

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual

---



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

# “Análisis del fenómeno BookTube en España”

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Autor/a:  
**Domínguez Correa, Beatriz**

Tutor/a:  
**Navarro Laboulais, Cristina Teresa**

**GANDIA, 2016**

## **AGRADECIMIENTOS**

Este Trabajo Final de Grado no habría sido posible sin la colaboración de varias personas. Por ello, quisiera dedicarles a todas ellas unas palabras de agradecimiento:

En primer lugar a Cristina Navarro Laboulais, que desde el principio mostró interés por el proyecto y se ofreció a formar parte de él como tutora. Gracias por los consejos, la labor de corrección y todo el apoyo. En definitiva: gracias por hacer de este proyecto algo mejor.

A todos los *booktubers* que aceptaron ser entrevistados para la investigación. Gracias a Javier Ruescas, May R Ayamonte, Marta Álvarez y a Drew y Yaiza por su amabilidad, tiempo y dedicación. Tampoco puedo olvidarme de las blogueras Laura Ruiz y Yolanda Mondejar. Ellas siempre estuvieron disponibles para resolver mis dudas acerca de la blogoesfera literaria.

Por último, quisiera mostrar mi más sincero agradecimiento a Laia Soler, María José de Jaime Ruiz y Alex Manyé por permitirme entender el mundo de BookTube desde la perspectiva editorial. Gracias por su paciencia e interés.

## RESUMEN

YouTube está repleto de diversas comunidades, de grandes grupos de gente que comparten una misma afición y realizan vídeos relacionados con ella. Amantes de los videojuegos, gurús de moda y belleza, músicos, cocineros... incluso los apasionados de la lectura se abren paso en la gran plataforma de vídeos, consolidándose en una pequeña comunidad llamada BookTube.

El trabajo en cuestión pretende adentrar al lector en este mundo aún poco conocido, concretamente, en el papel que juega en España, tanto en el mercado editorial como en los jóvenes lectores.

Para ello, en las siguientes páginas se exponen los resultados de una investigación que parte del núcleo de la propia comunidad, con entrevistas personales a diversas editoriales y *booktubers*, así como del análisis profundo de los canales de estos últimos.

Para terminar, la investigación se extiende con la toma como referencia de algunos de los pocos artículos académicos escritos sobre BookTube hasta el momento.

**Palabras clave:** YouTube, BookTube, *booktubers*, mercado editorial y literatura juvenil.

## ABSTRACT

YouTube is full of various communities, of large groups of people who share a hobby and make videos related to it. Gamers, fashion and beauty gurus, musicians, cooks ... even those who love reading find their way to the large video platform, consolidating into a small community called BookTube.

This project aims to introduce the reader to this not much popular world, specifically, to the role it plays in Spain, over its publishing market and its young readers.

To this end, the following pages expose the results of a research that came from the core of the community, including various personal interviews with publishers and *booktubers*, and from the deep analysis of the channels of these latter.

Finally, the research extends taking as references some of the few academic articles written about BookTube so far.

**Key words:** YouTube, BookTube, *booktubers*, publishing market and young adult literature.

# ÍNDICE

1.	Introducción .....	3
2.	¿Qué es BookTube? .....	5
2.1.	El perfil del <i>booktuber</i> .....	5
2.1.1.	¿Por qué solo jóvenes? .....	5
3.	El canal de BookTube .....	6
3.1.	Tipología de vídeo comunes .....	7
4.	Historia de BookTube España .....	10
4.1.	Origen .....	10
4.2.	Evolución.....	11
5.	BookTube España en la actualidad .....	15
5.1.	Perfil de los seguidores .....	16
5.2.	Popularidad .....	20
6.	<i>Booktubers</i> españoles de éxito .....	23
6.1.	<i>Never be hopeless</i> .....	24
6.2.	<i>Fly like a butterfly</i> .....	27
6.3.	<i>mayrayamonte</i> .....	29
6.4.	<i>LibrosPorLeer</i> .....	32
6.5.	<i>Andreo Rowling</i> .....	34
7.	El papel de las editoriales.....	37
7.1.	Relación <i>booktuber</i> -editorial .....	38
7.2.	Tipos de colaboraciones .....	39
8.	Repercusión actual de BookTube .....	43
8.1.	Aspectos positivos .....	43
8.2.	Aspectos negativos .....	45
9.	Conclusiones .....	48
10.	Bibliografía.....	50

# 1. INTRODUCCIÓN

Jóvenes y literatura: durante años, esta combinación ha sido para muchos poco creíble. Sin embargo, la situación actual pone fin al tópico “los jóvenes no leen” con pruebas fehacientes.

Por un lado, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015: 10-12) revela que el sector más lector del país está formado por chicos y chicas de entre 15 y 24 años. Por otro, y en consecuencia de lo anterior, el Observatorio de la Lectura y el Libro (2016: 19) declara que la categoría infantil y juvenil se encuentra en el tercer puesto de la lista de los sectores editoriales con mayor índice de facturación.

Pero la prueba definitiva de la pasión que los jóvenes sienten por la literatura no llega hasta el estallido de lo que ya muchos conocen como BookTube, una comunidad *youtuber* en la que jóvenes lectores suben vídeos recomendando libros.

El fenómeno de origen anglosajón ya ha conquistado muchos países de habla hispana, entre los que se incluye España. Titulares como “Booktubers: los chicos que deciden lo que lees”<sup>1</sup> o “‘BookTube’, el fenómeno que engancha a los adolescentes a los libros”<sup>2</sup> son algunos de los que señalan el poder que la plataforma está obteniendo en nuestro país, pues, si bien su recorrido se inició seis años atrás, no es hasta hace muy poco cuando ha comenzado a adquirir mayor repercusión.

## Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es analizar el panorama actual de BookTube España, así como su influencia tanto en los jóvenes seguidores de la comunidad como en el mercado editorial.

Para alcanzarlo, se establecen como objetivos secundarios los siguientes:

- Definir BookTube y analizar los principales contenidos de la comunidad.
- Detectar los antecedentes que permitieron su nacimiento en España y estudiar su evolución desde entonces hasta la actualidad (junio de 2016).

---

<sup>1</sup> BENÍTEZ, J. (2016). “Booktubers: los chicos que deciden lo que lees” en *El Mundo*, 20 de julio  
<<http://www.elmundo.es/papel/cultura/2016/07/20/578f483322601ded1e8b4625.html>> [Consulta: 24 de julio de 2016]

<sup>2</sup> JIMÉNEZ, E. (2016). “‘BookTube’, el fenómeno que engancha a los adolescentes a los libros” en *Qué!*, 18 de abril  
<<http://www.que.es/tecnologia/201604180909-booktube-fenomeno-engancha-adolescentes-libros.html>>  
[Consulta: 24 de julio de 2016]

- Analizar el éxito de los cinco *booktubers* españoles con mayor índice de crecimiento.
- Investigar la relación *booktuber*-editorial como mecanismo de *marketing* de esta segunda entidad.
- Estudiar el impacto de la comunidad en sus seguidores.

### Límites

La acotación de la investigación para este trabajo se realiza en base a dos criterios:

- **Geográfico.** Como bien se mencionó en el apartado anterior, la atención se centrará en BookTube España. La razón de la elección es una cuestión personal, motivada por pertenencia al país en cuestión y por un mayor conocimiento previo de la situación de la comunidad en el espacio que concierne.
- **Popularidad de los *booktubers*.** Para el análisis general del panorama de BookTube en España se ha considerado oportuno realizar la investigación desde el núcleo de la comunidad, en concreto, desde el caso particular de varios *booktubers* españoles. Para su elección se ha seguido un criterio basado en el número de suscriptores, acudiendo a aquellos diez que presentan la cifra más elevada.

### Etapas y metodología

La realización del trabajo se compone de las siguientes fases:

1. **Investigación.** La actividad comienza con la búsqueda de textos que giren en torno a BookTube, tanto a nivel general como para el caso concreto de España. Surge entonces el principal problema y es que, si bien los medios de comunicación están empezando a dar visibilidad al fenómeno, aún existe una gran carencia de libros, informes o textos académicos que traten con profundidad el tema.

Esta es la razón por la que se decide basar buena parte del trabajo en una investigación primaria que incluye entrevistas a *booktubers* y editoriales, análisis de los datos numéricos de los canales objeto de valoración y una encuesta a potenciales seguidores de la comunidad.

Con todos los datos recopilados, se comienza a analizar la situación para extraer conclusiones y se pasa a la siguiente etapa.

2. **Redacción.** En primer lugar, se elabora un índice de contenidos con todos los aspectos que se desean incluir en el trabajo y de cada uno se elabora un pequeño resumen con los puntos más importantes. Luego, comienza la redacción de los mismos.
3. **Revisión y maquetación.** Se procede a la revisión del texto desde distintos niveles (ortográfico, sintáctico, estilo...) y se maqueta toda la información.

## 2. ¿QUÉ ES BOOKTUBE?

BookTube es la comunidad de los jóvenes lectores de YouTube, un espacio virtual donde chicos y chicas de entre 15 y 25 años, según declara la editorial SM (2013), suben vídeos de temática literaria con el principal objetivo de recomendar lecturas.

### 2.1. EL PERFIL DEL *BOOKTUBER*

Los *booktubers* son jóvenes que, movidos por el amor a la lectura, gestionan canales de temática literaria en YouTube. Si bien existen *booktubers* de géneros varios, la balanza se inclina hacia el lado de las chicas. Además, como bien se menciona en líneas superiores, el rango de edad suele girar entre los 15 y 25 años, coincidiendo, prácticamente, con el perfil del público objetivo de la literatura juvenil. Así lo señala en una entrevista para la Fundación La Fuente<sup>3</sup> la filóloga Gemma Lluch, especialista en literatura juvenil y promoción de la lectura.

#### 2.1.1. ¿POR QUÉ SOLO JÓVENES?

En un artículo<sup>4</sup> publicado en la web de Digiday, la empresa de comunicación y marketing estadounidense revela que el sector de usuarios de entre 25 y 34 años es el que mayor número de visitas registra en Youtube, por lo que es pertinente preguntarse, ¿por qué existe un predominio de jóvenes en BookTube? La respuesta podría estar fundamentada en varias razones:

---

<sup>3</sup> Institución privada sin ánimo de lucro que persigue la promoción e implantación de iniciativas educativas y culturales beneficiosas para sectores sin recursos en Chile.

ESPINOSA, P. (2013). "Gemma Lluch analiza al nuevo lector juvenil" en *Fundación La Fuente*, 1 de mayo. <<http://www.fundacionlafuente.cl/entrevista-a-gemma-lluch/>> [Consulta: 31 de mayo de 2016]

<sup>4</sup> BLATTBERG, E. (2015). "The demographics of YouTube, in 5 charts" en *Digiday*, 24 de abril. <<http://digiday.com/platforms/demographics-youtube-5-charts/>> [Consulta: 16 de julio de 2016]

- Por una parte, por el gran éxito de la literatura juvenil, tal y como se ha estudiado en la introducción.
- Por otro, por lo apasionados que son los jóvenes. Tal y como señaló el veterano *booktuber* Sebas Mouret en la charla<sup>5</sup> que impartió en Gijón a modo de TED talk a principios de 2016:

Nadie sabe más de sentimientos que un adolescente. Nadie se emociona más con la muerte de un personaje, con el primer beso de dos protagonistas, con un final injusto... Nadie lo comparte con más fervor por Twitter, indignado.

Esta pasión es la que despierta en los jóvenes la necesidad de compartir sus experiencias lectoras con los demás, con los que les rodean. Pero a veces, no les resulta sencillo encontrar a alguien que les comprenda y es por eso por lo que acuden a Internet, como confesó el joven gallego. Sucede esto desde hace más de una década, primero con los foros de literatura juvenil, después con los blogs y ahora con BookTube permitiendo, de este modo, que la lectura se convierta en una actividad social, tal y como declara Lluçh (2014: 19):

[...] si entendemos la lectura como un placer solitario se contradice con la necesidad que tienen los adolescentes de compartir con otros sus aficiones. Esta es la clave del éxito: su carácter social, público, interactivo y global que permite socializar la lectura, compartirla con cualquier otro adolescente de cualquier lugar del mundo y a cualquier hora. Esta forma de lectura no les aleja del grupo de sus semejantes, al contrario crea nuevos lazos afectivos y construye nuevas amistades. Antes de las redes sociales, el lector adolescente era una *rara avis* alejado del mundo, ahora estos espacios los visibilizan, los hacen presentes, les permiten relacionarse con autores y editoriales y, además, los transforma en «líderes de opinión».

### 3. EL CANAL DE BOOKTUBE

No hay dos personas iguales y, por eso, cada canal de BookTube tiene un estilo diferente. Algunos recomiendan libros con humor, otros con un toque más sereno, incluso hay quien lo hace disfrazado de algún personaje representativo. Lo que sí está claro, es que hay una serie de

---

<sup>5</sup> TEDx TALKS, “La pasión en la lectura la ponen los jóvenes | Sebastián García Mouret | TEDxYouth@Gijón” en *YouTube*

<[https://www.youtube.com/watch?v=5es\\_G9-xlnc](https://www.youtube.com/watch?v=5es_G9-xlnc)> [Consulta: 2 de junio de 2016]



contenidos base, de formatos de vídeo que se repiten en la comunidad y que cada *booktuber* adapta al estilo de su canal.

### 3.1. TIPOLOGÍA DE VÍDEO COMUNES

A continuación, se describen algunas de las categorías más recurrentes en BookTube. De cada una de ellas se ofrece además un ejemplo ilustrativo.

#### **Reseña**

En los vídeos de este tipo, el *booktuber* comenta un libro, desde la trama y los personajes hasta su experiencia personal con la lectura. El objetivo es ofrecer al espectador una opinión, no una crítica y es que, tal y como señaló Esmeralda Verdú<sup>6</sup> en la charla sobre BookTube de la Feria del Libro de Madrid de 2016 “los *booktubers* son simples lectores, no filólogos”.

Además, tras el comentario de cada libro es habitual darle una valoración del uno al cinco, siguiendo el sistema de puntuación de la plataforma Goodreads<sup>7</sup>, donde los *booktubers* suelen subir una versión escrita más extendida de las reseñas en vídeo.

Ejemplo: JAVIERRUESCAS, “Reseña - Desconexión, de Neal Shusterman | Javier Ruescas” en *YouTube*  
<<https://www.youtube.com/watch?v=ISelW4ld0dc>> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

#### **Wrap up**

Consiste en el breve comentario de cada una de las lecturas realizadas durante un periodo de tiempo, habitualmente un mes. A diferencia de lo que ocurre en las reseñas, la extensión de estos comentarios es mucho más corta y se enfocan más en la opinión personal que en los aspectos objetivos del libro.

Ejemplo: NUBE DE PALABRAS, “LIBROS LEÍDOS | Wrap up mayo y junio 2016” en *YouTube*  
<<https://www.youtube.com/watch?v=6ftwtJmeWuM>> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

#### **Top**

El *booktuber* realiza para estos vídeos una selección de libros siguiendo un criterio determinado y de cada publicación argumenta brevemente los motivos por los que los ha sido incluido en el

---

<sup>6</sup> *Booktuber* española administradora del canal *Fly like a butterfly*, Es considerada pionera de la comunidad en España.

<sup>7</sup> Red social para los amantes de la literatura. Permite catalogar lecturas, hacer reseñas y críticas de las mismas, darles una valoración...

grupo. De este tipo, son frecuentes los vídeos con títulos como “Top 10 mejores lecturas 2015”, “Mis 5 sagas favoritas”, “3 libros que me hicieron llorar” o “5 libros para Halloween”.

Ejemplo: MAYRAYAMONTE, “MIS MEJORES LECTURAS 2015 | RECOMENDACIONES DE LIBROS” en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=YVA0E-G2h4>> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

### **Unboxing**

En este tipo de vídeos, el *booktuber* abre frente a la cámara los paquetes de libros que llegan a su casa, tanto los correspondientes a compras realizadas en físico o por internet, como regalos o envíos editoriales.

