



Lectura y aprendizaje informal en YouTube: El booktuber

Reading and informal learning trends on YouTube:
The booktuber

-  Arantxa Vizcaíno-Verdú es Investigadora en Comunicación del Grupo Ágora de la Universidad de Huelva (España) (arantxavizcaino@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0001-9399-2077>)
-  Dra. Paloma Contreras-Pulido es Profesora Contratada Doctora del Departamento de Educación de la Universidad Internacional de la Rioja en Madrid (España) (paloma.contreras@unir.net) (<https://orcid.org/0000-0002-6206-7820>)
-  Dra. María-Dolores Guzmán-Franco es Profesora Titular del Departamento de Pedagogía de la Universidad de Huelva (España) (maria.guzman@dedu.uhu.es) (<https://orcid.org/0000-0002-1170-3014>)

RESUMEN

La era digital ha perpetuado nuevas pedagogías de participación colectiva en red que requieren una reflexión en el área educativa, en tanto que YouTube, como plataforma audiovisual de sobresaliente reconocimiento, concentra un extenso repertorio de prácticas de aprendizaje informal y juvenil. En este caso, la investigación se centra en una forma de expresión literaria impulsada por la comunidad Booktube, que se dedica a la recomendación de libros y al fomento de la lectura focalizando sus mensajes a través del formato videoblog. Dicha vertiente, estrechamente popularizada en la plataforma, nos permite profundizar en nuevas prácticas juveniles fuera del aula que remiten a la promoción de libros y a la expresión crítica y juiciosa sobre aspectos relacionados con el contenido, los formatos, los géneros y los autores en un contexto auspiciado por la ecología mediática. Con el objetivo de profundizar en los motivos por los que la juventud lee actualmente, desarrollamos una revisión bibliográfica a partir del alfabetismo transmedia evaluando las competencias narrativas y estéticas, y aplicamos un análisis de contenidos mediante un estudio de caso que recoge los canales de dos booktubers españoles con amplia repercusión y comunidad: Javier Ruescas y Fly like a Butterfly. Los resultados atisban un espacio de afinidad ligado a la opinión entre pares que promueve la lectura y escritura, y a la capacidad para interpretar, describir, comparar y reflexionar sobre el contexto literario.

ABSTRACT

The digital era has perpetuated new pedagogies of collective participation in networks that requires reflection in the conventional education area, because of YouTube, as audiovisual platform of outstanding international recognition, concentrates an extensive repertoire of informal learning practices among young people. In this case, the research focuses on a form of literary expression driven by the new Booktube community, which is dedicated to the recommendation of books and the promotion of reading by focusing their messages through the videoblog format. This aspect, closely popularized in the platform, allow us to deepen new youth practices outside classroom that refer to the promotion of books and critical and judicious expression on aspects related to content, formats, genres and authors in a context supported by the media ecology. In order to deepen the reasons why youth reads currently, we developed a literature review starting with the transmedia literacy concept evaluating narrative and aesthetic competences and applying a content analysis and a case study that collects channels of two Spanish booktubers with high impact and community: Javier Ruescas and Fly like a Butterfly. Results discern an affinity space linked to the opinion of peers that promotes reading and writing, and the ability to interpret, describe, compare and reflect about the literary context.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Alfabetismo transmedia, YouTube, aprendizaje informal, competencias mediáticas, redes sociales, libros, cultura participativa, jóvenes. Transmedia literacy, YouTube, informal learning, media literacy, social networks, books, participative culture, young people.



1. Introducción y estado de la cuestión

El ciberespacio y la era digital han perpetuado nuevas pedagogías colectivas construidas sobre la reorganización de los hábitos y costumbres sociales en un contexto económico colaborativo protagonizado por Internet, la conexión entre redes y recursos, la interacción, y la apertura e inclusión social (Del-Fresno-García, 2011). Este entorno ha supuesto una globalización de la participación entre usuarios que modifican su condición para convertirse en coautores y prosumidores (productores y consumidores) de nuevos productos mediáticos y educativos (Benassini-Felix, 2014; Scolari, 2016). Profundizando en esta reflexión, el desarrollo de Internet y las comunicaciones digitales permiten circular una amplia diversidad de contenidos a través de diferentes medios, lo que permite conformar un patrón híbrido de tráfico vertical (de arriba abajo y de abajo arriba) que trabaja de forma participativa y desordenada a partir de decisiones individuales y comunales (Islas, 2009; Jenkins, Ford & Green, 2015). Estos procedimientos manifiestan la visibilidad de nuevas identidades entregadas a la creación, modificación y redistribución cíclica de contenidos que se extienden a lo largo de la cultura participativa como nuevo escenario de convergencia mediática (Jenkins, 2008). Este marco se asienta, además, sobre prácticas amateur y autodidácticas que desvelan nuevos entresijos comunicacionales, sociales y educativos (Skripцова, 2017), eliminando las barreras de expresión cívica, artística y creativa: ejercicios de mentoría informal fundamentados en la transmisión de experiencias y conocimientos entre iguales.

Así, la celebrada reputación de la red audiovisual YouTube, genera «un incalculable número de comunidades en función de ilimitados tipos de intereses en las que se desarrollan infinitas formas de relaciones sociales» (Bautista-Sancho, 2012: 124). Se trata de relaciones y contenidos que la Web 2.0 ha amplificado de forma paralela a las habilidades de las personas, incorporando gradualmente estos sistemas a la vida cotidiana.

