

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS**



TikTok: Una Plataforma Emergente Para Difundir Contenido En Torno A La Promoción De La Lectura

Tesis para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Información que presenta:

***Sandra Denisse Luque Balbuena***

Asesor:

***Armando Edilberto Casado Márquez***

Lima, 2022

INFORME DE SIMILITUD


Yo, **Armando Edilberto Casado Márquez** docente de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada:

**“TIKTOK: UNA PLATAFORMA EMERGENTE PARA DIFUNDIR CONTENIDO EN TORNO A LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA”**

de la autora: **Sandra Denisse Luque Balbuena**, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de **7%**. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el **23/11/2022**.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, **23 de noviembre de 2022**

<b>ARMANDO EDILBERTO CASADO MARQUEZ</b>	
DNI: <b>08056190</b>	FIRMA: 
ORCID: <b>0000-0001-6232-0358</b>	

## **Dedicatoria**

A mis padres a quienes les debo todos mis logros.

## **Agradecimientos**

A mis profesoras, profesores, compañeros y compañeras en esta etapa universitaria por compartir su valioso conocimiento. En especial, al profesor y asesor de tesis Edilberto Casado Márquez por brindarme su orientación y apoyo.

Y a los nueve *booktokers* quienes, con sus aportes y experiencias, fueron pieza clave para realizar este trabajo.



## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el potencial de TikTok como herramienta útil para la promoción de la lectura. Por tal motivo, se estudió tres ejes: los creadores de contenido, los videos creados y la respuesta de los usuarios, para así obtener un panorama general del tema aplicado a esta red social. La metodología de esta investigación fue mixta y se usaron las técnicas de la entrevista, el análisis de contenido, el análisis de comentarios y el análisis de sentimiento. La muestra seleccionada fueron 9 creadores de contenidos hispanohablantes, 18 videos y 35186 comentarios. Como resultados se obtuvo que las facilidades y funcionalidades de TikTok posibilitan la obtención de un mayor alcance, interacción y visibilidad de los videos; asimismo, que las respuestas de los usuarios frente al contenido sobre libros y lectura son en gran medida positivas y demuestran interés y motivación para leer; y, por último, que es una plataforma útil para incentivar la lectura en personas que tienen o no el hábito de la lectura.

*Palabras Clave:* Promoción de la lectura, BookTok, TikTok, comunidades virtuales, creadores de contenido

## Tabla de contenidos

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
1.1 ANTECEDENTES GENERALES .....	8
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	9
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
1.4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	10
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>
2.1 LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA.....	11
2.1.1 <i>Conceptos Básicos y su Importancia</i> .....	11
2.1.2 <i>Promoción de la Lectura Recreativa</i> .....	13
2.1.3 <i>Lectura 2.0 y Nuevas Formas de Promoción de la Lectura</i> .....	15
2.2 TIKTOK .....	17
2.2.1 <i>¿Qué es TikTok? Antecedentes y el Motivo de su Éxito</i> .....	17
2.2.2 <i>Usos y Aplicaciones de TikTok</i> .....	20
2.2.4 <i>Bibliotecas, Libros y TikTok. ¿Surgimiento de Booktokers?</i> .....	24
<b>3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>26</b>
3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO .....	26
3.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	26
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	26
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	27
3.5 PROCEDIMIENTOS SEGUIDOS .....	28
3.5.1 <i>Entrevistas</i> .....	29
3.5.2 <i>Análisis de contenido</i> .....	29
3.5.3 <i>Análisis de comentarios de redes sociales</i> .....	33
3.5.4 <i>Análisis de sentimiento</i> .....	34
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>35</b>
4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS BOOTOKERS .....	35
4.1.1 <i>Información general</i> .....	35
4.1.2 <i>Inicios como lectores</i> .....	36
4.1.3 <i>Uso de redes sociales para consumir contenido sobre libros y lectura</i> .....	37
4.1.4 <i>Uso de redes sociales distintas de TikTok para crear contenido sobre libros y lectura</i> .....	37
4.1.5 <i>Motivaciones para crear contenido sobre libros y lectura</i> .....	38
4.1.6 <i>Géneros literarios favoritos</i> .....	40
4.1.7 <i>La creación de contenido basado en gustos personales</i> .....	40
4.1.8 <i>La elección de TikTok como plataforma para compartir contenido</i> .....	41
4.1.9 <i>La transición hacia TikTok</i> .....	43
4.1.10 <i>El proceso de creación de videos</i> .....	44
4.1.11 <i>La edición de los videos</i> .....	45
4.1.12 <i>Uso de hashtags, sonidos y otros elementos</i> .....	46
4.1.13 <i>Los beneficios y las ventajas de TikTok</i> .....	47
4.1.14 <i>Aportes a la promoción de la lectura</i> .....	50
4.1.15 <i>Respuesta de los seguidores</i> .....	51
4.2 ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LOS VIDEOS SELECCIONADOS .....	53
4.3 ANÁLISIS DE LOS COMENTARIOS HALLADOS EN LOS VIDEOS .....	59
4.4 ANÁLISIS DE SENTIMIENTO DE LOS COMENTARIOS MUESTREADOS .....	61
<b>5. CONCLUSIONES .....</b>	<b>65</b>
<b>6. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>69</b>

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>77</b>
ANEXO 1. GUÍA DE ENTREVISTA.....	78
ANEXO 2. PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO.....	79
ANEXO 3. TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS.....	81
ANEXO 4. MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	119
ANEXO 5. EJEMPLO DE COMENTARIOS RECOPIADOS PARA ANÁLISIS.....	124
ANEXO 6. EJEMPLO DE COMENTARIOS SOMETIDOS A ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS.....	125



## Lista de tablas

<b>TABLA 1</b> CRITERIOS DE LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	30
<b>TABLA 2</b> LISTA DE LOS TEMAS RECURRENTES EN LOS VIDEOS DE BOOKTOK .....	31
<b>TABLA 3</b> DATOS GENERALES DE LOS ENTREVISTADOS .....	35
<b>TABLA 4</b> REDES SOCIALES USADAS PARA CONSUMIR CONTENIDO .....	37
<b>TABLA 5</b> REDES SOCIALES USADAS PARA CREAR CONTENIDO .....	38
<b>TABLA 6</b> GÉNEROS DE LECTURA PREFERIDOS.....	40
<b>TABLA 7</b> CONTEO DE REPETICIONES DE HASHTAGS UTILIZADOS .....	55
<b>TABLA 8</b> CONTEO POR TIPO DE TEXTO CONTENIDO .....	57
<b>TABLA 9</b> PRESENCIA DE OTROS ELEMENTOS GRÁFICOS EN LOS VIDEOS.....	58
<b>TABLA 10</b> TIPO DE ELEMENTO GRÁFICO CONTENIDO EN EL VIDEO .....	58
<b>TABLA 11</b> CONTEO DE REPETICIÓN DE TEMÁTICAS SEGÚN CLASIFICACIÓN DE MERGA (2021).....	59
<b>TABLA 12</b> TIPOS DE COMENTARIOS Y TÉRMINOS DE BÚSQUEDA ASOCIADOS.....	60
<b>TABLA 13</b> CONTEO POR TIPO DE COMENTARIO .....	61
<b>TABLA 14</b> CONTEO POR POLARIDAD DE LOS COMENTARIOS .....	63
<b>TABLA 15</b> CONCORDANCIA EN LAS ORACIONES DE LOS COMENTARIOS.....	63
<b>TABLA 16</b> RELACIÓN POLARIDAD/CONCORDANCIA DE COMENTARIOS .....	64



## 1. Introducción

### 1.1 Antecedentes generales

La promoción de la lectura tiene como objetivo la formación de hábitos lectores en las personas, a la vez que apoya a esclarecer su importancia y beneficios a través de diversas dinámicas individuales o grupales. Particularmente en los últimos años, las redes sociales se han consolidado como plataformas y espacios propicios para ayudar a alcanzar dicho fin; en dicho entorno se potencia la lectura facilitando la proliferación de esta a través de la interacción entre usuarios, lo que se acrecienta gracias a las diversas características que puede tener una red social en específico. Esto da lugar al surgimiento de una gran variedad de lectores que comentan y difunden estos espacios de la lectura tornándose populares; además, la generación de comentarios, críticas o listas de los mejores libros hacen que las recomendaciones cobren valor por lo cual estas “clasificaciones sociales” se vuelven interesantes de estudiar para el fomento constante de lectura y escritura (Secul y Viñas, 2015).

En tal sentido, TikTok se presenta como una red social que no ha pasado desapercibida por ser una de las más recientes, populares y con más usuarios activos actualmente (Hootsuite & We Are Social, 2020). El surgimiento de una comunidad lectora en TikTok, denominada *BookTok*, se torna atractiva de investigar ya que presenta características diferentes de otras redes sociales, lo cual hace que sus contenidos logren gran alcance no solo entre lectores habitados sino también de personas que quizás no poseen este hábito. Debido a que se trata de una red social con pocos años en el mercado, aún hay escasos estudios que la vinculen con la promoción de la lectura, y aún menos con la promoción de lectura enfocada en usuarios hispanohablantes donde se analice su potencial como plataforma, su efectividad para el fomento y los beneficios que trae consigo tanto para los consumidores como para los creadores de contenidos.



## **1.2 Justificación**

La importancia de la presente investigación radica en su interés social y de aplicabilidad dentro del propósito de acercar cada vez más y de manera efectiva a los individuos con la lectura. Con ella, se busca una mejor visión de las redes sociales como medio para el fomento de la lectura. Asimismo, aporta a la aún escasa literatura en torno a este tema aplicado a la red social TikTok y de esta manera ayuda a comprobar su validez como medio efectivo para incentivar a otros a leer. Finalmente, esta investigación busca contribuir en atraer mayor atención por parte de los profesionales de la información, bibliotecólogos, encargados de proyectos de promoción de la lectura, mediadores de lectura y creadores de contenido en general, a este tipo de fenómenos que tienen gran acogida dentro de la era digital y así reflexionar acerca de sus potenciales beneficios.

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Analizar el potencial de TikTok como nueva plataforma para la difusión de contenidos relacionados a la promoción de lectura

### **Objetivos específicos**

1. Caracterizar a los usuarios hispanohablantes de TikTok que son creadores de contenido relacionados al libro y la lectura.
2. Describir las características de los contenidos de TikTok relacionados al libro y la lectura.
3. Analizar la influencia de los contenidos de TikTok para la promoción de la lectura.
4. Caracterizar a los usuarios consumidores de contenidos de TikTok relacionados al libro y la lectura a partir de su interacción con videos que recomiendan libros.

## **1.4 Preguntas de investigación**

### **Pregunta general**

¿Cuál es el potencial de TikTok como nueva plataforma para la difusión de contenidos relacionados a la promoción de la lectura?

### **Preguntas específicas**

1. ¿Cuáles son las características y opiniones de los usuarios hispanohablantes que crean contenido en TikTok relacionado al libro y la lectura?
2. ¿Cuáles son las características de los videos en TikTok relacionados al libro y la lectura?
3. ¿Cuán efectivos son los videos de TikTok relacionados al libro y la lectura para motivar a los usuarios a leer?
4. ¿Cuáles son las características de los usuarios consumidores de contenidos de TikTok relacionados al libro y la lectura a partir de lo que expresan en sus comentarios a videos que recomiendan libros?

## 2. Marco Teórico

### 2.1 La Promoción de la Lectura

En esta sección, se expondrá el concepto de la lectura y su promoción, así como la relevancia que tiene para el desarrollo de la persona. Luego, se abordará la lectura recreativa como una manera para estimular el hábito lector. Finalmente, se explicarán las características de la lectura 2.0 y las nuevas formas de promoción de la lectura en la era digital.

#### 2.1.1 Conceptos Básicos y su Importancia

La lectura es un proceso que implica hacer uso de habilidades cognitivas que se caracterizan principalmente por la interpretación de símbolos que luego se dotan de significados. Bamberger (1975) brinda una definición más amplia sobre la lectura enunciando que es:

(...) un proceso perceptivo durante el cual se reconocen símbolos, que inmediatamente se traducen a conceptos intelectuales. Luego, este quehacer mental se amplía en forma de proceso de pensamiento a medida que las ideas, los conceptos, se van conectando entre sí y constituyen mayores unidades intelectuales. No obstante, pensar no consta tan solo de entendimiento de las ideas percibidas, sino que consiste también en la interpretación y evaluación de las mismas. (p. 28)

A partir de su definición, se infiere que a través de la lectura se desarrollan diferentes procesos que, de acuerdo con Yepes, Ceretta y Díez (2013), pueden ser biológicos, psicológicos, afectivos y sociales. Por esa razón, la lectura se entiende también como el ejercicio de la función expresiva del lenguaje, sentir emociones, placer estético y compartir la experiencia de otras personas (Catrillón, 1985, como se citó en Yepes et al., 2013).

De acuerdo con el concepto de lectura, la promoción de esta se puede definir como cualquier acción o conjunto de acciones que acercan al individuo con la lectura. En palabras de Yepes et al. (2013), la promoción de la lectura es “una idea genérica y múltiple que cobija cualquier acción que cree un vínculo permanente, productivo y cotidiano entre el individuo o comunidad a la lectura y que involucra materiales (...), indistintamente de su soporte, como objetos culturales potencialmente enriquecedores.” (p.21)

La importancia de la lectura y, por ende, de su promoción radica en su fin, el cual es la adquisición de diferentes tipos de saberes y la formación de lectores. Como señala Echandi Ruiz (2019), la lectura permite acceder al conocimiento, por lo que se requiere formar lectores autónomos con una mirada crítica y reflexiva que permita distinguir diferentes puntos de vista y ampliar el propio. Para lograr tal fin, es necesario estimular el hábito lector del individuo.

Desarrollar el hábito de lectura en las personas es posible a través de actividades de animación. Yepes et al. (2013) consideran la animación como parte de la promoción de la lectura y la define como una acción concreta que tiene el propósito de crear un vínculo entre cualquier material de lectura y un individuo o un grupo. Asimismo, los autores mencionan que la animación de la lectura puede emplear diferentes medios para concretarse, ya sea una palabra escrita, una imagen, un sonido o una combinación de estos. En cuanto a la planificación y realización de las actividades de animación de la lectura, estas se dan con el apoyo de un mediador, por lo que el objetivo de este es lograr establecer el vínculo entre la lectura y el individuo.

Los mediadores de lectura deben ser personas con ciertas actitudes, aptitudes, destrezas y conocimientos con los cuales puedan ser capaces de tener impacto y ‘atrapar’ a los receptores, de tal manera que provoque aprecio por la lectura (Yepes et al., 2013).

En ese sentido, las acciones y actividades que se den en torno a la animación de la lectura con apoyo de un animador deben provocar la activación de esta y no su distanciamiento. Por este motivo, es relevante que el mediador posea entre sus habilidades estrategias lingüísticas, conocimientos sobre medios y, sobre todo, experiencia lectora para que sea capaz de dialogar, transmitir y contagiar los contenidos de la lectura y, de esta manera, pueda compartir también y recomendar de acuerdo a su propia experiencia (Pernas, 2009).

Frecuentemente ambos términos, promoción de la lectura y animación de la lectura son usados como sinónimos. Sin embargo, si se planea realizar acciones coherentes y eficaces es relevante hacer una clara distinción: mientras que la animación sería una acción concreta con el objetivo de crear un vínculo, la promoción se entendería como una idea más general que pretende continuidad y coherencia entre las dinámicas de animación; por ejemplo, el diseño de una política o un plan de acción, por lo que la animación se puede considerar un eslabón más de la promoción de la lectura (Pernas, 2009). Para efectos prácticos de este estudio, sólo se hará uso del término ‘promoción de la lectura’ para referirse a todas las actividades que fomenten el libro y la lectura.

### ***2.1.2 Promoción de la Lectura Recreativa***

La lectura es diferenciada y denominada por los expertos según diversos tipos y consideraciones particulares. Por ejemplo, Pereda (1990) hace la distinción entre ‘lecturas informativas’ y ‘lecturas apropiadoras’. Por un lado, las primeras son aquellas en las que el lector solo procura encontrar de inmediato los referentes que busca sin detenerse mayormente en el texto; por otro lado, ‘las lecturas apropiadoras’ hacen referencia a las lecturas que confrontan lo leído con las ideas y discurso del lector, por lo que la comprensión de todo el texto se da a un mayor nivel. Asimismo, Rosenblatt (como se citó en Yepes et al., 2013) propone la separación de la ‘lectura eferente’ y la ‘lectura estética’, siendo la primera aquella que se hace para obtener información y la segunda aquella que

evoca imágenes, sentimientos y emociones. De igual manera, Durango (2015) sugiere tres niveles de lectura: la lectura literal, la cual está centrada en ideas e información que está explícitamente expuesta en el texto y donde se identifica secuencias y relaciones; la lectura inferencial, que requiere un alto grado de abstracción del lector ya que constituye una lectura implícita; y la lectura crítica, que es de carácter evaluativo y utiliza el criterio del lector y sus conocimientos previos.

La lectura recreativa, también llamada lectura por placer, es la que se realiza con el objetivo de entretenimiento y disfrute del texto. No existen temas exclusivos para este tipo de lectura, por lo que abarca una amplia gama de géneros y publicaciones. Además, es la que busca satisfacer la imaginación y emociones del lector (Yepes et al., 2013) convirtiéndola en una actividad de afición más que una obligación, de ahí que sea libre y voluntaria (Echandi Ruiz, 2019). Conforme a las distinciones por tipo de lectura expuestas previamente, la lectura recreativa podría formar parte de la 'lectura apropiadora' de Pereda (1990), de la 'lectura estética' de Rosenblatt (como se citó en Yepes et al., 2013) y de la 'lectura literal' de Durango (2015). No obstante, es importante tener en cuenta que estas divisiones son solo una herramienta para el abordaje teórico del tema, pero en la práctica es complicado determinar dichas divisiones ya que dependerá de cada lector otorgarle valor (Yepes et al., 2013). Así pues, puede considerarse que la lectura de un texto que posee un valor recreativo no excluye su valor informativo, formativo o crítico.

La importancia de la lectura recreativa radica en la motivación que genera en los lectores, lo cual constituye el primer paso para la creación del hábito lector. Además, tiene incidencia en el desarrollo personal y habilidades sociales (Clark & Rumbold, 2006) y también en el rendimiento académico y el aprendizaje significativo. Esto se muestra en el estudio de Saulés (2012) que analizó los resultados de la prueba PISA de jóvenes de

México, Chile y España que leen por placer diariamente por más de 30 minutos, los cuales lograron una puntuación superior respecto al promedio (14, 27 y 32 puntos más respectivamente). De igual manera, los resultados de la investigación de Dezcallar et al. (2014) muestran que las notas académicas en diferentes materias de los alumnos de educación primaria están estrechamente relacionadas con la lectura recreativa.

Muchas de las actividades y estrategias para la promoción y animación de la lectura se basan en incentivar la lectura recreativa. Algunos de los medios para esto son: los clubes de lectura, las rondas de libros, la “hora del cuento”, las ferias de lectura, las lecturas dramatizadas, la visita de autores, los debates, la lectura en grupo, la exhibición de materiales, entre otras.

### **2.1.3 Lectura 2.0 y Nuevas Formas de Promoción de la Lectura**

El concepto de web 2.0 surge a partir del cambio de diferentes características de la World Wide Web (WWW). Una de las principales es el enfoque y diseño centrado en el usuario, lo que permite una web basada en comunidades de usuarios que interactúan dentro de una gama de servicios, como redes sociales, wikis o blogs, en las cuales se fomenta la colaboración e intercambio de información entre usuarios (O’Reilly, 2005). Por consiguiente, se emplean nuevas formas de comunicación social las cuales, como señala Echandi Ruiz (2019), transforman la lectura en una experiencia compartida. Es en este contexto donde surge la lectura 2.0 o también denominada lectura social.

Las características que definen la lectura 2.0 son: la creación de espacios virtuales en torno a la lectura, el rol protagónico que toman los lectores como *prosumers*<sup>1</sup> y la configuración de las comunidades como espacios que permiten el intercambio de valoraciones, *hashtags* (etiquetas para identificar contenidos en particular o describir contenido), reacciones, recomendaciones y conocimiento de recursos literarios

---

<sup>1</sup> Individuos que son, a la vez, consumidores y creadores de contenido.

apoyándose de las herramientas digitales (Rovira Collado, 2015). Por estas razones, un valor añadido que ofrece el entorno digital es la posibilidad de establecer una comunicación accesible, eficaz e inmediata entre lectores.

Así pues, el surgimiento de las iniciativas de promoción de la lectura en plataformas digitales era inevitable, sobre todo por el gran potencial que ofrece en relación con su alcance y el diseño de nuevos métodos. En consecuencia, de acuerdo con Rovira Collado (2016), ello también ha transformado las labores de mediación lectora las cuales se han adaptado a dichos medios.

