter. La volatilidad de la información en la red no es una amenaza para estas prácticas comunicativas, como ya afirman Weeks, Ardèvol y Gil de Zúñiga (2017). La conquista tecnológica de la lectura es un hecho consolidado que estará expuesta a cambios en el formato o tendencias de uso, pero no en desaparecer de la misma.

La irrupción de nuevas apps sociales como Tik-Tok hace necesaria una revisión de los principales factores de consumo (y detracción) de los usuarios de estas redes. Feng, Chen y Wu (2019) identifican los principales factores por los cuales se produce la afinidad hacia una red social: el factor emocional, el interactivo y el emocional. Estos constituyen la base de crecimiento sobre la que asentar la expansión de los procesos de fomento de la lectura en ambientes digitales. Habrá que valorar en futuros estudios si la convivencia de diferentes redes sociales (Rovira-Collado, y Mateo-Guillén, 2019) que tienen en el vídeo su fuente de éxito, generan hábitos y procedimientos semejantes o diferenciados por las características de la propia red. La convivencia entre promoción digital de la lectura y escuela también ofrece múltiples posibilidades de prospectiva investigadora, puesto que la lectura en el entorno escolar debe aprovechar la coyuntura y sinergias creadas en la red (Quiles, 2020) a fin de mejorar uno de los talones de Aquiles del actual sistema educativo.

“La volatilidad de la información en la red no es una amenaza ...”



Investigaciones Sobre Lectura (ISL) | 2021

Contribuciones de los autores: Conceptualización, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; metodología, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; software, no procede; validación, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; análisis formal, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; investigación, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; recursos, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; curación de datos, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; redacción — preparación del borrador original, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; redacción — revisión y edición, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; visualización, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; supervisión, H.O.-J., S.G.-P., y R.C.-J.; administración de proyectos, R.C.-J.. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito.

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Agradecimientos: Esta investigación está dentro del proyecto: Innovación epistémica de un modelo de comentario argumentativo de textos multimodales en la enseñanza del español como lengua materna y extranjera (PGC2018-101457-B-I00-IARCO).

REFERENCIAS

- Álvarez Ramos, E., Romero Oliva, M. F. (2018). Epitextos milénicos en la promoción lectora: morfologías multimedia de la era digital. *Letral*, 20, pp. 71-85. <http://hdl.handle.net/10481/59116>
- Aznar-Díaz, I, Trujillo-Torres, J. M., Romero Rodríguez, J.M., y Campos-Soto, M. N. (2019). Generación Niños YouTubers: análisis de los canales YouTube de los nuevos fenómenos infantiles. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 56, pp. 113-128. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i56.06>
- Bañares-Marivela, E., y Rayón-Rumayor, L. (2019). Multimodal narrative texts, creativity, and English teaching as a foreign language. In B. Christiansen y E. Turkina (Eds.), *Advances in linguistics and communication studies (ALCS). Applied psycholinguistics and multilingual cognition in human creativity* (pp. 103-123). Information Science Reference/IGI Global. <http://dx.doi.org/10.4018/978-1-5225-6992-3.ch005>
- Bergé, G. (2018). *¿Qué leen los jóvenes? Los booktubers como prescriptores de literatura juvenil* [Trabajo fin de Máster, Universitat Oberta de Catalunya] <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/83108/6/gbergeTFM0618memoria.pdf>
- Berzosa, M. (2017). *Youtuber y otras especies: El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Ariel-Fundación Telefónica. <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/581/>
- Blanc, N. (30 agosto, 2017). El fenómeno del retelling: el desafío de volver a contar historias clásicas. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/cultura/el-fenomeno-del-retelling-el-desafio-de-volver-a-contar-historias-clasicas-nid2057800>
- Burgess, Jean y Green, Joshua. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Polity Press.
- Calvo, V. (2018). Los blogs de los docentes que promocionan la lectura. Modelos de buenas prácticas. En G. Lluch (ed.), *Claves para promocionar la lectura en la red* (pp. 114-129). Síntesis
- Carbajo, S. (2014). BookTubers o la pasión por los libros. En *Toyoutome* <https://goo.gl/6xfHnh>
- Colle, R. (2011). El análisis de contenido de las comunicaciones. Tenerife, *Sociedad Latina de Comunicación Social*. http://cuadernosartesanos.org/067/cuadernos/11_Colle_interior.pdf
- Cortés Vargas, J. H. (2018). *El fenómeno booktuber y los nuevos tipos de lecturas que se están promocionando* [Trabajo fin de máster, Universidad Francisco José de Caldas, Colombia]. <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/8835/1/CortesVargasJhonHernando2018.pdf>
- Domínguez, B. (2016). *Análisis del fenómeno BookTube en España* [Trabajo fin de máster, Universitat Politècnica de València]. Handle: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/75319/DOM%20C3%8DNGUEZ%20-%20An%20C3%A1lisis%20de%20fen%20C3%B3meno%20de%20BookTube%20en%20Espa%20C3%B1a.pdf?sequence=3>
- Espinel, R. (16 julio 2018). 7 datos sobre el consumo de Youtube en España. *Produccionaudiovisual.com*. <https://produccionaudiovisual.com/produccion-video-digital/consumo-youtube-en-espana/>
- Esteve, A. (2018). Los blogs especializados en la lectura. En G. Lluch (ed.), *Claves para promocionar la lectura en la red* (pp. 35-45). Síntesis.
- Fajardo Pascagaza, E., Roa Rodríguez, C. A. y Cervantes Estrada, L. C. (2020). Complejizar la competencia en lenguaje, un terreno de transición entre lo lingüístico y lo multimodal. *Revista Redipe*, 9(4), pp.137-52. <https://doi.org/10.36260/rbr.v9i4.954>
- Hernández, J., Sánchez, P., Rovira-Collado, J. (2021). Nuevos ecosistemas transmedia para la promoción de la lectura en la era de los booktubers. *Investigaciones Sobre Lectura*, (15), 23-45.