Las comunidades online cuentan con agentes activos (jóvenes) que aportan información y propician nuevos canales de comunicación empoderada y democrática (Arriaga, Marcellán-Baraze, & González-Vida, 2016; García-Galera, Fernández-Muñoz, & Del Hoyo-Hurtado, 2017), de cuyos vínculos se evidencia la apropiación como recurso de aprendizaje colaborativo y como configuración identitaria (Ito & al., 2008; Livingstone, 2008).

A partir de esto, el estudio pretende profundizar en el fenómeno Booktube de YouTube: una agrupación de canales literarios en la que los autodenominados youtubers (booktubers) comparten gustos e intereses por la lectura con sus seguidores (Monteblanco, 2015). La finalidad última es, por tanto, indagar en los motivos por los que se producen estas relaciones tomando como eje de partida dos celebridades en la comunidad hispanohablante: los lectores y escritores Javier Ruescas¹ y Fly like a Butterfly².

1.1. Convergencia cultural en YouTube

La convergencia mediática, en su proceso globalizador, se ha visto reforzada por una evolución constante del papel que interpretan las personas con y para los medios, así como para la industria cultural. En virtud de este panorama, la concepción primitiva asignada bajo el halo de la pasividad ha transformado a los individuos en «participantes activos de la creación de nuevas versiones de la historia» (Miranda-Galbe & Figuero-Espadas, 2016: 121) que buscan información, transmiten inquietudes y producen relatos. Configuran un modelo de audiencia que responde, según García-Orosa (2018), a nuevos rasgos: la recepción explícita; la conversión cliente-participante; la inscripción en un entorno cibermediático; y la integración y disolución del usuario en comunidades. Es decir, «la gente toma varias decisiones activas cuando comparten contenido» (Jenkins, 2008: 41) a través de medios digitales que gestionan el yo contemporáneo con amplitud de opciones informativas, comunicacionales y de entretenimiento (Fernández-Rodríguez & Gutiérrez-Pequeño, 2017).

Las audiencias activas del broadcasting alteran su participación y progresan como audiencia creativa yendo «más allá del consumo tradicional» (Scolari, 2013: 49), y desencadenando una sucesión de producciones económico-culturales a lo largo de la historia. De estas nacen nuevas generaciones adaptadas y asociadas a la tecnología: los nativos digitales, la generación milenaria, la generación gamer o los aprendices del nuevo milenio, que enfatizan las brechas generacionales en cuanto aptitudes tecnológicas y personales se refiere (Matamala-Riquelme, 2016), y que dirigen sus intereses hacia formas innovadoras de expresión creativa y digital: blogging, microblogging o videoblogging.

Este epítome de producción y prosumo juvenil se acentúa con la llegada de YouTube en 2005 y su consecuente adquisición por el gigante norteamericano Google en 2006, situando a la plataforma como el segundo sitio web con mayor tráfico a nivel mundial (Alexa Traffic Statistics, 2018). Un éxito que no solo se refleja en la motivación económica de sus usuarios, los youtubers (Lange, 2007), sino en la amplitud de contenidos mediáticos subidos hora tras hora y la mediación como plataforma de expresión personal (Scolari, 2018).

En YouTube los jóvenes pasan a difundir ideas, creencias y costumbres por medio de la hibridación cultural y la contienda contra la homogeneidad, en un espacio de afinidad que, como indica Gee (2012), se corresponde con aquel lugar o conjunto de lugares informales en el que unas personas se afilian a otras sin compartir una misma base cultural, racial, étnica, etc. Es decir, basan sus relaciones en actividades, intereses y objetivos comunes.

Diversos autores sostienen que la plataforma se ha convertido en un recurso estimulante que dispensa seguridad suficiente a estos usuarios para promover opiniones y fomentar la creatividad desde diferentes perspectivas, así como para establecer una interacción para-social que revela la influencia inherente entre unos y otros (Lee & Watkins, 2016). Aquí, los youtubers, como autoridades fidedignas (Pastor-Ruiz & Abarrou-Ben-Boubaker, 2018), plantean relaciones de atracción

con sus seguidores a nivel físico, psíquico y homofílico (atracción entre homónimos respecto de sus creencias, gustos, etc.) (Rubin, Perse, & Powel, 1985; Eval & Rubin, 2003). Se trata, por ende, de una moneda de cambio que vincula comentarios entre pares; acrecienta las destrezas sociales, emocionales y cognitivas (Tan & Pearce, 2011); y posibilita la expresión, el aprendizaje informal y la construcción de identidades.

En otro orden de cosas, YouTube se acomoda como fuente de entretenimiento y discusión, pero también como escenario de «capacidades

archivísticas y dinámicas sociales» que «han provocado la emergencia de ejercicios más proactivos» (Scolari, 2018: 95). Se presenta así un punto de partida vital para los videoblogs (vlogs), modelos de comunicación en red que responden a un formato único: el monólogo asincrónico y multimodal filmado ante cámara que se adapta y publica en la red dirigiéndose a un público delimitado (Frobenius, 2014).

Los casos analizados, aunque restringidos, muestran amplias capacidades en el ámbito interpretativo, descriptivo, comparativo, reflexivo y aprovechable transmedia, donde la última palabra la tienen no solo los booktubers, sino sus seguidores. Así, iniciamos un primer contacto a fin de descubrir de dónde surge el interés por los libros, la lectura y la escritura juvenil que, primeramente, parece ir asociada a la afinidad espacial, y ligada a una opinión compartida entre pares, pública y social, traspasando las fronteras de lo monomediáticamente preestablecido.