Aunque existen sitios web que funcionan como red social y que han sido creados específicamente para actividades lectoras tales como Goodreads, Anobii, LibraryThing, Lecturalia, Túquelees, etc., muchas de estas se dan en las redes sociales más populares como Facebook, Instagram o Twitter. En ellas, además, tiene lugar un aprendizaje informal donde la adquisición de conocimientos es casual, inconsciente y basada en la actividad cotidiana (Verdú et al., 2019). Por ejemplo, un movimiento con bastante influencia es el de la comunidad *Booktube*, que se dedica a la recomendación de libros y al fomento de la lectura a través de reseñas u opiniones, presentando contenido atractivo en formato audiovisual en YouTube. En esta práctica, son los *booktubers* quienes toman el rol de mediador al presentar sus contenidos a la audiencia estableciendo un vínculo con ellos y, por lo tanto, deben poseer competencias transmedia (Scolari, 2018) para desenvolverse efectivamente en sus dinámicas. Asimismo, se ha demostrado en varias investigaciones la influencia que tienen los *booktubers* en sus seguidores para el desarrollo del hábito lector, lo que ha sido tomado en cuenta por diferentes casas editoriales que han establecido alianzas y convenios con ellos constituyéndolos en agentes de promoción y publicidad de sus libros (Castillo et al., 2016; Cortes, 2018; Rovira Collado, 2016; Verdú et al., 2019).



De la misma manera, se utiliza Facebook, Instagram, Twitter, entre otras redes, para realizar iniciativas y actividades en torno al fomento de la lectura, adecuando el diseño y los contenidos a las especificidades de cada una de dichas redes. Una de las que ha cobrado importancia recientemente y que actualmente atrae a muchos usuarios es TikTok, la cual será objeto de estudio de esta investigación y se abordará detalladamente en las siguientes secciones.

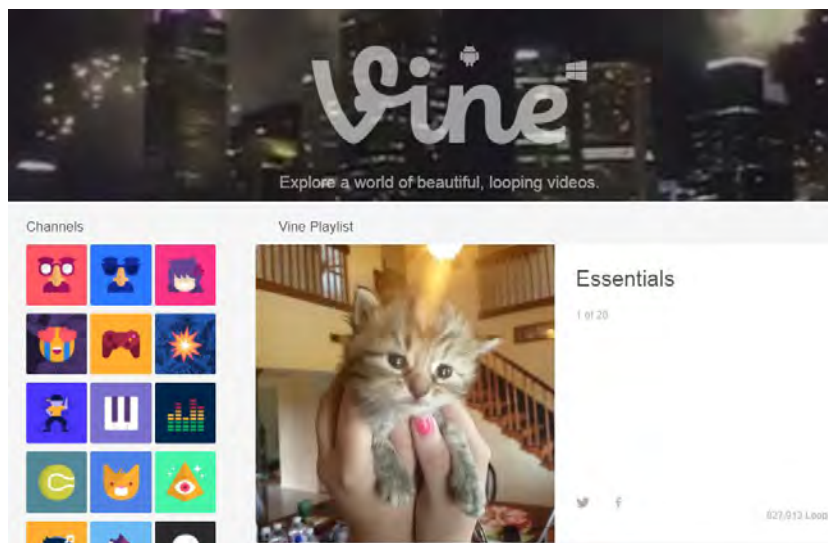
## **2.2 TikTok**

En esta sección se abordará la historia de la red social TikTok, sus características y algunas de las razones de su éxito. También se explicarán sus principales usos, aplicaciones y fines que se le da. Finalmente, se expondrá su uso en relación con el tema del libro y la lectura y la creación de contenidos con tales fines.

### ***2.2.1 ¿Qué es TikTok? Antecedentes y el Motivo de su Éxito***

En los últimos años, una tendencia creciente en las redes sociales es la función que permite a los usuarios crear y compartir videos cortos en bucle. Actualmente, se ve tal característica en las redes sociales más populares como Facebook, Snapchat o Instagram, la cual se denomina en términos generales ‘Historias’. Sin embargo, esta tendencia surge con Vine, red social creada en el 2012, la cual popularizó este tipo de videos al ser su único contenido hasta el cierre de la plataforma en 2017 (Anderson, 2020).

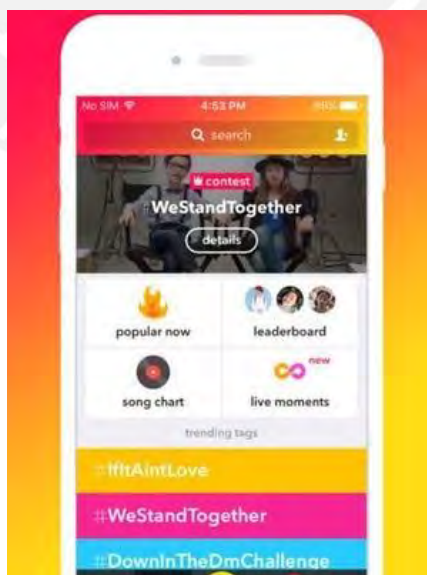
**Figura 1**  
*Página de inicio del sitio web de Vine*



*Fuente: Wayback Machine (2016)*

En paralelo, en el año 2014, se lanzó la aplicación móvil Musical.ly que poseía el mismo formato de videos cortos pero que fue diseñada específicamente para que los usuarios realicen *lip sync*<sup>2</sup> de diferentes canciones o audios.

**Figura 2**  
*Captura de pantalla de la aplicación móvil Musical.ly*



*Fuente: Molina (2017)*

<sup>2</sup> *Lip sync* o *playblack* es la acción de sincronización de los labios con un audio simulando hablar o cantar.

Luego, en el 2016, la empresa ByteDance lanza en China una aplicación similar a las mencionadas llamada Douyin, y la comercializa en el extranjero con el nombre TikTok. Posteriormente, dicha empresa adquiere Musical.ly y la fusiona con TikTok, relanzándola oficialmente con el último nombre en el año 2018. Solo en el año 2019, esta aplicación tuvo más de 738 millones de descargas (Clement, 2020) y actualmente se encuentra disponible en 141 países (AppTrace, 2020).

**Figura 3**

*Captura de pantalla de la aplicación móvil TikTok*



*Fuente: AppTrace (2020)*

TikTok permite a sus usuarios crear, editar y compartir videos de no más de tres minutos de duración y, a diferencia de otras redes sociales, esta presenta en su página principal un contenido a la vez; en otras palabras, se debe pasar un video para poder visualizar el siguiente. De igual manera, posee otras funcionalidades ya conocidas de interacción con contenidos (botón 'Me gusta', la opción de comentar, compartir, guardar, entre otras). No obstante, según Petre (2020), la aplicación no se adhiere a los mismos

algoritmos que otras redes sociales como Instagram, donde puede ser difícil elevar orgánicamente<sup>3</sup> el número de seguidores de un usuario o la visualización de su contenido. Esto no sucede en TikTok, por lo que el intercambio de información se torna imparcial; por ejemplo, una característica de esta red social es que en su página de inicio se muestran los contenidos de diferentes creadores, independientemente de si son populares o si son seguidos por el usuario. También, dicho algoritmo hace que la edición de videos sea un proceso sencillo permitiendo la aplicación de efectos y filtros únicos, audio y *hashtags*. Estas peculiaridades del funcionamiento de la interfaz de TikTok son algunos de los motivos por los cuales el contenido obtiene gran cantidad de visualizaciones en poco tiempo hasta tornarse viral (Palao, 2020). Ello la ha convertido en una de las redes sociales más populares, posicionándose en el puesto siete del ranking publicado por las empresas Hootsuite y We Are Social en julio del 2020 sobre las redes sociales más utilizadas, superando a otras como Twitter y Snapchat.

### **2.2.2 Usos y Aplicaciones de TikTok**

En el estudio realizado por Omar y Dequan (2020) quienes investigaron cómo las personas usan TikTok en términos de comportamientos de consumo, participación y producción, se concluyó que el factor que tuvo mayor influencia fueron las motivaciones de los usuarios. Los autores hallaron que estas motivaciones estaban relacionadas principalmente con el escapismo, la interacción social, la curiosidad, la autoexpresión y el archivo; esto último hace referencia al acto de publicar o guardar videos para poder recordar o revisar diversos acontecimientos más adelante; por ejemplo, la opción de “Añadir nueva colección” que ofrece TikTok permite crear colecciones de videos bajo un nombre en específico. Asimismo, Ahlse et al. (2020) encontraron resultados similares en

---

<sup>3</sup> El crecimiento orgánico en redes sociales hace referencia a la captación de más usuarios, al alto posicionamiento o al aumento en las interacciones que se produzcan con los contenidos digitales regulares de una cuenta de usuario específica, generando mayor alcance sin necesidad de promocionarla o “hacerla crecer” utilizando otros métodos como anuncios de pago o interacciones falsas.

su investigación al analizar las motivaciones de uso de los usuarios pertenecientes a la generación Z<sup>4</sup>, siendo el entretenimiento el principal factor. De igual manera, en el estudio de Ma et al. (2019) sobre la creación de lealtad de los usuarios con relación al uso de TikTok, se encuentra que la satisfacción es el factor más importante, considerando como parte de esta la utilidad percibida el valor social y sobre todo el valor de entretenimiento. Los resultados de estos estudios se ven reflejados en los contenidos que se generan en la aplicación, los cuales son en su mayoría de carácter humorístico y de entretenimiento que van acorde a su misión: “Inspirar la creatividad y brindar alegría” (TikTok, s.f.).

En tal sentido, TikTok presenta una gran variedad de publicaciones con temáticas muy diversas. Se puede encontrar vídeos musicales, montajes, cortos cómicos que narran breves historias, vídeos con efectos especiales, retos, entre otros contenidos. Por ejemplo, en el estudio de Shutsko (2020) donde se analizaron 1.000 videos para revelar qué contenidos son comunes y populares en TikTok, el análisis demostró que las categorías tales como "Comedia y broma", "Actuación musical", "DIY y tutoriales" y "Danza", destacan en términos de frecuencia relativa.

Por otro lado, un uso que ha tomado relevancia en esta plataforma es el marketing digital, especialmente si el público objetivo son jóvenes ya que son los principales consumidores de TikTok. Según Noel Nuez, *country manager* para España y Latinoamérica de TikTok, cada usuario abre la aplicación alrededor de siete veces al día con un tiempo medio de uso de 43 minutos. Además, el reporte del 2019 de Global Web Index indica que el 90% de los usuarios accede a la plataforma diariamente y de otro lado, su comportamiento en el periodo de un mes muestra que el 68% mira videos de otra persona y el 55% sube sus propios videos (Palao, 2020). Estas características hacen de la

---

<sup>4</sup> Si bien no hay un consenso respecto a las fechas exactas que definen los límites de la Generación Z, comúnmente se consideran a las personas nacidas desde la segunda mitad de la década de los 90 hasta mediados de la década del 2000. Al ser nacidos durante la popularización de la tecnología y el internet, también son llamados nativos digitales.

plataforma un espacio ideal para la promoción de un producto, servicio, actividad o marca personal ya que, de acuerdo con Stefan Heinrich, director de marketing de TikTok en Estados Unidos, los usuarios no solo visualizan el contenido sino que crean una respuesta o reacción inmediata a este utilizando las herramientas de la plataforma, convirtiéndose en embajadores de la marca sin realizar ningún tipo de marketing influyente (Petre, 2020).

### **2.2.3. Usos de TikTok con fines educativos, culturales, informativos y sociales.**

Al igual que en otras redes sociales, en TikTok se crean contenidos que tienen finalidades distintas a su enfoque principal y, aun así, no necesariamente dejan de ser entretenidos o poseer cierto humor. Por ejemplo, muchos docentes y especialistas en diversas áreas del conocimiento usan la aplicación con un fin educativo; algunos de estos casos son Jeffrey (@jeffrey.navarro) y Jorge (@matemovil) quienes crean videos con consejos para aprender matemáticas, los cuales, además, cuentan con más de un millón de seguidores cada uno. Otro caso es el usuario Pepe (@espanolconpepe) que sube contenido relacionado al idioma español, la literatura y la historia; la cuenta @primeros\_auxilios enseña en sus videos las acciones que se deben tomar en caso de diferentes tipos de incidentes, y de igual manera la cuenta @dotcsv tiene contenidos relacionados a la inteligencia artificial, la informática y la tecnología. Hayes et al. (2020) confirmaron la efectividad de TikTok para la educación en su investigación donde comprobaron que los estudiantes aprendían sobre química a través de estos videos mientras que incrementaban su interés en esa materia. En relación con este fin, TikTok también promociona el uso del *hashtag* #Edutok para incentivar a sus usuarios a crear contenido educativo y motivacional, el cual ha sido utilizado en más de 8.8 millones de videos.

Asimismo, TikTok es utilizado para fines culturales e informativos. Museos como, por ejemplo, el Museo Nacional del Prado (@museodelprado) y el Museo de los

Sentidos de Bucarest (@museumofsensesbucuresti), entre otros, utilizan su cuenta para mostrar sus exhibiciones y el trabajo de restauración y preservación que realizan. También se crea contenido relacionado al turismo en el cual se promociona diversos destinos a través de los videos, tal como hacen los usuarios @viajerosempedernidos o @exploraelperu que crean y difunden este tipo de videos. En el contexto de la pandemia por el Covid-19, TikTok ha servido como una herramienta de divulgación y concientización ya que, de acuerdo con Becerra y Taype (2020), se evidenció un aumento en el número de videos relacionados al tema para animar la réplica y seguimiento de algunos de los protocolos de bioseguridad, incluidos los videos realizados por instituciones como El Foro Económico Mundial (@worldeconomicforum) o La Organización Mundial de la Salud (@who), además de la creación de una sección donde los usuarios pueden consultar datos estadísticos actualizados sobre el Covid-19 a nivel regional y mundial.

De igual manera, TikTok se ha convertido en una herramienta útil para el activismo social, desde campañas promovidas por la misma empresa junto a instituciones internacionales tal como el uso del *hashtag* #ForClimate para concientizar sobre el cambio climático, hasta los contenidos creados orgánicamente para la divulgación de diferentes movimientos sociales. Por ejemplo, para el movimiento *Black Lives Matter* los usuarios hicieron uso de la plataforma para protestar, concientizar y registrar los hechos ocurridos en Estados Unidos que desataron la muerte del ciudadano afroamericano George Floyd (Janfaza, 2020). De la misma manera, TikTok se tornó en uno de los espacios ideales para los mismos fines antes y durante la marcha nacional ocurrida en diversas ciudades del Perú en noviembre del 2020, a raíz de la vacancia del ex presidente Martín Vizcarra, donde *hashtags* como #MerinoNoEsMiPresidente, #TomaLasCalles, #QueSeVayanTodos alcanzaron millones de visualizaciones (Bisso, 2020).

#### **2.2.4 Bibliotecas, Libros y TikTok. ¿Surgimiento de Booktokers?**

Al igual que en otros casos, TikTok ha sido una plataforma atractiva y cada vez más utilizada por editoriales, librerías, bibliotecas y demás instituciones relacionadas a los libros y la lectura. Las editoriales, en su búsqueda de estrategias para llegar a nuevos lectores, hacen uso de diversos canales y plataformas digitales, entre las cuales se empieza a considerar TikTok como una herramienta que ayuda a generar gran interés. Por ejemplo, la editorial china de libros para niños Jieli Publishing House (Tan, 2020), la editorial Planeta (@planetadelibros), la editorial Penguin Random House (@penguinrandomhouse, @penguin\_teen), entre otras, hacen uso de esta red social con éxito.

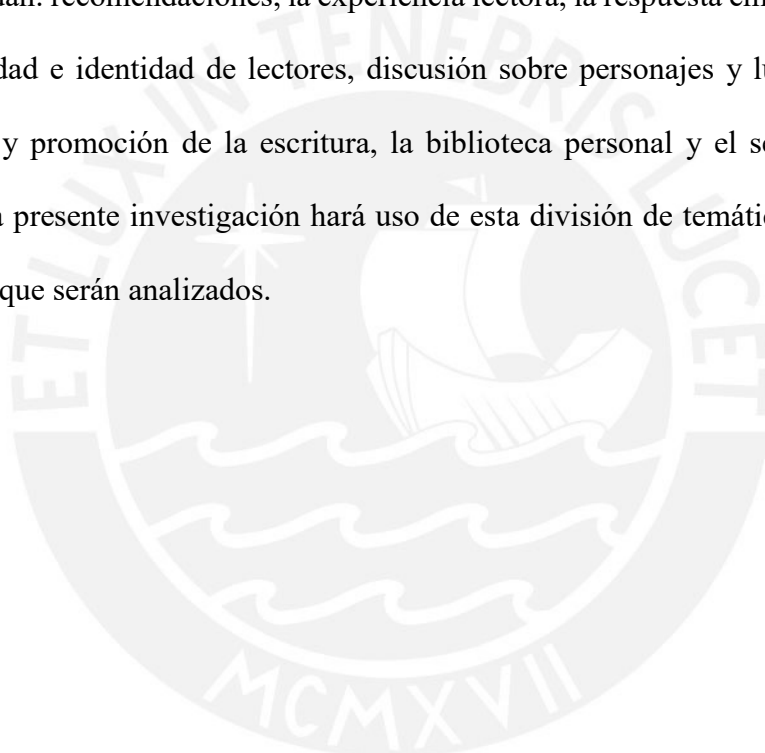
De igual forma, TikTok ya está siendo utilizada por bibliotecas para dar a conocer servicios, recursos, novedades, eventos o espacios. Kelsey Bogan, una bibliotecóloga en Pensilvania, se refiere a TikTok como una oportunidad para crear contenido que rompa con los estereotipos o los conceptos erróneos sobre las bibliotecas y bibliotecarios (Jensen, 2020). También ha sido útil para acercar y reforzar vínculos entre usuarios y bibliotecas en el contexto de la pandemia por Covid-19 (Jeffrey, 2020; Rodríguez, 2020). Al respecto, Hursh (2021), experta en marketing de bibliotecas, reflexiona sobre esto y presenta en su blog aspectos a considerar si una biblioteca quiere abrir su cuenta en TikTok tales como: establecer un periodo experimental, decidir una pauta consistente de publicación, llevar un registro de datos estadísticos, entre otros.

Del mismo modo y tal como sucedió en YouTube con la aparición del movimiento de los *booktubers*, en TikTok hay una clara tendencia por parte de ciertos usuarios en crear contenido exclusivamente relacionado a libros y prácticas lectoras, valiéndose de las características particulares de esta red social. Así pues, usuarios como @almendradra.books, @ezeekat, @caitsbooks, @thebookishrequest entre otros, cuentan



con miles seguidores y los *hashtags* #booktok y #booktoker tienen 2.2 billones y 53.5 millones de visualizaciones respectivamente lo cual denota la cuantiosa interacción e interés de usuarios en torno al tema.

Merga (2021) realizó un estudio de la comunidad *booktok* con el objetivo de que las bibliotecas puedan tomar como referencia los resultados, a fin mejorar el fomento de la lectura por placer de sus usuarios con el apoyo de esta red social. Como resultado del análisis de más de cien videos, la investigadora determinó ocho diferentes temáticas que estos abordan: recomendaciones, la experiencia lectora, la respuesta emocional del lector, la comunidad e identidad de lectores, discusión sobre personajes y lugares de ficción, desarrollo y promoción de la escritura, la biblioteca personal y el ser un lector en la familia. La presente investigación hará uso de esta división de temáticas para clasificar los videos que serán analizados.



### **3. Diseño de la investigación**

#### **3.1 Enfoque metodológico**

El enfoque metodológico de la presente investigación es mixto ya que utiliza técnicas cualitativas y cuantitativas. Por un lado, el enfoque cualitativo permite describir, comprender e interpretar el tema de estudio a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes; por el otro lado, el enfoque cuantitativo brinda una visión objetiva a partir del análisis de datos que permitirá la explicación y comprobación del tema de estudio (Hernández Sampieri et al., 2014).

#### **3.2 Alcance de la investigación**

El alcance de la investigación es exploratorio y descriptivo. Es exploratorio porque aborda un tema aún poco estudiado y pretende establecer mayor familiarización con este, identificar nuevos conceptos y variables, y sugerir afirmaciones. Y es descriptivo porque busca especificar las características importantes del tema que se analiza; en este caso, se busca describir las propiedades y descubrir tendencias en los videos de TikTok relacionados al libro y la lectura, y también en los perfiles de los consumidores y creadores de contenido.

#### **3.3 Población y muestra**

La población de esta investigación son los usuarios de TikTok que crean contenido relacionado al libro y la lectura, todos los videos de TikTok sobre libros y lectura y todos los comentarios de estos. Y la muestra estará conformada por nueve usuarios hispanohablantes creadores de contenido únicamente relacionado al libro y la lectura, 18 videos subidos por estos a la plataforma, y 35 186 comentarios a estos videos, en el periodo agosto de 2020 a junio de 2021.

### 3.4 Técnicas e instrumentos

Las técnicas que utilizadas fueron la entrevista semiestructurada, el análisis de contenido, el análisis de comentarios de redes sociales y el análisis de sentimiento.

La entrevista semiestructurada es un tipo de entrevista cualitativa que se basa en una guía de preguntas y donde el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información (Hernández Sampieri et al., 2014). La información aborda aspectos subjetivos de los participantes tales como creencias, actitudes, opiniones o valores y también acontecimientos vividos en relación con la situación estudiada. El instrumento aplicado para esta técnica fue una guía de entrevista (Anexo 1).

El análisis de contenido se lleva a cabo mediante la codificación y sistematización de los datos para someterlos a un estudio estadístico. Este tipo de análisis cuantifica los mensajes o contenidos en categorías para su descripción (Hernández Sampieri et al., 2014). El instrumento aplicado para esta técnica fue una matriz de análisis de contenido (Anexo 4).

