

ANEXO VII. ENTREVISTAS A EDITORIALES

A continuación, se incluyen los siguientes apartados:

A)	Entrevista a Ediciones Urano	2
B)	Entrevista a Libros de Seda.....	5

A) ENTREVISTA A EDICIONES URANO

Datos de la entrevista

Entrevistada: Laia Soler, *community manager* en Ediciones Urano.

Vía de realización: oral, por llamada telefónica

Fecha: 17 de mayo de 2016

¿Cómo describiría la relación BookTube-editorial? ¿Qué tipo de acuerdos son los que marcan esta relación?

Establecemos el mismo tipo de colaboración que con un blog, pero las condiciones varían, pues el formato BookTube es diferente. Aquí no necesitamos una reseña completa, sino que con un pequeño comentario en algún vídeo es suficiente: decir de que va el libro, la opinión y poco más. Por otro lado, no tenemos acuerdos económicos, son todas colaboraciones: el interesado pide el libro, ya sea para reseñarlo o para sortearlo y, si se puede, se lo enviamos.

¿Cuáles son los términos o normas que rigen estos acuerdos? ¿Existe algún tipo de control o seguimiento del cumplimiento de las condiciones?

Sí. Nosotros pedimos que nos envíen el vídeo donde sale el libro para comprobar que se ha hecho algo. También tenemos la norma de que no enviamos nuevo libro si no se ha hecho el trabajo, pero a veces hacemos excepciones con aquellos que llevan mucho tiempo colaborando con nosotros y sabemos que siempre, tarden un poquito más o un poquito menos, suben el vídeo correspondiente.

¿Quién suele tomar la iniciativa a la hora de comenzar este tipo de relación, el *booktuber* o la editorial?

Normalmente es el *booktuber*. Pero en algún caso sí que sucede que estamos trabajando con un libro en concreto y consideramos que a un *booktuber* con el que no hemos colaborado le puede interesar y contactamos con él. Incluso se puede animar, más adelante, con otros libros.

¿Cuáles son los factores que determinan la elección de un determinado *booktuber* para comenzar una nueva relación?

Para Blogger tenemos 500 suscriptores y más o menos pedimos esto para BookTube, pero sabemos que no es lo mismo. Yo me encargo de aceptar o no colaboraciones a nivel de los envíos editoriales y en lo que me fijo más es la interacción que existe, (si hay muchos

comentarios en los vídeos), el número de visualizaciones (porque un suscriptor te puede aparecer para un concurso y luego no volver por el canal) y la calidad de los vídeos (no a nivel técnico de imagen y sonido, sino de contenido, que sean vídeos interesantes y que hablen de los libros con cierta profundidad). También miramos, obviamente, que el público del canal sea el mismo que el nuestro porque a veces los *booktubers* me piden, por ejemplo, algún libro de crecimiento personal. Pero si su público es juvenil, yo no puedo enviar eso...

¿Qué hay de colaborar esporádicamente con *youtubers* de éxito no considerados *booktubers*? ¿Son igual de rentables que estos?

Yo creo que sí. Lo bueno es estar en los dos lados porque son públicos diferentes. El público de BookTube es bastante lector, al fin y al cabo, tu no ves vídeos de libros si no te interesan. Sin embargo, los seguidores de los *youtubers* de videojuegos o de moda y belleza, por ejemplo, tienen perfiles diferentes. Así que sí, creo que es una forma de acercar la literatura a nuevos sectores.

¿A nivel general, qué beneficios cree que ha experimentado el mercado editorial desde el nacimiento del fenómeno Booktube?

Más que con el fenómeno BookTube, yo creo que el cambio se produjo sobre el 2009, que fue cuando empezó el auge de los blogs. No obstante es cierto que es ahora cuando los jóvenes lectores se han visibilizado más con el audiovisual, que llama mucho... Todos hemos visto esos artículos de "los jóvenes ya leen". ¡Y no! Los jóvenes leemos desde hace mucho tiempo, lo que pasa es que ahora que la gente hace vídeos sobre libros el asunto se ha vuelto mucho más llamativo.

Para ser más concretos, ¿podría describir la influencia del fenómeno Booktube en su editorial?

No estoy segura porque yo no tengo los datos de venta. Lo que sí puedo decir es que, a veces, mucho ruido en las redes sociales provoca mejores resultado y BookTube, en este sentido, es mas efectivo que el mundo *blogger*.