1.2. Aprendizaje informal y alfabetismo transmedia en Booktube

Partiendo de este contexto, Jenkins (2006) dirigía hacia más de una década un estudio sobre nuevas alfabetizaciones (Area & Pessoa, 2012), que implicaban tanto competencias sociales como colaborativas, fundamentadas en la cultura participativa y en la alfabetización tradicional y académica. Una noción que partía del alfabetismo clásico: iletrado, lectoescritor, formal y lingüístico; pasando por el reconocido alfabetismo mediático: multimodal, consumidor, crítico y formal (Caldeiro-Pedreira & Aguaded, 2017; Gutiérrez-Martín & Tyner, 2012); hasta el alfabetismo transmedia: digital, multimodal, prosumidor, crítico e informal (Scolari, 2010). A saber, en este último punto, el alfabetismo transmedia como conjunto de prácticas, relaciones entre medios y jóvenes, y estrategias de aprendizaje informal difuminadas por la era online (Gómez-Galán, 2017; González-Martínez, Serrat-Sellabona, Estebanell-Minguell, Rostan-Sánchez, & Esteban-Guitart, 2018). Un concepto fundamentado en la actividad cotidiana y en la instrucción inconscientemente adquirida, desordenada y casual de conocimientos, que se aborda más allá de las competencias mediáticas (Ferrés & Piscitelli, 2012), y que presenta un conjunto de destrezas transmedia tales como: 1) Aprender haciendo lo que gusta; 2) Aprender mediante resolución de problemas; 3) Aprender por imitación o simulación; 4) Aprender mediante examinación o perfeccionamiento del trabajo propio o ajeno; 5) Aprender por medio de una enseñanza con la que el joven transmite y recibe conocimientos.

Por lo que sigue, Scolari (2018) define YouTube como «plataforma donde las competencias transmedia se están desarrollando fuera de entornos formales de aprendizaje» (Scolari, 2018: 98). De hecho, los vídeos se han conver-

tido en un recurso educativo para los jóvenes en materia de formación reglada y aprendizaje orientado a las aficiones, pues «ocho de cada diez recurren al vídeo con fines formativos, cifra que alcanza el 96% y el 94,6% en los jóvenes de 14 a 19 años y de 20 a 24 años respectivamente» (Fundación Telefónica, 2017: 152). En este punto, el informe del Observatorio de la Lectura y el Libro de España (2018), concibe la lectura como una de las prácticas culturales predilectas en el país, creciendo hasta 3,5 puntos respecto de los últimos cuatro años. Una práctica creciente que muestra el porcentaje de lectores más alto en una edad comprendida entre los 15 y 19 años (90,1%). A la par, el informe sobre Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España (Gremios de Editores de España, 2017), reafirma la franja de entre 25 y 34 años (100%) seguidos de los de 14 y 24 (99,3%), señalando como desencadenante principal la prescripción online.

Weeks, Ardèvol-Abreu y De-Zúñiga (2017) evidencian, en este sentido, que las personas dependen cada vez más de la influencia de otros individuos en las redes sociales, a fin de obtener recomendaciones, conocimientos u opiniones que afectan a sus comportamientos y dinámicas sociales. Expresado de otro modo, Lianaki-Dedouli y Plouin (2017) lo definen como aprender para ser y aprender para vivir juntos. De esta forma, los líderes de opinión pueden llegar a ser fuentes de inmensurable influencia en un mecanismo de dependencia y/o afinidad (Gee, 2012), de manera que los jóvenes «demandan puntos de referencia que les permitan encontrar y seleccionar aquellos títulos más interesantes» conociendo «las opiniones de sus semejantes» (García-Rodríguez, 2013), originando comunidades como la de Booktube en YouTube. Se trata de una «red formada por usuarios productores de contenidos originales» que «usan sus propios canales para celebrar o discutir libros, generalmente ficciones dedicadas al público adolescente» (Sued, 2016).

El desarrollo del hábito lector queda, por tanto, estrechamente ligado a este acontecimiento literario que supera la encrucijada entre lectura tradicional y digital. Algunos autores apuntan a esta comunidad como un fenómeno de promoción de la lectura, de alianza con la industria editorial, y como un claro ejemplo de buenas prácticas para el desarrollo del hábito lector en el aula (Rovira-Collado, Llorens-García, Fernández-Tarí, & Mendiola-Oñate, 2016; Rovira-Collado, 2016; 2017; Cortes-Vargas, 2018). Se aplica de este modo una nueva estrategia de aprendizaje informal que acrecienta competencias transmedia directamente relacionadas con el universo literario y con el crecimiento de un espíritu crítico y comunicativo (Ballester & Ibarra, 2016).

2. Material y métodos

Partiendo de la revisión bibliográfica, el objetivo del presente estudio es indagar en aquellos factores que motivan a los jóvenes a leer a través de los booktubers. Esto es, iniciar una exploración hacia las razones por la que los jóvenes y adultos jóvenes pueden llegar a leer en la actualidad. Del mismo modo, tratamos de analizar aquellas competencias transmedia derivadas del aspecto narrativo de los booktubers. La población seleccionada de forma no probabilística para tal efecto recoge los canales de dos eminencias reconocidas en España, Javier Ruescas (250.988 seguidores) y Fly like a Butterfly (183.943 seguidores), cuya elección se fundamenta en la equidad de género, en la representatividad de dos de los máximos exponentes presentados en el diario El País el 13 de agosto de 2017 (Filippi, 2017), en la nacionalidad española y en el número de suscriptores (YouTube otorga un primer premio de plata a aquellos creadores que superen los 100.000). Así, aplicamos una metodología mixta que acopia técnicas cualitativas y cuantitativas: revisión literaria, análisis de contenido y análisis de caso.