Ejemplo: MAYRAYAMONTE, “MEGA UNBOXING | MUCHOS LIBROS | ¡FIRMA FERIA DEL LIBRO MADRID” en *YouTube* <[https://www.youtube.com/watch?v=X\\_hEP\\_APb8](https://www.youtube.com/watch?v=X_hEP_APb8)> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

### **Book haul**

Conocido también como IMM Vlog (*In My Mailbox* o “en mi buzón de correo”), consiste en mostrar al espectador las últimas adquisiciones literarias, incluidas las que pudieron haber aparecido previamente en el *unboxing*. Al igual que en la anterior categoría, el *booktuber* puede hacer comentarios relacionados con las expectativas puestas en los libros, con el aspecto de las portadas, etc.

En cuanto a la periodicidad de este tipo de vídeos, se puede afirmar que los *booktubers* con mayor número de suscriptores reciben la cantidad de libros suficientes para poder grabar uno por mes.

Ejemplo: NEVER BE HOPELESS, “Book Haul: Marzo 2016 (+30 libros) en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=ZMvpfKrUkj4>> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

### **Book shelf tour**

Se trata de mostrar, libro por libro, el contenido de las estanterías, mencionando el título y el autor de cada publicación. Suelen ser vídeos muy largos, a veces, partidos en dos, por lo que se suele omitir todo tipo de comentarios propios de una reseña.

Ejemplo: FLY LIKE A BUTTERFLY, “Bookshelf tour 2015 (español) | Tour por mis estanterías -Parte 1/2-” en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=ErHdolvLAXs>> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

### **Book tag**

Los *book tags* son juegos formados por distintas frases o palabras relacionadas con una temática que el *booktuber* debe asociar con libros o personajes, según el caso. Un ejemplo podría ser el “Book tag de las redes sociales”, que incluye algunas de las siguientes preguntas:

- Twitter: libro corto favorito.
- Facebook: libro que muchas personas te hayan recomendado.
- Instagram: libro con una portada muy bonita.

Al final del vídeo, es común que el se *taggee* o se invite a otros miembros de la comunidad (usualmente a tres) a hacer el mismo vídeo.

Para terminar, es importante destacar que con frecuencia los *booktubers* aprovechan este tipo de vídeos para colaborar, en beneficio mutuo, con otros compañeros de la comunidad, comprometiéndose cada uno a subir una parte del vídeo conjunto en su canal. Es una forma muy efectiva de ganar visibilidad y nuevos suscriptores.

Ejemplo: FLY LIKE A BUTTERFLY, “Book Tag Redes Sociales ft. Crónicas de una Merodeadora” en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=fqrl4zwbTDg>> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

### **Book challenge**

Los *book challenges* son retos literarios que se suelen realizar, al igual que los *book tag*, en compañía de otros *booktubers*; una competición amistosa en la que sólo puede quedar un ganador. Un ejemplo podría ser el llamado “Desafío infinito” consistente en decir, en un minuto, el mayor número de títulos de novelas posible.

Ejemplo: FLY LIKE A BUTTERFLY, “Desafío infinito + Sorteos internacional y nacional | #MAYSUESMEweek” en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=wsUyZVdIA2A>> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

### **Vlogs**

En el mundo de Youtube, un *vlog* es un vídeo compuesto por fragmentos audiovisuales ordenados de manera cronológica. Para la realización de estos vídeos, el *youtuber* suele llevar la cámara consigo con el principal objetivo de retratar su día a día, su asistencia a eventos, etc.

En el mundo de BookTube es una categoría poco usual. En España, de hecho, muchos solo realizan este tipo de vídeos una vez al año, coincidiendo con el evento de la Blogger Lit Con<sup>8</sup>. Otros motivos que incitan la presencia de *vlogs* en BookTube pueden ser la asistencia a la presentación o firma de un libro, el seguimiento personal del reto NaNoWriMo<sup>9</sup>, una quedada con seguidores o, incluso, una visita a la biblioteca.

Ejemplo: LITTLEREDREAD, "Blogger Lit Con 2016 (BLC 2016) || Little Red" en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=wsUyZVdlA2A>> [Consulta: 5 de septiembre de 2016]

## 4. HISTORIA DE BOOKTUBE ESPAÑA

Una vez descrito lo que es BookTube y los contenidos propios de la comunidad, es momento focalizar la atención en el caso concreto de España, identificando sus orígenes y analizando su evolución desde entonces hasta la actualidad.

### 4.1. ORIGEN

Si bien se desconoce cuál es el vídeo que pudo haber dado origen al fenómeno BookTube, su nacimiento es certeramente ubicado en el mundo anglosajón, a partir del cual comenzó a extenderse poco a poco por la comunidad hispana, según declara SM, por países como México, Argentina, Chile, Perú, Colombia y España.

En este último, el precursor fue Javier Ruescas, actualmente uno de los escritores de literatura juvenil más destacados del país. El primer vídeo<sup>10</sup> que consta actualmente en su canal, *JavierRuescas*, fue publicado en febrero de 2010. No obstante, tal y como deja entrever en la introducción, no es el primer vídeo del canal, por lo que se desconoce la fecha exacta en la que inició la actividad en YouTube.

---

<sup>8</sup> La Concentración de Blogueros Literarios es un evento anual en el que blogueros, *booktubers* y apasionados de la lectura se reúnen para pasar un buen rato todo un día rodeados de libros, autores, editoriales y muchas actividades. Se celebra cada junio en El Retiro, en Madrid, haciéndolo coincidir con la Feria del Libro.

<sup>9</sup> National Novel Writing Month (Mes Nacional de Escritura de Novela) es un reto literario celebrado en distintas partes del mundo consistente en la escritura de una novela de 50.000 palabras a lo largo del mes de noviembre.

<sup>10</sup> JAVIERRUESCAS, "Javier Ruescas - 5º Video Blog (Los Juegos del Hambre)" en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=1fU195GKb7c>> [Consulta: 6 de junio de 2016]

Por aquel entonces, Ruescas ya había realizado diversos trabajos como lector editorial, participaba en la web literaria *El Templo de las Mil Puertas*<sup>11</sup>, gestionaba su propio blog literario<sup>12</sup> y había publicado, un año antes, su primera novela *Cuentos de Bereth*.

De este modo, sus vídeos iniciales se centraban, principalmente, en la autopromoción de sus novelas y en sus experiencias como escritor, no en la recomendación de libros, por lo que si bien es el primer *booktuber* español en abrir un canal de temática literaria en YouTube, dentro de la comunidad no es considerado el primer *booktuber* del país.

El título es asignado a Esmeralda Verdú, administradora del canal *Fly like a butterfly*, quien se adentra en el mundo de BookTube con su primer vídeo “IMM Vlog/Book Haul marzo 2010 | #1”<sup>13</sup>. En él enseña a sus espectadores sus últimas adquisiciones literarias, permitiendo el salto a la pantalla de la sección IMM (o *book haul*) de su blog literario. Tal y como confesó en la charla sobre BookTube que impartió junto a sus compañeros Javier Ruescas y May R Ayamonte en la Feria del libro de Madrid de 2016, el audiovisual le pareció una manera mucho más amena de enfocar la sección, y fue ese el principal motivo por el que abrió su canal de YouTube.

De esta manera, durante algún tiempo, *Fly like a butterfly* albergó principalmente, vídeos de esta categoría hasta que, tal y como reveló su administradora en la misma charla, la mexicana Fa Orozco<sup>14</sup> de *laspalabrasdefa* la *taggeó* en agosto de 2012 en su primer vídeo<sup>15</sup>, el cual gira en torno al *book tag* de los siete pecados capitales.

A partir de este momento, el canal de YouTube comenzó a dejar de ser un mero complemento de su blog y empezó a ganar variedad y más suscriptores.

Muy pronto, fueron otros los que siguieron sus pasos, aventurándose a dar el salto del mundo *blogger* al de YouTube.

## 4.2. EVOLUCIÓN

Para analizar la evolución de la comunidad en el país en cuestión, se han tomado como objeto de análisis los 10 canales de BookTube España con más suscriptores en junio de 2016<sup>16</sup>. Estos

---

<sup>11</sup> *El Templo de las Mil Puertas*. <<http://www.eltemplodelasmilpuertas.com>> [Blog] [Consulta: 6 de junio de 2016]

<sup>12</sup> RUESCAS, J. *El cazador de Libros*. <<http://javierruescas.blogspot.com.es>> [Blog] [Consulta: 6 de junio de 2016]

<sup>13</sup> FLY LIKE A BUTTERFLY, “IMM Vlog/Book Haul marzo 2010 | #1” en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/watch?v=Hdgpc7DI8P>> [Consulta: 6 de junio de 2016]

<sup>14</sup> Una de las pioneras del fenómeno BookTube en México.

<sup>15</sup> LASPALABRASDEFA, “Book tag | 7 Pecados capitales de Leer (7 Deadly Sins of Reading) | LasPalabrasdeFa” en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=hXmJdKHPiR4>> [Consulta: 6 de junio de 2016]

<sup>16</sup> Ver “Anexo I. *Booktubers* objeto de valoración”.

canales, ordenados de más a menos suscriptores, son: *El coleccionista de Mundos*, *JavierRuescas*, *Fly like a butterfly*, *Andreo Rowling*, *mayrayamonte*, *Nube de Palabras*, *LibrosPorLeer*, *Never be Hopeless*, *LittleRedRead* y *MartitaraBookVlogs*.

Sin embargo, la evolución individual de los canales se ha estudiado en base al número de visualizaciones totales que acumulan por mes, pues estas cifras son más representativas a la hora de determinar el alcance y la popularidad que la comunidad ha ido teniendo a lo largo de los años desde sus orígenes.

Las mencionadas cifras han sido tomadas de la información que la plataforma Social Blade<sup>17</sup> aporta para cada uno de los canales y con los datos recopilados se ha realizado una gráfica global<sup>18</sup> en la que se puede apreciar el desarrollo de la comunidad de forma visual.

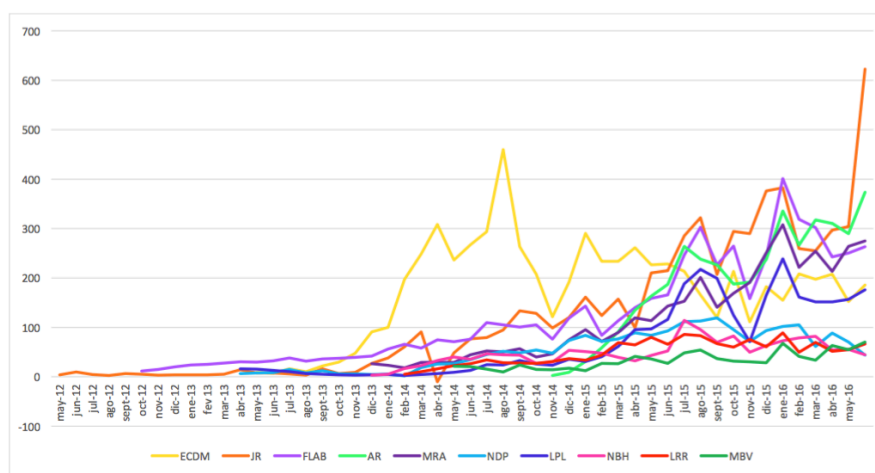


Imagen 1. Miniatura de la gráfica global en “Anexo III. Evolución de BookTube España”.

Fuente: elaboración propia

Pero antes de entrar en el comentario de las conclusiones, es pertinente destacar un aspecto de la plataforma que ha sido trasladado a dicha gráfica y que puede incitar a la confusión: Social Blade dibuja líneas de la evolución individual de los diferentes *youtubers* desde un momento concreto, que no suele coincidir con la fecha de apertura de sus canales, hasta la actualidad, en este caso, junio de 2016.

Una vez aclarado esto, es momento de extraer conclusiones para la mencionada gráfica:

- El primer dato que salta a la vista es la **tendencia creciente** de la comunidad en lo que a número de visualizaciones se refiere. BookTube inicia su andadura en España con muy

<sup>17</sup> Página web que aporta información estadística e individualizada de cada canal de YouTube.

<sup>18</sup> Ver “Anexo III. Evolución de BookTube España”.

poca presencia y poco a poco se va imponiendo en YouTube con picos que rondan las 400.000 visualizaciones por mes en canales como *Fly like a butterfly*, *El coleccionista de Mundos* y *JavierRuescas*, el cual ha llegado incluso a sobrepasar recientemente la cifra con creces.

- La segunda conclusión que se puede extraer está relacionada con el **punto de inflexión** en la historia de BookTube España, entendiéndolo como el momento en el que los canales en cuestión comienzan a superar su media de visualizaciones con cierta constancia. En la tabla de valores<sup>19</sup>, las celdas correspondientes a aquellos meses en los que la media es superada han sido coloreadas para que el punto de inflexión pudiera ser identificado de una forma muy visual.

	ECDM	JR	FLAB	AR	MRA	NOP	LPL	NBH	LRR	MBV
may-12	3,42									
jun-12	9,42									
jul-12	4,5									
ago-12	2,21									
sept-12	6,06									
oct-12	4,8	11,18								
nov-12	3,11	14,78								
dic-12	3,62	19,73								
ene-13	3,86	23,49								
feb-13	3,9	24,69								
mar-13	5,07	27,26								
abr-13	14,28	30,37				6,93	16,07			
may-13	9,91	7,74	29,15			7,46	15,5			
jun-13	7,04	7,73	32,28			8,47	12,48			
jul-13	15,65	5,7	38,13			14,59	10,15			
ago-13	6,95	3,28	31,53			7,64	5,93			
sept-13	21,39	15,68	35,74			11,74	5,04			
oct-13	29,67	6,44	37,16			5,8	3,91			
nov-13	47,83	6,65	39,29			5,33	3,28			
dic-13	90,49	26,85	41,93		25,93	4,57	3,91	3,14		
ene-14	99,87	37,54	55,78		22,73	5,02	4,35	4,97		
feb-14	197,41	60,74	65,45		16,01	1,93	2,18	16,62	5,03	
mar-14	248,21	90,76	97,69		29,06	18,61	4,39	22,17	10,09	
abr-14	308,16	-10,62	74,7		29,63	25,45	6,11	32,61	15,96	
may-14	235,94	47,9	70,79		28,81	26,08	8,89	39,82	22,06	21,34
jun-14	267,06	76,44	76,06		44,1	34,49	12,86	35,35	26,43	20,71
jul-14	293,59	78,88	109,3		52,24	44,67	24,5	46,48	34,01	15,38
ago-14	460	94,64	104,74		50,25	51,64	23,83	44,04	28	9,15
sept-14	263,2	133,33	100,39		96,42	48,01	32,94	43,68	27,33	23,43
oct-14	207,63	127,88	104,6		39,93	93,88	25,67	26,55	27,19	14,75
nov-14	120,96	98,44	76,23	2,41	46,42	47,34	22,9	29,31	30,62	14,07
dic-14	191,18	119,73	118,16	8,61	74,87	73,4	35,34	93,48	36,74	16,8
ene-15	290,27	161,16	143,15	30,75	95,42	93,84	30,71	90,67	33,61	11,96
feb-15	233,52	123,94	83,58	58,3	71,28	71,27	40,41	47,55	43,71	27,15
mar-15	233,27	197,37	113,19	90,87	89,53	76,83	61,01	38,88	68,76	26,47
abr-15	261,3	99,24	139,99	134,54	118,82	89,03	95,5	32,23	24,42	41,04
may-15	228,3	210,32	158,59	163,26	113,13	93,84	96,68	42,7	79,61	36,15
jun-15	228,08	214,63	165,28	187,11	142,84	92,61	115,86	52,18	69,63	26,95
jul-15	213,04	265,24	246,18	263,43	152,49	111,34	188,23	114,07	85,01	46,75
ago-15	165,87	321,91	302,33	238,01	201,12	112,84	216,98	95,48	83,21	34,21
sept-15	119,63	206,62	226,55	226	140,49	119,03	189,44	69,19	68,83	36,28
oct-15	213,13	284,13	264,45	187,32	188,8	95,1	224,33	82,14	36,3	31,15
nov-15	110,8	289,71	158,01	191,23	190,48	71,15	70,31	49,54	75,38	30,03
dic-15	182,17	376,06	242,97	236,91	250,97	93,37	165,02	62,76	60,64	28,21
ene-16	154,36	382,62	401,37	335,49	357,81	101,03	236,39	72,62	89,05	67,67
feb-16	207,9	259,37	318,28	266,42	221,3	105,02	169,83	78,43	49,26	11,24
mar-16	196,98	294,71	301,9	316,98	294,2	61,19	161,2	61,49	89,31	33,4
abr-16	207,28	299,71	242,39	309,92	213,65	88,28	161,38	93,95	91,6	62,77
may-16	151,77	303,73	250,37	289,06	263,37	70	156,8	95,26	14,63	94,82
jun-16	185,75	622,61	263,04	373,27	274,91	43,75	176,23	44,02	66,24	70,06

Imagen 2. Miniatura de la tabla de valores en “Anexo II. Visualizaciones mensuales”.