El análisis de comentarios de redes sociales, también llamado minería de opiniones o análisis de opinión, surge a partir del interés de las empresas de tener conocimiento sobre las opiniones acerca de sus productos y servicios (Meré y Riquelme, 2017). Actualmente, esta técnica es aplicada en el ámbito de redes sociales por cualquier interesado en conocer a la audiencia que interactúa con sus contenidos, lo cual es un objetivo de este estudio. Según Meré y Riquelme (2017), esto presupone que dichas opiniones son mayoritariamente descritas de modo textual, las cuales pasan por una etapa de recolección, procesado, clasificación y análisis. Tal como se indicó en la sección 3.3, la muestra a analizar está constituida por 35 186 comentarios, y el Anexo 5 contiene,

como ejemplo, una parte de estos. La totalidad de la muestra está disponible en un archivo, como anexo a este documento, en el Repositorio de Tesis PUCP.

El análisis de sentimiento es una técnica aplicada al análisis de comentarios que consiste en determinar el valor relacionado con la carga emocional que transmite un mensaje. Asimismo, es un campo de investigación del procesamiento del lenguaje natural ya que trata de extraer de manera automática y mediante técnicas computacionales información subjetiva expresada en un texto acerca de un determinado tema (Pauli, 2019). Así, existen herramientas que permiten determinar la polaridad de un texto (si presenta connotaciones positivas, negativas o neutrales); la intensidad de un texto, basado en la polaridad expresada en un valor numérico; y la emoción que transmite un texto (alegría, tristeza, enojo, etc.), entre otros valores. Este análisis se puede aplicar a nivel de documento, a nivel de oración o a nivel de entidad (Pauli, 2019). La aplicación de esta técnica servirá para detectar lo que expresan los comentarios de los usuarios que interactúan con videos sobre libros y lectura lo cual, será útil para revelar la influencia de los videos sobre los usuarios, así como saber cuáles son las características de estos. Para esta investigación se analizó la polaridad de comentarios a nivel de oración.

El Anexo 6 contiene, como ejemplo, una parte de los 31 053 comentarios que fueron sometidos a análisis de sentimientos, una vez depurados conforme a los descrito en la sección 3.5.4 más adelante. La totalidad de registros está disponible en un archivo, como anexo a este documento, en el Repositorio de Tesis PUCP..

### **3.5 Procedimientos seguidos**

A continuación, se detallará los procedimientos seguidos para cada una de las técnicas aplicadas.

### **3.5.1 Entrevistas**

La selección de los participantes se inició buscando en la plataforma de TikTok videos que tuvieran el *hashtag booktok* (#booktok) o el *hashtag libros* (#libros). Una vez identificado los videos, se empezó a filtrar solo los videos de usuarios hispanohablantes. Se verificó en los perfiles de los usuarios que su contenido sea únicamente sobre libros o lectura. A partir de esta verificación se identificaron 20 usuarios a los cuales se enviaron invitaciones para ser entrevistados, de las cuales solo tuvieron respuesta 9, quienes son los participantes que conforman la muestra. La guía de entrevista que se aplicó aparece en el Anexo 1.

Las entrevistas se realizaron mediante la plataforma Zoom y mediante audios o el chat de Instagram acorde a la preferencia y disponibilidad del participante. Antes de empezar con las preguntas, se alcanzó a los participantes un documento de consentimiento informado (Anexo 2) el cual, en algunos casos, fue leído y grabada la aceptación de lo establecido en el documento y, en otros, fue firmado y enviado por correo electrónico. Las respuestas de las entrevistas (Anexo 3) se analizaron con el programa Atlas.ti, mostrándose los resultados en la sección 4.1 más adelante.

### **3.5.2 Análisis de contenido**

La selección de los videos para el análisis se realizó con ayuda de la herramienta ExportComments ([www.exportcomments.com](http://www.exportcomments.com)), con la cual se generó un registro por cada uno de los 9 usuarios de la muestra. Cada registro contiene la lista completa de los videos subidos hasta el 28 de junio de 2021 y también datos como la cantidad total de comentarios, de visualizaciones, de *likes*, entre otros. Se eligieron los dos videos más comentados de cada usuario, analizándose en total 18 videos. Para aplicar esta técnica se

utilizó una matriz de análisis de contenido (Anexo 4) con criterios acordes a los elementos que presenta un video de TikTok y la descripción de su trama (Tabla 1).

**Tabla 1**  
*Criterios de la matriz de análisis de contenido*

<b>Criterio</b>	<b>Explicación</b>
<b>Usuario</b>	Nombre de usuario
<b>Enlace</b>	Enlace al video
<b>Portada</b>	Captura de imagen de portada del video
<b>Visualizaciones</b>	Cantidad de visualizaciones
<b>Comentarios</b>	Cantidad de comentarios recibidos
<b>Likes</b>	Cantidad de <i>likes</i> recibidos
<b>Descripción</b>	Texto que se muestra en la parte inferior izquierda que resume el contenido del vídeo, agrega información o proporciona el contexto del mismo.
<b>Hashtags</b>	Cantidad y tipo de etiquetas o hashtags que describen el video
<b>Sonido</b>	¿En el vídeo se utiliza música o sonidos de fondo?
<b>Filtros</b>	Filtros aplicados en el video o parte de este
<b>Texto contenido</b>	Se añade un texto al vídeo que repite, refuerza, corrige, reemplaza los mensajes auditivos.
<b>Otros elementos gráficos</b>	Imágenes; figuras; emoticones; animaciones GIF
<b>Temática según Merga (2021)</b>	Recomendaciones; Experiencia del lector; Respuesta emocional del lector; Comunidad lectora; Personajes y lugares; Escritor/a; Biblioteca personal; Lector en la familia
<b>Trama del video</b>	Descripción de la trama del video

En esta matriz se agregó como criterio la división temática establecida en la investigación de Merga (2021) para clasificar las dinámicas de los videos (Tabla 2).

**Tabla 2**

*Lista de los temas recurrentes en los videos de booktok*

<b>Tema</b>	<b>Incluido en el tema</b>	<b>Ejemplo de descripción de la trama del vídeo</b>
Recomendaciones	Recomienda libros utilizando una variedad de estrategias	El vídeo muestra libros extraños e inusuales, utilizando imágenes de portadas de libros y descripciones de texto superpuestas con un resumen muy breve del libro.
Experiencia del lector	Se centra en la acción de leer.	Suena la letra de "I got plans for me and you" mientras el creador de contenido selecciona un libro de una estantería [...] Coge una taza de café, sus gafas de leer y una manta. A continuación, apaga la luz y se tumba en una silla muy cómoda con el libro en una mano, el café en la otra, envuelto en la manta, con las gafas puestas.
Respuesta emocional del lector	Explora el abanico de emociones que la lectura evoca en el lector.	El vídeo se centra en escenas ficticias que evocan la tristeza. El creador de contenido tiene una expresión triste mientras hace una breve mímica de la letra de una canción, antes de sostener una sucesión de libros y señalarlos. Aparece un texto que

Tema	Incluido en el tema	Ejemplo de descripción de la trama del vídeo
		explica qué parte del libro [...] fue emocionalmente agotador.
Comunidad lectora	Aprovecha los puntos en común y construye un sentido de comunidad de lectores y de identidades lectoras.	El creador de contenido enumera y actúa las cosas que se dice que hacen todos los amantes de los libros.
Personajes y lugares	Se centra en los personajes y lugares de los libros.	Los amigos le preguntan al creador de contenido por qué le gusta leer. Se muestran imágenes de "casa", y éstas son de libros de ficción populares (por ejemplo, Hogwarts).
Escritor/a	Promueve la producción del creado de contenidos, ya sea directa o indirectamente.	Una descripción de la trama de la novela de ficción distópica para jóvenes adultos que el creador de contenidos está escribiendo.
Biblioteca personal	Describe los factores relacionados con la gestión de una biblioteca personal.	El creador de contenidos ordena sus libros en una estantería vacía por colores
Lector en la familia	Describe las tensiones entre los comportamientos de los lectores ávidos y las expectativas de los miembros de la familia	El creador de contenidos da una explicación incoherente de su libro sólo para que su familia exprese un profundo desinterés.



Tema	Incluido en el tema	Ejemplo de descripción de la trama del vídeo
		(principalmente los padres).

*Fuente: Merga (2021)*

### 3.5.3 *Análisis de comentarios de redes sociales*

Para el análisis de comentarios se contempló solo los comentarios de videos con recomendaciones de libros. Para seleccionarlos, se utilizaron los 9 registros de los usuarios con la lista de sus videos que también incluían la descripción y los hashtags usados en cada uno de estos. Los videos se filtraron en base a los *hashtags*: *#librosrecomendados*, *#reseña*, *#librosen60s*, *#bookrecommendation*, *#recomendaciones* y *#recomendacionesdelibros*, dando un total de 75 337 comentarios en 520 videos. Para definir la muestra de videos cuyos comentarios se iban a analizar se optó por aplicar el Principio de Pareto, también conocida como la Regla del 80/20 (o 20/80) la cual establece que, de forma general y para un amplio número de fenómenos, aproximadamente el 80% de las consecuencias proviene del 20% de las causas (Redacción CepymeNews, 2019). En este caso, el principio se utilizó para establecer cuántos y cuáles videos serían considerados para el análisis mencionado, al contener dichos videos por lo menos el 80% del total de los comentarios identificados. Una vez aplicado, resultó una muestra de 79 videos que se revisaron para verificar que efectivamente se trataban de recomendaciones, ya que el uso de los *hashtags* por los que fueron filtrados no aseguraba que se tratara efectivamente de un video de recomendación. En caso uno de los 79 videos no lo fuera, se consideró el inmediato posterior para mantener el número de la muestra. Ya verificado esto, se procedió con la extracción de los comentarios recibidos de cada video hasta el 29 de junio de 2021 con la herramienta ExportComments. Esto dio un total de 35 186 comentarios a los cuales se les aplicó el análisis (Anexo 5).

### ***3.5.4 Análisis de sentimiento***

Para el análisis de sentimiento se consideraron los 35 186 comentarios, pero se limpiaron extrayendo comentarios que eran solo puntos, comentarios que eran solo enlaces, comentarios que eran solo emoticones que no reconocía el sistema y comentarios que eran solo menciones a otros usuarios. Esto resultó en un total de 31 053 comentarios (Anexo 6), los cuales se analizaron con la herramienta de análisis de sentimiento Meaning Cloud de la cual se adquirió una licencia gratuita para hacer uso de ella, verificando que tuviera la funcionalidad mínima necesaria para los análisis requeridos.



## 4. Resultados y discusión

### 4.1 Características de los *bootokers*

#### 4.1.1. Información general

En total fueron nueve entrevistados siendo la mayoría mujeres, y sus rangos de edades estuvo entre los 17 hasta los 38 años (Tabla 3). Dos son procedentes de Argentina, una de Ecuador, dos de España, una de México y tres de Perú. La cantidad de seguidores de cada *bootoker*, al momento de recopilar los datos, estaba acotado en un rango de 3 mil hasta 180 mil, siendo el usuario *butnotwilde* el que cuenta con mayor audiencia con 179 700 seguidores.

**Tabla 3**  
*Datos generales de los entrevistados*

Nombre real	Nombre de Usuario en TikTok	Total de seguidores al 28/07/21	Enlace al perfil en TikTok	Edad	País
Celeste Martínez	letebooks	40 500	<a href="https://www.tiktok.com/@letebooks">https://www.tiktok.com/@letebooks</a>	17	Argentina
Gianella Córdor	itsgianella	47 000	<a href="https://www.tiktok.com/@itsgianella">https://www.tiktok.com/@itsgianella</a>	22	Perú
Belén Sancho	belbookss	32 900	<a href="https://www.tiktok.com/@belbookss">https://www.tiktok.com/@belbookss</a>	23	Argentina
Esperanza García	books_hopess	19 000	<a href="https://www.tiktok.com/@books_hopess">https://www.tiktok.com/@books_hopess</a>	28	España
*	butnotwilde	179 700	<a href="https://www.tiktok.com/@butnotwilde">https://www.tiktok.com/@butnotwilde</a>	24	Perú
*	maellbooks	16 600	<a href="https://www.tiktok.com/@maellbooks">https://www.tiktok.com/@maellbooks</a>	17	México

Nombre real	Nombre de Usuario en TikTok	Total de seguidores al 28/07/21	Enlace al perfil en TikTok	Edad	País
Sandra Andrés Belenguer	sandra_autora	3 254	<a href="https://www.tiktok.com/@sandra_autora">https://www.tiktok.com/@sandra_autora</a>	38	España
*	karolz.mora	159 100	<a href="https://www.tiktok.com/@karolz.mora">https://www.tiktok.com/@karolz.mora</a>	20	Ecuador
Valeria Cárdenas	soyvaleriarossi	47 500	<a href="https://www.tiktok.com/@soyvaleriarossi">https://www.tiktok.com/@soyvaleriarossi</a>	17	Perú

*Nota: Se anonimizaron los datos de algunos entrevistados (se colocó un “\*” en la columna “Nombre real”) de acuerdo a lo solicitado por ellos en el consentimiento informado.*

#### 4.1.2 Inicios como lectores

Todos los entrevistados mencionaron haber sido aficionados a la lectura desde muy pequeños, algunos desde la infancia por influencia de sus padres y otros en la escuela por influencia de amigos, padres, la misma escuela o películas. Por ejemplo:

Creo que todos tenemos nuestra historia de cómo comenzamos a amar la literatura y la mía comenzó cuando yo tenía unos 11 años y se estrenó en cines la película de Disney ‘El jorobado de Notre Dame’, yo le pregunté a mis padres dónde surge aquella historia y ellos me dijeron que procede la novela del siglo XIX llamada Nuestra Señora de París del autor francés llamado Víctor Hugo y yo les dije, a tan temprana edad, que quería leerla sí o sí. Y aunque todos me avisaron de que sería una novela pues muy densa, muy difícil a mí me gustó tantísimo que me racionada un capítulo al día para que no se terminara nunca.

(sandra\_autora, España)

Con esto, se puede identificar rápidamente a los creadores de contenido entrevistados como adecuados mediadores de lectura ya que, de acuerdo con lo

mencionado por Pernas (2009), la gran experiencia lectora por el hecho de empezar a leer desde temprana edad les permite no solo compartir y recomendar a partir de su experiencia personal, sino también los hace capaces de transmitir y contagiar el contenido de esta.

#### ***4.1.3 Uso de redes sociales para consumir contenido sobre libros y lectura***

Entre las redes sociales más utilizadas por los entrevistados para consumir contenido sobre libros y lectura, TikTok, Instagram y YouTube son las más mencionadas (Tabla 4); por lo cual se puede inferir que son seguidores de otros *booktokers*, de *bookstagrammers* y de *booktubers*.

**Tabla 4**  
*Redes sociales usadas para consumir contenido*

<b>Redes sociales</b>	<b>Número de veces mencionada</b>	<b>Porcentaje</b>
TikTok	9	29.3%
Instagram	8	25.81%
YouTube	6	19.35%
Wattpad	2	6.5%
Goodreads	2	6.5%
Facebook	1	3.23%
Spotify	1	3.23%
Blogs	1	3.23%
Twitter	1	3.23%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

#### ***4.1.4 Uso de redes sociales distintas de TikTok para crear contenido sobre libros y lectura***

Las redes sociales en las cuales los entrevistados crean contenido aparte de TikTok son, en su mayoría, Instagram y Goodreads (Tabla 5).

**Tabla 5**  
*Redes sociales usadas para crear contenido*

<b>Redes sociales</b>	<b>Número de veces mencionada</b>	<b>Porcentaje</b>
Instagram	3	30%
Goodreads	3	30%
YouTube	1	10%
Facebook	1	10%
Babelio	1	10%
Blog personal	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Aparentemente, el uso de otras redes sociales aparte de TikTok se debe, entre otros factores, a la necesidad que se genera por complementar los videos cortos con otro tipo de producto, tal como se expresa en lo siguiente:

Al final se complementan [...] si un libro me interesa más entonces lo reseñó más extenso en Goodreads.

(books\_hopess, España)

Con su presencia en diferentes redes sociales, los entrevistados demuestran tener las competencias transmedia, mencionadas por Scolari (2015), ya que poseen las habilidades tanto para consumir como para desarrollar contenidos en diferentes espacios digitales. Estas habilidades resultan básicas para la interacción en estos espacios, lo cual es una de las características principales en la lectura 2.0.

#### **4.1.5 Motivaciones para crear contenido sobre libros y lectura**

Se identificaron dos motivos principales por los cuales los entrevistados empezaron a crear contenido en redes sociales. Por un lado, fue la necesidad de socializar lo que leían ya que no tenían con quien compartir opiniones, tal como se menciona a continuación:

[...] en mi ambiente o grupo social muy poquita gente lee. Y mis amigas leen muy poquito y sobre todo leen clásicos, ensayos. Y los libros que yo leía de fantasía,

romance, juveniles, etcétera no los leía nadie más. Entonces yo ya hacía tiempo que seguía cuentas en Instagram así de literatura y me creé la mía con la intención de compartir mis opiniones porque no hay nada como terminar un libro y encontrar alguien también se lo ha leído y poder compartir opiniones e impresiones, teorías [...]

(books\_hopess, España)

Por otro lado, y relacionado al primer motivo, existió el deseo de pertenecer a una comunidad lectora más grande y entablar relaciones, tal como lo ilustran las siguientes citas:

[...] recibo un feedback y con éste, encuentro grupos de apoyo, fandoms y más libros interesantes. Además, que quiero que todos descubran los increíbles libros que yo descubro.

(butnotwilde, Perú)

Realmente es algo que me gusta hacer no solamente para promocionar [libros] sino porque ya se crea un lazo con los lectores que te leen. Y eso es algo que solamente las redes te pueden dar a nivel internacional y es algo maravilloso.

(sandra\_autora, España)

Estas dos necesidades o deseos planteados por los entrevistados son características principales de la actividad lectora y, de acuerdo con Rovira Collado (2015), la lectura 2.0 potencia estas características mediante el uso de las plataformas digitales al permitir la creación de comunidades como espacios para el intercambio de valoraciones y reacciones; además que da la posibilidad de establecer una comunicación accesible e inmediata entre los lectores.

#### 4.1.6 Géneros literarios favoritos

Los gustos de los entrevistados en cuanto a géneros y temas literarios son muy variados. La mayoría mencionó la fantasía y el romance como géneros favoritos (Tabla 6).

**Tabla 6**  
*Géneros de lectura preferidos*

<b>Género o temas literario</b>	<b>Número de veces mencionado</b>	<b>Porcentaje</b>
Fantasía	5	21.74%
Romance	5	21.74%
Thriller	2	8.70%
Terror	2	8.70%
Policial	2	8.70%
Clásicos	1	4.35%
Psicológico	1	4.35%
Novela Negra	1	4.35%
Misterio	1	4.35%
Asiático	1	4.35%
Urban fantasy	1	4.35%
Infantil	1	4.35%
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

#### 4.1.7 La creación de contenido basado en gustos personales

Entre los entrevistados hay algunos que prefieren ceñirse a sus gustos como lectora o lector para crear sus videos, mientras que otros varían los géneros o crean videos en base a las recomendaciones o solicitudes de sus seguidores. Al respecto tenemos las siguientes menciones:

[...] recomiendo lo que me piden. Por ejemplo, me piden libros de misterio para catorce años, libros de romance para quince años. O hay veces que hago recomendaciones variadas. No, nunca hago todo fantasía ni nada por ese estilo porque sé que a no todos les gusta fantasía o les gusta ese tipo de libros [...]

(letebooks, Argentina)



Yo he hecho videos [de libros] que a mí no me gustaron pero que yo sé que a otra persona le puede gustar. Entonces como pasa eso, también pasa el revés, la gente me recomienda libros y yo capaz que me animo a leer otros géneros o incursionar en los géneros literarios por los libros que me recomiendan mis seguidores.

(belbookss, Argentina)

[...] el contenido que hago casi siempre se basa en lo que a mí me guste, porque si es que yo me obligo a leer algo ya me he dado cuenta de que yo solita me pongo en un bloqueo lector y no puedo leer nada.

(karolz.mora, Ecuador)

Estas respuestas nos dan evidencia del carácter recreativo que le otorgan a la lectura tanto los que comentan en los videos como los mismos creadores ya que, en base a las definiciones de Echandi Ruiz (2019), la actividad de la lectura no se da por obligación, sino que es una actividad realizada voluntariamente buscando satisfacer la necesidad o las emociones del lector.

#### ***4.1.8 La elección de TikTok como plataforma para compartir contenido***

Se identificaron diversos motivos por el cual los entrevistados decidieron usar la plataforma de TikTok para crear y compartir contenido. Un primer motivo se debió a la cuarentena y las restricciones impuestas por la pandemia del Covid-19. Para esto, hay que tener en consideración que los nueve entrevistados empezaron subir videos entre el año 2020 y el 2021, donde el video más antiguo fue subido el 10 de agosto de 2020. Al respecto, se citan los siguientes testimonios:

[...] fue más que nada porque en mi país estuvimos mucho tiempo en cuarentena, estuvimos ocho meses encerrados. Entonces, como estaba muy aburrida y, la verdad,

me estaba volviendo loca encerrada dije bueno me voy a hacer un TikTok y me lo instalé [...]

(letebooks, Argentina)

La cuarentena fue muy mala. Me descargué TikTok y no me lo descargué siquiera con la intención real de dedicarlo a los libros. Yo no pensaba subir nada y descubrí el booktok y las chicas que lo hacían, sobre todo estadounidenses y dije qué chulada.