El análisis de contenidos, en este orden, se establece como un procedimiento válido para nuestro estudio, elaborado y de prestigioso reconocimiento en el ámbito científico-académico facilitando la observación documental y, por consiguiente, la manifestación de acontecimientos sociales (Sierra-Bravo, 1994). Asimismo, la técnica descubre un registro de datos sistemáticos y objetivos, que, junto al estudio de caso, véase aquella investigación que ocupa una muestra de una unidad de análisis, se considera una metodología replicable para futuras investigaciones (Andréu-Abela, 2010; Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2007).

Con esta base, diseñamos un primer instrumento de evaluación siguiendo las indicaciones de Krippendorff (1997), que presenta unidades de muestreo (porciones de la realidad observables) y unidades de registro (acotación y definición de unidades sometidas a los objetivos del estudio). Con este enfoque planteamos en la tabla 1 aquellas categorías (unidades de muestreo) y variables (unidades de registro) definidas a partir de los informes sobre hábito de lectura, y los análisis sobre atracción física, psíquica y homofílica señalados previamente por Rubin, Perse y Powell (1985), Turnet (1993) y Evan y Rubin (2003).

Acto seguido, seleccionamos una muestra reducida de ambos canales, que computa una totalidad de 200 comentarios (100 comentarios en cada uno de los vídeos que comparten una misma temática). La elección de esta

se justifica, nuevamente, en el análisis exploratorio y en los primeros 100 comentarios que, algorítmicamente en YouTube, cuentan con mayor relevancia e interacción por parte de la comunidad (la plataforma aventura y presenta en primicia aquellos con más comentarios, me gustas, etc.).

El contenido seleccionado para el estudio, el Book Haul, es uno de los

más representativos en la comunidad, que trata sobre la recomendación de libros adquiridos por el booktuber. Por lo que, con esta primera fase pretendemos indagar en algunos de los intereses que promueven la lectura y adquisición de libros por parte de los jóvenes en base a los argumentos y contenidos compartidos por los booktubers.

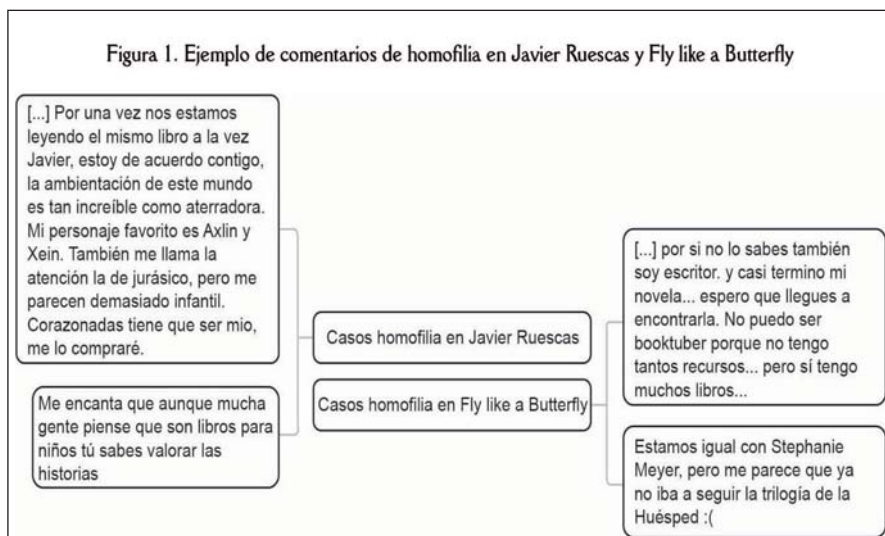
El siguiente paso, centrado en el desarrollo de competencias transmedia a través de estas prácticas, fue transcribir las declaraciones de sendos booktubers aplicando como segundo instrumento de investigación el sistema de evaluación narrativa y estética de Scolari (2018)³, ya que este se refiere a la interpretación de narrativas: 1) apreciar valores estéticos; 2) reconocer géneros, reconstruir mundos narrativos y comparar historias; 3) expresar identidades y visiones del mundo a través de la narrativa. Para ello acotamos otra muestra compuesta por la selección aleatoria (probabilística) de videos visionados (374 en Javier Ruescas y 273 en Fly like a Butterfly), a fin de desentrañar el grado de destreza informal relativa a las capacidades de los booktubers para interpretar, reconocer, describir, comparar, evaluar, reflexionar y aplicar conocimientos relativos a la narrativa y estética literaria.

3. Análisis y resultados

A continuación, se resuelven las cuestiones planteadas en el apartado metodológico mediante un análisis de contenido que presenta aquellas variables más destacadas sobre la relación entre booktubers y seguidores. Tras aplicar el primer instrumento de investigación, que recoge aquellas unidades de registro relacionadas con la promoción lectora, la adquisición de ejemplares, y la atracción física, psíquica y homofílica con el booktuber, se recopila una totalidad de 200 comentarios en un formato de videoblog exclusivo, el Book Haul. En el caso de los 100 comentarios analizados en Javier Ruescas y, concretamente en el video «Book Haul: Laura Gallego, Blue Jeans, Josu Diamond, Andreo Rowling ¡y más!», se observa que la atracción física o psíquica no resulta prioritaria para la comunidad de seguidores, pues solo el 18% de ellos mencionan aspectos positivos vinculados a su carácter o aspecto. En la misma línea, en el video «Book Haul: Book Haul diciembre 2016 y enero 2017» de Fly like a Butterfly, se presenta

solo un 6% de este interés físico-psíquico. Es decir, de 200 comentarios, solo el 14% de los suscriptores hace referencia a estas particularidades.