Fuente: elaboración propia

<sup>19</sup> Ver “Anexo II. Visualizaciones mensuales”.

De esta manera, los resultados serían los siguientes:

- 1 canal (*El coleccionista de Mundos*) alcanza su punto de inflexión a principios de 2014.
- A finales del mismo año lo consiguen 3 canales (*JavierRuescas*, *Fly like a butterfly* y *Nube de Palabras*).
- Un total de 6 canales (*Andreo Rowling*, *mayrayamonte*, *LibrosPorLeer*, *Never be Hopeless*, *LittleRedRead* y *MartitaraBookVlogs*) obtiene el mérito durante la primera mitad del 2015.

Así pues, se puede concluir que, en términos generales, el **primer semestre de 2015** supone una etapa crucial para el desarrollo de BookTube en España. La mayor parte de los canales comienzan, en estos meses, a superar su propia media de visualizaciones, manteniéndose con cierta regularidad hasta junio de 2016. Este paso que da la comunidad en apenas seis meses se ve traducido en un mayor reconocimiento que invita a muchos más jóvenes a abrirse un canal de temática literaria.

- Otro hecho destacable es que el 40% de los canales analizados alcanzan su mayor cifra en el mismo momento, en **enero de 2016**, por lo que podría afirmarse que esta es la **fecha de mayor esplendor** en la historia de BookTube España. Los canales que alcanzaron el mérito en dicha fecha fueron *Fly like a butterfly*, *mayrayamonte*, *LibrosPorLeer* y *LittleRedRead*. El análisis de los contenidos de los mismos en el mes en cuestión ha permitido la extracción de las siguientes ideas con respecto a qué podría haber provocado la coincidencia:
  - Por un lado, el anuncio de la publicación de la novela *Besos entre líneas*, escrita por May y Esme. Ambas subieron a sus respectivos canales vídeos<sup>20</sup> relacionados con la noticia, los cuales se encuentran, según Social Blade, entre los 50 más vistos de cada canal.
  - Por otro lado, la presencia de varios vídeos<sup>21</sup> colaborativos entre los mencionados canales y es que, durante el mes de enero de 2016 los cuatro *booktubers* se

---

<sup>20</sup> FLY LIKE A BUTTERFLY, "Besos entre líneas | MI PRIMERA NOVELA | Esmeralda Verdú" en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/watch?v=36EXojpAiNo>> [Consulta: 9 de junio de 2016]

MAYRAYAMONTE, "BESOS ENTRE LÍNEAS | VOY A PUBLICAR OTRA NOVELA | May R Ayamonte" en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/watch?v=Jxg-2DHzm9Q>> [Consulta: 9 de junio de 2016]

<sup>21</sup> FLY LIKE A BUTTERFLY, "Book Haul enero 2016 + Unboxing libros | #82" en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/watch?v=30acNRler50>> [Consulta: 9 de junio de 2016]

LIBROS POR LEER, "Propósitos literarios 2016 + Resumen 2015 + ¡UNBOXING!" en *YouTube*



- dieron reconocimiento mutuo por medio de *challenges* e intercambios de regalos con motivo de la Navidad. Algunos de estos vídeos se encuentran, también, entre los 50 más visitados de sus canales.

## 5. BOOKTUBE ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD

Una vez analizados el origen y la evolución de BookTube en España, es momento de comentar la situación actual de la comunidad. Los puntos objeto de valoración para este apartado serán los siguientes:

- Por un lado, el perfil de los seguidores de BookTube en nuestro país
- Por otro, la popularidad de la comunidad entre el público potencial de la misma.

Como método de investigación se ha realizado en junio de 2016 una encuesta<sup>22</sup> *online* a 307 jóvenes españoles de edades comprendidas entre los 15 y 25 años (las correspondientes al público objetivo de BookTube). El procedimiento ha sido el siguiente:

1. Creación de la encuesta haciendo uso de la herramienta Formularios de Google.
2. Lanzamiento de la invitación para participar y compartir a un grupo de jóvenes de diferentes perfiles (edad, sexo, procedencia, estudios y nivel de afición a la lectura diversos)
3. Recopilación de respuestas y análisis de los resultados.

---

<<https://www.youtube.com/watch?v=0mFBIRkn6ll>> [Consulta: 9 de junio de 2016]  
 LIBROSPORLEER, “El RETO de los LIBROS EN LA CABEZA feat. Little Red Read” en YouTube  
 <<https://www.youtube.com/watch?v=Btba5e5UQxA>> [Consulta: 9 de junio de 2016]  
 —, “CHALLENGE ESTANTERÍAS con May R Ayamonte #MAYSU” en YouTube  
 <<https://www.youtube.com/watch?v=OAXfsqxc5X4>> [Consulta: 9 de junio de 2016]  
 LITTLEREDREAD, “UNBOXING ESPECIAL NAVIDAD” en YouTube  
 <<https://www.youtube.com/watch?v=q-egjeWmxoY>> [Consulta: 9 de junio de 2016]  
 —, “RETO DE LAS GRAGEAS DE HARRY POTTER” en YouTube  
 <<https://www.youtube.com/watch?v=RrcPYIqSUMo>> [Consulta: 9 de junio de 2016]  
 MAYRAYAMONTE, “UNBOXING CAJA ESPECIAL” en *YouTube*  
 <<https://www.youtube.com/watch?v=IdY7UN3Xtw8>> [Consulta: 9 de junio de 2016]  
 —, “GRAJEAS ASQUEROSAS DE HARRY POTTER | Con Patri Little Red” en YouTube  
 <<https://www.youtube.com/watch?v=LQWEnB93xEI>> [Consulta: 9 de junio de 2016]

<sup>22</sup> Ver “Anexo V. Encuesta al público potencial de BookTube”.

## 5.1. PERFIL DE LOS SEGUIDORES

Lo primero que es necesario destacar es que, para la determinación del perfil de los seguidores de la comunidad, se han tomado como objeto de análisis los datos de las personas que en la encuesta respondieron “Sí” a la pregunta “¿Conoces BookTube?”.

Es importante mencionar que se ha considerado para el estudio en cuestión que conocer la comunidad es equivalente a ser seguidor de la misma, pues los resultados de la encuesta revelan que estos jóvenes están lo suficiente familiarizados con ella como para saber de la existencia de un importante número de los canales que se mencionan en el formulario y tener cierta capacidad crítica sobre ellos. De esta manera, las características de este sector de encuestados pueden ser extrapoladas al contexto del público seguidor.

Una vez hecha esta aclaración, resulta pertinente destacar las diferentes variables que se han tomado como objeto de análisis para la determinación de un perfil:

### **Edad:**

Este dato pudo ser deducido previamente a la realización de la encuesta. Como se ha comentado en apartados anteriores, los creadores de contenido de la comunidad suelen ser chicos y chicas de entre 15 y 25 años. Además, el tipo de literatura que estos frecuentemente recomiendan es la juvenil, cuyo público objetivo coincide prácticamente con el mencionado rango. Así, por uno y otro motivo, es lógico pensar que los seguidores de la comunidad tengan también entre 15 y 25 años. Tener claro este dato fue decisivo para cerrar la encuesta a un público más concreto.

### **Género:**

Si bien en las entrevistas personales a los *booktubers* se manifiesta el predominio del sexo femenino entre los seguidores de la comunidad, se ha considerado prudente incluir la variable en la encuesta para obtener una cifra en porcentaje y poner a los diferentes géneros en una balanza comparativa.

Lo primero que cabe destacar es que de las 307 personas encuestadas de forma aleatoria, 205 (el 67%) se identificaron a sí mismas como mujeres, 97 (31%) como hombres y 5 (2%) como neutras.

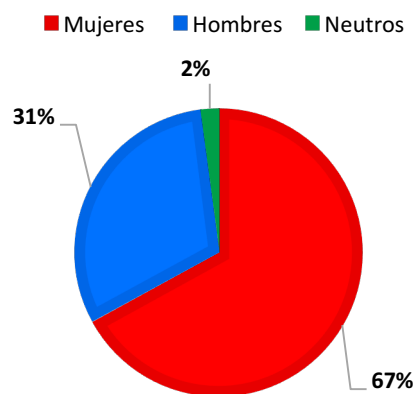


Imagen 3. Género de los encuestados. Fuente: elaboración propia

Teniendo esto en cuenta, el resultado del formulario dictamina que conoce BookTube: el 40% de las mujeres encuestadas (un total de 82), el 7% de los hombres (7 en total) y el 40% de las personas con género neutro (2). Cabe mencionar que al ser tan pequeño este último sector de la muestra, los resultados no son fiables para este colectivo de participantes, por lo que conviene ser descartado de las conclusiones.

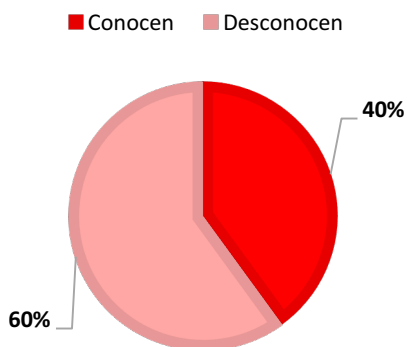


Imagen 4. Conocimiento de BookTube por las mujeres encuestadas.  
Fuente: elaboración propia

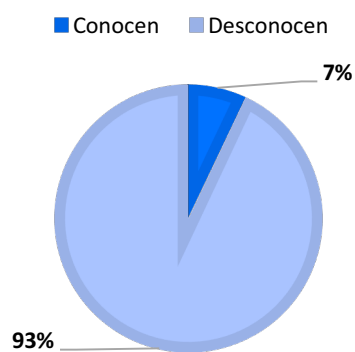


Imagen 5. Conocimiento de BookTube por los hombres encuestados.  
Fuente: elaboración propia

Así pues, se puede afirmar que el público de BookTube es mayormente femenino, tal y como puede apreciarse en los gráficos superiores.

### Estudios:

Se ha solicitado a los encuestados clasificar sus estudios en una de las dos siguientes ramas: Ciencias o Letras/Artes, pudiendo también optar por una tercera opción para aquellos títulos que son una mezcla de ambas. El objetivo principal es determinar si el conocimiento de la comunidad de BookTube puede estar vinculado a la pertenencia a una de estas ramas de estudios.

Entre los participantes se han encontrado 172 estudiantes de letras, 126 de ciencias y 9 con estudios mixtos.

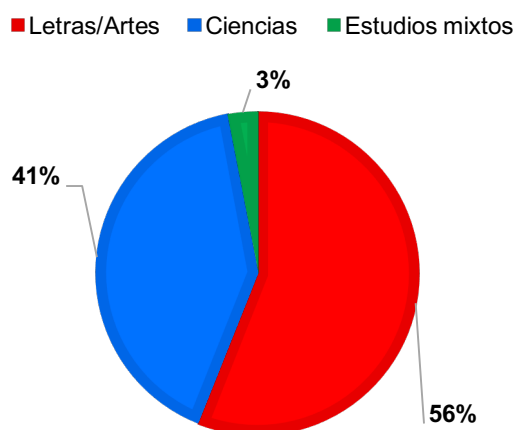


Imagen 6. Estudios de los encuestados. Fuente: elaboración propia

Los resultados, entre el total de jóvenes que saben de la existencia de la comunidad se corresponden, como puede observarse en las imágenes 7 y 8, con el 35% de los estudiantes de letras, el 20% de los de ciencias y el 67% de los estudiantes con títulos mixtos. Como en el caso de las personas de género neutro, la muestra que marcó esta tercera opción es tan pequeña (9 personas) que los resultados finales no aportan la fiabilidad requerida, por lo que se obviará este resultado en la extracción de una conclusión para la variable en cuestión.

Así pues los resultados indican cierto predominio de los estudiantes de letras sobre los de ciencias en el conjunto de jóvenes que conocen la plataforma de BookTube. No obstante, es apreciable el hecho de que la balanza está mucho más equilibrada que en el caso del género.

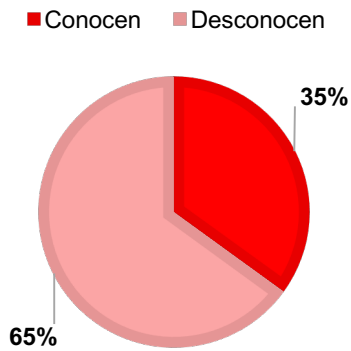


Imagen 7. Conocimiento de BookTube por los estudiantes de letras encuestados.

Fuente: elaboración propia

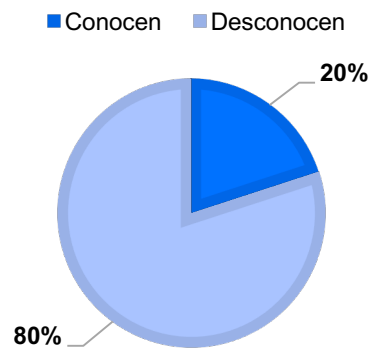


Imagen 8. Conocimiento de BookTube por los estudiantes de ciencias encuestados.

Fuente: elaboración propia

### Nivel de afición a la lectura:

Es lógico pensar que la mayor parte de los seguidores de la comunidad de BookTube son jóvenes apasionados a la lectura. Pero, ¿qué tan fuerte es esta afición en el total de jóvenes que conocen la comunidad?

Para determinararlo, se ha establecido un total de 4 niveles. La solución a la incógnita es la siguiente:

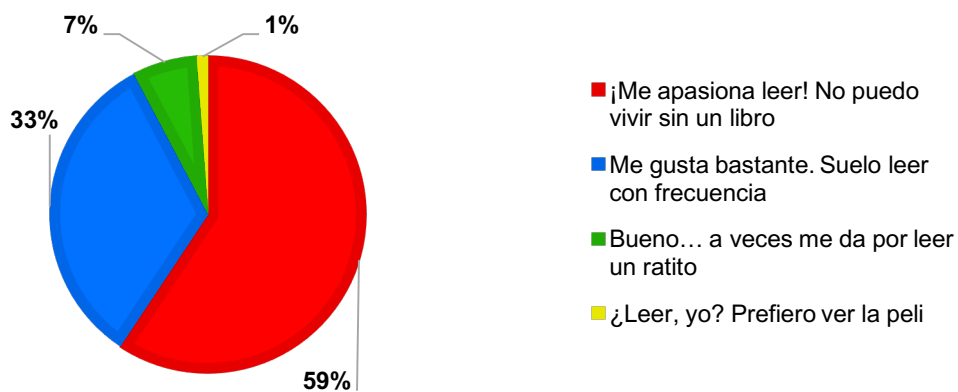


Imagen 9. Nivel de afición a la lectura de los encuestados. Fuente: elaboración propia

Como se puede observar, la mayor parte de los conocedores de la comunidad de BookTube, un 92% en total, son lectores habituales mientras que, para el 8% restante, en mayor o en menor medida, la lectura no suele formar de su día a día.