(books\_hopess, España)

De alguna manera, esta razón guarda relación con la tendencia en el incremento en descargas que tuvo TikTok debido a la pandemia. Según Tower Sense, ya contaba con 2 000 millones de descargas para solo febrero de 2020 y cierra ese mismo año con 55,8 millones de descargas más solo en diciembre, convirtiéndose en la aplicación más descargada de dicho año (Mohsin, 2021).

Otro motivo para elegir TikTok fue en relación con sus características, específicamente su algoritmo, y por sus facilidades para conectar con otras personas y crecer en la plataforma a comparación con otras redes sociales. Esto se destaca en las siguientes menciones:

Elegí TikTok entre otras redes sociales porque es la comunidad de lectores y usuarios más jóvenes y creí que era el lugar idóneo para poder conectar con ellos y con la clase de literatura que escribo que es novela juvenil. Además, los contenidos son muy divertidos, muy dinámicos y muy breves con lo que se llega muchísimo más rápido a ellos y es muchísimo más fácil para mí como autora hacerlos que no YouTube, por ejemplo, que los contenidos son mucho más largos y a mí, particularmente, me resultan más tediosos.

(sandra\_autora, España)

Elegí TikTok porque, bueno el algoritmo es medio raro y lo que te da es mucha oportunidad de crecimiento, te da mucho más alcance. Quizás [en] Instagram, vos para tener tres mil seguidores tenés que estar trabajando un año entero, por decirte algo. [...]. En cambio, TikTok vos ganás mucho alcance con cualquier video, [...]. Entonces el crecimiento que me genera a mí TikTok no me lo genera otra red social. Yo pongo un video en YouTube y va a tardar un montón para que yo me consolide como youtuber. En cambio, en TikTok hay mucho más tránsito de gente y hay mucha más visualización entonces por eso lo elegí, porque es más fácil que la gente te mire.

(belbooks, Argentina)

Este último motivo evidencia lo que mencionaba Palao (2020) en su artículo sobre las razones de la popularidad de esta red social, que son las peculiaridades del funcionamiento de su interfaz, el dinamismo de su contenido y el gran alcance de audiencia que se obtiene.

#### **4.1.9 La transición hacia TikTok**

Para la mayoría de los entrevistados la transición de otras redes sociales hacia TikTok fue sencilla, sobre todo porque ya la usaban desde antes de crear contenido o por su experiencia previa con otras redes sociales, tal como se lee a continuación:

[...] tenía ella mis cuentas de YouTube, Facebook e Instagram abiertas, pero ya usaba TikTok desde antes. Entonces cómo me acostumbré de cierta manera al formato así fue como que pude adaptarme mejor a la plataforma.

(soyvaleriarossi, Perú)

No obstante, algunos de los entrevistados experimentaron dificultades al momento de decidir qué contenido crear, cómo editar videos o como superar la timidez al grabarse a uno mismo y subirlo al internet, tal como se evidencia en lo siguiente:

Lo más difícil fue superar al principio, los primeros días la timidez y la vergüenza por grabar una serie de videos que eran muy divertidos y muy graciosos porque en Instagram o en redes sociales impera más la fotografía. En TikTok tienes que contar pequeñas historias que sean divertidas, pequeñas bromas que lleguen a gustar a todos y que todo el mundo las comprende. Pero grabarlas requería esa dosis de valentía y de broma y en realidad al final acabas por darle un poco al truco y acabas por engancharte.

(sandra\_autora, España)

[...] cuando hice la transición para empezar a usar TikTok para los libros había algunas cosas que ya las sabía hacer. Pero igualmente es complicado editarlos. O sea, hay algunas tendencias que salen que capaz digo cómo hago esto porque nadie sabe editar así de un día para el otro. Lo bueno que tiene TikTok es que tiene herramientas de edición sencillas, entonces puedes crear un video sin saber realmente editar o sin saber nada.

(belbooks, Argentina)

#### ***4.1.10 El proceso de creación de videos***

Cada creador de contenido tiene un proceso único para generar sus videos. Un punto en común es que implica una inversión de tiempo, organización, planeación del contenido del video y edición. Así lo indican dos de los entrevistados:

[...] en el caso de recomendaciones si ya terminé un libro comienzo a ordenar las ideas que haya tenido de acuerdo al libro. Primero, qué tal me pareció; segundo, los personajes; tercero, el tipo de trama que tenía el libro y cuarto, la puntuación que le pongo. Y de acuerdo con eso ya lo ordeno porque TikTok solamente te permite hablar un minuto entonces resumir básicamente un libro sin dar tanto spoiler también es un poco complicado.

(itsgianella, Perú)

[...] se me presenta una idea para un vídeo o tengo algunas ideas pensadas de recomendaciones o también me piden ciertas recomendaciones de libros. Entonces, solamente me alisto para grabar preparó el contenido que voy a subir, por ejemplo, si es en cuanto a ciertos libros veo que esos libros, pues obviamente calcen con lo que me pidieron en recomendación y luego grabó el video y editó con imágenes y también con la música y teniendo en cuenta los tiempos y todo eso para que se vea súper armonioso y sea bonito.

(soyvaleriarossi, Perú)

Asimismo, algo recurrente y normal en TikTok es la creación de videos inspirados en otros a partir de un esquema, una temática, una dinámica o alguna tendencia, tal como se manifiesta a continuación:

La verdad es que me inspiro en otro contenido, a veces me aparecen vídeos con títulos que me gustan y lo hago mi versión.

(maellbooks, México)

#### ***4.1.11 La edición de los videos***

Para editar sus videos, los creadores de contenido en su mayoría solo usan las herramientas de edición que ofrece TikTok ya que tienen una opinión muy positiva sobre su variedad, rapidez y facilidad de uso. Esto se ilustra a continuación:

[Tiene] bastantes herramientas y son muy completas entonces puedes recortar las imágenes, puedes añadir imágenes al video puedes añadir texto y stickers.

(soyvaleriarossi, Perú)

[...] solo [uso] TikTok pero por la agilidad que me da porque si yo tengo que ponerme a grabar el video con mi celular y después exportarlo a otra aplicación y editarlo y después subirlo a TikTok, me consume muchísimo más tiempo que haciéndolo directamente en TikTok.

(belbookss, Argentina)

Estas opiniones evidencian lo que mencionaba Petre (2020) sobre las razones de la popularidad que ha ganado TikTok; una de ellas: la incorporación en su plataforma de herramientas de edición diversas y no complejas de usar.

Otras herramientas o aplicaciones de edición, además de las ofrecidas por TikTok ,, sirven para sobreponer otros elementos en el video como fragmentos de series o películas, tal como se menciona a continuación:

He tenido que descargarme aplicaciones, por ejemplo, para poder utilizar videos de series o películas cuyos personajes pues están muy boga o también utilizar aplicaciones de grabadora y de edición de vídeos para descargar audios también de otras series o películas que venían bien con el propósito de crear esa historia que quiero contar.

(sandra\_autora, España)

#### ***4.1.12 Uso de hashtags, sonidos y otros elementos***

Sobre el uso de hashtags, sonidos, filtros y otros elementos, se encontró que algunos lo consideran algo importante a integrar en sus videos, ya sea para posicionarte o dar visibilidad a estos, además de volver el video más atractivo para los usuarios. No

obstante, su uso no siempre asegura esta exposición y así lo tienen en cuenta los creadores de contenidos:

[...] creo que es algo muy importante y que vas aprendiendo cuando empezás a crear contenido. Creo que hay como unas pautas en TikTok que tenés que seguir para ser “exitoso”, que igual a veces funcionan y a veces no. [...] Pero la realidad es que, si vos generás un contenido que sea valioso y que atraiga al usuario, en este caso al lector, no importa qué música uses porque la persona lo va a ver igual.

(belbookss, Argentina)

[...] para posicionarte y que TikTok te muestre. La gente que sabe un poquito de esto, te recomienda que utilices los trend, audios que están de moda o como la parodia o un esquema de video que ya incluye el filtro. Entonces eso te ayuda y hay que hacer también rápida para aprovechar y hacer la idea.

(books\_hopess, España)

#### ***4.1.13 Los beneficios y las ventajas de TikTok***

Los beneficios y las ventajas de TikTok, desde la perspectiva del creador de contenidos en comparación con otras redes sociales, guardan relación con la variedad de temáticas que se pueden encontrar en la plataforma, al contenido que aparece personalizado acorde a los gustos y a la diversión que genera, tal como lo ilustran los siguientes testimonios:

Lo que más me gusta a mí de TikTok es que el contenido que se hace muchas veces es gracioso, que no me ha pasado con otras redes sociales.

(belbookss, Argentina)

Yo pienso que como usuario es el hecho de que tiene una parte “Para Ti” que es una parte en que solo sale contenido de acuerdo a tus gustos, de acuerdo a lo que tú ves y yo siento que eso es muy ventajoso [...] porque en Instagram o en otras redes es mucho más difícil encontrar contenido que te guste a menos de que sigas a las personas y de ahí te aparecen. Pero en TikTok por ese lado como usuario es muy fácil.

(itsgianella, Perú)

Y desde la perspectiva de creadores de contenido, las ventajas de TikTok sobre otras redes sociales tienen relación con el alcance y visibilidad de los videos, las relaciones que se establecen y las interacciones seguidor/creador. Al respecto tenemos las siguientes menciones:

Al haber tanta gente usándolo en algún punto van a salir tus videos y eso genera que más gente te vea, más seguidores tengas y más compartan tu contenido.

(letebooks, Argentina)

[...] el alcance y la interacción con la gente. En general en otras redes sociales como en Instagram [...] por ejemplo la gente comenta, pero no tanto [...]. En cambio, en TikTok es como todo más anónimo, entonces la gente comenta, te dice lo que piensa, no tienen ningún problema, le pone ‘me gusta’ a todo porque no figura quien le puso me gusta, solo el creador de contenido sabe quién le puso un ‘me gusta’. Entonces esas cosas hacen que haya mucha más interacción entre el público y el creador de contenidos.

(belbookss, Argentina)



Asimismo, se encuentran algunas ventajas con respecto al límite de duración de los videos y el dinamismo de estos para la promoción de la lectura para personas que no tienen el hábito lector. Esto se destaca en las siguientes menciones:

Creo que hoy en día es la mejor red social que hay porque para la lectura es espectacular porque la persona que no le gusta la lectura o que aún no ha incursionado en la lectura no te va a ver un video de YouTube de veinte minutos o no te va a leer un post de Instagram donde haya mucho texto abajo porque no le interesa, no le va a atraer. En cambio, en TikTok, en un minuto capaz que vos hacés un video de ‘Tres libros para empezar a leer’ y la persona vio ese video [...] y capaz que con ese libro empiezan a leer.

(belbooks, Argentina)

Además, con respecto a la visibilidad también mencionan lo beneficioso que resulta para la promoción de la lectura y su llegada a todo tipo de público y el rol de los usuarios lectores para impulsarla. Al respecto se citan los siguientes entrevistados:

Creo que todos entendíamos que esta red social servía solamente para desafíos, para bailes, para bromas y estamos empezando a descubrir tanto editoriales, como librerías, bibliotecas qué es un amplificador increíble y maravilloso para llegar a todo tipo de público y que es una buena manera de promocionar y, digamos, fomentar todo el ámbito de la lectura en la gente joven que son los que realmente más lo necesita.

(sandra\_autora, España)

En TikTok en tanto cuánto a la divulgación literaria depende muchísimo del propio usuario porque las editoriales, de momento, no están casi nada presentes en la aplicación. Al final lo que divulgas y el marketing que se hace es por parte de los

usuarios. Ahí la editorial, la verdad es que no sé porque... hay algunas que sí pero tampoco están a tope. Mira que ya te digo que creo que sí se pusieran serias...

(books\_hopess, España)

Como ya se había mencionado anteriormente las características que presenta la plataforma de TikTok hace que se convierta en un espacio ideal para el marketing y la promoción de un producto, en este caso de un libro; o de una actividad, en este caso la lectura, donde son los mismos usuarios, ya sean creadores o seguidores, son los que se vuelven los principales impulsores o “embajadores de la marca” (Petre, 2020) sin la presencia obligatoria de una editorial, librería o biblioteca.

#### ***4.1.14 Aportes a la promoción de la lectura***

Todos los entrevistados respondieron que sí consideraban que su contenido aportaba a la promoción de la lectura al acercar literatura a los demás usuarios, al animarlos a leer y al poder formar una comunidad lectora. Se destacan las siguientes menciones:

Creemos una comunidad, una red no solamente de creadores sino de consumidores, de lectores y en mi propio contenido no solamente hablo de mis libros sino de otra literatura que también consumo y que quiero que los demás conozcan. Y además nunca hablaré negativamente de ningún otro libro porque siempre mi propuesta es dejar ver que la literatura es arte, no es ningún tipo de examen al que poder calificar todos tenemos nuestros propios gustos y siempre tiene que haber, incluso en esta red social, libertad para poder expresarse.

(sandra\_autora, España)

Yo creo que sí [aporta a la promoción de la lectura], tanto como mi contenido como de las demás personas que estamos haciendo así videos sobre libros, yo creo que

incentiva a las personas a leer. Es más, me han llegado mensajes de personas que nunca leyeron y que comenzaron a leer gracias a mis videos, pero de todas las edades, desde los 11,12 años hasta más grandes me han dicho que comenzaron a leer por mí y eso me llena el alma.

(letebooks, Argentina)

Se puede apreciar en las respuestas de las entrevistadas lo que comentaba Catrillón (en Yepes et al., 2013) sobre la lectura: esta se entiende no solo como el ejercicio de la función expresiva del lenguaje sino también la capacidad de sentir emociones, placer estético y compartir la experiencia de otras personas. Tal como mencionan la entrevistada:

[...] ese es mi propósito, de hacer llegar la literatura, que la gente se enamore del arte, de también lo estético que puede ofrecerles este mundo literario y de nuevo mundos y que puedan en este tiempo de pandemia viajar a través de los libros [...] Entonces, esta es una nueva oportunidad de que ellos puedan descubrir, vivir otras vidas y también puedan divertirse a través de la literatura y que también eso los anime a leer otros libros que son más de cultura o tal vez libros que también nos hablen un poco de historia. Entonces en esa medida también vamos ampliando nuestro conocimiento y vamos haciendo que los más pequeños y los jóvenes se animen a leer y también puedan animar a otras personas y eso está realmente genial.

(soyvvaleriarossi, Perú)

#### ***4.1.15 Respuesta de los seguidores***

Se encontró que la respuesta de los seguidores hacia los contenidos de los entrevistados es positiva. Muchas de estas respuestas son solicitudes de recomendaciones

y expresiones entusiastas. Y esto es atribuido al sentido de comunidad y pertenencia y a vínculos establecidos entre seguidores y creadores. Se destacan las siguientes menciones:

[...] el público al que me dirijo, aunque suene estereotipado es gente tranquila [...] muy amable y amigable. Las interacciones son demasiado positivas. Somos una bonita comunidad, felizmente.

(butnotwilde, Perú)

[...] la gente es muy maja y es muy educada. Y cuando te dicen que se han leído este libro por tu recomendación o que le gusta tu cuenta o te piden una recomendación de libros de fantasía o lo que sea, el poder interactuar, es una de las cosas que me fascina.

(books\_hopess, España)

[...] yo tuve la oportunidad de expresar mi opinión impopular de algunos libros y no me han atacado, o sea no he recibido nada negativo sino más bien un “bueno, no comparto tu opinión, pero la respeto”. Y eso creo que es valiosísimo, más en estos tiempos de redes sociales.

(belbookss, Argentina)

[...] creo que lo atribuyó a la cercanía que he podido establecer para que no me sientan como una persona externa a ellos. Como que muchas veces se tiende a idealizar a los influencers, en este caso yo soy una bookstagrammer, booktuber y booktoker entonces mi contenido está más que todo relacionado a libros, pero siempre intento establecer una conexión y hacerles ver una parte más personal de mí.

(soyvaleriarossi, Perú)

## 4.2 Análisis del contenido de los videos seleccionados

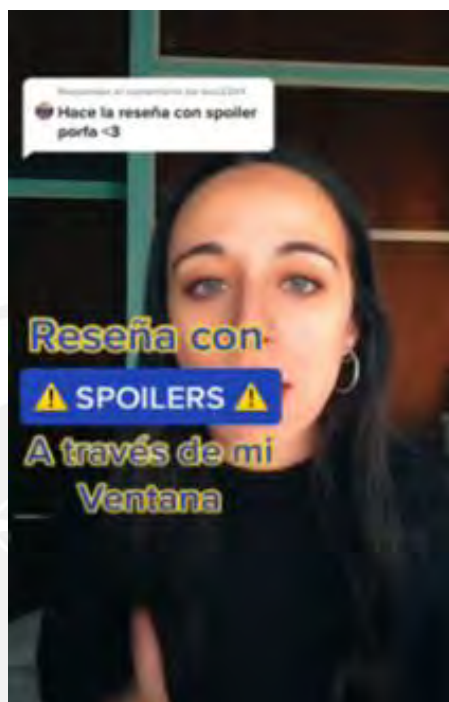
Los 18 videos seleccionados para la investigación fueron analizados utilizando como herramienta la matriz de análisis de contenidos (véase anexo 4). En esta se encontró que:

- El rango de visualizaciones registradas hasta la fecha de extracción de datos de los 18 videos va de más de 17 mil reproducciones hasta más de 2 millones de reproducciones.
- El rango de comentarios hasta la fecha de extracción de datos de los 18 videos va de 50 comentarios hasta más 4 mil comentarios.
- El rango de *likes* registrados hasta la fecha de extracción de datos de los 18 videos va de más de mil reproducciones hasta más de medio millón de reproducciones. La gran cantidad de visualizaciones, *likes* y comentarios sugiere el alto grado de tránsito e interacción por parte de los usuarios que obtienen este tipo de videos.
- 17 (94.44%) de los 18 videos usan como imagen de portada una captura del video que tenga un título o una breve frase que de luces al usuario de lo que trata. Esto serviría, principalmente, para cuando un usuario entre al perfil del creador y vea la lista de videos. Algunos ejemplos son: “Recomendación de libros para chicos y chicas de 11 a 13 años”; “Reseña con spoiler de A través de mi ventana” (Figura 4); “Cosas que hacemos mientras leemos Wattpad pt. 4”. En algunas ocasiones estos títulos están acompañados del número de la parte, como en el último ejemplo señalado. Esto indica que se trata de una serie de videos en los cuales los creadores hacen uso de la misma dinámica, por ejemplo “Libros clásicos pero de los chéveres, en menos de 1 minuto pt.1”, “Libros clásicos pero de los chéveres, en menos de 1 minuto pt. 3” (Figura 5), donde se supone que en cada video

recomiendan un libro clásico diferente. Este tipo de dinámicas de crear una serie o esquema de videos es una práctica recurrente en esta red social.

**Figura 4**

Portada de un video de belbookss



**Figura 5**

Portada de un video de butnotwilde



- 15 (83.33%) de los 18 añaden una descripción a sus videos, de los cuales 13 contienen texto y los otros 2 (16.67%) solo emoticones. Los que contienen texto cumplen la función agregar información al video y proporcionar contexto al mismo.
- En todos los videos se aplicaron *hashtags*. Se usaron 157 hashtags en los 18 videos analizados. #booktok se halló en 13 videos siendo este el más utilizado, seguido de #libros y #fyp (For Your Page) con 11 y 7 repeticiones respectivamente (Tabla 7). La mayoría de los hashtags están relacionados con libros o la comunidad lectora, lo que sugiere la importancia del uso de estos para llegar al público objetivo que es algo que se mencionaba en las entrevistas realizadas.

**Tabla 7**  
*Conteo de repeticiones de hashtags utilizados*

<i>Hashtags</i>	<b>Repeticiones de uso</b>
#booktok	13
#libros	11
#fyp	7
#bookclub; #parati	6
#books	5
#booklovers; #booktoker; #lectoreswattpad; #librosen60seg; #librosrecomendados	4
#booker; #bookworm; #lectores; #lectorestiktok; #LibrosEn60s; #libroslibroslibros; #wattpadentiktok	3
#book; #bookish; #booknerd; #clasic; #foryoupage; #fy; #hp; #lector; #lectora; #libreria; #librostiktok; #misterio; #potterheads; #reseña; #wattpad; #wattpadespañol	2
#wattpadmemes; #arigodoy; #atdmv; #bellaciao; #best; #bookforyou; #bookie; #booklover;	1

<i>Hashtags</i>	<b>Repeticiones de uso</b>
#bookrecommendations; #bookrecommendations; #bookshop; #bookstore; #booktokespañol; #casadepapel; #escritoresentiktok; #greenscreen; #horror; #humor; #kidstiktok; #larosadehereford; #lectoramaniaca; #lectorasdewattpad; #leer; #libro; #librosromanticos; #llorar; #lovebook; #portadas; #recomendacion; #romance; #rutina; #tiktokbook; #traduccion; #wattpader; #wattpadstories; #writersoftiktok	
<b>Total</b>	<b>157</b>

- Todos los videos analizados aplicaron una canción o sonido de fondo. Esto sugiere su relevancia como parte integral del mensaje audiovisual y como elemento que puede ayudar a transmitir información remarcando acciones o mensajes auditivos y a transmitir emociones.
- En solo 2 (11.11%) de los 18 videos analizados se usaron filtros. Los filtros que se utilizaron en esos dos videos no aportaban ni modificaban el mensaje principal que se buscaba transmitir, sino que tenían solo un fin estético para la imagen del creador de contenido. Al estar constituida la muestra de videos analizados por aquellos más comentados (en varios casos eran también los más vistos y con más *likes*), esto sugiere que el uso de filtros no necesariamente es relevante para la popularización de un video.
- En 17 de los 18 videos se presenta texto como contenido. Es posible que un video tenga más de un tipo, en este caso un video tiene texto que refuerza y corrige. El tipo de texto más utilizado fue el que reemplaza el



mensaje auditivo (50%); esto significa que el creador de contenido no habla en el video, pero se apoya en este texto para darlo a entender. Asimismo, el texto que repite todo el mensaje auditivo es el segundo más usado (28%) (Tabla 8). También llamado *closed caption* (cc, por sus siglas en inglés), cumple la función de subtítulos del video lo cual resulta útil e inclusivo si se trata de usuarios con algún problema auditivo.