En contraste y, respecto a la atracción de homofilia por la que los usuarios encuentran un motivo de afinidad espacial con el booktuber (Gee, 2012), en el canal de Javier



Ruescas se obtiene un total de 80% de anotaciones enlazadas a la compartición de la pasión por la lectura, los autores, los géneros literarios, etc. En Fly like a Butterfly, esta tendencia también es preferente, pues el 68% se refiere a

la misma relación emocional, sentimental y personal con la booktuber. De este modo, se prevé que la homofilia o afinidad espacial, propuesta por diversos autores, es uno de los motivos prioritarios que invitan a examinar atentamente esta relación de afinidad lectora existente entre booktuber y seguidor. Expresado de otro modo cuantitativo, de la totalidad de la muestra, 148 comentarios (74%) comparten algún signo de afinidad con el youtuber⁴, lo que supone un primer punto de partida a profundizar.

Siguiendo el mismo diseño y, atendiendo a la intención de compra, adquisición o recomendación de libros por parte de los seguidores en ambos canales, se detecta que, en Javier Ruescas, este comportamiento es superior a Fly like a Butterfly. Esta cuestión supone una nueva vía de investigación para la evaluación de aquellos caracteres que influyen más en la comunidad de seguidores de uno u otro booktuber. En este caso, el vídeo de Javier Ruescas se centra en la muestra de nuevas incorporaciones a su estantería argumentando su elección, motivación e interés por cada libro, dando lugar a una totalidad del 48% de intenciones de compra. En el de

Tabla 2. Ejemplos de competencias narrativas y estéticas en Javier Ruescas

Competencias	Competencias específicas	Ejemplos Javier Ruescas
Interpretar	Reconstruir mundos narrativos transmedia.	[Ruescas] La primera serie de la que voy a hablaros es original de Sky y se titula Gomorra, y está basada en la novela de Roberto Saviano. [...] Otra serie que me tiene loco y que sigo desde que se estrenó es The Strange, basada en el libro de Guillermo del Toro y de Chuck Hogan... (https://bit.ly/2Eh31rq)
Reconocer y describir	Géneros en diferentes medios y plataformas.	[Ruescas] Esta es de ciencia ficción, de aventuras y los personajes cada uno tiene su personalidad, cada uno tiene sus historias... (https://bit.ly/2QJ3tFJ)
Comparar	Destacar las diferencias y semejanzas entre distintos mundos narrativos.	[Ruescas] Tenía una trama muy similar a la que nosotros conocemos de La Cenicienta. Y desde entonces han aparecido un montón de versiones de este cuento en otras culturas. Incluso nuestro amigo Jean Baptiste Basile, [...] tenía su cuento de La Cenicienta y ahí ya aparecían las hermanastras, el zapatito, las transformaciones... (https://bit.ly/2GbHmDz)
Evaluar y reflexionar	Sobre un mundo narrativo específico.	[Ruescas] Me encanta las metáforas que utiliza, me encanta los paralelismos que hace, me encanta cómo describe el amor, la música, el arte, la magia, todo. De hecho, la magia que se describe en este libro es preciosa, se llama simpatía y es una auténtica maravilla... (https://bit.ly/2Bb3Vmd)
Aplicar	Escoger y consumir / dejar un contenido en base a los valores estéticos o narrativos.	[Ruescas] En mi caso, lo que pesa ahora mismo más que la portada en sí es el nombre del señor o la señora en ella. O sea, el autor o la autora. Tanto para bien como para mal, el hecho de que me haya leído un libro de esa persona puede resultar decisivo... (https://bit.ly/2RRZBPZ)

Ejemplos de competencias narrativas y estéticas en Fly like a Butterfly

Competencias	Competencias específicas	Ejemplos Fly like a Butterfly
Interpretar	Entender la historia, la narración, etc.	[Esmeralda] Para empezar, está la protagonista, que es una niña colombiana, que para su corta edad la he visto bastante madura. Un día normal va a su instituto y de repente descubren que hay un chico que se ha suicidado... (https://bit.ly/2LeOVID)
Reconocer y describir	Géneros en diferentes medios y plataformas.	[Esmeralda] Hay desde infantiles a más adultos, algunos clásicos, algunos juveniles totales y... pues es lo que me gusta, la variedad... (https://bit.ly/2SIEZcO)
Comparar	Destacar las diferencias y semejanzas entre los diferentes formatos.	[Esmeralda] No he seguido con ella porque ya se hizo bastante larga y empecé a ver la serie de televisión. [...] Me gusta que en la serie de televisión tampoco se hayan cortado un pelo igual que la autora en los libros... (https://bit.ly/2UESU5q)
Evaluar y reflexionar	Las creaciones propias.	[Esmeralda] Yo nunca había escrito un libro y menos corregido. Y la verdad es que es un proceso en el que te tienes que acordar de todo lo que has hecho y luego de muchas partes que has quitado y luego no te acuerdas, y tienes que volver atrás. La verdad es que fue bastante dificultoso, pero también, cuando leíamos ya la versión definitiva dijimos: mejor, esto está mejor así... (https://bit.ly/2C7GZG7)
Aplicar	Escoger y consumir / dejar un contenido en base a los valores estéticos o narrativos.	[Esmeralda] Voy a enseñar un par que no los he leído, pero me han llamado muchísimo la atención y adoro las portadas... (https://bit.ly/2RNVGUe)

Fly like a Butterfly, empero, la booktuber centra su guion en solicitar la opinión de sus suscriptores, provocando únicamente la intención de compra en un 28% de ellos.