### Presencia en comunidades literarias:

Laura Ruiz, del blog literario *El camaleón azul*<sup>23</sup>, reveló en una entrevista personal que buena parte de los seguidores de la comunidad son en realidad administradores de canales de BookTube o miembros de la blogoesfera literaria. ¿Cómo se ve reflejada esta afirmación en términos cuantitativos? Para resolver la incógnita, se incluyó en el cuestionario una pregunta al respecto. Los resultados fueron los siguientes:

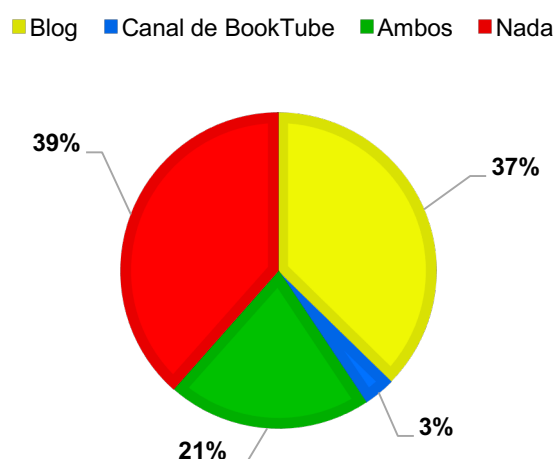


Imagen 10. Presencia de los encuestados en diferentes comunidades literarias.

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar, más de la mitad, en total un 61% de los jóvenes que saben de la existencia de BookTube están dentro de la comunidad o de la blogoesfera literaria, con lo que se confirma la afirmación que la administradora de *El camaleón azul* había hecho al respecto.

## 5.2. POPULARIDAD

De algunos de los apartados previos, se puede obtener una cierta idea de cuál es la popularidad de BookTube España en la actualidad. No obstante, para una mayor precisión se decidió incluir preguntas concretas al respecto en el mencionado cuestionario. Los tres interrogantes que se plantearon fueron los siguientes:

<sup>23</sup> Ruiz, L. *El camaleón azul*. <<http://elcamaleonazul.blogspot.com.es>> [Blog] [Consulta: 18 de junio de 2016]

### “¿Conoces BookTube?”

De las 307 personas encuestadas sólo 91, es decir, el 30% de los jóvenes participantes, conocen la comunidad de BookTube.

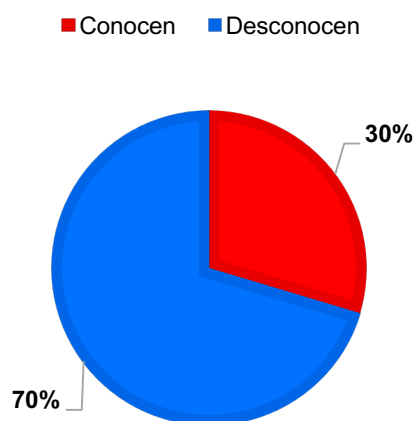


Imagen 11. Conocimiento de BookTube por los encuestados.

Fuente: elaboración propia

La valoración de la mencionada cifra, el saber si es positiva o negativa, será una cuestión relativa. Por ejemplo, si se compara con el conocimiento que jóvenes de similar edad tienen de otras comunidades de YouTube, el resultado deja mucho que desear.

En *Análisis de la figura de los principales youtubers españoles de éxito*, Valls (2015:15) recoge los resultados de una encuesta que tiene por principal objetivo medir la popularidad de los cinco *youtubers* con mayor número de suscriptores de España que, de forma coincidente, pertenecen a la comunidad *gamer*<sup>24</sup>. Los resultados del estudio señalan que el 81% de los encuestados conoce la existencia de, al menos, uno de estos cinco *youtubers*, por lo que son sabedores, también, de la presencia de la mencionada comunidad.

Así pues, comparado con el mundo *gamer*, que es el más seguido en España según revela Valls en su proyecto, BookTube se queda bastante atrás. No obstante, es importante destacar que la primera es mucho más antigua que la segunda y es que, si bien el primer vídeo de BookTube en España data de marzo de 2010, el estallido de la comunidad se produce apenas un año atrás,

---

<sup>24</sup> Término proveniente del inglés y que puede traducirse como *videojugador*, aunque habitualmente solo se utiliza para designar a aquellos que sienten verdadera pasión por los videojuegos.

durante la primera mitad del 2015. Es por esto por lo que el resultado, pese a ser un porcentaje inferior al 50% puede ser tomado muy positivamente.

### “¿Cómo lo conociste?”

Para esta pregunta se ofrecieron cinco respuestas diferentes. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

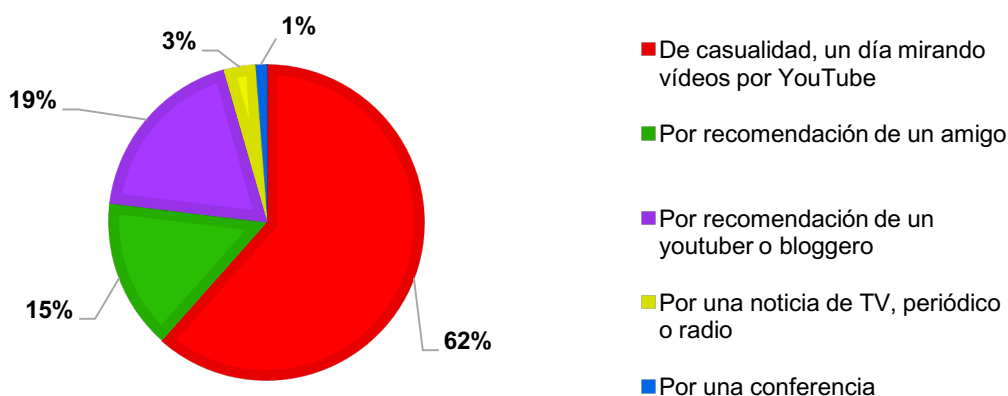


Imagen 12. Resultados de la encuesta con respecto a las vías de acceso a la comunidad.

Fuente: elaboración propia

Con más de la mitad del total, la opción de la casualidad se lleva el primer puesto. YouTube es una plataforma muy intuitiva por la que el usuario no sólo puede navegar sino también dejarse llevar por la recurrente relación de vídeos que la herramienta muestra en función de tus intereses o consultas más frecuentes. Es lógico, pues, que esta opción se haya impuesto como el principal camino de acceso a BookTube.

Seguida de esta, las respuestas de los encuestados muestran cómo buena parte de los sabedores de la comunidad llegaron hasta ella por recomendación de un *youtuber* (no *booktuber*) o bloguero. El resultado tiene sentido, pues como se ha ido deduciendo de apartados anteriores, BookTube no es más que el traslado de la blogoesfera literaria a un campo audiovisual, en su caso, al universo de YouTube.

Pisándole los talones, con un porcentaje del 19%, la respuesta de conocer la comunidad por recomendación de un amigo se alza en el tercer puesto de la lista. Cerrando la misma, se haya la opción de las noticias en medios de comunicación tradicionales y la de la conferencia como formas por las que los encuestados conocieron BookTube.



### “¿Desde cuándo lo conoces?”

El resultado de la encuesta para esta pregunta coincide con el del apartado 4.2., donde se explica la evolución de BookTube en España. Por ambos métodos de investigación se obtiene, como punto de estallido de la comunidad, un momento del tiempo ubicado entre el 2014 y el 2016, lo que reitera lo novedoso que es este fenómeno.

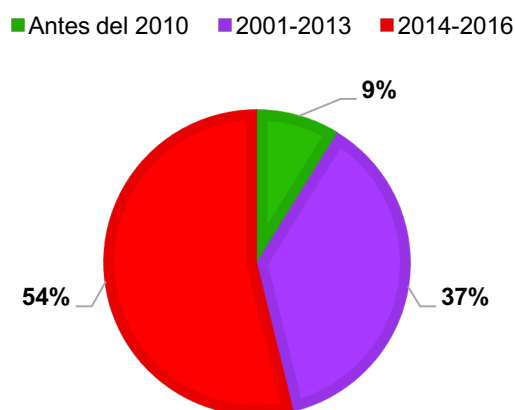


Imagen 13. Resultados de la encuesta con respecto al momento en el que los encuestados conocieron BookTube. Fuente: elaboración propia

## **6. BOOKTUBERS ESPAÑOLES DE ÉXITO**

Habiendo previamente identificado cuáles son los canales de BookTube España con mayor número de suscriptores, se ha hecho una selección de cinco de ellos para identificar cuáles han sido los factores que los han llevado al éxito. El método de investigación, nuevamente, ha consistido en la elaboración de una serie de preguntas al respecto las cuales han sido incluidas en la encuesta anteriormente referenciada.

Por otro lado, el parámetro en base al cual se ha hecho la selección de los canales ha sido el índice de crecimiento<sup>25</sup>, siendo el presente junio de 2016 y el pasado junio de 2015. Los cinco más exitosos<sup>26</sup>, según este cálculo matemático, son los que, a continuación, serán analizados.

<sup>25</sup> Índice de crecimiento =  $\frac{\text{presente} - \text{pasado}}{\text{pasado}}$

<sup>26</sup> Ver “Anexo IV. Índice de crecimiento”.

Pero antes de comenzar con la exposición individual de cada uno de ellos, es importante señalar dos aspectos.

El primero está relacionado con el motivo que ha llevado a elegir la fecha de junio de 2015 como el pasado de la ecuación.

Como bien se mencionó en el apartado 4.2 de este trabajo, el primer semestre del mencionado año puede ser considerado el momento en el que se produce el estallido de BookTube en España, pues un total de seis canales sobre los diez objeto de análisis comienzan en esos meses a superar su media de visualizaciones mensuales con cierta constancia. Ahora bien, de esos seis canales, tres llegan a coincidir haciéndolo en un mismo mes, concretamente en junio, convirtiéndose este momento, pues, en el perfecto para el cálculo matemático.

El segundo aspecto está relacionado con el valor numérico que sustituye a los conceptos de presente y pasado en la ecuación. Estos valores pertenecen a la categoría de número de suscriptores. La razón por la que se ha escogido esta categoría en vez del número de visualizaciones es que la primera por norma general crece cada mes, por lo que el resultado final es mucho más representativo que si se hiciera con la segunda variable, que tiende a oscilar cada mes con subidas y bajadas esporádicas.

### 6.1. NEVER BE HOPELESS



**Nombre:** Drew Tuá (izquierda) y Yaiza (derecha)

**Edad:** 23 y 27

**Estudios/trabajo:** Diseño de videojuegos y Turismo

**Fecha de entrada en BookTube:** 27.09.13

**Canal:** NEVER BE HOPELESS en *YouTube*

<https://www.youtube.com/user/neverbehopeless>

[Consulta: 2 de julio de 2016]

Imagen 14. Drew y Yaiza. Fuente: Twitter @NeverBHopeless

Para complementar su web literaria<sup>27</sup>, las chicas de *Never be Hopeless* decidieron aventurarse en el mundo de BookTube hace casi tres años pues, como bien declararon en la entrevista<sup>28</sup> personal, “hay cosas que quedan mucho mejor por vídeo que por escrito”.

Por aquel entonces, el mundo de YouTube no era del todo novedoso para una de ellas y es que, desde octubre de 2008 Drew gestiona un pequeño canal<sup>29</sup> de *covers*, de temas musicales versionados, al que sube vídeos de forma esporádica.

Volviendo al desarrollo de *Never be hopeless*, es destacable el crecimiento que ha experimentado en todos estos años que lleva en la comunidad. No obstante, cabe decir que en los últimos meses ha sufrido en dos ocasiones la baja de una de las integrantes. A finales de 2015, Drew dejó de aparecer en algunos de los vídeos del canal por no sentirse a gusto en la comunidad de BookTube debido a problemas y enfrentamientos internos, según reveló Yaiza en uno de vídeos<sup>30</sup>. Nuevamente, su compañera ha comunicado recientemente su baja temporal pues, como bien señala, “esto ya no le motiva tanto”<sup>31</sup>.

Y es que Drew ha retomado sus otras dos grandes aficiones, la música y la moda<sup>32</sup>, a las que dedica sendos canales de YouTube. Yaiza, por el contrario, mantiene la actividad de *Never be Hopeless* subiendo a principios de cada semana un nuevo vídeo.

### **Popularidad y recepción**

Situado en el quinto puesto en lo que al índice de crecimiento se refiere y en el octavo por número de suscriptores, el canal *Never be hopeless* presenta un reconocimiento ligeramente inferior al 50%. Es decir, que sólo menos de la mitad de la muestra que declaró conocer BookTube en la encuesta sabe de la existencia de este canal literario.

No obstante, el resultado de la valoración por estos votantes resultó, en su mayoría, positivo, aunque tampoco llegó a alcanzar el 50% del total.

---

<sup>27</sup> NEVER BE HOPELESS. *The lovely books*. <<http://thelovelybooks.com/category/videos/neverbehopelessvlogs/>> [Blog] [Consulta: 1 de julio de 2016]

<sup>28</sup> Ver “Anexo VI. Entrevistas a booktubers”.

<sup>29</sup> DREW TUÁ MUSIC en *YouTube* <<https://www.youtube.com/user/drewtua>> [Consulta: 1 de julio de 2016]

<sup>30</sup> NEVER BE HOPELESS, “Book Haul: Noviembre 2015 (After, Cartas de amor a los muertos, cómics...)” en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=2FmqJGj9uxw>> [Consulta: 1 de julio de 2016]

<sup>31</sup> NEVER BE HOPELESS, “BOOK HAUL MASIVO | 1ª PARTE” en *YouTube* <<https://www.youtube.com/watch?v=BhG5ZThyDyQ>> [Consulta: 1 de julio de 2016]

<sup>32</sup> DREW TUÁ en *YouTube* <<https://www.youtube.com/user/thisisdrewtua>> [Consulta: 1 de julio de 2016]

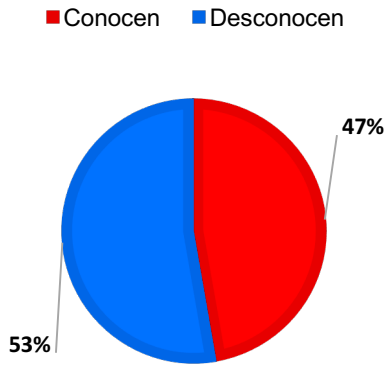


Imagen 15. Conocimiento de *Never be hopeless* por parte de la muestra conocedora de BookTube  
Fuente: elaboración propia

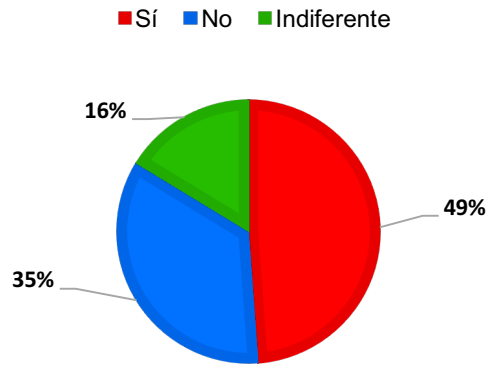


Imagen 16. Respuesta a la pregunta "¿Te gusta *Never be hopeless*?"  
Fuente: elaboración propia

Los principales motivos que despiertan la afinidad por este canal son, según los resultado de la encuesta la personalidad de las chicas, la forma en la que se expresan y el formato de elaboración de sus vídeos.