**Tabla 8**  
*Conteo por tipo de texto contenido*

<b>Tipo de texto</b>	<b>Cantidad de videos</b>	<b>Porcentaje</b>
Texto que reemplaza el mensaje auditivo	9	50%
Texto que repite todo el mensaje auditivo	5	28%
Texto que refuerza el mensaje auditivo	2	11%
Texto que corrige el mensaje auditivo	1	6%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

- 77.78% de videos analizados incluyen otros elementos gráficos aparte de los filtros (Tabla 9). Los más utilizados son los emoticones (66.67%) (Tabla 10); sin embargo, también se hacen uso de imágenes de portadas de libros, imágenes de bibliotecas y GIFs. Estos elementos son usados para dar apoyo visual a lo que se menciona en el video o para concretizar la idea de este.

**Tabla 9**  
*Presencia de otros elementos gráficos en los videos*

<b>Aplicación de otros elementos gráficos</b>	<b>Cantidad de videos</b>	<b>Porcentaje</b>
Video con otros elementos gráficos	14	77.78%
Video sin otros elementos gráficos	4	22.22%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Tabla 10**  
*Tipo de elemento gráfico contenido en el video*

<b>Tipo de elemento</b>	<b>Cantidad de repeticiones</b>	<b>Porcentaje</b>
Emoticones	14	66.67%
Imágenes	6	28.57%
GIFs	1	4.76%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

- A partir del análisis de cada video se identificó que la mayoría de estos (50%) corresponde a la temática de recomendaciones (Tabla 11). En el estudio de Merga (2021) se llegó al mismo resultado: este tipo de videos son uno de los más recurrentes. Los 4 videos más comentados en este análisis tienen esta temática, y son a la vez los que cuentan con mayor número de visualizaciones y likes de todos los 520 videos. Esto constituye una muestra de la popularidad de este tipo de videos en TikTok y, por consiguiente, su apoyo en fomentar el interés por los libros y la lectura a través de la recomendación de libros. Específicamente, la trama de estos 4 videos es contar reseña una muy resumida del libro, ya sea en

segunda o tercera persona, para al final darte el título y autor de este. La temática de comunidad lectora también se encontró, presente de manera frecuente en los videos analizados, lo que sugiere un gran sentido de pertenencia e identificación de los usuarios con esta comunidad. Asimismo, es importante aclarar que el que no se hayan encontrado las otras temáticas planteadas por Merga (2021) en la muestra de 18 videos no significa que no estén presentes en el resto de los videos de los usuarios.

**Tabla 11**  
*Conteo de repetición de temáticas según clasificación de Merga (2021)*

<b>Temática según Merga (2021)</b>	<b>Cantidad de videos</b>	<b>Porcentaje</b>
Recomendaciones	9	50%
Comunidad lectora	7	38.89%
Respuesta emocional del lector	1	5.56%
Biblioteca personal	1	5.56%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

### 4.3 Análisis de los comentarios hallados en los videos

Para este análisis la muestra fue de 35 186 comentarios. Debido a la dificultad que implica esta técnica por las diversas formas particulares que existen de expresarse y escribir en redes sociales, en este caso TikTok, se hizo complejo poder determinar los resultados sin ningún sesgo. Por este motivo, a fin de cumplir con el objetivo de determinar cuán efectivos son los videos de TikTok para motivar a los usuarios a leer, se optó por una lista de tipos de comentarios asociadas a frases o términos previamente establecidos que servirían como filtros de búsqueda (Tabla 12). El uso de estos términos

aseguró que se identifique al menos un porcentaje del total de comentarios que expresaran motivación por la lectura.

**Tabla 12**

*Tipos de comentarios y términos de búsqueda asociados*

<b>Tipos de Comentarios</b>	<b>Términos de búsqueda</b>
Enlaces a libros digitales	“http”
Menciones a otros usuarios	“@”
Comentario de agradecimiento por la recomendación	“gracias”
Comentario que expresa deseo o interés de leer	“voy a leer”; “lo quiero”; “quiero leer”; “me convenciste”; “me interesa”
Comentario que expresa deseo de comprar el libro	“comprar” y conjugaciones
Comentarios que preguntan dónde encontrar un libro o piden el enlace a una versión digitalizada	“pasar”; “pasa”; “PDF”; “está en wattpad” “esta en wattpad”

Aplicando la lista anterior se identificaron 7845 comentarios. Esta cantidad representa que al menos el 22.29% de los 35 186 comentarios de la muestra expresan algún indicio de la efectividad de TikTok para la promoción de la lectura (Tabla 13). Entre estos se encontraron enlaces a libros digitales, muchos de los cuales eran enlaces de Google Drive o enlaces que sugerían una fuente de dudosa reputación (por ejemplo, un sitio de descargas informales o ilegales). No obstante, también se encontró enlaces a copias legales como enlaces a la biblioteca virtual del programa “Lima Lee” de la Municipalidad de Lima. Asimismo, se encontró que el 9.55% son menciones a otros

usuarios en los videos; esto significa que los videos no solo son vistos por un primer usuario, sino que este lo comparte mencionando a otros usuarios, lo cual sugiere una proliferación de este tipo de contenido. Por último, el 11.6% de los comentarios son de agradecimiento por la recomendación, deseos de comprar el libro recomendado, deseos de leer el libro recomendado o preguntas sobre dónde pueden leer el libro recomendado, las cuales son expresiones positivas hacia la promoción de la lectura.

**Tabla 13**  
*Conteo por tipo de comentario*

<b>Tipos de Comentarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Enlaces a libros digitales	404	1.14%
Menciones a otros usuarios	3360	9.55%
Comentario de agradecimiento por la recomendación	891	2.53%
Comentario que expresa deseo de leer	1308	3.72%
Comentario que expresa deseo de comprar el libro	543	1.54%
Comentarios que preguntan dónde encontrar un libro o piden el enlace a una versión digitalizada	1339	3.81%
<b>Total de comentarios identificados</b>	<b>7845</b>	<b>22.29%</b>
<b>Total de comentarios en la muestra</b>	<b>35 186</b>	<b>100%</b>

#### **4.4 Análisis de sentimiento de los comentarios muestreados**

La herramienta utilizada para el análisis de sentimiento fue Meaning Cloud la cual proporciona datos sobre la polaridad: positivo fuerte (P+); positivo (P); neutral (NEU), negativo fuerte (N+); negativo (N); y sin polaridad (NONE). Es importante mencionar

que la polaridad, sea positivo, negativo o neutral, no expresa la connotación del mensaje final que el usuario quiere transmitir, ya que la herramienta solo analiza la oración a nivel sintáctico. Esto significa que la herramienta aplicada puede reconocer, a partir de reglas y principios, si una frase de la oración tiene valores positivos, negativos o neutros, más no reconoce su sentido semántico que es, al final, el significado atribuido a las expresiones sintácticas. Por ejemplo, en la oración “Ese libro es la definición de sufrimiento pero lo amo” la herramienta lo codifica con polaridad negativa por la palabra “sufrimiento”; sin embargo, el mensaje final que quiso transmitir el usuario es positivo. Asimismo, otro dato que proporciona la herramienta Meaning Cloud es la concordancia en las frases de una oración, las cuales codifica en dos valores posibles: AGREEMENT, que significa que todos los elementos de la oración tienen la misma polaridad; y DISAGREEMENT, que significa que los elementos de una oración tienen distintas polaridades. Retomando el ejemplo de la oración “Ese libro es la definición de sufrimiento pero lo amo”, la herramienta lo codifica como DISAGREEMENT ya que encuentra en la misma oración dos elementos con polaridades distintas: “sufrimiento” con polaridad negativa y “amo” con polaridad positiva.

Hecha esta aclaración y aplicada la herramienta a los 31 053 comentarios seleccionados (depurados del total de la muestra según se explicó en la sección 3.5.4) se encontró que 51.70%, que representa más de la mitad de los comentarios, no tienen polaridad (Tabla 14). También que el 33.13% tienen polaridad positiva o positiva fuerte y que 11.95% tienen polaridad negativa o negativa fuerte. Y que solo el 3.23% tiene polaridad neutral.

**Tabla 14**  
*Conteo por polaridad de los comentarios*

<b>Polaridad</b>	<b>Conteo</b>	<b>%</b>
NONE	16054	51.70%
P	8926	28.74%
P+	1361	4.38%
N	3227	10.39%
N+	483	1.56%
NEU	1002	3.23%
<b>TOTAL</b>	<b>31053</b>	<b>100%</b>

En cuanto a la concordancia en las oraciones se encontró que el 94.05% de comentarios tienen concordancia en cuanto a las polaridades que integran (Tabla 15). Y que solo el 5.95% de comentarios no presentan concordancia entre la polaridad de sus frases.

**Tabla 15**  
*Concordancia en las oraciones de los comentarios*

<b>Concordancia</b>	<b>Conteo</b>	<b>Porcentaje</b>
AGREEMENT	29206	94.05%
DISAGREEMENT	1847	5.95%
<b>Total</b>	<b>31053</b>	<b>100%</b>

Además, en la relación polaridad/concordancia se encontró que el mayor porcentaje de comentarios con las polaridades positivas P y P+, 93.70% y 98.60% respectivamente, presentan concordancia (Tabla 16). Esto significa que la mayoría de oraciones con polaridad positiva integran solo frases o palabras positivas. Un resultado similar se encuentra en las polaridades negativas: el mayor porcentaje de comentarios con

las polaridades negativas N y N+, 90.86% y 98.34% respectivamente, presentan concordancia.

**Tabla 16**

*Relación polaridad/concordancia de comentarios*

<b>Polaridad/ Concordancia</b>	<b>AGREEMENT</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>DISAGREEMENT</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>
<b>P</b>	8364	93.70%	562	6.30%	8926
<b>P+</b>	1342	98.60%	19	1.40%	1361
<b>N</b>	2932	90.86%	295	9.14%	3227
<b>N+</b>	475	98.34%	8	1.66%	483

En base a la Tabla 16 se interpreta que los usuarios que comentan los videos relacionados a libros y lectura usan frases que, a nivel sintáctico, son tanto positivas o negativas, o una combinación de estas, para expresarse. Además, se infiere que la mayoría de comentarios con polaridad positiva (nivel sintáctico), ya que poseen concordancia, también son comentarios u opiniones positivas a un nivel semántico. Asimismo, se observa que las oraciones con polaridad negativa no son necesariamente una opinión negativa hacia el contenido del video o hacia el creador de contenido, sino que se integran elementos de esta polaridad para expresar o realzar opiniones y emociones. Por ejemplo, un comentario encontrado en la muestra fue “Solo ese resumen y ya me explotó la cabeza” fue codificado con N+ por la oración “me explotó la cabeza”, pero que en realidad es una manera de expresar conmoción o asombro y que, además, fue codificada con AGREEMENT (concordante) por no poseer otro elemento con polaridad.

Es posible asociar estos resultados con las afirmaciones de los entrevistados con respecto a la respuesta de los seguidores frente a su contenido: la gran mayoría de los comentarios que reciben son innegablemente favorables.



## 5. Conclusiones

A continuación, se brindan las conclusiones de la investigación sobre el uso de TikTok para la promoción de la lectura en relación a las preguntas formuladas al inicio del estudio.

En relación a la pregunta general: ¿Cuál es el potencial de TikTok como nueva plataforma para la difusión de contenidos relacionados a la promoción de la lectura?

1. A partir de los hallazgos descritos en las secciones 4.1.8, 4.1.13, 4.1.15 y 4.3 se puede afirmar que la red TikTok posee gran potencial para que su plataforma sea utilizada como una herramienta de difusión de contenidos relacionados a la promoción de la lectura no solo entre lectores sino también con personas que no poseen el hábito de la lectura. Por un lado, esto se ve evidenciado por el sentir de los creadores de contenidos acerca de las ventajas de las funcionalidades técnicas de esta red social que posibilita la obtención de mayor alcance, interacción y visibilidad de sus videos; así como el establecimiento de relaciones y el sentido de comunidad. Por otro lado, se evidencia en la respuesta de los seguidores o usuarios en general que interactúan con sus videos. Son muestra de esto la considerable cantidad de seguidores, *likes*, visualizaciones que obtienen los videos y los comentarios que expresan, en gran medida, opiniones positivas acerca del contenido.

En relación con la pregunta específica 1: ¿Cuáles son las características y opiniones de los usuarios hispanohablantes que crean contenido en TikTok relacionado al libro y la lectura?

2. Entre las principales características de los usuarios hispanohablantes que crean contenido en TikTok relacionado al libro y a la lectura se encontró, tal como se explica en las secciones 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3 y 4.1.5 que todos tenían el hábito lector

arraigado desde muy temprana edad. Asimismo, son ávidos consumidores de contenido relacionado a la lectura en distintas redes sociales, lo cual, más tarde, los llevó a convertirse en productores de contenido a causa de la necesidad de socializar su práctica lectora, lo que los llevó a convertirse en *prosumers* en el rol de los mediadores de lectura en los espacios digitales. De igual manera, el rango de edad encontrado demuestra que esta red social no está encasillada dentro de un grupo etéreo específico, lo cual posibilita su potencial en el alcance e integración del público en general.

3. Con respecto a las opiniones de los creadores de contenido acerca de la plataforma de TikTok, según se describe en las secciones 4.1.8, 4.1.9, 4.1.10, 4.1.11 y 4.1.12 esta se presenta como una de las mejores herramientas actuales para acercar al usuario con la lectura debido al dinamismo y brevedad de los contenidos. Asimismo, TikTok se presenta como una herramienta casi completa ya que les brinda todas las facilidades para crear videos sin necesidad de usar otra aplicación diferente. Sobre el algoritmo de esta red social se concluye que da más oportunidades, a comparación de otras redes, para crecer y llegar al público objetivo. No obstante, también se halla la necesidad de los creadores de contenidos de complementar los videos con otro tipo de material en otras redes sociales que pueda servir a los interesados para profundizar u obtener mayor información de lo expresado en un video de TikTok.

En relación con la pregunta específica 2: ¿Cuáles son las características de los videos en TikTok relacionados al libro y la lectura?

4. Conforme a lo descrito en las secciones 4.1.12 y 4.2 las características a nivel de elementos que más se presentan en los videos son el uso de hashtags, sonidos de fondos, elementos gráficos, descripción y texto contenido. Tanto la descripción

como los hashtags sugieren la intención de contextualizar los videos y marcar el tema contenido en este, y así poder llegar al público objetivo. El recurrente uso de sonidos de fondo y los elementos gráficos, sugieren su importancia para una efectiva transmisión del mensaje y emoción que pretende dar el video. Y el uso del texto contenido, sugiere su relevancia para dar énfasis a partes del mensaje auditivo y un valor de inclusión social. Algunos de estos elementos, como la elección y uso de un sonido en específico, puede deberse a que se encuentra en tendencia en un determinado momento lo que posibilita que el video obtenga mayor alcance, más no lo asegura.

5. Sobre las características a nivel de clasificación de temáticas, se concluye a partir de lo analizado en la sección 4.2 que la mayoría de los videos (50%) encontrados en TikTok relacionados a libros y lectura siguen una dinámica de recomendación y que, además, estos suelen ser los más populares entre los consumidores. Lo cual significa que recomendar libros se trata de un propósito clave en *booktok* y el más atractivo para los usuarios que interactúan con este tipo de videos.

En relación con la pregunta específica 3: ¿Cuán efectivos son los videos de TikTok relacionados al libro y la lectura para motivar a los usuarios a leer?

6. A partir de lo que expresan los creadores de contenido acerca de los comentarios que reciben de sus seguidores, conforme a lo analizado en las secciones 4.1.14, 4.1.15, 4.2 y 4.4, se puede afirmar que los videos de TikTok son efectivos para motivar a usuarios leer ya que tienen la capacidad de interesar al usuario por lo cual han recibido muchos mensajes que manifiestan que, gracias a ellos, han leído un libro.
7. Lo mencionado en el párrafo anterior se complementa con lo hallado en el análisis de comentarios, donde se encontró que al menos el 22.29% de estos evidenciaba

alguna motivación generada por el video para leer, lo cual se evidencia en la gran cantidad de enlaces a libros digitales y expresiones de agradecimiento o de interés por leer.

Finalmente, en relación con la pregunta específica 4: ¿Cuáles son las características de los usuarios consumidores de contenido de TikTok relacionado al libro y la lectura a partir de lo que expresan en sus comentarios a videos que recomiendan libros?

8. A partir de lo que expresan los creadores de contenido acerca de la respuesta del público que ven sus videos, tal como se describe en la sección 4.1.15, las características de los usuarios consumidores de este contenido es que tienen un alto grado de interacción, saben expresar sus opiniones educadamente, presentan mucho interés y brindan su apoyo. Asimismo, entre usuarios lectores se evidencia un fuerte sentido de identidad como comunidad, lo que genera que las interacciones entre creadores y seguidores sean más amenas.
9. Por último, a partir de lo hallado en el análisis de sentimiento de los comentarios tal como se explica en la sección 4.4, otra característica de los usuarios que complementa la anterior es que efectivamente la mayoría de usuarios que interactúan con el video realizan comentarios con valores positivos.

## 6. Recomendaciones

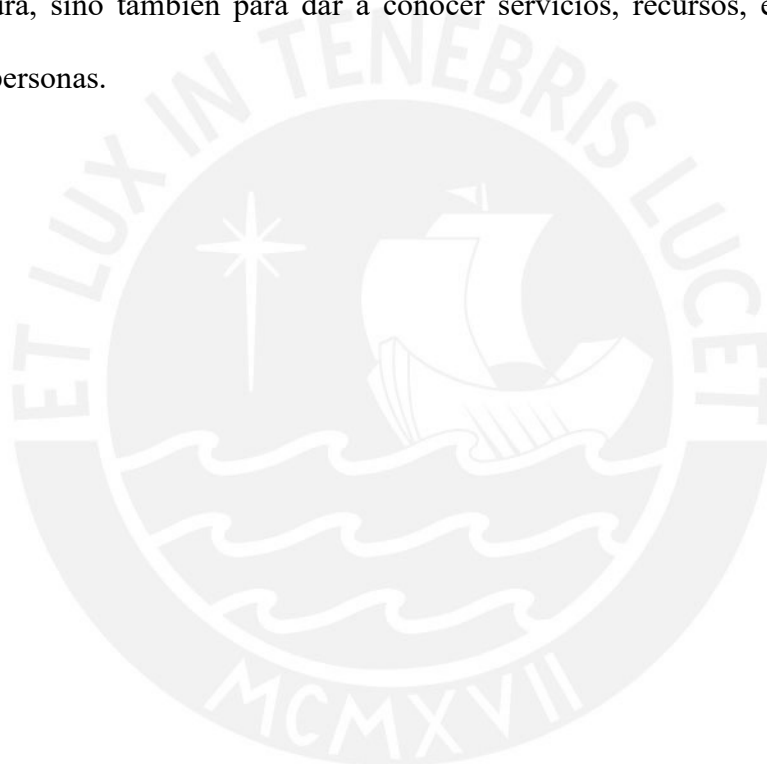
Los resultados de esta investigación brindan información sobre la potencialidad que tiene la red social de TikTok para ser usada como plataforma para la promoción de la lectura en el ámbito digital focalizada en usuarios hispanohablantes. Esto la convierte en una herramienta adicional a las ya utilizadas y una de las más novedosas que se recomienda sea considerada, evaluada y aplicada por cualquier interesado en la promoción de la lectura ya sean mediadores de lectura, gestores de proyectos o programas de lectura, colegios o bibliotecas. Esto debido a que, de acuerdo con los resultados obtenidos, actualmente representa el canal más útil para acercar la lectura de forma atractiva y rápida no solo a los que ya poseen el hábito lector y están interesados sino también, y, sobre todo, a las personas que no tienen inclinación por la lectura o no tienen la costumbre de leer.

En este punto, es necesario indicar que esta investigación presentó limitaciones al momento de aplicar la metodología. Por un lado, para las entrevistas se hizo el muestreo por conveniencia por motivos de facilidad de acceso y disponibilidad de las personas, lo cual puede implicar una falta de representatividad al tratarse de toda la comunidad hispanohablante. Y, por otro lado, la otra limitación estuvo relacionada al análisis de comentarios y al análisis de sentimiento aplicado a la muestra de comentarios seleccionada. Esto se debe a que hay diferentes maneras de expresar una misma idea, lo cual se ve intensificado en la manera de expresarse en redes sociales (jergas, abreviaturas, ironía, emoticones, entre otros) lo que ha podido sesgar los resultados generados a partir de la aplicación de ambas técnicas.