- Feng, Y.L., Chen, C. C. y Wu, S. M. (2019). Evaluation of Charm Factors of Short Video User Experience using FAHP – A Case Study of Tik Tok APP. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 688. <http://doi.org/10.1088/1757-899X/688/5/055068>
- Gómez Ruiz, C. (2014). Youtubers: fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la construcción de identidad adolescente [Trabajo fin de máster, Universidad de Cantabria]. <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/4901>
- Gutiérrez, E., Rey, E., y Melo, L. (2018). Youtube. En C. A. Scolari (Ed.), *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula* (pp. 94-98). Universitat Pompeu Fabra. http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_Teens_es.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2016). *Metodología de la investigación* (6ª edición). McGraw-Hill – Interamericana de México.
- Instituto Nacional de Estadística (2018). Población que usa internet. *INE*. https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ESyc=INESeccion_Cycid=1259925528782yp=1254735110672ypagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout
- Jiménez-Pérez, E., García, P., Cantero, A. (2017). Booktubers como influencers literarios: una herramienta en las aulas para el hábito lector y la competencia lectora. *ICAD*, 2, 1-9
- Ko, H.C. y Wu, W.N. (2017). Exploring the Determinants of Viewers' Loyalty toward Beauty YouTubers: A Parasocial Interaction Perspective. *Proceedings of 2017 International Conference on Education and Multimedia Technology*, pp. 81-86. <https://doi.org/10.1145/3124116.3124130>
- Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos: Revista De Estudios Sobre Lectura*, (11), pp. 7-20. https://doi.org/10.18239/ocnos_2014.11.01
- Lluch, G. (2019). Els booktubers en català. Un constructe virtual?, *Zeitschrift für Katalanistik*(32), pp. 33-46. http://www.romanistik.uni-freiburg.de/pusch/zfk/32/06_Lluch.pdf
- Lluch, G. y Sánchez-García, S. (2017). La promoción de la lectura: un análisis crítico de los artículos de investigación, *Revista Española de Documentación Científica*, 40 (4). <http://dx.doi.org/10.3989/redc.2017.4.1450>
- López López, M. L. (2017). Booktubers y Literatura, *Revista Publicando*, 4(13), pp. 963-974. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/980/pdf_722
- Martín, M. (1995). El análisis de contenido en la investigación sobre comunicación. *Periodística*, 8, pp. 67-74.
- Montes, M., García, A. y Menor, J. (2018). Los vídeos de los adolescentes en YouTube: Características y vulnerabilidades digitales. *Comunicar*, 54, pp. 61-69 <https://doi.org/10.3916/C54-2018-06>
- Osses, S. L. y Valderrama, C. E. (2016). Producción de sentidos en medios comunitarios. Hacia la construcción de una Red Colaborativa, *Nómadas*, 49, pp. 269-272. <https://dx.doi.org/10.30578/nomadas.n49a16>
- Paladines-Paredes, L-V., y Margallo, A.-M. (2020). Los canales booktuber como espacio de socialización de prácticas lectoras juveniles. *Ocnos*, 19(1), pp. 55-67. https://doi.org/10.18239/ocnos_2020.19.1.1975
- Paterna Roda, A. (2018). La comunidad Booktube como propuesta para trabajar la animación a la lectura. En E. López-Meneses, D. Cobos Sanchiz, A. H. Martín Padilla, L. Molina García, y A. Jaén Martínez (Eds.), *Experiencias pedagógicas e innovación educativa: Aportaciones desde la praxis docente e investigadora* (pp. 987-998). Octaedro. <http://hdl.handle.net/10433/6411>
- Pérez, V., Pastor, Y., y Abarrou, S. (2018). Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente. *Comunicar*, 26(55), pp. 61-70 <https://doi.org/10.3916/C55-2018-06>