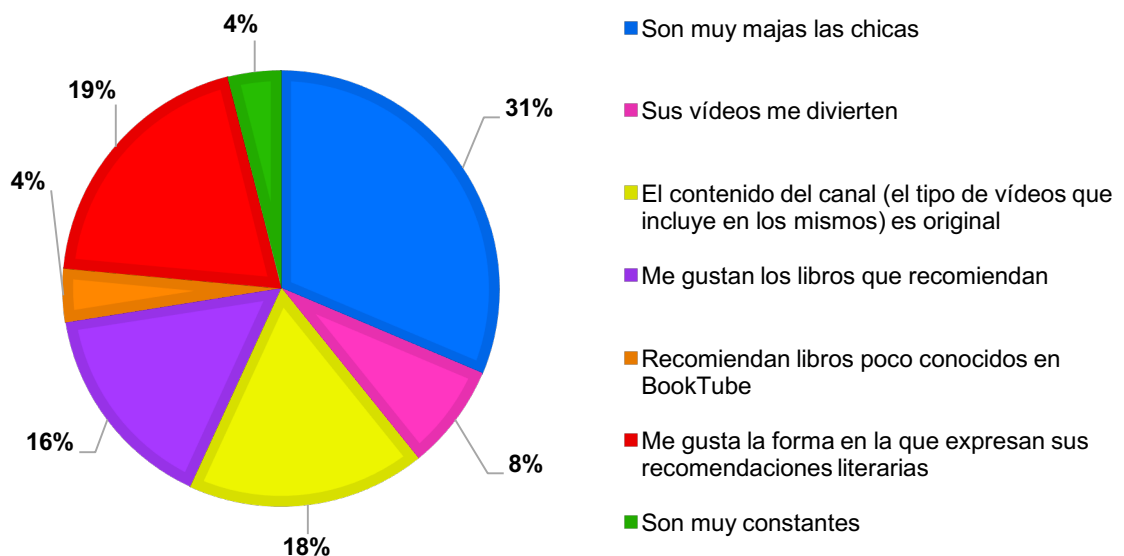


Imagen 17. Aspectos que gustan de *Never be hopeless*. Fuente: elaboración propia

Con respecto al primer punto, a la personalidad de las chicas, ellas mismas destacaron en la entrevista personal que ambas tienen un carácter muy diferente, lo cual es un punto a su favor, pues el público puede sentirse identificado con una o con la otra. Drew, por ejemplo, tiene una forma más emocional de expresarse, mientras que Yaiza suele apoyar sus argumentos en los hechos más objetivos del libro.

Por otro lado, en lo que se refiere al contenido del canal, tal y como se aprecia en el gráfico superior, ha sido calificado de original por buena parte de los votantes. Y es que, ya con sólo ver la apariencia de alguno de sus vídeos el espectador puede darse cuenta de que no se encuentra en un canal de BookTube habitual. La iluminación fría de tintes lúgubres, el ritmo pausado y la música alternativa son algunos de los aspectos que más llaman la atención con respecto al resto de *booktubers* más exitosos. Entre los libros que muestran, además, hay espacio para el género de terror, el cual apenas es tratado en la comunidad, al menos en los canales objeto de análisis en este trabajo.

## 6.2. FLY LIKE A BUTTERFLY



**Nombre:** Esmeralda Verdú

**Edad:** 26

**Estudios/trabajo:** técnica administrativa

**Fecha de entrada en BookTube:** 25.03.10

**Canal:** FLY LIKE A BUTTERFLY en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/user/blogflylikebutterfly>>

[Consulta: 2 de julio de 2016]

Imagen 18. Esmeralda Verdú. Fuente: Twitter @EsmeButterfly91

Considerada la precursora de BookTube en España, sus inicios en la comunidad se remontan a más de seis años atrás cuando, por cuestiones de dinamismo, decidió llevar una de las secciones de su blog literario<sup>33</sup> (los *IMM Vlogs*) al ámbito audiovisual.

Como bien se comentó en apartados anteriores, la joven albaceteña focalizó la atención de su canal en este tipo de vídeos durante un largo tiempo, hasta que la mejicana Fa Orozco la retó a hacer el *tag* literario de los siete pecados capitales. Es a partir de este momento cuando comienza a ganar mayor variedad en su contenido.

Como fecha importante en la historia de su canal cabe destacar el 2 de enero de 2016. Esme abre el año anunciando a sus seguidores que publicará su primera novela, *Besos entre líneas*, junto a su amiga y compañera de BookTube May R Ayamonte.

<sup>33</sup> VERDÚ, E. *Fly like a Butterfly*. <<http://fly-like-a-butterfly.blogspot.com.es>> [Blog] [Consulta: 5 de julio de 2016]

Para terminar, en la actualidad y por norma general, Esme sube a YouTube un vídeo por semana, variando el día de publicación con frecuencia, aunque en los últimos meses ha mostrado cierto decanto por los jueves.

### Popularidad y recepción

Como primera *booktuber* española, el reconocimiento de Esmeralda Verdú es francamente positivo y es que, de la muestra conocedora de la comunidad, más de la mitad afirmó saber de la existencia del canal *Fly like a butterfly*.

No obstante, el análisis de su éxito conduce a resultados desconcertantes, puesto que a pesar de ser la tercera *booktuber* con mayor número de suscriptores en España y estar ubicada en el cuarto puesto de la lista en lo que a su índice de crecimiento se refiere, más de la mitad de los conocedores de su canal mantienen hacia él una postura indiferente o de cierto disgusto.

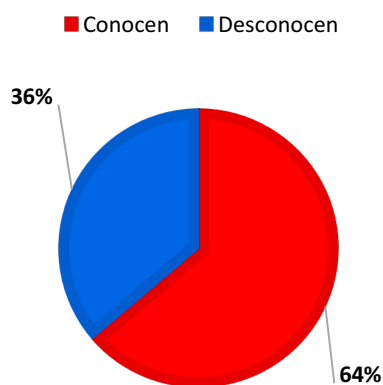


Imagen 19. Conocimiento de *Fly like a butterfly* por parte de la muestra conocedora de BookTube  
Fuente: elaboración propia

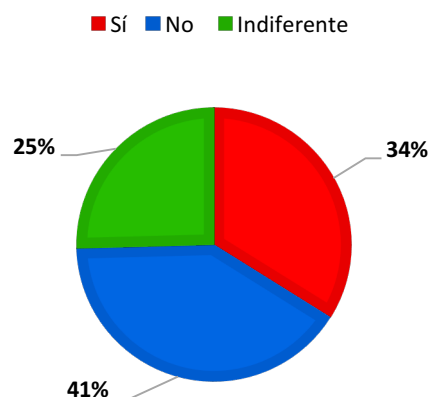


Imagen 20. Respuesta a la pregunta "¿Te gusta *Fly like a butterfly*?"  
Fuente: elaboración propia

Los principales motivos que incitan a una apreciación negativa del canal están relacionados, según los resultados de la encuesta, con la forma en la que Esme se expresa y el tipo de libros que muestra en sus vídeos, considerados por muchos poco originales.

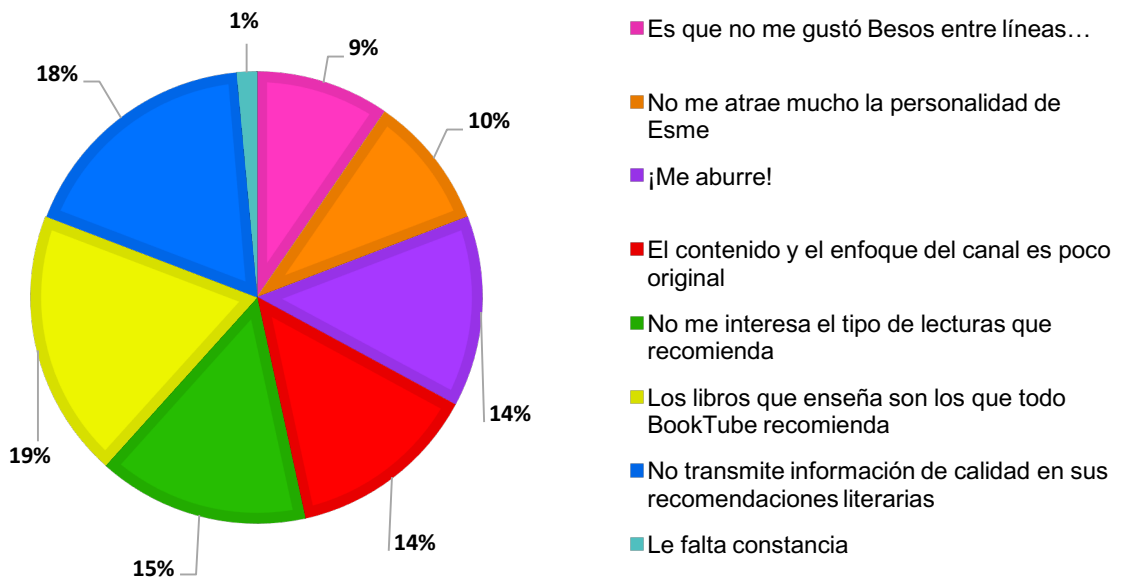


Imagen 21. Aspectos que no gustan de *Fly like a butterfly*. Fuente: elaboración propia

Con respecto al primer punto, a la falta de calidad en las recomendaciones literarias, se puede deducir qué es lo que ha llevado a gran parte de la muestra a marcar esta opción.

El análisis del contenido del canal de Esmeralda muestra cierto predominio de los *book hauls* y los *tags* sobre los vídeos en los que se recomiendan libros de una forma más profunda, como los *top* o los *wrap up*. Esto para muchos podría ser percibido como una carencia de recomendaciones claras, contundentes y de calidad.

### 6.3. MAYRAYAMONTE



**Nombre:** May R Ayamonte

**Edad:** 19

**Estudios/trabajo:** Filología Inglesa/lectora editorial y *community manager* editorial

**Fecha de entrada en BookTube:** 30.09.12

**Canal:** MAYRAYAMONTE en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/user/mayrayamonte>>

[Consulta: 2 de julio de 2016]

Imagen 22. May R Ayamonte. Fuente: Instagram

@mayrayamonte

La historia de May siempre ha ido ligada a la literatura, pues como revela en su perfil de Goodreads<sup>34</sup>, lee y escribe desde muy pequeña.

Con la autopublicación de sus dos primeras novelas, la joven andaluza decide entrar en el mundo de la blogoesfera para promocionar su trabajo, según declaró en la charla sobre BookTube de la Feria del Libro de Madrid de 2016. Comienza con un blog de escritura personal, *May R Ayamonte*, el cual permanece actualmente en estado privado, y continúa con otro de recomendaciones literarias, *Lecturas May R Ayamonte*<sup>35</sup>. Casi dos meses después de la apertura de este último, da el salto a la pantalla creando su propio canal de BookTube, al que actualmente, sube dos vídeos por semana: los martes y los viernes.

Mientras el canal y el blog de May iban creciendo poco a poco, continuó desarrollando su faceta de escritora y a día de hoy, ya cuenta con cinco obras publicadas, entre ellas, *Besos entre líneas*.

Para terminar, cabe añadir que May creó un segundo canal<sup>36</sup> en YouTube en septiembre de 2014, donde sube esporádicamente *vlogs* de eventos literarios y vídeos de la categoría de los *document your life*<sup>37</sup>.

### **Popularidad y recepción**

Siendo la quinta *booktuber* con mayor número de suscriptores y ocupando el tercer lugar en lo que al índice de crecimiento se refiere, no es de extrañar que el canal en cuestión sea reconocido por más de la mitad de aquel sector que, en el formulario, declaró saber de la existencia de BookTube.

Sin embargo, tal y como ocurre con *Fly like a butterfly*, el canal de May no es valorado positivamente por aquellos que lo conocen. Con un total de 35 votos negativos, 9 para la indiferencia y solo 14 positivos, *mayrayamonte* se convierte en el ejemplo perfecto de que tener muchos suscriptores no es únicamente sinónimo de poseer un gran cub de fans, sino también de oponentes e incluso, de *haters*<sup>38</sup>.

---

<sup>34</sup> R AYAMONTE, M. "May R. Ayamonte" en *Goodreads*

<[https://www.goodreads.com/author/show/7182094.May\\_R\\_Ayamonte](https://www.goodreads.com/author/show/7182094.May_R_Ayamonte)> [Consulta: 7 de julio de 2016]

<sup>35</sup> —. *Lecturas May R Ayamonte*. <<http://lecturasmayrayamonte.blogspot.com.es>> [Blog] [Consulta: 7 de julio de 2016]

<sup>36</sup> MAY R AYAMONTE 2 en *YouTube* <[https://www.youtube.com/user/2mayrayamonte?sub\\_confirmation=1](https://www.youtube.com/user/2mayrayamonte?sub_confirmation=1)> [Consulta: 7 de julio de 2016]

<sup>37</sup> Tipo de vídeo que recoge distintos clips con las experiencias vividas durante un período de tiempo determinado.

<sup>38</sup> Grupo de personas que muestran actitud negativa hacia alguien o algo.



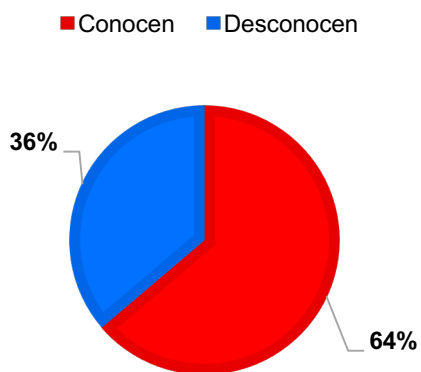


Imagen 23. Conocimiento de *mayrayamonte* por parte de la muestra conocedora de BookTube  
Fuente: elaboración propia

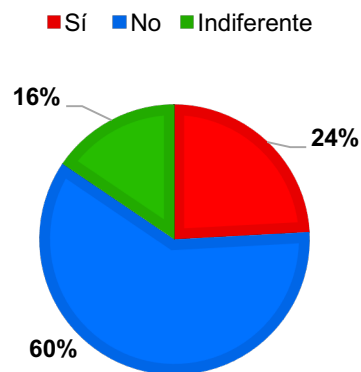


Imagen 24. Respuesta a la pregunta "¿Te gusta el canal *mayrayamonte*?"  
Fuente: elaboración propia

Las principales razones de disgusto que los oponentes señalaron en el formulario están relacionadas, tal y como puede observarse en la imagen 25, con el tipo de libro que la *booktuber* reseña (considerado poco original al tratarse, en buena parte, de envíos editoriales) y con su personalidad y la forma en la que se expresa.

Y es que May se muestra como una chica extrovertida y muy sincera, lo que en ocasiones la puede llevar a traspasar la línea entre lo que es una opinión honesta y una ofensiva. Así lo dejaron ver sus seguidores en uno de sus vídeos más polémicos, el top de las peores lecturas de 2015. En este vídeo, que acabó siendo eliminado, se la acusó repetidamente en los comentarios de no hacer críticas basadas en otro argumento que no fuera "este libro es una mierda".

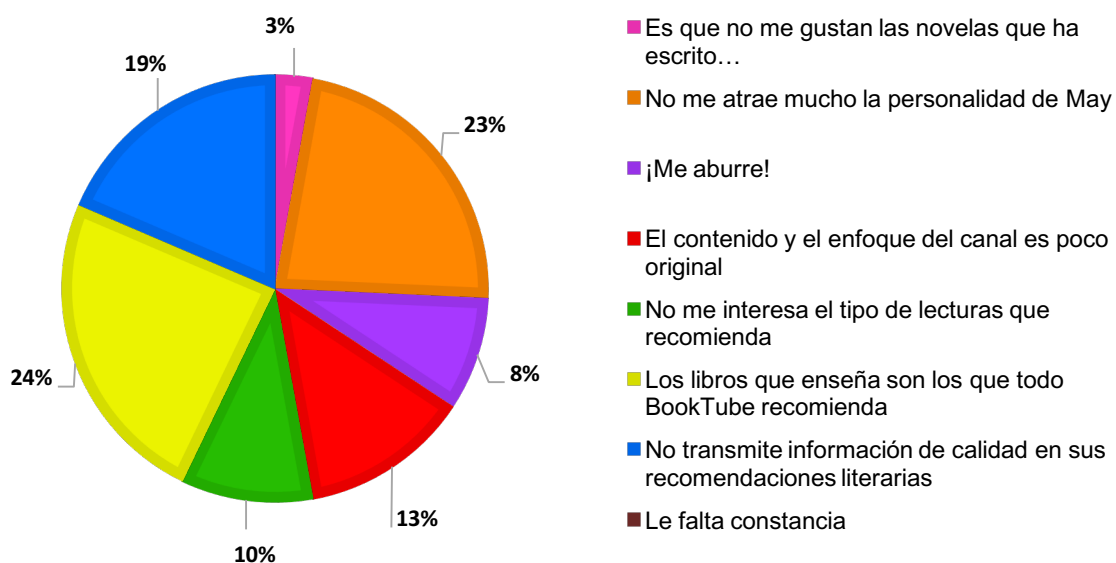


Imagen 25. Aspectos que no gustan de *mayrayamonte*. Fuente: elaboración propia

Aún así, con todo esto resulta sorprendente que tanto May como Esme tengan una reputación mayoritariamente negativa teniendo tantos suscriptores. La coincidencia invita a pensar si la polémica desatada tras la publicación de *Besos entre Líneas* pudiera tener algo que ver...