En su conjunto, 76 comentarios (38%) se focalizan en la voluntad de compra o lectura, y 63 (31,5%) en la recomendación de nuevos títulos a pares o a los propios booktubers. Dado que el Book Haul supone un contenido exclusivo de presentación de libros adquiridos, resultaría interesante ampliar el espectro a otros productos audiovisuales para conocer el grado de interés de la comunidad por adquirir los libros en una comparativa que englobe: book tags (juegos de preguntas sobre libros), wrap up (comentarios sobre libros leídos), bookshelf tour (presentación de la biblioteca personal), unboxings (apertura en directo de paquetes con libros), etc.

Aplicando el segundo instrumento de investigación, adaptado a la evaluación de competencias narrativo-estéticas de Scolari (2018), se pretende dilucidar las capacidades y, por consiguiente, destrezas transmedia, adquiridas inconscientemente por los booktubers en entornos de aprendizaje informal. Así, el: 1) reconocimiento de géneros, formatos y reconstrucción de mundos narrativos; 2) la comparación de historias, géneros y formatos; 3) y la expresión de identidades y visiones del mundo a través de la narración despiertan grandes habilidades y dominio narrativo de esta comunidad de YouTube. Dichos casos se contemplan a partir de la transcripción literal de los booktubers en una selección aleatoria de vídeos recogidos en forma de ejemplo en la Tabla 2⁵.

Interpretar, reconocer y describir, comparar, evaluar y reflexionar, y aplicar conocimientos narrativos y estéticos relacionados con la literatura se convierten en competencias transmedia de carácter informal latentes en este fenómeno booktuber, donde se observan el desarrollo de habilidades relacionadas directamente con la capacidad de comprensión lectora, evaluación, reflexión y comunicación. Factores que intervienen, junto a las cifras presentadas, en la consecución del objetivo que se debate a continuación.

4. Discusión y conclusiones

La comunidad Booktube se presenta como una manifestación de nuevas prácticas de aprendizaje informal en línea en las que intervienen factores parasociales que determinan el eminente desarrollo de competencias transmedia fuera del aula (Lin & Farnham, 2013; Scolari, 2018). Esto no solo lo reflejan los estudios relacionados con la comunidad educativa en su intervención para la promoción literaria y lectora (Rovira-Collado & al., 2016; Rovira-Collado, 2016; 2017; Cortes-Vargas, 2018), sino el vínculo entre booktuber y seguidor. En este estudio hemos podido entrever algunos de los motivos que invitan a la lectura juvenil en un entorno de actividad prosumidora como es YouTube.

De este modo, la comunidad Booktube presenta atisbos de afinidad espacial considerablemente relacionados con la compartición intercultural del interés por los libros, los autores y los géneros literarios (Gee, 2012). La homofilia, pues, parece convertirse en una de las razones de crecimiento de la comunidad Booktube sobre los saberes, gustos y preferencias literarias. Un hecho sostenido prematuramente sobre argumentos, exposiciones y contenidos variopintos que, de igual manera, fomentan la adquisición automática de habilidades para la interpretación, reflexión, valoración, comparación y aplicación lectoescritora.

Además, se ha podido comprobar que, tanto Javier Ruescas como Fly like a Butterfly, no se dedican solamente a la expresión de valoraciones sobre productos literarios, sino a la producción y promoción de ejemplares propios. Este apunte resalta la necesidad de evaluar, a partir de una población de estudio ampliamente dilatada, si este patrón de autoría es reiterado para ahondar en el nivel de competencia narrativa y estética de la comunidad, así como la aspiración escritora de sus seguidores.

Conviene subrayar a este respecto que, a diferencia de otros estudios sobre la identidad y la fama autobiográfica del youtuber (Pérez-Torres & al., 2018), el booktubing ha creado una sinergia de colaboración, recomendación y participación entre iguales en las que no importan tanto los aspectos físicos o psíquicos, sino los gustos y las reflexiones. Una deducción que invita a extrapolar el estudio a una comunidad mayor y a una consecuente comparación geográfica sobre los gustos y saberes en diferentes espacios culturales. Por todo esto, la exhortación a la compra, al regalo y a la lectura de libros en bibliotecas se introduce en estos procedimientos como mera secuela de la evaluación y expresión de conocimientos relativos a la literatura.

Este acontecimiento de máxima envergadura para el ámbito educativo que, a partir del alfabetismo transmedia y los nuevos ejercicios juveniles en redes sociales, encuentra nuevas tácticas de desarrollo literario en entornos que escapan al control académico, pero, que, de igual modo, resultan positivos y pertinentes para su análisis en el aula. Los casos analizados, aunque restringidos, muestran amplias capacidades en el ámbito interpretativo, descriptivo, comparativo, reflexivo y aprovechable transmedia, donde la última palabra la tienen no solo los booktubers, sino sus

seguidores. Así, iniciamos un primer contacto a fin de descubrir de dónde surge el interés por los libros, la lectura y la escritura juvenil que, primeramente, parece ir asociada a la afinidad espacial, y ligada a una opinión compartida entre pares, pública y social, traspasando las fronteras de lo monomediáticamente preestablecido (Frobenius, 2014; Scolari, 2018).