Por lo expresado en el párrafo anterior, se recomienda seguir investigando el tema con una mayor muestra y superando las limitaciones de este estudio con el uso de otras metodologías o herramientas más sofisticadas; asimismo, añadiendo variables como tales

como edad, géneros literarios favoritos, u ocupación para conocer a profundidad a los usuarios que consumen este tipo de videos en TikTok para así obtener con mayor precisión un perfil de usuario, lo cual ayude a crear contenidos más acorde a sus preferencias y detectar el efecto que tienen estos videos en relación con la concretización del acto de leer por parte de estos.

Finalmente, se recomienda profundizar en el estudio de la presencia de las bibliotecas en TikTok, ya que representa una oportunidad para no solo hacer promoción de la lectura, sino también para dar a conocer servicios, recursos, espacios, eventos, talleres y personas.



## Referencias Bibliográficas

- Ahlse, J., Sandström, N., & Nilsson, F. (2020). *It's time to TikTok Exploring Generation Z's motivations to participate in #Challenges* [JÖNKÖPING UNIVERSITY]. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hj:diva-48708>
- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7–12.  
<https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>
- AppTrace. (2020). *TikTok*. Apptrace. <https://www.apptrace.com/app/835599320>
- Bamberger, R. (1975). *La Promoción de la lectura* (UNESCO & Promoción cultura SA (eds.)). UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134347>
- Becerra, N., & Taype, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? *ACTA MEDICA PERUANA*, 37(2), 249–251.  
<https://doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- Bisso, B. O. (13 de noviembre de 2020) *Marcha nacional: Tik Tok, la plataforma de esta movilización*. El Comercio.  
<https://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/marcha-nacional-covid-19-redes-sociales-tik-tok-la-plataforma-de-esta-movilizacion-noticia/>
- Castillo, E., Lopez, J., Eider, R., & Florez, N. (2016). *Booktubers, nuevos promotores de la lectura en la era digital* [Universidad de Cartagena].  
[https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/4650/BOOKTUBERS NUEVOS PROMOTORES DE LA LECTURA EN LA ERA DIGITAL.pdf?sequence=1](https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/4650/BOOKTUBERS%20NUEVOS%20PROMOTORES%20DE%20LA%20LECTURA%20EN%20LA%20ERA%20DIGITAL.pdf?sequence=1)
- Clark, C., & Rumbold, K. (2006). *Reading for pleasure: A research overview*.  
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED496343.pdf>
- Clement, J. (2020). *TikTok- Statistics & Facts* Statista. Statista.

<https://www.statista.com/topics/6077/tiktok/>

Cortes, J. (2018). *El fenómeno booktuber y los nuevos tipos de lectura que están promocionando* [Universidad Distrital Francisco José de Caldas].

<http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/8835/1/CortesVargasJhonHernando2018.pdf>

Dezcallar, T., Clariana, M., Cladellas, R., Badia, M., & Gotzens, C. (2014). La lectura por placer: su incidencia en el rendimiento académico, las horas de televisión y las horas de videojuegos. *Ocnos: Revista de Estudios Sobre La Lectura*, 12, 107–116.  
<http://www.revista.uclm.es/index.php/>

Durango, Z. (2015). La lectura y sus tipos. *Z. Portal de Las Palabras*, 1, 9–13.

<http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/portaldelaspalabras/article/view/589>

Echandi Ruiz, M. del P. (2019). Millennials en la biblioteca: promoción de la lectura recreativa en el entorno digital. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 30(0).  
<https://doi.org/10.5209/cdmu.62807>

Hayes, C., Stott, K., Lamb, K. J., & Hurst, G. A. (2020). “Making Every Second Count”: Utilizing TikTok and Systems Thinking to Facilitate Scientific Public Engagement and Contextualization of Chemistry at Home. *Journal of Chemical Education*. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.0c00511>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.

Hootsuite, & We Are Social. (2020). *Digital use around the world in July 2020*.

<https://wearesocial.com/blog/2020/07/digital-use-around-the-world-in-july-2020>

Hursh, A. (25 de abril de 2021). The Library’s Guide to TikTok: The Pros and Cons of Joining One of the Hottest Social Media Platforms. *Super Library Marketing*:



Practical Tips and Ideas for Library Promotion.

<https://superlibrarymarketing.com/2021/04/26/librarytiktok/>

Janfaza, R. C. (5 de junio de 2020). *TikTok serves as hub for #blacklivesmatter activism*

- *CNNPolitics*. CNN. <https://edition.cnn.com/2020/06/04/politics/tik-tok-black-lives-matter/index.html>

Jeffrey, R. (2020). Going Viral: TikTok for Libraries in the Midst of a Global

Pandemic. *Alki*, 36(2), 31–32.

[https://wala.memberclicks.net/assets/Alki/Alki\\_July-2020\\_FINAL.pdf](https://wala.memberclicks.net/assets/Alki/Alki_July-2020_FINAL.pdf)

Jensen, K. (2020). What Makes These Librarians TikTok? *School Library Journal*,

66(8), 32–34. <https://www.slj.com/?detailStory=What-Makes-These-Librarians-TikTok-teachers-school-social-media>

Ma, L., Feng, J., Feng, Z., & Wang, L. (1 de julio de 2019). Research on user loyalty of

short video app based on perceived value - Take tik tok as an example. *2019 16th International Conference on Service Systems and Service Management, ICSSSM 2019*. <https://doi.org/10.1109/ICSSSM.2019.8887751>

Meré, J. B. O., & Riquelme, J. F. (2017). Análisis de opinión en redes sociales y valor para el análisis de producto. *Economía industrial*, (405), 65-74.

Merga, M.K. (2021). How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for young people? *Library and Information Science Research*.

<https://doi.org/10.1016/j.lisr.2021.101091>

Mohsin, M. (1 de julio de 2021). Estadísticas TikTok 2021 [Infografía] - Datos

interesantes sobre TikTok. Oberlo. <https://www.oberlo.com.pe/blog/estadisticas-tiktok>

Molina, B. (2017). *Musical.ly: A parents' guide to the ultra-addictive lip-syncing app*.

USA TODAY. <https://www.usatoday.com/story/tech/news/2017/04/21/musically->

what-is-it-parents-guide-lip-syncing-app/100694200/

O'Reilly, T. (30 de setiembre de 2005). *What Is Web 2.0*. O'Reilly.

<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>

Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–136. <https://online-journals.org/index.php/i-jim/article/view/12429>

Palao, L. (2020). *El futuro crecimiento de las redes sociales: Instagram, Facebook y TikTok* [Universidad de Alicante]. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/107734>

Pauli, P. A. (2019). Análisis de sentimiento: comparación de algoritmos predictivos y métodos utilizando un lexicon español.

Pereda, C. (1990). Tipos de lectura, tipos de texto. *Revista de Filosofía DIÁNOIA*, 36(36), 189–200. <http://132.248.184.96/index.php/dianoia/article/view/624>

Pernas, E. (2009). *Animación a la lectura y promoción lectora*. 30. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/12950>

Petre, H. (2020). Why it's time to start paying attention to TikTok. *Nation's Restaurant News*, 54(4), 1. <https://www.nrn.com/marketing/tiktok-it-s-time-restaurants-pay-attention-new-social-media-platform>  
<https://www.nrn.com/marketing/tiktok-it-s-time-restaurants-pay-attention-new-social-media-platform>

Redacción CepymeNews. (13 de agosto de 2019). La Ley de Pareto o Regla del 80/20 en la gestión empresarial. CepymeNews. <https://cepymenews.es/la-ley-de-pareto-regla-80-20-gestion-empresarial/>

Rodríguez, D. (27 de noviembre de 2020). TikTok en bibliotecas: Tejiendo vínculos con humor [Conferencia]. Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales de Información

- UNAM. <https://www.facebook.com/bibliotecasUNAM/videos/conferencia-tik-tok-en-bibliotecas-tejiendo-v%C3%ADnculos-con-humor/369743174091300/>
- Rovira Collado, J. (2015). Redes sociales de lectura: del libro de caras a la LIJ 2.0. *Investigaciones Sobre Lectura*, 3, 106–122. <http://hdl.handle.net/10045/46664>
- Rovira Collado, J. (2016). *Del blog de LIJ 2.0 al booktuber en la promoción del hábito lector*. *Revista de Estudios Socioeducativos*.  
<https://rodin.uca.es/handle/10498/18939>
- Saulés, S. (2012). *¿Impacta en los resultados de los estudiantes el tiempo que dedican a la lectura por placer?* <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/01/P1C402.pdf>
- Scolari, C. A. (2018). *Adolescentes, Medios De Comunicación Y Culturas Colaborativas. Aprovechando Las Competencias Transmedia De Los Jóvenes*. EC H2020 Research and Innovation Actions.  
<https://digital.fundacionceibal.edu.uy/jspui/handle/123456789/247>
- Secul, C., & Viñas, M. (2015). Fomento de la lectura a través de las redes sociales. *Letras*, 2, 29–36. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/48234>
- Shutsko, A. (2020). User-generated short video content in social media. a case study of tiktok. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 12195 LNCS, 108–125. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-49576-3\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-49576-3_8)
- Tan, T. (2020). *Looking Ahead*. Publishers Weekly.  
<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/83037-children-s-books-in-china-2020-looking-ahead.html>
- TikTok. (n.d.). *Acerca de TikTok*. Recuperado 12 de diciembre de 2020, de <https://www.tiktok.com/about?lang=es>

Verdú, A., Contreras, P., & Guzmán, M. (2019). *Lectura y aprendizaje informal en*

*YouTube: El booktuber - Dialnet*. Revista Científica de Educomunicación.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6868308>

Wayback Machine. (2016). *Vine*. Internet Archive.

[https://web.archive.org/web/20160715025006if\\_/https://vine.co/](https://web.archive.org/web/20160715025006if_/https://vine.co/)

Yepes, L., Ceretta, M., & Díez, C. (2013). *Jóvenes lectores. Caminos de formación*.

CERLALC. <http://cerlalc.org/wp->

[content/uploads/2017/04/PUBLICACIONES\\_OLB\\_Jovenes\\_lectores\\_Guia\\_metodologica\\_2013.pdf](http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2017/04/PUBLICACIONES_OLB_Jovenes_lectores_Guia_metodologica_2013.pdf)





**Anexos**

## Anexo 1. Guía de entrevista

1. ¿Cuándo y cómo comenzó tu afición por la lectura? ¿Qué géneros y temas de lectura son tus favoritos?
2. ¿Consumes algún tipo de contenido relacionado a libros y lectura en redes sociales?
3. ¿Qué te motivó a crear contenido relacionado a libros y lectura?
4. ¿Creas contenido relacionado únicamente a tus gustos como lector/lectora?
5. ¿Por qué elegiste TikTok como plataforma para compartir tus videos? ¿Usas alguna otra red social?
6. Como usuario/a y como creador/a de contenidos, ¿te fue difícil la transición de otras redes sociales hacia TikTok?
7. ¿Cuál es el proceso de creación de tus videos? ¿Para la edición usas solo las herramientas que te ofrece TikTok o te apoyas con otras aplicaciones?
8. ¿Qué beneficios y ventajas crees que tiene TikTok para el usuario y para el creador de contenidos comparado a otras redes sociales?
9. ¿Consideras que tu contenido aporta a la promoción de la lectura? ¿De qué manera?
10. ¿Qué tan positiva es la respuesta de tus seguidores frente a tu contenido? ¿A qué atribuyes aquello?

## Anexo 2. Protocolo de consentimiento informado

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado/a participante,

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación conducida por *Sandra Luque*, estudiante de la especialidad de Ciencias de la Información de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesorada por el docente *Edilberto Casado*. La investigación, denominada “*TikTok: Una Plataforma Emergente para Difundir Contenidos en torno a la Promoción de la Lectura*”, tiene como propósito *analizar la potencialidad de la red social TikTok como nueva plataforma para la difusión de contenidos relacionados a la promoción de lectura*.

Se le ha contactado a usted en calidad de creador de contenido. Si usted accede a participar en esta entrevista, se le solicitará responder diversas preguntas sobre el tema antes mencionado, lo que tomará aproximadamente entre 30 y 60 minutos. La información obtenida será únicamente utilizada para la elaboración de una tesis. A fin de poder registrar apropiadamente la información, se solicita su autorización para guardar la conversación.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria. Usted puede interrumpir la misma en cualquier momento, sin que ello genere ningún perjuicio. Además, si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente, a fin de clarificarla oportunamente.

En caso de tener alguna duda sobre la investigación, puede comunicarse al siguiente correo electrónico: [sandraluque.1998@gmail.com](mailto:sandraluque.1998@gmail.com). Además, si tiene alguna consulta sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad, al correo electrónico [etica.investigacion@pucp.edu.pe](mailto:etica.investigacion@pucp.edu.pe).

Yo, \_\_\_\_\_, doy mi consentimiento para participar en el estudio y autorizo que mi información se utilice en este.

Asimismo, estoy de acuerdo que mi identidad sea tratada de manera (*marcar una de las siguientes opciones*):

	<b><u>Declarada</u></b> , es decir, que en la tesis se hará referencia expresa de mi nombre.
	<b><u>Confidencial</u></b> , es decir, que en la tesis <b>no</b> se hará ninguna referencia expresa de mi nombre y la tesista utilizará un código de identificación o pseudónimo.

Finalmente, entiendo que recibiré una copia de este protocolo de consentimiento informado.

---

Nombre del (de la) participante	Firma	Fecha
---------------------------------	-------	-------

Correo electrónico del participante: \_\_\_\_\_

---

Nombre del Investigador responsable	Firma	Fecha
-------------------------------------	-------	-------

---





### **Anexo 3. Transcripción de entrevistas**

#### **Entrevista 1**

**Nombre: Celeste Martínez**

**Nombre de usuario en TikTok: letebooks**

**Edad: 17**

**País: Argentina**

**Fecha: 21/04/21**

**Hola Celeste, ¿puedes contarme cuándo y cómo comenzó tu afición por la lectura?**

Bueno mi afición por la lectura comenzó a eso de los trece años. Yo me acuerdo que estaba en la escuela y atrás mía estaba una amiga mía sentada en el banco y teníamos hora libre porque no vino la profesora, tipo no teníamos nada en esa hora. Entonces, mi amiga sacó un libro de su mochila y me llamó mucho la atención la portada y le pregunté “¿Qué onda el libro? ¿De qué trataba?” y ella me contó que era ‘Percy Jackson, el ladrón del rayo’ y me contó de lo que trataba, me contó que tenía películas y justo esas películas yo me las había visto y me habían encantado. Entonces, me dio el libro, leí la parte de atrás, leí las primeras páginas y como me gustó tanto, me lo prestó y bueno, me lo llevé a casa y me lo devoré. Y nada, ahí empezó mi afición porque empecé a comprar más libros. Y nada, después de eso me compré otros libros de ese mismo autor y cuando ya no había más libros de ese autor que a mí me interesara, empecé a comprar otras y así no paré hasta ahora.

**¿Y qué géneros y temas de lectura son tus favoritos?**

Bueno mi género favorito es fantasía, me encanta un montón. Igual va variando, hay épocas en que leo más romance, más misterio, pero fantasía es como el número uno para mí.

**¿Consumes algún tipo de contenido relacionado a libros y lectura en redes sociales?**

Sí. Yo en TikTok sigo a bastantes chicas que hacen contenido como yo ya sean de mi país o de otros países, otros continentes también. Me gusta bastante ver el contenido de ellas y bueno los distintos libros que hay en otros países y sus portadas porque, en general, cambian las portadas cuando van de un país a otro los libros. En Youtube no consumo tanto, antes sí consumía un montón a youtubers que hablan de libros, hoy en día no mucho pero sí sigo a varias en Youtube. En Instagram, bueno a una banda de bookstagramers, me encanta leer sus reseñas, las fotos que hacen la mayoría que veo son preciosas.

**¿Qué fue lo que te motivó a crear contenido relacionado a libros y lectura?**

Te cuento, yo a los quince años empecé a cuestionarme cosas que quería hacer. Como que sentía que tenía que hacer algo porque lo único que hacía eran cosas de la escuela y la verdad como que ya me aburría. Entonces quería hacer algo de mi vida para que sea un poco más interesante [risas]. Y nada, estaba con el tema de los libros, estaba hablando con mi papá sobre un libro que me había encantado, me acuerdo que fue en diciembre, que es ‘Hasta los huesos’ de Johansson. Me había encantado un montón y yo necesitaba

hablarlo con alguien y justo vino mi papá del trabajo y le conté y me dijo “¿por qué con todo ese entusiasmo no te haces un canal de Youtube y te expresas ahí?” y yo le dije “¿me dejas?” y me dijo “sí yo te dejo, hacé lo que quieras” y bueno dije entonces ya tengo permiso, listo me mando. Entonces hice el canal de Youtube y después conocí bookstagram y nada, ahí me empecé a motivar más porque yo pensé que era única haciendo este tipo de cosas porque yo no conocía nada de ese mundo. Nada más conocía booktube y nada más, no sabía de bookstagram, no sabía de su existencia. Y nada, empecé a averiguar más y dije qué hermoso esta comunidad y ese de reseñar y a mí me encanta hablar sobre libros y dar mi opinión y hablar de temas que abarcan los libros y cómo los abordan. Entonces, a partir de eso me empecé a motivar más. Y ya después TikTok, o sea son distintas historias, fue más que nada porque en mi país estuvimos mucho tiempo en cuarentena, estuvimos ocho meses encerrados. Entonces, como estaba muy aburrida y, la verdad, me estaba volviendo loca encerrada dije bueno me voy a hacer un TikTok y lo instalé y dije voy a hacer videos de libros y acá estoy.

**Me parece interesante lo que mencionas sobre Youtube porque antes había como un ‘boom’ de los booktubers y has comentado que si bien antes consumías sus videos, ahora ya no tanto. ¿Tienes alguna razón en particular?**

Sí, hace algunos años estaba bastante popular el tema de los booktubers. Yo creo que más que nada -teoría mía no estoy segura igual porque yo fui muy fanática en esa época- porque en esa época se empezaron a adaptar muchos libros: ‘Bajo la misma estrella’, ‘Los juegos del hambre’, ‘Cincuenta sombras de Grey’, ‘Divergente’. Entonces, se empezaron a adaptar un montón, o sea por lo menos se hicieron como que muy conocidas esas películas porque eran bastante buenas y toda a la gente le empezó a gustar. Entonces, al ver que estaban basadas en los libros, más gente compraba los libros, quizás les daba más curiosidad y buscaban más sobre eso y bueno los booktubers aprovechaban y hacían contenidos de ese estilo. Teoría mía igual, pero yo creo que es más que nada por eso. Aparte, también estaba la plataforma Wattpad que había salido en el 2015, un poquito antes capaz, pero ahí empezó a cobrar más popularidad porque me parece que empezaron a salir libros en físico de Wattpad y ahí también más popularidad y más se hablaban de los libros. Entonces, fueron bastantes cosas en conjunto que hicieron que los booktubers cobraran más conocimiento porque ellos hablaban de esos temas. Y por qué dejé de consumir a los booktubers, en realidad no hay ninguna razón en particular solo que capaz yo estoy más en TikTok porque hacer videos muy cortitos es como que capaz te meten tres recomendaciones en sesenta segundos, entonces es más rápido. En cambio, en los otros capaz es toda la introducción, todo un video largo para nada más ver sobre cinco libros cuando lo podés simplificar en sesenta segundos.

**¿Por qué elegiste TikTok como plataforma para compartir tus videos?**

TikTok lo empecé a usar porque, aparte que en pocos segundos haces contenido, empezó a cobrar más popularidad y dije bueno si quiero que más gente me siga me voy a unir a TikTok, porque bueno durante el 2020 fue como un boom y sigue siendo, pero creo que el año pasado fue más todavía. Y bueno, fui una -porque hubo otras chicas también- de las que se unieron durante la cuarentena a TikTok.

**Me comentabas que tu papá en un momento quizás te recomendó YouTube y pero bueno ahora estas en TikTok y veo que también usas Instagram para publicar reseñas. ¿Usas alguna otra red social para compartir contenido?**

Sí, utilizo Goodreads y Babelio que son dos apps donde vos ponés libros por donde vas leyendo, cuántas estrellas le das -o sea puntaje-, hacés las reseñas, agregás citas. Y también bueno, yo tengo un blog, pero lo tengo un poco abandonado porque la verdad es que lleva cierto trabajo el blog. Tengo que editar y todo y últimamente no encuentro mucho tiempo para dedicar especialmente a eso así que voy a tener que ir actualizando.

**Me contabas que tu género favorito es fantasía, ¿creas contenido en TikTok relacionado únicamente a tus gustos como lectora o te has animado a explorar nuevos géneros o temáticas a partir de la interacción con tus seguidores?**

No, la verdad es que recomiendo lo que me piden. Por ejemplo, me piden libros de misterio para catorce años, libros de romance para quince años. O hay veces que hago recomendaciones variadas. No, nunca hago todo fantasía ni nada por ese estilo porque se que a no todos les gusta fantasía o les gusta ese tipo de libros así que es bastante variado.

**Como usuaria y como creadora de contenidos, ¿te fue difícil la transición de otras redes sociales hacia TikTok?**

Bueno te cuento, sí me costó encontrar mi camino en TikTok porque no sabía exactamente qué hacer. Al principio iba a hacer curiosidades sobre libros, pero vi que no tenía mucho alcance, después empecé a hacer sobre lanzamientos de películas basados en libros y tampoco tuvo mucho alcance. Obtuve más alcance cuando empecé a hacer recomendaciones, pero sí como que me costó encontrar mi camino. Además, que me desmotivaba bastante cuando nada más tenía solo cincuenta, veinte vistas. Entonces eso me desmotivaba y hacía que creara menos contenido todavía. Pero un día se hizo viral un video mío y a partir de ahí empecé a hacer más y más y así fui creciendo.