Y es que la novela de las jóvenes autoras no ha sido bien recibida ni por BookTube ni por la blogoesfera literaria. Poco después de su salida al mercado, la red comenzó a colmarse de críticas negativas, en ocasiones hasta ofensivas y los lectores decepcionados comenzaron a elucubrar que el verdadero motivo por el cual la novela había sido publicada era el nombre de sus autoras.

Estando fuera de ambas comunidades es difícil analizar con la profundidad requerida los enfrentamientos internos que se produjeron como consecuencia de este libro. Por ello, se ha considerado pertinente el contacto con bloggers/*booktubers* de menor reconocimiento, pues conocen el interior de la comunidad y los problemas que esta alberga sin formar parte tan directa de ellos, lo que garantiza una mayor objetividad en sus puntos de vista.

Las seleccionadas, por una cuestión de confianza personal con las mismas, fueron Laura Ruiz, del blog *El camaleón azul* y Yoli, del canal y blog *Lectora 1994*. La primera no duda en que la polémica desatada haya podido afectar a la reputación de las chicas como *booktubers*, mientras que para la segunda *Besos entre Líneas* es sólo una pieza más del rompecabezas. La joven bloguera afirma que antes de la novela ya había muchos enfrentamientos entre algunos de los grandes *booktubers* y bloggers, muchos de los cuales han sido públicos a través de Twitter y que, como consecuencia, han acabado dividiendo a los seguidores de la comunidad en diferentes bandos.

#### 6.4. LIBROSPORLEER



**Nombre:** Josu Lorenzo

**Edad:** 20

**Estudios/trabajo:** Grado en Comunicación Audiovisual /lector editorial

**Fecha de entrada a BookTube:** 29.07.10

**Canal:** LIBROSPORLEER en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/user/LibrosPorLeer>>

[Consulta: 2 de julio de 2016]

Imagen 26. Josu Lorenzo. Fuente: Instagram @josudiamond

Pisándole los talones a Esmeralda Verdú, el joven Josu del blog literario *LibrosPorLeer*<sup>39</sup> decide comenzar su actividad en BookTube hace seis años.

Sus primeros vídeos pueden dividirse en dos categorías distintas: reseñas e IMM Vlogs. Más adelante, en diciembre de 2012, el canal sufre un importante punto de inflexión al incorporar nuevas y muy variadas secciones.

En cuanto a la periodicidad de publicación, actualmente, Josu sube a la plataforma dos vídeos por semana, en concreto, los jueves y los domingos. Además, posee desde agosto de 2015 un canal secundario<sup>40</sup> de temática variada en el que promete un nuevo vídeo cada martes.

Así pues, la actividad de Josu en YouTube ha ido creciendo poco a poco mientras que el blog iba pasando a un segundo plano para llegar a convertirse en el complemento de la relación. Tanto es así, que ha llegado al punto de permanecer inactivo desde abril de 2015.

### **Popularidad y recepción**

En base a los resultados de la encuesta, se puede calificar positivamente el reconocimiento de *LibrosPorLeer* y es que, un total de 50 personas de entre las 91 que afirmaron conocer BookTube, declararon conocer este canal literario. Otro aspecto que resultó mayoritariamente positivo fue la valoración del canal por parte de la muestra conocedora, tal y como se puede apreciar en la imagen 28.

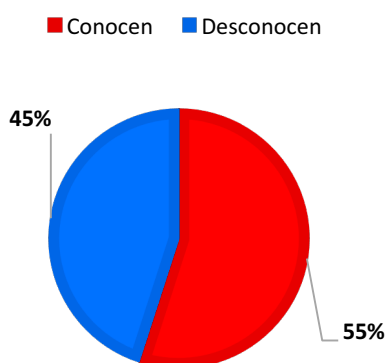


Imagen 27. Conocimiento de *LibrosPorLeer* por parte de la muestra conocedora de BookTube  
Fuente: elaboración propia

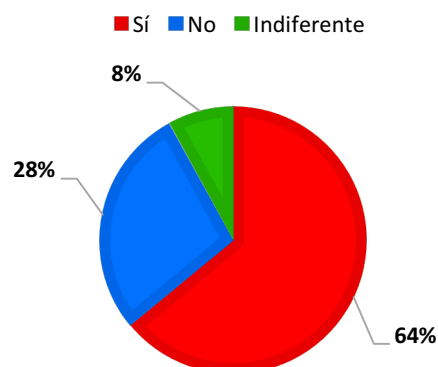


Imagen 28. Respuesta a la pregunta "¿Te gusta el canal *LibrosPorLeer*?"  
Fuente: elaboración propia

<sup>39</sup> LORENZO, J. *LibrosPorLeer*. <<http://www.libros-por-leer.com>> [Blog] [Consulta: 12 de julio de 2016]

<sup>40</sup> JOSU DIAMOND en *YouTube* <[https://www.youtube.com/channel/UCadhpGve8vc2IM\\_HiSq1jFA](https://www.youtube.com/channel/UCadhpGve8vc2IM_HiSq1jFA)> [Consulta: 12 de julio de 2016]

La extrovertida personalidad de Josu, el carácter dinámico de sus vídeos y el humor con el que se expresa son, sin duda, los principales ingredientes de su éxito. Así lo señalaron también los participantes del formulario, cuyas valoraciones pueden apreciarse en la imagen 29.

Todos estos éxitos posicionan el canal *LibrosPorLeer* en el segundo lugar de la lista de los *booktubers* con mayor índice de crecimiento. El mérito es considerable, teniendo en cuenta que en la lista de los que tienen más suscriptores se encuentra en el séptimo lugar.

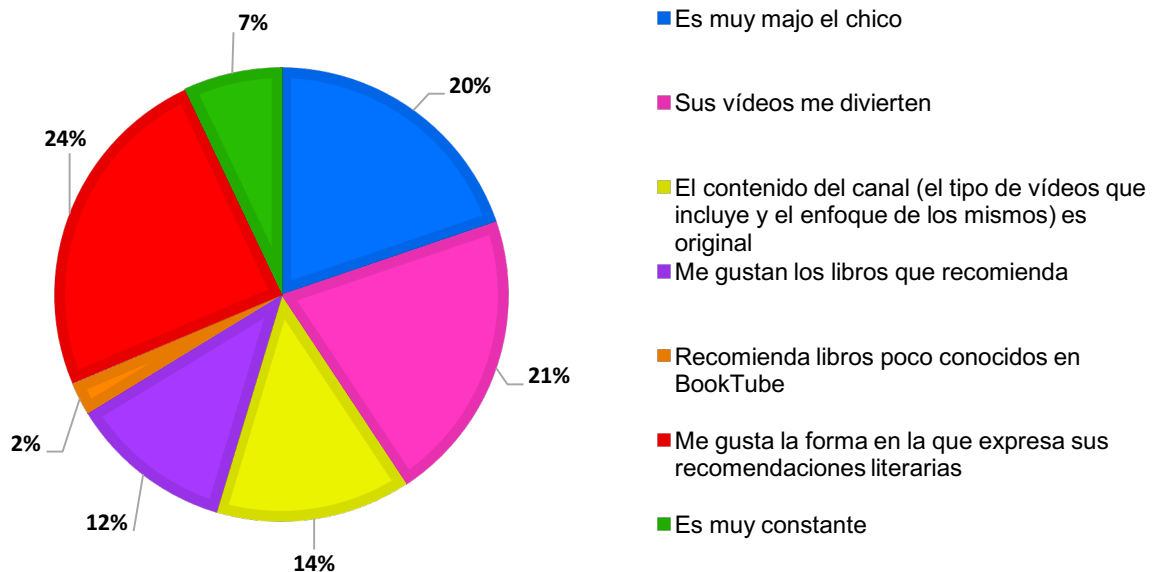


Imagen 29. Aspectos que gustan de *LibrosPorLeer*. Fuente: elaboración propia

## 6.5. ANDREO ROWLING



**Nombre:** Andrea Izquierdo

**Edad:** 21

**Estudios/trabajo:** Doble grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas

**Fecha de entrada en BookTube:** 04.12.14

**Canal:** ANDREO ROWLING en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/user/andreorowling>>

[Consulta: 2 de julio de 2016]

Imagen 30. Andrea Izquierdo. Fuente: Instagram

@andreorowling

Encabezando la lista, con el índice de crecimiento más elevado, se encuentra la mayor fan de Harry Potter: Andrea Izquierdo, más conocida en BookTube como *Andreo Rowling*.

Su historia en la plataforma difiere del resto de *booktubers* objeto de análisis en este trabajo pues, lejos de lo común, se adentra en la comunidad sin tener un blog literario. Además, los primeros siete vídeos de que consta su canal poco tienen que ver con los libros, por lo que podría afirmarse que, a diferencia de la mayoría, ingresó en la plataforma más como *youtuber* que como *booktuber*.

Siguiendo la línea de Esme y May, Andrea ha revelado recientemente que en octubre de este año se publicará su primera novela *Otoño en Londres*, la primera parte de lo que será una trilogía. En el vídeo<sup>41</sup> en el que la *booktuber* desvela la noticia, deja muy claro que la autora del libro no es *Andreo Rowling*, sino Andrea Izquierdo.

La declaración pretende evitar que la novela sea percibida como un “libro de *youtuber*”, es decir, un libro en el que las editoriales centran su atención más por la fama que tiene sus autor en YouTube que por su calidad literaria.

Para terminar, con respecto a la periodicidad de publicación en el canal, Andrea sube un vídeo por semana cada jueves.

### **Popularidad y recepción**

Puede afirmarse que el reconocimiento de *Andreo Rowling* por los seguidores de BookTube es, como en casos anteriores, positivo pues más de la mitad de la muestra declaró conocer el canal en cuestión, como puede apreciarse en la imagen 31.

También, el resultado para la valoración del mismo se decanta hacia el polo más optimista, como se refleja fleja en la imagen 32, aunque los votos para este sector no llegan a alcanzar más de la mitad del total.

---

<sup>41</sup> ANDREO ROWLING, “¡Voy a publicar una trilogía! | OTOÑO EN LONDRES” en *YouTube*  
<<https://www.youtube.com/watch?v=jWqhO4lYKaY>> [Consulta: 13 de julio de 2016]

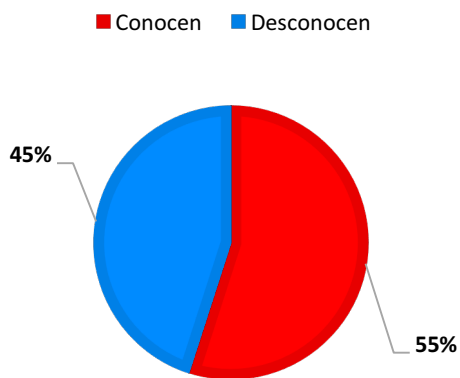


Imagen 31. Conocimiento de *Andreo Rowling* por parte de la muestra conocedora de BookTube  
Fuente: elaboración propia

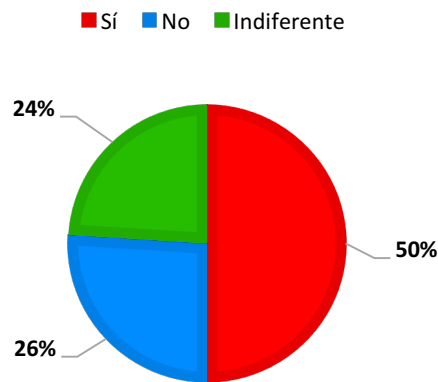


Imagen 32. Respuesta a la pregunta "¿Te gusta el canal *Andreo Rowling*?"  
Fuente: elaboración propia

Las razones que han llevado al canal a su éxito son, según los encuestados, la personalidad de la *booktuber*, la forma en la que se expresa y el tipo de libros que muestra en sus vídeos.

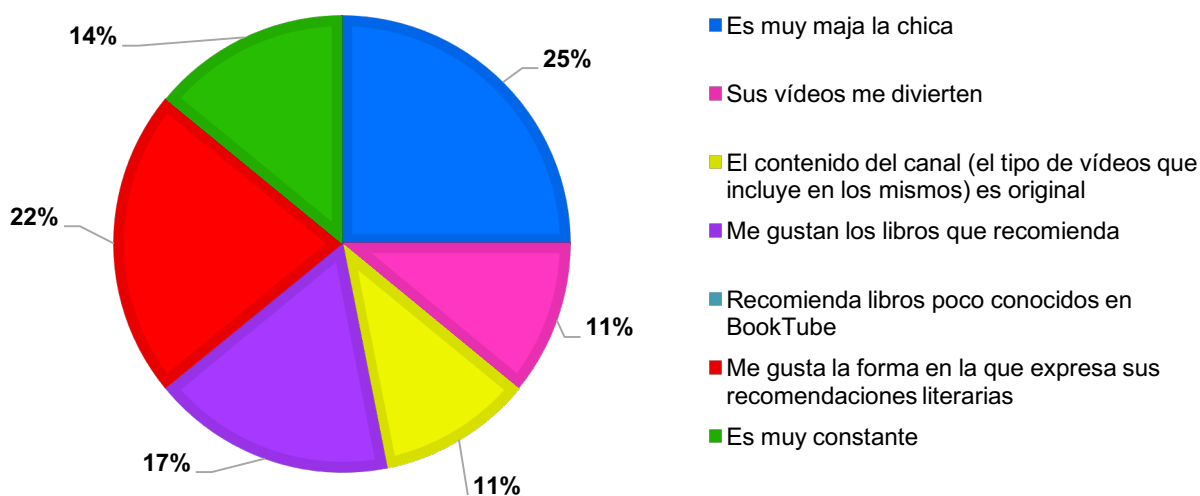


Imagen 33. Aspectos que gustan de *Andreo Rowling*. Fuente: elaboración propia

Con respecto a los dos primeros puntos, Andrea se muestra como una chica dulce, sonriente y amable, lo que la lleva, a pesar de mostrar siempre su opinión sincera, a actuar con mucha diplomacia en las reseñas de los libros que no han sido de su agrado. Sin duda, esta es la forma menos arriesgada de ganar adeptos, pues se evitan decepciones en la parte de la audiencia a la que sí les han gustado esos libros.

Con respecto al tipo de novelas que la *booktuber* muestra en sus vídeos, ocurre lo mismo que en el caso anterior. Oferta una propuesta muy poco arriesgada, basada en libros comerciales que, en su mayoría, provienen del acuerdo con las editoriales.

Tratar con libros comerciales es una apuesta segura porque son libros que llamarán la atención de las masas pero, al mismo tiempo, serán reprobados por un importante sector que busca más originalidad y algo diferente a lo que ya otros muchos *booktubers* recomiendan en sus canales.

Por eso, mientras que es una de las cosas que más gusta a los seguidores del canal, como indican los resultados de la encuesta, es también la que menos gusta entre aquellos que no se sienten tan afines a *Andreo Rowling*.

Para terminar, conviene reiterar el mérito de la posición que el canal en cuestión ocupa en las listas de popularidad: cuarto en lo que a número de suscriptores se refiere y primero en lo relacionado a su índice de crecimiento. Ambos datos resultan sorprendentes si tenemos en cuenta que, de los *booktubers* objeto de análisis en este trabajo, ella es la última que ingresa en BookTube y la única que lo hace sin pertenecer previamente al mundo de la blogoesfera literaria.