Aunque esta investigación pueda suponer una limitación muestral ceñida al éxito de dos casos de estudio hispanohablantes, insistimos en profundizar exhaustivamente en las relaciones que motivan la lectura juvenil a través del fenómeno booktubing. Para ello, invitamos a desarrollar un examen más amplio, comparativo y concluyente. De manera que, este estudio, ofrece las bases metodológicas, y expone la necesidad de resolver la influencia que ejercen uno u otro booktuber sobre los jóvenes a través de sus contenidos y razonamientos. En la misma línea, facilita la ratificación y meditación sobre el factor de afinidad entre pares como eminente motor motivacional para la lectura en entornos cotidianos e informales.

Notas

¹ Ver canal Javier Ruescas (<https://bit.ly/1IDc9AP>).

² Ver canal Fly like a Butterfly (<https://bit.ly/2eVeMr1>).

³ Ver anexo e instrumento de registro de competencias narrativas y estéticas de Scolari (2018) para su aplicación metodológica (<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.6225044>).

⁴ Ver anexo completo sobre el registro de atracción física/psíquica y homofílica, así como el de intención de compra y recomendaciones (<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.6225602>).

⁵ Ver Tabla 1 completa (<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.6225608>).

Apoyos

Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+I Coordinado «Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): prácticas innovadoras y estrategias educacionales en contextos múltiples» (EDU2015-64015-C3-1-R) (MINECO/FEDER), y de la Red de Educación Mediática del Programa Estatal de Investigación Científica-Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento (EDU2016-81772-REDT), financiados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Ministerio de Economía y Competitividad de España.

Referencias

- Andréu-Abela, J. (2000). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. *Fundación Centro Estudios Andaluces*, 10(2), 1-34. <https://bit.ly/2PL0kkW>
- Alexa Traffic Statistics (Ed.) (2018). *How popular is youtube.com?* <https://bit.ly/2BAYz2h>
- Area, M., & Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. [From solid to liquid: New Literacies to the cultural changes of VWeb 2.0]. *Comunicar*, 38(XIX), 13-20. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-01>
- Arriaga, A., Marcellán-Baraze, I., & González-Vida, M. (2016). Las redes sociales: espacios de participación y aprendizaje para la producción de imágenes digitales de los jóvenes. *Estudios sobre Educación*, 30, 197-216. <https://doi.org/10.15581/004.30.197-216>
- Bautista-Sancho, L. (2012). Los cambios en la web 2.0: una nueva sociabilidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 121-128. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40917
- Ballester, J., & Ibarra, N. (2016). La educación lectora, literaria y el libro en la era digital. *Revista Chilena de Literatura*, 94, 147-171. <https://doi.org/10.4067/S0718-22952016000300008>
- Benassini-Felix, C. (2014). De audiencias a prosumidores. Acercamiento conceptual. *Luciernaga Comunicación*, 6(12), 16-29. <https://bit.ly/2zBotV6>
- Bhatia, A. (2018). Interdiscursive performance in digital professions: The case of YouTube tutorials. *Journal of Pragmatics*, 124, 106-120. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.11.001>
- Caldeiro-Pedreira, M., & Agüaded, I. (2017). Contenido e interactividad. ¿Quién enseña y quién en la realidad digital inmediata? *Virtualidad, Educación y Ciencia*, 8(15), 95-105. <https://bit.ly/2SjENk0>
- Cortes-Vargas, F. (2018). *El fenómeno Booktuber y los nuevos tipos de lecturas que se están promocionando* (Tesis de maestría). Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá.
- Del-Fresno-García, M. (2011). Infosociabilidad: Monitorización e investigación en la web 2.0 para la toma de decisiones. *El Profesional de la Información*, 20(5), 548-554. <https://doi.org/10.3145/epi.2011.sep.09>
- Eyal, K., & Rubin, A. (2003). Viewer aggression and homophily, identification, and parasocial relationships with television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(1), 77-98. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4701_5
- Fernández-Rodríguez, E., & Gutiérrez-Pequeño, J. (2017). La socialización de los jóvenes interconectados: experimentado la identidad en la sociedad aumentada. *Profesorado*, 21(2), 171-190. <https://bit.ly/2RtBwPj>
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. [Media competence. Articulated proposal of dimensions and indicators]. *Comunicar*, 38(XIX), 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Filippi, A. (2017). Booktubers: Cuando lo que recomienda tu youtuber favorito son libros. *El País*. <https://bit.ly/2w2RIQo>
- Frobenius, M. (2014). Audience design in monologues: How vloggers involve their viewers. *Journal of Pragmatics*, 72, 59-72. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.02.008>