**Puedes contarme ¿cuál es el proceso de creación de tus videos?**

Me gusta la pregunta. Bueno, yo en general me baso en comentarios tipo a veces me piden “hacéme una recomendación de libros de romance para doce años” entonces yo guardo ese comentario o les respondo que sí que lo voy a hacer y uno o dos días, tres como mucho en la semana, hago muchos videos en TikTok. No los publico todos de uno sino que los guardo y voy publicando de a uno. Entonces ponele, me dicen recomendame esto y me preparo, me cambio de ropa, me peino, acomodo la biblioteca porque no siempre está ordenada y me siento en el piso, pongo la cámara en mi cama porque justo mi cama está al lado de la biblioteca y es lo único que me puede sostener la cámara y grabo con el celular. Y ahí grabo y guardo los videos que hice que ponele son cinco, seis, siete, ocho, capaz diez y los voy publicando.

**¿Para la edición usas solo las herramientas que te ofrece TikTok o usas te apoyas con otras aplicaciones?**

El tema de app, yo solamente uso TikTok no uso otra porque si tengo que editar con algo que no sea con TikTok va a bajar la calidad de la imagen. Además de que TikTok tiene bastante y no me falta nada y hago todo ahí tipo cortes de video, los títulos, todo lo hago con TikTok y ya te digo si uso otra app siento yo que me bajaría la calidad. Igual capaz no pero yo me siento cómoda con las herramientas de TikTok.

**¿Y qué beneficios y ventajas crees que tiene TikTok para el usuario y para el creador de contenidos comparado a otras redes sociales que uses o conozcas?**

Mira las ventajas como creadora es que TikTok, todo el mundo lo usa hoy en día, casi todo el mundo. Al haber tanta gente usándolo en algún punto van a salir tus videos y eso genera que más gente te vea, más seguidores tengas y más compartan tu contenido. Entonces, esa es la ventaja como creador. Y como usuario, bueno te entretén bastante tiempo, te enganchás con la app y encontrás de todo, literalmente de todo en TikTok. Ponele, estás buscando un tipo de remera en específico, remeras estampadas y no encontrás nada y capaz de la nada aparecen en TikTok en Para Ti un video de una chica que hace estas remeras que a vos te gusta, entonces vas las seguís y vas a su tienda y capaz tiene precios accesibles y comprás. Como usuario encontrás de todo literal, cosas de cocina, humor, de libros, de películas, series, cualquier cosa. Es más, hay videos de limpieza tipo de cómo limpiar, de todo yo te digo.

**Sí, eso es cierto. Ahora, en relación al contenido que creas, ¿consideras que aporta a la promoción de la lectura? y si la respuesta es sí, ¿de qué manera?**

Yo creo que sí, tanto como mi contenido como de las demás personas que estamos haciendo así videos sobre libros, yo creo que incentiva a las personas a leer. Es más, me han llegado mensajes de personas que nunca leyeron y que comenzaron a leer gracias a mis videos, pero de todas las edades, desde los 11,12 años hasta más grandes me han dicho que comenzaron a leer por mí y eso me llena el alma. Yo creo que sí incentivamos a la lectura porque es como que nosotros no empezamos hablar sobre teoría y de lenguaje, nosotros hablamos del contenido, de lo que trata y temas que abarca y eso le puede interesar a alguien. Por ejemplo, capaz que en Para Ti a alguien que no lee le aparece un video mío recomendando un libro de romance y yo cuento “el autor se llama este, trata sobre dos protagonistas que se van enamorando por mensajes” por ejemplo y capaz a esa persona le gusta ese tipo de historia que sean de romance, que sean de amor a distancia y a partir de ahí hasta llega a leer el libro porque le interesa ese contenido y quiere saber qué pasa en esa historia. No es que yo haga un video y digo “esto está narrado desde la tercera persona” no, es como que más entretenido por así decirlo y yo siento que sí los invita a que lean. Es más, me acuerdo que una amiga mía yo le conté sobre mis videos y se puso a verlos, empezó a ver todo a darle like a todo y me dijo “me encanta tu contenido, me da mucha paz ver toda la biblioteca ordenada, ver las portadas hermosas y me dan ganas de leer varios libros de los que vos recomendás tipo quiero saber qué es lo que pasa me dejaste con la duda qué pasa en el libro”. Y nada, eso como que me da ternura porque yo nunca me imaginé iba invitar a alguien a que lea, pero sí se dio.

**Eso es lo interesante porque atraes a personas que ya tienen el hábito de leer, pero también atraes a personas que quizás no lo tienen y se animan a partir de tus videos. Para terminar, has mencionado que un factor que puede ser atractivo es que no enseñas teoría, no estás enseñando un curso de lenguaje si no que te enfocas más en**

**el contenido, así que esa respuesta positiva de tus seguidores ¿la atribuyes solo a ello o también existen otro tipo de factores?**

Sí, con respecto a los factores para que me vean más utilizo hashtags, utilizo títulos llamativos para que la gente mire lo que hay dentro del video. También trato dentro de todo ser original, trato de que haya algo distinto en mi canal. Por ejemplo, yo trato de no recomendar libros clásicos porque como que no sirve, tipo yo no te puedo recomendar Harry Potter porque todo el mundo ya lo conoce y sí, ya sabemos que Harry Potter es buenísimo ¿entendés? Es como que ya se sabe. En cambio, sí recomiendo libros que no son conocidos o que no muchos lo ven, siento que también ayuda bastante. También tratar dentro de todo, algo más loco o extraño, por ejemplo “libros que me dan vibras a los signos zodiacales” cosa que hice y tuvo bastante buen recibimiento y me pidieron la parte dos y tuve que hacer la parte dos. Pero sí, ese tipo de cosas. También el horario, el horario es muy importante. Mis seguidores, a las dos de la tarde no hay nadie pero a partir de las seis de la tarde hay un montón, a las nueve de la noche no hay muchos pero seis, siete, ocho, hay. Nueve no tanto, diez más o menos y a las once, doce, una de la madrugada hay gente ahí en TikTok.

**Sobre el horario que mencionas en el cual hay mayor audiencia ¿lo has sacado porque te has dado cuenta por las interacciones cuando subías videos o en la sección de estadísticas de tu perfil que ofrece TikTok?**

Sí, por estadísticas hago yo. A partir de estadísticas yo miro. Además, hago un pequeño truco es que vos ponés para hacer un video y te aparece una sección que dice ‘Vivo’ que es para hacer vivos. En esa sección dice cuántos seguidores están activos y yo siempre miro ahí en el momento. Si veo que son seis mil no subo el video, en cambio sí veo que son 12 mil, 13 mil ahí subo el video.

**Eso sería todo Celeste. Muchas gracias por participar.**

## Entrevista 2

**Nombre: Gianella Condor**

**Nombre de usuario en TikTok: itsgianella**

**Edad: 22**

**País: Perú**

**Fecha: 23/04/21**

**Gianella, cuéntame ¿cuándo y cómo comenzó tu afición por la lectura?**

Comenzó hace un montón de tiempo cuando tenía 10, 11 años. O sea, yo leía lo que me dejaban en el colegio, pero no leí por gusto hasta que recuerdo que vi las películas de Crepúsculo y me enteré que eran libros. Entonces desde ahí me compré los libros, los comencé a leer y a partir de ahí comencé a leer ya por gusto no solamente por lo que me mandaban en el colegio.

**¿Qué géneros y temas de lectura son tus favoritos?**

Ahorita casi todo lo que leo es romance. O sea, leo romance con fantasía, romance con distopías o romance de ficción, pero también romance contemporáneo, pero casi todo lo que leo tiene algo de romance.

**¿Y consumes algún tipo de contenido relacionado a libros y lectura en redes sociales?**

Sí, bastante. Suelo seguir a cuentas que hagan recomendaciones sobre todo en TikTok pero ahora en Instagram. Algunos que sigo en TikTok también los sigo en Instagram.

**¿Qué te motivó a crear contenido relacionado a libros y lectura?**

O sea, en un inicio lo hacía porque yo entré al lado del booktok de TikTok y se me ocurría ideas con audios y los hacía, pero de ahí empecé a hacerlo ya por gusto porque tenía amigas que leían pero es diferente tener un comunidad grande en la que un montón de personas te preguntan “qué tal te gusta este libro” o “qué me recomiendas” y así. Siento que más lo hacía por ese lado porque es como que tenía un montón de recomendaciones, pero no tenía con quien compartirlas.

**¿Y creas contenido relacionado únicamente a tus gustos como lectora?**

Casi todo es de acuerdo a lo que me ha gustado a mí. O sea, en un momento si no me ha gustado un libro lo he mencionado pero no es que yo recomiende un libro si es que no me gusta o haga como que un TikTok de un personaje de un libro o algún libro que no me guste. Todo lo hago de acuerdo a mis gustos.

**¿Por qué elegiste TikTok como plataforma para compartir tus videos?**

Yo pienso que todo pasó por la pandemia. Pasaba mucho tiempo en TikTok y creo que se me hizo mucho más fácil también crear contenido ahí porque ahí mismo te dan los audios, te dan la facilidad de los efectos, los filtros que hay. Y aparte que es mucho más fácil crecer ahí que por Instagram. No sé, el algoritmo de TikTok es mucho más fácil de hacer crecer a los usuarios, me parece.

**Bueno también sé que usas Instagram para hacer reseñas, ¿usas alguna otra red social?**

En Instagram comencé a hacerlo hace poco pero después he usado Goodreads que es para poner reseñas de libros, pero no lo he usado tanto. Lo que más he usado ha sido TikTok y ahora Instagram que recién estoy comenzando, pero Goodreads es como que por ahí a veces pongo alguna reseña si es que me acuerdo pero no lo uso tanto.

**Y como usuaria y como creadora de contenidos, ¿te fue difícil la transición de otras redes sociales hacia TikTok?**

Yo pienso que sí, o sea al inicio mi Instagram no tenía nada que ver con libros y como que el algoritmo no captaba mis reels, mis posts ni nada, pero pienso que ahora sí poco a poco está creciendo un poco más

**En cuanto a la funcionalidad de TikTok, ¿te parece sencillo usarlo o al principio se te hizo complicado?**

No, se me hizo súper sencillo y eso que es como que no llevaba tanto tiempo tampoco usando TikTok cuando comencé con lo de los libros y así. Para nada, no tuve ningún tipo de problema todo fue rápido y fácil.

**Puedes contarme ¿cómo es el proceso de creación de tus videos?**

Ya, por ejemplo, en el caso de recomendaciones si ya terminé un libro comienzo a ordenar las ideas que haya tenido de acuerdo al libro. Primero, qué tal me pareció; segundo, los personajes; tercero, el tipo de trama que tenía el libro y cuarto, la puntuación que le pongo. Y de acuerdo con eso ya lo ordeno porque TikTok solamente te permite hablar un minuto entonces resumir básicamente un libro sin dar tanto spoiler también es un poco complicado. Así que eso básicamente hago cuando hago un TikTok de recomendación de un libro.

**Ya que mencionas la duración de un minuto, ¿lo ves como una ventaja, desventaja o un poco de ambos?**

Un poco de ambos, o sea a veces sí me ha costado resumir todo lo que tengo que decir, pero [inaudible] por ejemplo, en YouTube hay videos como de veinte minutos, de treinta minutos y a veces a la gente se le hace muy pesado ver videos tan largos entonces yo pienso que en TikTok es mucho más fácil ver una recomendación de un minuto porque una persona te está recomendando un libro en un minuto que verte un video de veinte minutos para un libro.

**¿Y para la edición usas solo las herramientas que te ofrece TikTok o te apoyas con otras aplicaciones?**

Para TikTok solamente uso eso, pero he usado un par de veces CapCut que es una aplicación para editar videos, pero no mucho. Y para Instagram uso solamente los presets en Lightroom para las fotos, pero después nada más.

**¿Qué beneficios y ventajas crees que tiene TikTok para el usuario y para el creador de contenidos comparado a otras redes sociales?**

Yo pienso que como usuario es el hecho de que tiene una parte Para Ti que es una parte en que solo sale contenido de acuerdo a tus gustos, de acuerdo a lo que tú ves y yo siento que eso es muy ventajoso. De verdad bastante ventajoso porque en Instagram o en otras redes es mucho más difícil encontrar contenido que te guste a menos de que sigas a las personas y de ahí te aparecen. Pero en TikTok por ese lado como usuario es muy fácil. Y como creadora está que te permite viralizar bastante rápido tus videos sobre todo cuando utilizas hashtags que son de acuerdo al tema de tu video. Yo pienso que esas dos cosas.

**Justamente sobre el uso de elementos como el hashtag, la descripción o filtros o sonidos que ofrece TikTok, ¿crees que puede influir en el alcance de tu video?**

Sí bastante, sobre todo los hashtags. Los hashtags tienen un montón que ver con el alcance del video. Por ejemplo, si yo utilizo hashtags sobre libros y de ahí pongo uno que diga

para ti o For Your Page ese video probablemente les salga primero a personas que no lean entonces, si no leen no le dan like, si no tiene interacción TikTok deja de viralizar tu video. Entonces, yo pienso que sí de alguna manera ayudan el hecho de usarlos bien.

**¿Consideras que tu contenido aporta a la promoción de la lectura? Si la respuesta es sí, ¿de qué manera?**

Yo pienso que sí porque sí me ha pasado un montón de veces que me preguntan “¿Me recomiendas libros de tal cosa?” o “Me han dicho que este libro es bueno ¿qué tal te parece?”. Y sí me han llegado mensajes de “Mira ya me compré el libro que recomendaste en tal video”. Entonces yo pienso que por un lado sí promueve bastante lo que es la lectura, Por ejemplo, una vez una chica me escribió que había dejado de leer hace años hasta que leyó una historia en Wattpad que yo le recomendé y que ahora está obsesionada y que ya encontró varias historias iguales. Entonces, por ese lado yo pienso que sí, sí fomenta bastante lectura o sea de una forma como que inusual pero sí lo hace.

**Entonces, ¿dirías que hay una respuesta positiva de tus seguidores frente a tu contenido?**

Sí, o sea en ese sentido sí.

**¿Y a qué factores lo atribuyes? Por ejemplo, para hacer el contenido atractivo en TikTok se da lo que son los trends o challenges ¿tratas de acoplar ese tipo de elementos o dinámicas a tu contenido?**

Sí yo creo que por ese lado sí. Trato de acoplar audios que normalmente se hacen virales, pero ya para el lado de libros o para el lado de las historias que yo leo. [Inaudible] normalmente no tienen nada que ver con libros.

**Acá en Perú hace algún tiempo hubo como un boom de los booktubers, ¿tú consumes o consumías sus contenidos?**

Sí, justo me acuerdo de un amigo que era booktuber, ya no hace, pero sí veía algunos me acuerdo de él y otra chica que también la conocía y por eso veía sus videos. Y sí por ahí me acuerdo haber leído algunos libros que recomendaron en esa época. Pero después dejé de ver porque ya veía recomendaciones sobre todo en TikTok.

**Comparando un poco YouTube y TikTok relacionados con contenidos de lectura ¿cuál es tu opinión?**

Yo pienso que YouTube te da la oportunidad de alguna forma de expplayarte un poco más. Sí he visto que algunos creadores de contenido de TikTok también hacen en YouTube. Por ejemplo, en TikTok ponen como un sneak peek de lo que es el video como para que la gente vaya a ver el video. Pero yo pienso que en TikTok es mucho más espontáneo todo, en YouTube como que requiere mayor esfuerzo porque es editar, cortar y aparte de que la plataforma de YouTube es un poco más pesada para subir videos. En cambio, en TikTok es mucho más fácil.

**Eso sería todo, gracias Gianella.**



### Entrevista 3

**Nombre: Belén Sancho**

**Nombre de usuario en TikTok: belbooks**

**Edad: 23**

**País: Argentina**

**Fecha: 26/04/21**

#### **¿Cuándo y cómo comenzó tu afición por la lectura?**

Empecé a leer a los 13 o 14 años. Empecé a leer más que nada en digital y algún otro libro de romance o alguna cosa así y después me enganché. Vino una amiga mía, me mostró un libro que estaba por salir la película de Divergente y me mostró el tráiler de la película y me dijo “tenés que leer este libro, tenés que leer este libro” y me puse con ese y me lo terminé en nada, dos días. Y terminé la trilogía en nada, menos de una semana. Y ahí fue cuando empecé. Empecé a ir a las librerías, en ese momento era muy barato comprar libros entonces me traía cinco libros cada vez que iba a la librería. Y ahí empecé a leer un montón y empecé a ver videos de YouTube de gente que recomendaba libros y me empecé a meter un poco en eso. Y así fui mutando de cosas que me gustaba leer y pasando por distintos géneros.

#### **Y, ¿qué géneros y temas de lectura son tus favoritos?**

Últimamente, estoy leyendo mucha fantasía, pero también leo mucho romance, leo clásicos. Mi favorito sería fantasía con romance, si está bien hecho eso sería lo que más leo. Pero leo de todo un poco, leo thrillers también. No tengo problema con eso. Lo único que no leo es terror o esas cosas. Eso no. Pero después leo de todo un poco.

#### **OK, entiendo. Y, ¿consumes algún tipo de contenido relacionado a libros y lectura en redes sociales?**

Sí, sí obvio. Empecé viendo YouTube, que era lo que había en ese momento. Antes en Instagram y, bueno TikTok ni hablemos, no existía. Empecé con Youtube con los booktubers y ahí empecé a consumir y ellos me recomendaban, entonces yo iba comprando de acuerdo a las recomendaciones o a los libros que estaban de moda en ese momento. Y, después, fui mutando de redes sociales. Empecé con Instagram también al ver que había gente que recomendaba o que hacía vivos o cosas así. Y, después en última instancia, TikTok que es lo más reciente. Pero sí, sí lo consumo.

#### **Cuéntame, ¿qué te motivó a crear contenido relacionado a libros y lectura?**

Cuando yo era más chica y mis papás veían que yo leía mucho y que veía a los booktubers y yo les contaba lo que hacían los booktubers, me venían diciendo “¿por qué no te hacés uno vos que lees un montón y así recomendás libros?”. Y yo como que no me animaba ¿viste? porque te tenés que exponer frente a una cámara y empezar a hablar y ver que alguien te escuche. Entonces como que no me animaba. Y empecé el año pasado; yo tenía muchos libros y ahora los libros comprarlos sale muy caro, entonces libros que yo tenía acá que quizás no me interesaba conservarlos o no me habían gustado tanto dije bueno los voy a publicar y los voy a empezar a vender y me creé un Instagram. En ese Instagram me fue muy bien, o sea empecé a vender muchos libros y dije bueno lo voy a mezclar con

las recomendaciones, entonces empecé a hacer las recomendaciones, empecé a hacer reseñas ahí sin que la gente vea mi cara. Y después, vi varios tiktoks de chicas que lo hacían y dije bueno me voy a hacer un TikTok porque está bueno que al Instagram la gente lo relacione con una cara. Porque si vos estás todo el tiempo escribiendo y ellos te leen no es lo mismo que si te ven. Entonces, dije bueno entonces me voy a hacer un TikTok. Y así empecé. Me costó al principio, me daba como timidez, pero nada, me largué en TikTok y la verdad que vengo bastante bien. Estoy hace un mes y pico y la verdad que subo los seguidores e interactúo con la gente. Me gusta porque es yo recomiendo, pero la gente que ve mis videos también me recomiendan, es como una ida y vuelta, entonces está muy bueno. Y la comunidad en general, son todos gente muy respetuosa, que respeta tu opinión. Que eso es algo raro que pase ahora en las redes sociales que tenés haters por todos lados; la verdad que por suerte no me topé con ninguna persona que me haya faltado el respeto. Quizás sí me dicen “no comparto tu opinión”, lo cual está bárbaro porque cada uno puede formar sus opiniones, pero nunca me topé con nadie que me diga “sos un desastre” o que me haya insultado. No, lejísimos de eso, así que por eso estoy agradecida.

**¡Qué bueno! Y dime, ¿creas contenido relacionado únicamente a tus gustos como lectora? Bueno, me has mencionado varios, pero quizás ¿te has animado a explorar un libro u otros temas a partir de la interacción con tus seguidores que mencionas?**

Claro, sí. Eso me pasó bastante. Yo en general, por ejemplo, tenía planeado hacer un video de esto si es que una persona puede recomendar libros que no le haya gustado yo creo que sí. Yo he hecho videos que a mí no me gustaron pero que yo sé que a otra persona le puede gustar. Entonces como pasa eso, también pasa el revés, la gente me recomienda libros y yo capaz que me animo a leer otros géneros o incursionar en los géneros literarios por los libros que me recomiendan mis seguidores. Entonces eso está buenísimo porque yo me abro a otros géneros y yo capaz les hago conocer libros que ellos no conocen. Así que sí, eso está buenísimo.