¿Cree que las críticas negativas de un libro en BookTube pueden llegar a afectar desfavorablemente a la venta del mismo o, por el contrario, cree que toda publicidad es buena?

Pienso una mala crítica no significa que no vayas a vender y es que la calidad literaria y la calidad comercial no siempre van de la mano. Yo creo que depende del follón que se arme con la crítica... Si tu ves 5 reseñas negativas a lo mejor no lees el libro, pero si ves cincuenta, probablemente te pique la curiosidad y quieras leértelo para comprobar por ti mismo si es tan malo como dicen. A ver, ¡yo prefiero que hagan críticas positivas! Pero puede que la recepción negativa por parte de los lectores tenga su parte buena porque, al fin y al cabo, consigues ventas

por dos lados...

Finalmente, ¿qué opina del fenómeno Booktube? ¿Cuál cree que es su futuro?

Me he dado cuenta de que los *booktubers*, cada vez más, están incluyendo en sus canales otras secciones que no son de libros... Quizás la evolución sea que no hayan tantos canales de BookTube “puros” sino más “híbridos” y es que al final, como todo se basa mucho en reseñas, *tags* y vídeos muy similares, es normal que la gente, tanto los *booktubers* como los seguidores necesiten cierta renovación. Ofrecer más variedad creo que además ayudará a captar a más gente y eso es muy positivo a la hora de fomentar la literatura en otros sectores de jóvenes no tan lectores.

B) ENTREVISTA A LIBROS DE SEDA

Datos de la entrevista

Entrevistado: Alex Manyé, director de *marketing* de Libros de Seda.

Vía de realización: escrita, por correo electrónico

Fecha: 17 de mayo de 2016

¿Cómo describiría la relación BookTube-editorial? ¿Qué tipo de acuerdos son los que marcan esta relación?

La editorial busca promoción en los canales en los que están sus lectores. Si sus lectores están en Internet, esta hará promoción allí mediante redes sociales y blogs. BookTube es una gran herramienta por la cantidad de seguidores que tiene y, sobre todo, porque sus reseñas son sinceras, es decir, si a los *booktubers* no les gusta un libro lo dicen, porque no se deben a ninguna editorial y esto es importante de cara a su credibilidad (aunque lo que puede gustar a una persona puede no gustarle a otra).

¿Cuáles son los términos o normas que rigen estos acuerdos? ¿Existe algún tipo de control o seguimiento del cumplimiento de las condiciones?

No hay condiciones. Por parte de la editorial se pide que se haga reseña si el *booktuber* te pide un libro. Lo que no puede ser es enviar libros y que estos no se lean.

¿Quién suele tomar la iniciativa a la hora de comenzar este tipo de relación, el *booktuber* o la editorial?

Ambos.

¿Cuáles son los factores que determinan la elección de un determinado *booktuber* para comenzar una nueva relación?

El número de seguidores y el país donde vive.

¿Qué hay de colaborar esporádicamente con *youtubers* de éxito no considerados *booktubers*? ¿Son igual de rentables que estos?

No lo tenemos medido. Lo importante es que haga promoción del libro y que transmita un mensaje positivo a sus seguidores.

¿A nivel general, qué beneficios cree que ha experimentado el mercado editorial desde el nacimiento del fenómeno Booktube?

Muchos para la promoción de editoriales y libros que, en caso contrario, serían desconocidos. Es el clásico boca-oreja pero amplificado por Internet.

Para ser más concretos, ¿podría describir la influencia del fenómeno Booktube en su editorial?

Solo decir que el libro *En la puerta de al lado* de Huntley fitzpatrick ha conseguido una 2ª edición en apenas cuatro meses y estamos a punto de lanzar la 3ª edición de este libro y de su continuación *No es lo que parece*.

¿Cree que las críticas negativas de un libro en BookTube pueden llegar a afectar desfavorablemente a la venta del mismo o, por el contrario, cree que toda publicidad es buena?

No, porque no solo se envía a un *booktuber*, sino a varios y cada uno tiene su propio gusto. El problema es si todos los *booktubers* dan una mala reseña.

Finalmente, ¿qué opina del fenómeno Booktube? ¿Cuál cree que es su futuro?

Es muy positivo para el sector editorial y, sobre todo, para las editoriales medianas que no tienen los mismos recursos de publicidad que los grandes grupos editoriales.