- Fundación Telefónica (Ed.) (2017). *Sociedad digital en España, 2017*. Madrid: Ariel. <https://bit.ly/2IOc7RH>
- García-Galera, M., Fernández-Muñoz, C., & Del Hoyo-Hurtado, M. (2017). Ciudadanía informada, ciudadanía participativa. La movilización de los jóvenes en el entorno digital. *Prisma Social*, 18, 124-143. <https://bit.ly/2E0E2ZB>
- García-Orosa, B. (2018). Perfil de la audiencia de cibermedios: Representación discursiva y praxis del receptor 2.0. *Palabra Clave*, 21(1), 111-133. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.1.6>
- Gee, J. (2012). Nurturing affinity spaces and game-based learning. En Constance S., Kurt, S., & Sasha, B. (Eds.), *Games, learning and society: learning and meaning in the digital age* (pp. 129-155). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139031127.015>
- Gómez-Galán, J. (2017). Nuevos estilos de enseñanza en la era de la convergencia tecno-mediática: hacia una educación holística e integral. *International Journal of Educational Research and Innovation*, 8, 60-78. <https://bit.ly/2PeTKfc>
- González-Martínez, J., Serrat-Sellabona, E., Estebanell-Minguell, M., Rostan-Sánchez, C., & Esteban-Guitart, M. (2018). Sobre el concepto de alfabetización transmedia en el ámbito educativo. Una revisión de la literatura. *Comunicación y Sociedad*, 33, 15-40. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7029>
- Gremios de Editores de España (Ed.) (2017). *Hábitos de lectura y compra de libros en España, 2017*. Madrid: Conecta.
- Gutiérrez-Martín, A., & Tyner, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. [Media education, media literacy and digital competence]. *Comunicar*, 38(XIX), 31-39. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-03>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2007). Selección de la muestra. In *Fundamentos de metodología de la investigación* (pp. 169-173). Madrid: McGraw Hill.
- Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. [Understanding cultural convergence through Media Ecology]. *Comunicar*, 33(XVII), 25-33. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-002>
- Ito, M., Horst, H., Bittanti, M., Boyd, D., Stephenson, B., Lange, P., & al. (2008). *Living and learning with New Media: Summary of findings from the Digital Youth Project*. Chicago: The MacArthur Foundation. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8519.001.0001>
- Jenkins, H. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Chicago: MacArthur Foundation. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, bloggers y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura transmedia: La creación de contenido de valor en una cultura en Red*. Barcelona: Gedisa.
- Krippendorff, K. (1997). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Lee, J., & Watkins, B. (2016). YouTube vloggers influence on consumer luxury brand perceptions and intentions. *Journal of Business Research*, 69, 5753-5760. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.171>
- Lilianaki-Dedouli, I., & Plouin, J. (2017). Bridging anticipation skills and intercultural competences as a means to reinforce the capacity of global citizens for learning to learn together. *Futures*, 94, 45-58. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2017.03.001>
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10, 393-411. <https://doi.org/10.1177/1461444808089415>
- Miranda-Galbe, J., & Figuerro-Espadas, J. (2016). El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: El caso de El Ministerio del Tiempo. *Index Comunicación*, 6(2), 115-134. <https://bit.ly/29VSp4m>
- Monteblanco, L. (2015). Comunidades en red en la Sociedad de la Información: informan, comunican, conectan. El fenómeno Booktube. *Informatio*, 20(1), 49-63. <https://bit.ly/2AGzUdL>
- Observatorio de la Lectura y el Libro de España (Ed.) (2018). *El sector del libro en España*. Madrid: Secretaría General Técnica.
- Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y., & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente. [YouTuber videos and the construction of adolescent identity]. *Comunicar*, 55(XXVI), 61-70. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-06>
- Raun, T. (2015). Video blogging as a vehicle of transformation: Exploring the intersection between trans identity and information technology. *International Journal of Cultural Studies*, 18(3), 365-378. <https://doi.org/10.1177/1367877913513696>
- Rovira-Collado, J. (2016). Del blog de LIJ 2.0 al booktuber en la promoción del hábito lector. *RESED*, 4, 37-51. <https://bit.ly/2Qa8NT2>
- Rovira-Collado, J., Llorens-García, S., Fernández-Tarí, S., & Mendiola-Oñate, P. (2016). Nuevas perspectivas en la didáctica de la literatura infantil y juvenil: booktuber y booktrailer. In R. Roig-Vila, J. Blasco-Mira, A. Lledó-Carreres, & N. Pellín-Buades (Eds.), *Investigación e innovación educativa en docencia universitaria. Retos, propuestas y acciones* (pp. 1755-1771). Alicante: Universidad de Alicante.
- 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://bit.ly/2G6xcEz>
- Rubin, A., Perse, E., & Powell, R. (1985). Loneliness, para-social interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research*, 12(2), 155-180. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00071.x>
- Scolari, C. (2010). *Convergencia, medios y educación*. Santiago de Chile: Relpé.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2016). Alfabetismo transmedia. Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. *Telos*, 13, 1-9. <https://bit.ly/2aoH5Zs>
- Scolari, C. (2018). *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Barcelona: Ce.Ge.
- Sierra-Bravo, R. (1994). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Skipcova, L. (2017). Participative culture in community media. *European Journal of Media, Art & Photography*, 5(1), 98-100. <https://bit.ly/2DVTLDZ>
- Sued, G. (2016). Formas distantes de ver YouTube: Una exploración por la comunidad Booktube. *Virtualis*, 7(14), 91-111. <https://bit.ly/2AHexsM>

Tan, E., & Pierce, N. (2011). Open education videos in the classroom: exploring the opportunities and barrier to the use of YouTube in teaching introductory sociology. *Research in Learning Technology*, 19, 125-132. <https://doi.org/10.3402/rlt.v19s1/7783>

Weeks, B., Ardèvol-Abreu, A., & Gil-de-Zúñiga, H. (2017). Online influence? Social Media use, opinion, leadership, and political persuasion. *International Journal of Public Opinion Research*, 29(2), 214-239. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edv050>




RED INTER Disciplinaria
Universitaria



IV Congreso Internacional
REPÚBLICA DIGITAL:
DEL ACCESO AL EMPODERAMIENTO

www.redalfamed.org
 @RedAlfamed
 Red Alfamed
 Red Alfamed

Investigadores Europeos y Latinoamericanos
 **200**