Hernández, J., Sánchez, P., Rovira-Collado, J. (2021). Nuevos ecosistemas transmedia para la promoción de la lectura en la era de los booktubers. *Investigaciones Sobre Lectura*, (15), 23-45.

- Quiles, M. C. (2020). Textos poéticos y jóvenes lectores en la era de internet: de “Booktubers”, “bookstagrammers” y “followers”, *Contextos educativos*, 25, pp. 9-24. <http://doi.org/10.18172/con.4260>
- Rovira-Collado, J. (2017) Booktrailer y Booktuber como herramientas LIJ 2.0 para el desarrollo del hábito lector, *Investigaciones Sobre Lectura*, 7, 55-72. <https://www.compensionlectora.es/revistaisl/index.php/revistaISL/issue/view/12>
- Rovira Collado, J. (2016). Del blog de LIJ 2.0 al Booktuber en la promoción del hábito lector. *Resed. Revista de estudios socioeducativos*, 4, 37-51. <http://hdl.handle.net/10498/18939>
- Rovira-Collado, J. y Mateo-Guillén, C. (2019). Social networks for Reading as a new Literary Training Space. *Current Perspectives on Literary Reading*. (pp.19-34), John Benjamins Publishing Company
- Santos Sundstrom, A., Ernesto de Moraes, J. B. (2019). Bookshelf tour: the categorization of knowledge from the collective discourse of booktubers. *Em Questao*. Universidade Federal Rio Grande Sul, 25(2), pp. 13-38. <http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245252.13-38>
- Scolari, C. (2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. Ce.Ge. http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_Teens_es.pdf
- Sorensen, K., y Mara, A. (2014). BookTubers as a Networked Knowledge Community. En M. Limbu, y B. Gurung (Eds.), *Emerging Pedagogies in the Networked Knowledge Society: Practices Integrating Social Media and Globalization* (pp. 87-99). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4757-2.ch004>
- Soto Helguera, L. A. (13 abril, 2015). Breve diccionario de nuevos términos para lectores despistados, *Revistababar.com*. <http://revistababar.com/wp/breve-diccionario-nuevos-terminos-lectores-despistados/>
- Tomasena Glennie, J. M. (2016). *Los videoblogueros literarios (booktubers): entre la cultura participativa y la cultura de la conectividad*. [Trabajo fin de máster, Universitat Pompeu Fabra]. <http://hdl.handle.net/10230/27963>
- Tomasena, J.M. (2019). Negotiating Collaborations: BookTubers, The Publishing Industry, and YouTube’s Ecosystem. *Social Media + Society* 1–12 <https://doi.org/10.1177/2056305119894004>
- Torralba Miralles, G. (2018). Los futuros maestros se convierten en booktubers. Una práctica de fomento lector en el Grado en Maestro de Educación Primaria. *Lenguaje y Textos*, 47, pp. 13-24. <https://doi.org/10.4995/lyt.2018.7986>
- Vizcaíno, A., Contreras, P., y Guzmán, M. D. (2019). Reading and informal learning trends on Youtube: The booktuber. *Comunicar*, 27(59), pp. 93-101. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-09>
- We are social* (2020). Digital in 2020 España, *Wearesocial.com*. <https://wearesocial.com/es/digital-2020-espana>
- Weeks, B., Ardèvol, A., y Gil de Zúñiga, H. (2017). Online influence? Social Media use, opinion, leadership, and political persuasion. *International Journal of Public Opinion Research*, 29(2), pp. 214-239. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edv050>
- Yarosh, S., Bonsignore, E., McRoberts, S., y Peyton, T. (2016). YouthTube: Youth video authorship on YouTube and Vine. Proceedings of the ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work, 24, pp. 1423-1437. <https://doi.org/10.1145/2818048.2819961>

Hernández, J., Sánchez, P., Rovira-Collado, J. (2021). Nuevos ecosistemas transmedia para la promoción de la lectura en la era de los booktubers. *Investigaciones Sobre Lectura*, (15), 23-45.