## 7. EL PAPEL DE LAS EDITORIALES

Para la elaboración de este apartado se ha dado especial importancia a la investigación primaria como método de obtención de información. Las tareas que ha incluido esta investigación pueden dividirse en los siguientes bloques:

- **Entrevistas a *booktubers*.**<sup>42</sup> Con el principal objetivo de entender el papel de las editoriales en el mundo de Booktube, se envió a los diez *booktubers* objeto de valoración una petición de entrevista que incluía un apartado específico relacionado con el tema. De las solicitudes lanzadas, un total de cuatro lograron alcanzar respuesta de la mano de los canales *JavierRuescas*, *MartitaraBookVlogs*, *mayrayamonte* y *Never be hopeless*. Estas entrevistas no solo permitieron conocer el funcionamiento de la relación *booktuber*-editorial, sino que también pusieron de manifiesto el nombre de algunas de las empresas del sector que más fomentan este tipo de colaboración.
- **Entrevistas a editoriales.**<sup>43</sup> La petición de entrevista fue lanzada a aquellas editoriales que fueron nombradas por los *booktubers* como respuestas a la pregunta “¿Cuáles crees

---

<sup>42</sup> Ver “Anexo VI. Entrevistas a *booktubers*”.

<sup>43</sup> Ver “Anexo VII. Entrevistas a editoriales”.

que son las editoriales que más relación tratan de tener con los *booktubers*?”. De las mencionadas solo dos respondieron a la solicitud: Ediciones Urano y Libros de Seda.

### 7.1. RELACIÓN *BOOKTUBER*-EDITORIAL

La novela *En la puerta de al lado*, de Huntley Fitzpatrick (2015), es el claro ejemplo de cómo BookTube ha influido en el mercado editorial. Alex Manyé, director de *marketing* de Libros de seda, a la que pertenece la publicación, reveló en la entrevista personal que la novela se había vendido a un ritmo sorprendentemente elevado. La prueba de ello es que en apenas cuatro meses la publicación había conseguido una segunda edición y un año después de su lanzamiento, en junio de 2015, está a punto de alcanzar la tercera.

Su editora, María José de Jaime Ruiz, no duda en la calidad de la novela, pero está convencida de que su éxito repentino sólo puede haberse debido a la acción promocional que llevaron a cabo varios *booktubers*. Para ella, la prueba definitiva de esto se dio en 2015 en la Feria del Libro de Guadalajara, donde muchos de los jóvenes que se acercaron a comprar la novela afirmaban conocerla gracias a BookTube.

Con datos como este no es de extrañar que las editoriales hayan visto en la comunidad un espacio clave donde publicitarse a través de una serie de acuerdos de mutuo beneficio con los *booktubers*. Tanto es así que, tal y como declararon las chicas de *Never be Hopeless* en la entrevista personal, en el último año 2015 prácticamente todas las editoriales españolas que publican literatura juvenil practicaron ciertas colaboraciones con *booktubers*. No obstante, es cierto que hay algunas que dan a esta relación más importancia que otras. Entre las destacadas por las diferentes *booktubers* entrevistadas para este proyecto cabe enumerar los siguientes sellos, la mayoría de ellos juveniles: B de Block (de Ediciones B), Plataforma Neo (de Plataforma Editorial), Océano Gran Travesía (de Grupo Océano), Ellas de Montena y Alfaguara (de Penguin Random House), Destino y Planeta (de Planeta de Libros), Puck (de Ediciones Urano) y Nocturna Ediciones.

Con respecto a la longevidad de estos acuerdos, si bien vienen produciéndose desde finales de 2014, tal y como menciona May R Ayamonte en uno de sus vídeos<sup>44</sup>, las colaboraciones con los jóvenes que hablan de literatura en la red vienen desarrollándose desde mucho antes, probablemente desde el auge de los blogs de literatura en 2009.

---

<sup>44</sup> MAYRAYAMONTE, “Libros & Ropa gratis | Cómo colaborar con tiendas y editoriales” en *YouTube*  
<<https://www.youtube.com/watch?v=8n7FmKd5HWo>> [Consulta: 9 de junio de 2016]



El tipo de colaboraciones que se llevaban y se siguen llevando a cabo con los blogueros se han mantenido para esta nueva era de BookTube, aunque es necesario destacar que algunas de las condiciones que rigen los pactos cambian para uno y otro formato.

Para terminar, y antes de pasar al siguiente apartado, es importante destacar que las colaboraciones con *booktubers* no implican la firma de un contrato que los exima de la posibilidad de cooperar con otras editoriales.

## 7.2. TIPOS DE COLABORACIONES

En lo que se refiere a la tipología de las colaboraciones, podemos encontrar diferentes variantes. Algunas de ellas son las siguientes: envíos editoriales, sorteos, encuentros con la editorial...

### Envíos editoriales

Parece inverosímil que unos jóvenes con apenas ingresos propios puedan permitirse añadir a sus estanterías más de diez libros por mes. Por eso, no es de extrañar que la gran pregunta de los nuevos seguidores de la comunidad sea la siguiente: ¿cómo tienen tantos libros los *booktubers*?

La respuesta es sencilla: gracias a la colaboración con las editoriales. Estas empresas envían ejemplares gratis (sin retorno) tanto a blogueros como a *booktubers* a cambio de que éstos promocionen dichos títulos.

Los términos del acuerdo dependen de la editorial y de si se está colaborando con un bloguero o con un *booktuber*. Para en el caso de los primeros existe la norma de “libro por reseña”, mientras que en BookTube se considera que con un breve comentario del contenido del libro, ya sea en una videoreseña o un *wrap up*, por ejemplo, es suficiente.

Este tipo de colaboración ha sido sometido con frecuencia al ojo crítico de la audiencia, que cuestiona la sinceridad de los comentarios de los *booktubers* al suponer que podrían estar obligados a dar una opinión positiva por presión de la editorial. Algunos como May R Ayamonte o Andrea Izquierdo<sup>45</sup> han desmentido la mencionada elucubración en vídeos dedicados exclusivamente a la explicación de este tipo de acuerdo. Del mismo modo, las editoriales entrevistadas para este trabajo corroboran la afirmación y es que, como declara en la entrevista

---

<sup>45</sup> ANDREO ROWLING, “CONSEJOS PARA (SER) BOOKTUBERS | Parte 2: Colaborar con editoriales y ganar dinero” en *YouTube* <[https://www.youtube.com/watch?v=o8u2k\\_aesEY](https://www.youtube.com/watch?v=o8u2k_aesEY)> [Consulta: 9 de julio de 2016]

personal Laia Soler, escritora y *community manager* en Ediciones Urano, lo importante es generar movimiento en las redes.

Por otro lado, un punto importante para destacar en lo que se refiere a envíos editoriales es que en la actualidad dentro del mundo de YouTube ni si quiera es requisito indispensable tener un canal de BookTube para colaborar con ciertas editoriales. Hay canales de otras temáticas, como de moda y belleza, que poco a poco van implantado una pequeña sección de literatura en sus vídeos. Aunque no es algo muy común, las editoriales también están dispuestas a establecer determinados acuerdos. Laia soler lo señaló, incluso, como un punto muy interesante para posibilitar la expansión de la lectura por otro tipo de público.

Para terminar, con respecto al procedimiento a la hora de llevar a cabo los envíos editoriales, se pueden distinguir las siguientes fases:

- **Fase 1: contacto entre las partes**

Sobre quién toma la iniciativa a la hora de comenzar la relación, es importante destacar que, si bien el primer paso puede venir de cualquiera de las dos partes, es más frecuente que sea el *booktuber* el que muestre a la editorial su interés para colaborar.

Tal y como explican las chicas de *Never be Hopeless*<sup>46</sup> y la propia Andrea Izquierdo en sus vídeos explicativos, el departamento que se suele encargarse de este asunto dentro de la editorial es el de prensa, por lo que el *booktuber* debe enviar al mismo un correo electrónico presentando su canal y aquellos detalles que lo definen.

La editorial lo valorará, entonces, tomando en consideración una serie de aspectos que variarán en función de sus intereses. Para Libros de seda, por ejemplo, lo más importante es el número de suscriptores, como señala Alex Manyé. Para Ediciones Urano, tal y como declara Laia Soler, también son objeto de valoración otros aspectos como la interacción de los suscriptores (visible, sobre todo, en los comentarios de los vídeos), el número de visualizaciones (porque, por ejemplo, hay suscriptores que ven sólo los vídeos cuando hay un concurso), la calidad del canal (no a nivel técnico, sino de contenidos; que sea interesante, que haya una correcta expresión por parte del *booktuber*, que se comenten los libros con cierto detalle...) y el que el público del canal coincida con el de los lectores de las publicaciones de la editorial.

---

<sup>46</sup> NEVER BE HOPELESS, "Cómo colaborar con editoriales" en *YouTube*

<<https://www.youtube.com/watch?v=sz0Nq4G02pE>> [Consulta: 9 de julio de 2016]

Si la empresa acepta el acuerdo, solicita los datos básicos del *booktuber* para futuros envíos (dirección, teléfono, correo electrónico...) y se pasa a la segunda fase.

- **Fase 2: elección de los libros**

En este paso, las editoriales actúan de formas muy diversas. Andrea Izquierdo señala en el mencionado vídeo diferentes maneras de proceder:

- La primera consiste en mandar a todos los *booktubers* colaboradores una lista con las novedades editoriales para que ellos sean los que soliciten los ejemplares que les gustaría recibir.
- La segunda supone el contacto individual con cada *booktuber* para informarle de las novedades editoriales que cree que le pueden interesar.
- Una tercera opción es la que parte de la mano del *booktuber*, al ponerse en contacto con la editorial para solicitarle los libros que él o ella prefiera.
- Por último, hay ocasiones en la que la editorial envía por sorpresa libros sin consultarlo previamente con los *booktubers*. Estos ejemplares no formarían parte del acuerdo, por lo que los administradores de los canales no estarían obligados a reseñarlos. Es, sin duda, una práctica algo arriesgada por parte de la empresa, pues es probable que el *booktuber* no se sienta atraído por el libro y decida no leerlo.

En este punto del procedimiento, es importante precisar el tipo de libros que suelen formar parte de la mencionada categoría de acuerdos. Las editoriales son empresas que constantemente lanzan nuevos productos al mercado, por lo que, para su sostenibilidad es necesario hacer promoción de cada uno de estos productos en los primeros meses de su lanzamiento. Así, los ejemplares que suelen enviar a los *booktubers* son novedades editoriales, aunque también hay algunas que están dispuestas a enviar publicaciones más antiguas si así lo solicitasen.

- **Fase 3: comentario de los ejemplares**

Una vez los *booktubers* reciben los libros, tienen el compromiso de comentarlos en en alguno de sus vídeos en un plazo de mes y medio, aproximadamente. Como se mencionó en líneas superiores, en BookTube, en contraste con la normativa para el mundo *blogger*, no es necesario hacer una reseña completa, sino que es suficiente comentando brevemente la temática de la novela y expresando la opinión personal hacia la misma.

- **Fase 4: seguimiento del pacto**

Por norma general, las editoriales antes de enviar un nuevo libro a los *booktubers* se aseguran de que hayan cumplido con el pacto mencionado en líneas superiores. Algunas, como Ediciones Urano, solicitan a los *booktubers* con los que colaboran el enlace al vídeo donde se comenta el libro.

### Sorteos

Los sorteos colaborativos entre *booktubers* y editoriales son, sin duda, una forma rápida de ganar adeptos en las redes sociales de ambas partes. El pacto en este caso consiste en la cesión al *booktuber* de uno o más ejemplares de alguna novedad o, en ciertas ocasiones, de publicaciones más antiguas para que éste pueda sortearlos en su canal.

Para poder participar en el sorteo se solicitan una serie de requisitos que permiten ganar popularidad tanto al *booktuber* como a la editorial. Algunos muy comunes suelen ser los siguientes: estar suscrito al canal del *booktuber*, seguirlo en Twitter, al igual que a la editorial y hacer retuit al tuit donde se comunica el sorteo.

### Encuentros con editoriales

De los tres, este es el tipo de relación con *booktubers* que menos han practicado las editoriales hasta el momento. Además, más que una colaboración en sí misma, es una consecuencia de los acuerdos previamente comentados, pues consiste en el encuentro físico y conjunto con varios de los *booktubers* con los que colaboran, bien en la sede de la propia editorial o en un lugar externo a la misma.

Se trata de recrear un ambiente informal donde compartir con ellos información sobre las novedades y pasar un rato agradable. Es común, además, que la editorial obsequie a los invitados con algunos libros, de nueva publicación o más antiguos.

Por el momento, son solo dos las editoriales que han llevado a cabo esta práctica en España, o al menos son los encuentros de dos editoriales los que se han hecho públicos a través de los *vlogs* que los *booktubers* han grabado de estos. Estas editoriales son:

- **Ediciones B, en concreto, su sello B de Block**, que en abril de 2016 celebró el evento por segundo año consecutivo.
- **SM**, la cual se estrenó en esta práctica en diciembre de 2015.

En estos eventos, dar a conocer las novedades editoriales es una forma mucho más cercana de que los *booktubers* se interesen por nuevos libros y, más adelante, soliciten a la editorial los ejemplares correspondientes para leerlos y reseñarlos en el canal. Otro beneficio que obtiene la editorial de la celebración de estos eventos es la creación de un buen clima de trabajo con sus colaboradores.

A cambio, los *booktubers* se llevan de esta experiencia un pequeño viaje donde, además pueden encontrarse con sus otros amigos de la comunidad, pasar un rato agradable comiendo todos juntos mientras escuchan las novedades de la editorial y varios obsequios.

Así, esta clase de encuentros son también para la editorial una forma de agradecer a los *booktubers* toda la publicidad que de alguna manera estos les aportan de forma gratuita. Y es que es importante mencionar que actualmente ninguno de los acuerdos comentados con anterioridad suponen una remuneración monetaria para los *booktubers*. Es cierto que reciben muchos libros a cambio del servicio que prestan a las editoriales pero, tal y como deja entrever Uka, de *Nube de Palabras* en su vídeo explicativo<sup>47</sup>, lo que hacen los *booktubers* no deja de ser un gran favor para estas empresas, pues el trabajo de preparar la reseña, grabar, editar, etc conlleva muchas horas de trabajo que en cualquier otro ámbito podría haber sido más costosamente valorado.

## **8. REPERCUSIÓN ACTUAL DE BOOKTUBE**

Como se ha mencionado en apartados anteriores, BookTube ha ido creciendo poco a poco desde sus orígenes y de forma más intensa en el último año. Su peso en la sociedad, por tanto, se ha ido haciendo más notable y con él el pronunciamiento público hacia la plataforma.

En los siguientes apartados se recogen algunas de estas declaraciones. Por un lado, las que muestran los beneficios de BookTube y, por otro, las que señalan sus desventajas.

### **8.1. ASPECTOS POSITIVOS**

No son pocos los aspectos que convierten a BookTube en una plataforma provechosa, tanto para el mercado editorial como para los jóvenes.

---

<sup>47</sup> NUBE DE PALABRAS, "Libros gratis y colaboraciones con editoriales | #LaNube" en *You Tube*

<<https://www.youtube.com/watch?v=60VIKtkpZFU>> [Consulta: 9 de julio de 2016]

Para las editoriales, ya se analizó en el apartado anterior la repercusión positiva que sobre ellas tiene la comunidad, por lo que no es necesario entrar ahora en demasiados detalles. Simplemente y, como punto final, resulta pertinente mencionar la declaración que Javier Ruescas hizo al respecto en la charla sobre BookTube de la Feria del Libro de Madrid de 2016. El joven escritor afirmó que en la comunidad el valor que se le da al libro físico es muy grande. La mayoría de *booktubers* se graban con sus estanterías de fondo para que el espectador pueda conocerlos un poco más y es que, según Ruescas, “cada libro es capaz de definir nuestra alma”. Ese valor tan sentimental que se le da al objeto se transmite al espectador y despierta en él el deseo de poseerlo.

Sin duda, en este sentido, BookTube es para Ruescas un arma para combatir la piratería. Por experiencia propia, sabe que muchos jóvenes llegan a comprar sus novelas después de haberlas leído por medio de una descarga ilegal y es que les acaba gustando tanto que quieren lucirla en su estantería, tocarla, marcar con pósts sus citas favoritas como hace él con cada una de sus lecturas, etc.

Con respecto a la repercusión positiva que BookTube genera sobre los jóvenes, es necesario destacar, ante todo, su capacidad de fomento de la lectura. Tal y como afirma Raiza Revelles<sup>48</sup> en el documental de Rebolledo (2013), los *booktubers* describen los libros de forma muy cercana, como si estuvieran hablándole a un amigo, y es por eso por lo que el mensaje que transmiten llega de una forma mucho más efectiva que el de un profesor.

Fa Orozco acompaña la afirmación declarando en el mismo vídeo que una parte importante de sus seguidores no son amantes de la lectura, sin embargo se han animado a leer por la conexión que sienten con ella, porque experimentan cierta atracción por su personalidad y porque, en un primer momento, la idea de que exista una comunidad en YouTube donde se habla de libros les resulta novedoso.

BookTube, además, no solo favorece a la lectura, sino que la convierte en una actividad social, permitiendo el intercambio de opiniones entre los integrantes y los seguidores de la misma. Es lo que Cordón y Gómez (2013, citado por Rovira-Collado, 2015) denominan lectura social o colaborativa:

La lectura social o colaborativa es aquella que se desarrolla en plataformas virtuales configurando una comunidad que desarrolla formas de intercambio diversas, compartiendo comentarios, anotaciones, valoraciones, etiquetas y, en algunos casos, libros y lecturas.

---

<sup>48</sup> *Booktuber* precursora del fenómeno en México.

Este intercambio de información comienza a traspasar la línea de lo digital, como bien se ha comentado en apartados anteriores, siendo ya comunes los encuentros entre bloggers, *booktubers* y simples amantes de la lectura, como en el conocido evento de la Blogger Lit Con.

Así pues, el fomento de la lectura y la llamada a la participación y el intercambio de información es tan efectivo con la plataforma que hay quien ya ve en la comunidad diversas posibilidades didácticas. Así es como lo señala Mara<sup>49</sup> y Sorensen<sup>50</sup> (2013: 94):

The possible benefits of incorporating [...] BookTube [...] into a literature or writing classroom includes the possibility of using the videos as a model for their own writing [...]. Encouraging participation in this [community] also invites students to experience literature within a space where the hierarchies are [...] shifting. [So, while] in a traditional literature classroom the teacher is always at the top of the chain [...], by producing videos within BookTube students can see the reactions (both positive and negative) of other to their work and begin to understand that evaluation of work is based on adherence to share values within generic form and within accepted signifiers of quality. [In this way] the teacher, rather than being an expert and authority [...], can become a fellow fan who both loves and understands the culture better than the student.

## 8.2. ASPECTOS NEGATIVOS

A pesar de los grandes beneficios que BookTube aporta, la plataforma ha sido sometida en varias ocasiones al ojo crítico de muchos. Entre los aspectos más juzgados se encuentran el carácter de las lecturas recomendadas y la forma en la que se expresan los *booktubers*.

Con respecto al primer punto, son varios los matices señalados:

- **La falta de originalidad.** Ya se ha comentado en apartados anteriores que las editoriales envían masivamente a los *booktubers* sus novedades literarias. Esto provoca que de forma coincidente una gran mayoría mencione los mismos libros en sus vídeos, lo que puede resultar repetitivo para los seguidores de la comunidad.

El hecho ha sido criticado incluso por algunos miembros internos, como por las administradoras de los canales Alicia Reads y Cristina Leitón<sup>51</sup> que llegaron a publicar en este último un vídeo<sup>52</sup> reflexivo sobre todas las cosas que detestan de BookTube.

---

<sup>49</sup> Upper-Division Writing Director en North Dakota State University.

<sup>50</sup> Writing Director en Montana Tech (universidad pública situada en Butte, Montana).

<sup>51</sup> Los canales de ambas siguen una línea poco comercial. Sus lecturas pocas veces tienen que ver con lo juvenil y, en cuanto al formato de sus vídeos, no suelen atarse a la tipología propia de la comunidad.

<sup>52</sup> CRISTINA LEITÓN, "Toca hablar de lo que no nos gusta de booktube." en YouTube <<https://www.youtube.com/watch?v=Mo9cPay1rHc>> [Consulta: 21 de julio de 2016]

- **La ausencia de literatura adulta.** Este es otro de los aspectos por los que muchos no llegan a terminar de encajar con la comunidad.

Previamente, se ha comentado que la mayor parte de los libros que se muestran en BookTube pertenecen a la categoría de literatura juvenil y, si bien esto permite la captura de grandes masas de audiencia por el éxito que tiene, también deja fuera a una parte del sector lector que suele frecuentar una literatura más adulta.

La bloguera Laura Ruiz mencionó en la entrevista personal que es esto precisamente lo que la lleva a frecuentar canales de BookTube más alternativos y a no sentirse tan identificada con los considerados “grandes”.

- **La ausencia de calidad literaria.** No son pocos los que han mostrado su desagrado por la ausencia de calidad hacia los libros que frecuentan la plataforma de BookTube. Incluso, lejos de todo pronóstico, la especialista en literatura infantil y juvenil Ana Garralón (2014) se sumó a las críticas con un polémico artículo que escribió para Letras Libres sobre los *booktubers*. En el contexto crítico de este artículo, la literata realizó la siguiente descripción para este tipo de libros:

Lo que los *booktubers* valoran en los libros son tramas que atrapen y enganchen, libros gordísimos que no pueden pararse de leer, momentos “supercinematográficos”, ritmos trepidantes. Cuanto más rápido se lea una historia, mejor, y si se trata de libros de los que todos hablan, o cuya adaptación cinematográfica va a estrenarse pronto, es casi el paraíso. Y no digamos cuando el libro les hizo llorar toda la semana.

Con respecto al segundo punto, a la forma en la que se expresan los *booktubers*, son destacables los siguientes aspectos:

- **La falta de profundidad.** Esto ha sido señalado con frecuencia. Incluso las ya mencionadas Cristina Leitón y Alicia Reads han hecho alusión a ello.

En el vídeo de ambas (ver nota 52) , ambas reflexionan sobre la ausencia de contenido crítico en los *book hauls* o los *book tags*. Incluso no creen que se llegue a profundizar lo suficiente en cada libro con los *wrap up*. Frases comodines como “los personajes están bien desarrollados” o “el ritmo es bueno” son algunas de las que quitan individualidad a cada reseña, según las jóvenes *booktubers*.

En los comentarios del mismo vídeo, Josu (de *LibrosPorLeer*) muestra su desacuerdo con respecto a este punto pues, según declara, nunca ha visto BookTube “como un lugar donde buscar una gran reseña, [...] es más que nada un puente, una manera de comunicar.”



Garraón (2014) no se queda atrás con la crítica y señala lo siguiente:

Su gran desenvoltura frente a la cámara y el trabajo invertido en la edición de sus videos contrastan con la poca labor de edición de sus reflexiones. Muchos comienzan diciendo: “Este libro trata de...” y se lanzan a contar el argumento con mayor o menor habilidad mientras agitan con una mano el libro en cuestión. Es común que el comentario no traspase la capa superficial del argumento, pero sospecho que eso sucede porque el libro no tiene una segunda capa siquiera. Teniendo en cuenta que hay videos que duran quince minutos sorprende que los *booktubers* no hagan reflexiones sobre narradores, tiempo, espacio, figuras literarias... en fin, todo eso que la crítica por escrito se cuida de observar y valorar. Pero, claro, estos comentadores conocen muy bien a su público, lector o no lector al que hay que animar, y es mejor hablar ligero.

- **El triunfo de la forma sobre el contenido.** Cristina Leitón señala en su vídeo que en BookTube “la literatura tiene cada vez menos importancia” pues aspectos como la portada del libro o la edición son más comentados por el *booktuber* que el propio contenido.

La opinión de Cristina es también compartida por algunos de los participantes de la encuestas. Varios de los que mostraron una actitud indiferente hacia los “grandes canales” señalaron que el principal motivo era porque ya habían dejado de fomentar la lectura y a lo que incitaban era al consumismo.

Sin embargo, tanto May R Ayamonte como Javier Ruescas señalaron en la charla sobre BookTube de la Feria del Libro de Madrid que hablar de libros en cualquiera de sus facetas puede despertar el interés por leer en el espectador. No es peor un “Top 5 portadas bonitas” por tratar un aspecto formal, pues al final este es solo una excusa, una vía para hablar de lo que realmente importa, que es el contenido.

## 9. CONCLUSIONES

Es manifiesto el crecimiento que BookTube España ha experimentado desde sus orígenes hasta la actualidad. Con más de seis años de recorrido, lo que comenzó siendo una pequeña comunidad exclusiva para los jóvenes apasionados de la lectura, se alza hoy también como una plataforma eficiente para la captura de potenciales lectores.

Y es que, si bien los resultados de la encuesta definen el público de BookTube como un sector muy lector, hasta el punto de formar mayoritariamente parte activa de la blogoesfera literaria, la comunidad no se cierra a este único perfil. La simpatía que muestran los *booktubers*, una expresión clara y cercana, así como el predominio de libros comerciales en sus reseñas son puntos claves que convierten la plataforma en un producto de entretenimiento capaz de cautivar también a grupos menos lectores.

Estas características son las que precisamente, han conducido al éxito a determinados canales de la comunidad que en ciertos casos ya se alcanzan con cifras superiores a los 100.000 suscriptores.

Sin embargo, no son pocos los que difieren de esta nueva dimensión que ha adquirido BookTube y echan de menos a la antigua comunidad, a aquel pequeño espacio que los jóvenes de entre 15 y 25 años comenzaban a habitar tímidamente para complementar la actividad de sus blogs. Y es que para muchos el nuevo BookTube ya no fomenta la pasión por la lectura como antes, sino que la convierte en una moda consumista en la que cuenta más el formato del libro que su propio contenido.

Así, de forma paralela al notable crecimiento que los “grandes” *booktubers* experimentan, evoluciona a un ritmo mucho más pausado el grupo de canales “alternativos” que se mantienen fieles a la idea original de BookTube.

Sea de una forma u otra, lo que sí está claro es que la comunidad ha ganado muchos adeptos y sin duda esto supone una ventaja para el mercado editorial. Las empresas del sector, motivadas por los beneficios que la comunidad puede aportarles, se han animado a llevar acciones colaborativas con los *booktubers* como estrategia de *marketing*. El acuerdo más común que se lleva a cabo entre las partes consiste en la cesión de libros gratis y sin retorno a cambio de la promoción de los mismos en sus canales.

Con todo esto, cabe preguntarse en qué momento la comunidad cruza la frontera entre espacio alternativo y espacio más comercial y cuáles son los motivos que impulsan este viaje.

Como bien muestran los estudios incluidos en este trabajo, la primera mitad de 2015 es señalada como fecha clave en la historia de BookTube España, puesto que es a partir de este momento cuando los canales con mayor número de suscriptores comienzan a superar con cierta constancia su media de visualizaciones mensuales.

El motivo del exponencial cambio que se produce a lo largo de los meses en cuestión podría estar motivado, según lo estudiado, por un elevado número de coincidentes colaboraciones entre algunos de los *booktubers* más exitosos del país, lo que permite una promoción conjunta de todos ellos.

También, a pesar de que esta podría ser la razón detonante, existe un aspecto que permitió un largo pero gradual avance de la comunidad en la escala de crecimiento. Este guarda relación con el aspecto formal de los vídeos y es que, si bien la comunidad se inició con un formato muy monótono y carente de calidad visual, en la actualidad se ofrece como un producto audiovisual competente, con ritmos que entretienen y enganchan, y con una calidad visual y auditiva comparable a algunos de los canales más exitosos de YouTube España. Este cambio permitió la adquisición progresiva de cierto atractivo para el público general.

Por otro lado, el exponencial crecimiento que BookTube España ha experimentado en el último año y medio invita a la reflexión sobre cuál será su futuro...

Primeramente, la forma en la que se presentó en España, como derivación de los blogs literarios, incita a pensar en otra posible transición a una nueva plataforma que puede que aún esté por surgir.

En segundo lugar, es posible, que en un futuro no existan *booktubers* "puros". Y es que en la actualidad es apreciable cómo muchos de ellos comienzan a implantar en sus canales secciones que poco tienen que ver con los libros, como algunas relacionadas con el cine, los videojuegos o simplemente con la vida privada de cada uno. BookTube sigue siendo una comunidad pequeña en comparación a otras de YouTube y como tal llega un momento en el que los contenidos son muy repetitivos entre los diferentes canales, por lo que es normal que tanto el público como los propios *booktubers* tengan la necesidad de renovarse y encontrar elementos que los diferencie del resto.

En tercer y último lugar, es indudable que la comunidad seguirá creciendo. Su evolución a lo largo de todos estos años ha demostrado que BookTube es una colectividad en avance, una colectividad que une, que despierta valores, sueños y pasiones. Pero sobre todo, BookTube es una comunidad que demuestra, lejos de todo tópico, que "los jóvenes sí que leen".

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- ALBERTO R, ""Booktube" el Documental" en *YouTube* <[https://www.youtube.com/watch?v=PHQ5pufM\\_6I](https://www.youtube.com/watch?v=PHQ5pufM_6I)> [Consulta: 18 de junio de 2016]
- GARRALÓN, A. (2014). "Retrato del reseñista adolescente" en *Letras Libres*, septiembre. <<http://www.letraslibres.com/revista/letrillas/retrato-del-resenista-adolescente>> [Consulta: 21 de julio de 2016]
- LLUCH, G. (2014). *Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red*. *Ocnos*, 11, pp. 7-20. <[https://www.youtube.com/watch?v=PHQ5pufM\\_6I](https://www.youtube.com/watch?v=PHQ5pufM_6I)> [Consulta: 23 de julio de 2016]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2015). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015*. <[http://www.mecd.gob.es/mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/Encuesta de Habitos y Practicas Culturales 2014-2015 Sintesis de resultados.pdf](http://www.mecd.gob.es/mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/Encuesta%20de%20Habitos%20y%20Practicas%20Culturales%202014-2015%20 Sintesis%20de%20resultados.pdf)> [Consulta: 1 de junio de 2016]
- OBSERVATORIO DE LA LECTURA Y EL LIBRO (2016). *Los libros infantiles y juveniles en España 2014-2015*. <<http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirige/estudios-e-informes/elaborados-por-el-observatoriolect/InformeLIJ-marzo2016/InformeLIJ-marzo2016.pdf>> [Consulta: 1 de junio de 2016]
- ROVIRA-COLLADO, J. (2015). *Booktrailer y Booktuber como herramientas LIJ 2.0 para el desarrollo del hábito lector*. España. <<http://civel2015.compreensionlectora.es/comunicaciones/1%20Lunes%2014/Rovira%20Booktuber%20y%20booktrailer%20para%20habito%20lector%20CIVEL2015%20ROVIRA%20DEF.pdf>> [Consulta: 23 de julio de 2016]
- SM. (2016). "Booktubers" en *Literatura SM*, 3 de marzo. <<https://es.literaturasm.com/somos-lectores/booktubers>> [Consulta: 3 de junio de 2016]
- SORENSEN, K. Y MARA, A. (2013). "BookTubers as a Networked Knowledge Community" en *Emerging pedagogies in the networked knowledge society: Practices integrating social media and globalization*, M. Limbu y B. Gurung. IGI Global. <[https://books.google.es/books?id=b-iWBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q=booktube&f=false](https://books.google.es/books?id=b-iWBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=booktube&f=false)>
- VALLS OSORIO, G. (2015). *Análisis de la figura de los principales youtubers españoles de éxito*. Trabajo Final de Grado. Valencia: Universidad Politècnica de València, <<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/54192/VALLS%20%20Análisis%20de%20la%20figura%20de%20los%20principales%20youtubers%20españoles%20de%20éxito.pdf?sequence=3&isAllowed=y>> [Consulta: 18 de junio de 2016]