**Ya me contaste un poco cómo empezaste en TikTok, quizás comparándolo con las otras redes sociales ¿por qué elegiste TikTok para compartir tus videos?**

Elegí TikTok porque, bueno el algoritmo es medio raro y lo que te da es mucha oportunidad de crecimiento, te da mucho más alcance. Quizás Instagram, vos para tener tres mil seguidores tenés que estar trabajando un año entero, por decirte algo. No fue mi caso pero por decirte algo. En cambio, TikTok vos ganás mucho alcance con cualquier video, o sea cualquier video que vos lances en la plataforma va a salir en ‘Para Ti’ y si a la gente le gusta, va a seguir consumiéndolo o lo va a ver y generar muchas reproducciones. Entonces el crecimiento que me genera a mí TikTok no me lo genera otra red social. Yo pongo un video en YouTube y va a tardar un montón para que yo me consolide como youtuber. En cambio, en TikTok hay mucho más tránsito de gente y hay mucha más visualización entonces por eso lo elegí, porque es más fácil que la gente te mire.

**Y ya me contaste que también usas Instagram aparte, ¿utilizas alguna otra red social para compartir tus reseñas o videos?**

No, por ahora no. Hay mucha gente ya que me está diciendo por TikTok que me haga un canal de YouTube, pero todavía no pasé a eso. Primero, porque me intimida más y segundo, porque no tengo el tiempo la verdad. Porque lleva más tiempo que un TikTok, un TikTok tenés un minuto nada más, entonces lo hacés rápido más o menos. Un video de YouTube tardaría más tiempo. Pero no, por ahora Instagram y TikTok, esos son los dos que más uso. Quizás en un futuro YouTube, pero vamos por partes. [Risas]

**Como usuaria y como creadora de contenidos, ¿te fue difícil la transición de otras redes sociales hacia TikTok?**

Yo empecé a usar TikTok para ver contenido de otras personas en una cuenta mía personal y empecé a hacer videos en ese TikTok para divertirme yo nada más, de esos que tenés el audio atrás y lo tenés que imitar, medio actuando. Entonces, más o menos le agarré la yo. Entonces, cuando hice la transición para empezar a usar TikTok para los libros había algunas cosas que ya las sabía hacer. Pero igualmente es complicado editarlos. O sea, hay algunas tendencias que salen que capaz digo cómo hago esto porque nadie sabe editar así de un día para el otro. Lo bueno que tiene TikTok es que tiene herramientas de edición sencillas, entonces puedes crear un video sin saber realmente editar o sin saber nada. Mirándote un tutorial de Youtube ya vas a saber cómo edito esto o como corto. Pero porque yo había empezado antes por eso me resultó fácil sino si me hubiera dado la cabeza contra la pared varias veces porque es bastante difícil, tenés que coordinar que las letras te queden, que el tiempo que aparece la letra sea el que vos necesitás...Es todo un tema. Pero le agarrás la mano y cada vez edito más rápido porque ya estás re acostumbrado, pero sí, al principio fue difícil.

**¿Puedes contarme cuál es el proceso de creación de tus videos?**

En general, yo lo que hago es grabar los fines de semana porque yo trabajo y estudio, entonces mucho tiempo entre semana no tengo. Entonces grabo todo el fin de semana. Yo me organizo los videos que quiero subir y los grabo todos el fin de semana. Después de ahí lo voy editando día a día, el video que quiero subir ese día lo edito y así sucesivamente. Pero hay veces que te salen cosas inesperadas, como que te hacen preguntas o comentarios que vos decís “uy, está bueno esto para responder” y esos los hago más “caseros”, sin tanta producción digamos. Pero en general, sí, yo tengo cosas pensadas también ver a otros tiktokers o ver a otros booktubers también te inspira a nuevas ideas o hacer booktags o hacer cosas así que hayan hecho otros con tus perspectivas y tus opiniones. Ahí voy sacando ideas y voy creando lo que quiero subir en la semana. Es bastante estructurado, pero es más que nada para ser constante porque TikTok es una red social que vos tenés que subir todos los días, aunque sea un video. Ese es mi pequeño proceso.

**Y para la edición ¿usas solo las herramientas que ofrece TikTok o también te has apoyado en otras aplicaciones?**

No, por lo general por ahora uso solo TikTok pero por la agilidad que me da porque si yo tengo que ponerme a grabar el video con mi celular y después exportarlo a otra aplicación y editarlo y después subirlo a TikTok, me consume muchísimo más tiempo que haciéndolo directamente en TikTok. Pero obviamente hay cosas que sé que se hacen afuera. Por ejemplo, hay tendencia en TikTok que sé que las tenés que hacer afuera porque TikTok no te da esa herramienta para hacerlo. Pero en general los que yo hago que son yo al frente de una cámara hablando y poniendo alguna que otra letra o una portada de libro todo lo puedo hacer por TikTok, así que hasta ahora no tuve que hacer nada por

fuera, pero seguramente en algún momento lo tenga que hacer de acuerdo a lo que quiera subir.

**Ya me has mencionado algunos beneficios de TikTok, ¿qué otras ventajas crees que tiene tanto para el usuario como para el creador de contenido comparado a otras redes sociales?**

Para mí como usuario, digamos cuando estoy mirando tiktoks, que te pueden salir videos de cualquier tipo de cosa. Como que TikTok filtra lo que te puede llegar a gustar y te lo muestra, entonces vos estás capaz un montón de tiempo mirando cosas porque son entretenidas y son “diseñadas” para vos. Entonces hay de todo y vos podés estar horas y horas y horas pasando y viendo y riéndote. Lo que más me gusta a mí de TikTok es que el contenido que se hace muchas veces es gracioso, que no me ha pasado con otras redes sociales. Entonces hay veces que estoy en la noche pasando tiktoks y me río en voz alta y eso otras redes sociales no lo generan, eso creo es lo más valioso que tiene. Y después la cantidad de variedad de contenido que hay, ojo YouTube también, pero al ser videos cortitos vos podés ver un montón de contenido en muy poco tiempo. En cambio, Youtube capaz quieres ver una receta de cocina y tenés que comerte un video de 15 minutos, en cambio en TikTok tenés en un minuto esa receta que vos querías, es como todo mucho más sintetizado. Lo mismo con la reseña de un libro, la gente buscando una reseña en Youtube tal vez es un video de 15 o 20 minutos, en cambio acá ven una reseña acotada en un minuto, entonces dicen bueno me gusta este libro o no me gusta lo que dice o cosas así. Eso para mí, es lo más valioso como usuario que tiene. Y como creador de contenido, es el alcance y la interacción con la gente. En general en otras redes sociales como en Instagram o, bueno en YouTube no lo sé porque no lo experimenté, pero en Instagram por ejemplo la gente comenta, pero no tanto. Siento que TikTok es una red más impersonal, en cambio Instagram es una red más personal, entonces la gente no se anima quizás en Instagram a comentarte tanto porque es su Instagram personal. En cambio, en TikTok es como todo más anónimo, entonces la gente comente, te dice lo que piensa, no tienen ningún problema, le pone ‘me gusta’ a todo porque no figura quien le puso me gusta, solo el creador de contenido sabe quién le puso un ‘me gusta’. Entonces esas cosas hacen que haya mucha más interacción entre el público y el creador de contenidos.

**Es muy interesante lo que mencionas. Y bueno, en tu opinión ¿consideras que tu contenido aporta a la promoción de la lectura? y ¿de qué manera?**

Sí, yo creo que aporta y no hay nada más gratificante que ver que una persona leyó un libro que vos recomendaste. Me pasó el otro día con una chica, yo hice un video de recomendaciones de romance y hubo un comentario al otro día que me dijo “me empecé a leer este libro y me lo acabo de terminar”. Un día tardó la chica en leerse el libro y me dice “me encantó, mil gracias por recomendármelo”. Y eso para vos como creador de contenido decís wow que loco que yo le promocioné un libro a alguien y que bueno que la gente lo haya disfrutado como igual me va a pasar que otro me diga que lo que le recomendé no le gustó para nada porque bueno, cada uno tiene su opinión. Pero creo que sí, aporta a que la gente se anime a leer. Y quizás también videos que son ‘libros para empezar a leer’, yo hago mucho relacionado al inglés porque yo soy traductora, entonces hago por ejemplo consejos para que la gente pueda empezar a leer en inglés o cuales libros son fáciles para leer en inglés. Entonces eso promociona tanto la lectura en español con los videos que yo hago con recomendaciones normales y también que la gente se anime a aprender otro idioma o a lanzarse a leer en otro idioma también. Entonces eso

para mí es lo más importante, creo que, si se promociona bien, porque o sea, yo no estoy muy a favor del consumismo extremo. Entonces yo nunca le voy a decir a un seguidor “andá comprate 20 libros”, no me parece. Entonces, como acá en Argentina los libros son bastante caros, recomiendo que la gente lea por donde sea, ya sea por una tablet, un kindle, un libro usado, pero que trate de leer en todas las plataformas y de cualquier manera sin juzgar lo que la persona lee. Creo que eso es lo más importante al promocionar la lectura. No se tiene que juzgar al lector por lo que lee, no importa qué lee importa que lea y nada más. O sea, si lee fantasía, maravilloso, si lee romance, si lee erótica, si lee distopía, que lea lo que quiera no va a ser mejor o peor lector por eso. Eso sería lo que yo hago en mi cuenta por lo menos y está que te guste un libro o que no te guste, no porque un libro sea súper popular o sea un clásico a vos te tiene que gustar y te tiene que parecer lo más maravilloso del mundo. Yo he leído clásicos que me han gustado y que no me han gustado y está bien que así sea. Cada uno lee lo que le gusta leer y si querés leer literatura juvenil toda tu vida, lee literatura juvenil toda tu vida, no importa mientras que vos leas. Los beneficios que tiene la lectura son al cerebro y a la mente y en definitiva leer es un hobby, entonces es más un divertimento personal de decir “bueno cómo paso mi tiempo, me veo una serie en Netflix o me pongo a leer” y bueno las dos opciones son válidas y son un pasatiempo que te gusta hacer. Y nada, la lectura tiene muchísimos más beneficios a nivel del cerebro que ver una serie. Así que nada, mientras que la gente lea que lea lo que quiera.

**Me parece buenísimo que de alguna manera puedas incorporar lo que has estudiado a través de tus videos, no solo incentivar a la gente a leer sino a que aprenda o practique el inglés. Entonces, ¿dirías que la respuesta de tus seguidores frente a tu contenido es positiva?**

Sí, totalmente. Gracias a Dios nunca tuve malas experiencias por lo menos hasta el momento, no tengo tantos seguidores como para que me puedan insultar o que generen unos haters. Pero hay veces en los que vos hacés opiniones polémicas de algún libro popular, entonces ahí si te salen a matar porque dicen “cómo puede ser que no te haya gustado este libro”. Lo que yo intento decirles, hice un video sobre eso, es que cuando una persona lee un libro pueden pasar dos cosas: le puede gustar o no le puede gustar. Y en cualquiera de los dos casos tiene la chance o la oportunidad de dar su opinión ya sea una opinión maravillosa o sea una crítica al libro. Cualquiera de las dos son válidas y eso está bueno que también los lectores lo sepan. Lo mismo para con las películas, con las series o con los cantantes que hay veces que se crea un fandom tan grande en torno a ese libro que como que cualquier cosa que vos vayas a decir de ese libro “ay no, cómo vas a criticarlo”. Pero creo que es importante que la gente además de formarse como lectores se forme críticamente, en el sentido de que puedan tomar algo ya sea una película, un libro, un arte, y poder objetivamente decir bueno tiene estas cosas buenas y tiene estas cosas malas y que lo pueda decir libremente. Obviamente sin insultar, decirlo bien y que pueda expresarlo tranquilamente. Por suerte, yo tuve la oportunidad de expresar mi opinión impopular de algunos libros y no me han atacado, o sea no he recibido nada negativo sino más bien un “bueno, no comparto tu opinión, pero la respeto”. Y eso creo que es valiosísimo, más en estos tiempos de redes sociales. Así que sí, la respuesta de mis seguidores siempre ha sido positiva gracias a Dios y constructiva, capaz que me dicen “che mirá no me parece que hagas esto, fijáte” o cosas así, es más como un consejo que un ataque, eso me parece importante.

**Hablando de un contenido atractivo, se sabe que en TikTok se tiene diferentes elementos, como el sonido que se usa o los hashtags o filtros que ponen, que pueden ser un factor que influye en el alcance de tu video. ¿Qué opinas sobre eso?**

Sí, creo que es algo muy importante y que vas aprendiendo cuando empezás a crear contenido. Creo que hay como unas pautas en TikTok que tenés que seguir para ser “exitoso”, que igual a veces funcionan y a veces no. O sea, depende de cómo está creada la aplicación y el algoritmo que tenga. Pero la realidad es que, si vos generás un contenido que sea valioso y que atraiga al usuario, en este caso al lector, no importa qué música uses porque la persona lo va a ver igual. Esa es mi postura. Yo en general, a veces agarro las canciones en tendencia o las canciones que tienen el simbolito de TikTok que esas son como las que TikTok está promocionando en este momento, entonces trato de usar esas músicas y poner hashtags relacionados a mis videos, pero más que eso, la verdad que no hago. Eso y la calidad de la imagen, eso sí trato de que esté iluminada, que yo esté estéticamente linda, que no esté en pijama. Pero más que eso no hago, yo creo que más que nada en lo de los libros porque hay otras cosas que son más difíciles, por ejemplo, hacer reír es mucho más difícil, entonces los tiktokers que tiene que hacer reír tienen que tener un montón de otras cosas más en cuenta. En cambio, las personas que hablamos de libros, si vos generás contenido interesante te van a ver. No creo que haya una posibilidad de que si no pusiste esta música la persona no te vaya a ver. Hay veces que me olvido de poner la música, lo subí y dije “No me olvide de poner la música no me lo va a ver nadie” y la verdad que no porque TikTok te da mucha posibilidad en eso. TikTok lo muestra a cien personas y si a esas cien personas les gusta, se lo muestra a mil y así vas creciendo y así se hacen virales algunos videos. Por ejemplo, el primer video que subí no le puse ninguna música porque era mi primer video, no entendía nada todavía de TikTok y se me hizo viral. Era el primer video y yo no lo podía creer. Eso es lo bueno que tiene TikTok que tiene mucho alcance y da mucha oportunidad a las personas que crean contenido, por eso mismo lo elegí.

**Para terminar, desde tu perspectiva ¿sientes que TikTok es una buena plataforma para acercar la lectura a una persona que no lee hace mucho tiempo o no tiene el hábito?**

Sí, yo creo que hoy en día no solo con los libros, sino que en general TikTok es una de las mejores plataformas que hay. Creo que hoy en día es la mejor red social que hay porque para la lectura es espectacular porque la persona que no le gusta la lectura o que aún no ha incursionado en la lectura no te va a ver un video de YouTube de veinte minutos o no te va a leer un post de Instagram donde haya mucho texto abajo porque no le interesa, no le va a atraer. En cambio, en TikTok, en un minuto capaz que vos hacés un video de ‘Tres libros para empezar a leer’ y la persona vio ese video y en un minuto vos le dijiste tres sinopsis de libros y ellos eligen el libro que más les gustó y capaz que con ese libro empiezan a leer. Hay muchas cosas atractivas que se hacen en TikTok como por ejemplo la comparación de ‘si te gustó esta serie, te va a gustar este libro’, entonces una persona que no lee quizás dice “mirá, yo me vi esa serie capaz este libro es parecido, me lo leo”. Entonces, esas cosas que tiene TikTok de hacer muy chiquitito y en muy poco tiempo hace que la persona que en realidad no incursionó nunca en la lectura, lo vea atractivo. Lo ve y diga “bueno, es un minuto, me lo veo porque es un minuto” y capaz que ese minuto hizo que la persona agarre ese libro y lo leo, como me pasó mucho en los casos de gente que ha visto mis videos y me dijeron que no sabían qué leer, que estaban en un bloqueo o que era uno de los primeros libros que leían o cosas así. Entonces, la verdad es

que es espectacular TikTok para eso, porque es muy corto y la persona se queda a mirarlo por esa misma razón.

**Con esa serían todas las preguntas, gracias por tu tiempo Belén.**

#### **Entrevista 4**

**Nombre: Esperanza García**

**Nombre de usuario en TikTok: books\_hopess**

**Edad: 28**

**País: España**

**Fecha: 27/04/21**

**Hola Esperanza, ¿podrías contarme cuándo y cómo comenzó tu afición por la lectura?**

Pues creo que comenzó cuando tenía 6 ó 5 añitos porque mi madre siempre la verdad que me ha inculcado el amor por la lectura, los libros, la lectura, etcétera. Pero de pequeña me enganché a unos libros que se llamaban Chica Súper Bruja entonces cada libro iba sobre una aventura Chica Súper Bruja en el cole, con los piratas, incluso hay uno con Don Quijote y estaba muy muy enganchada. Y luego leí otro libro que me fascinó, pero ya un poquito más mayor con 9 añitos que es La Cripta Embrujada de Eduardo Mendoza y me volvió loca. Pero ya por el tema del cole y eso que de verdad que entraba de 9 a 1:30 y de 3:30 a 5:30 y yo vivo un poquito lejos de la ciudad pues iba muy mal de tiempo entonces estuve bastantes años sin leer casi. Y luego obvio lo más típico del mundo que con 15 años en tercero de la ESO, una amiga me prestó Crepúsculo y de ahí ya fue todo para arriba, ya no pude volver a parar. Muy típico [risas].

**¿Qué géneros de lectura son tus favoritos?**

Mira, yo intento leer siempre un poquito de todo, pero mi favorito siempre son la romántica y la fantasía. La fantasía sobre todo porque me ayuda muchísimo a desconectar del día a día, de la rutina y me viene perfecto.

**Y ¿consume algún tipo de contenido relacionado a libros o lectura en redes sociales?**

Sí. Prácticamente todo lo que consumo en redes sociales tanto en TikTok, Twitter, Instagram, YouTube, los blogs. Es una obsesión ya. Me gusta estar informada, me gusta ver las opiniones de otras personas y eso.

**Claro ¿y cuáles son las redes sociales que más usadas aparte de TikTok?**

TikTok e Instagram, pero sobre todo Instagram.

**¿Qué te motivó a ti a crear contenidos relacionados a libros o lectura?**

Pues porque mi ambiente o grupo social muy poquita gente lee. Y mis amigas leen muy poquito y sobre todo leen clásicos, ensayos. Y los libros que yo leía de fantasía, romance, juveniles, etcétera no los leía nadie más. Entonces yo ya hacía tiempo que seguía cuentas en Instagram así de literatura y me creé la mía con la intención de compartir mis opiniones

porque no hay nada como terminar un libro y encontrar alguien también se lo ha leído y poder compartir opiniones e impresiones, teorías y eso es lo que me da la vida.

**En ese sentido, ¿creas contenido relacionado únicamente a tu gusto como lectora o a partir de esta interacción que mencionas te has animado de explorar otros géneros?**

Exactamente. La verdad que con la edad a veces el cuerpo te pide un poco cambiar y es verdad que sí leo mucho solo un género me saturó. Entonces para yo disfrutarlo mejor me gusta intercambiar. Aparte que a veces según el estado de ánimo me apetece mucho leer terror, thriller. Yo estudié Historia entonces también suelo leer ensayos pero cierto que los ensayos los suelo leer más en verano que no estoy estudiando que durante el año. Que si me tiro 8 horas estudiando historia y luego me vuelvo a sentar en la noche a desconectar leyendo ensayos de historia yo creo que me vuelvo loca [risas]. Así que intentó variar. También es verdad que el año pasado inicié con una amiga un club de lectura para leer clásicos tanto del XIX como del XX. Y yo me he propuesto este año empezar a leer autores que no sean europeos porque me he dado cuenta que leo muchos autores europeos o estadounidenses. Y me apetece muchísimo leer sobre todo autores latinoamericanos que he leído súper poquito y me da mucha rabia, asiáticos, que es que he leído todavía menos y africanos que no he leído nada de nada. Entonces, abrir un poquito esa visión porque estoy cansada del eurocentrismo que existe en todo, tanto cuando estudio historia y el tema de literatura, como que estoy atrapada y cuesta muchísimo ver que hay más. Y bueno, al fin y al cabo, la literatura es una manera de descubrir, pues eso, que existe un mundo más allá de Europa.

**Comentabas sobre un club de lectura ¿puedes contarme un poco más sobre eso?**

Claro, por supuesto. Es online. Empezamos en Goodreads porque te da la opción de hilos de discusión según capítulos y tal. Pero era un poquito más ligoso y mucha gente no tenía la aplicación, no sabía descargarla o no le apeteecía. Al final lo pasamos a Instagram y cada mes elegimos la lectura hacemos un mes siglo XIX y un mes siglo XX y la lectura se elige por votación popular. Y entonces creamos varios posts dividiendo el libro en varios capítulos y cada uno puede comentar a su ritmo, porque Sandra, la otra chica con la que llevo el club, y yo lo que más nos costaba de la lectura conjunta es que todos los días no podemos leer ni podemos ir al mismo ritmo. Por ejemplo, hay días en que te surgen inconvenientes etcétera entonces es como que tú te organizas a lo largo del mes entonces comentamos por partes y luego hacemos como un comentario final, una opinión final. Y lo bueno es que también puedes comentar las lecturas anteriores y no tiene que ser justo la lectura de ese mes, es como muy abierto.

**Y ya sobre TikTok ¿por qué elegiste esa red social como plataforma para poder compartir tus vídeos? Sé que usas Instagram, supongo que empezaste a usar Instagram antes de TikTok.**

Sí, sí.

**¿Por qué ese cambio?**

Pues la cuarentena [risas]. La cuarentena fue muy mala. Me descargué TikTok y no me lo descargué si quiera con la intención real de dedicarlo a los libros. Yo no pensaba subir nada y descubrí el booktok y las chicas que lo hacían sobre todo estadounidenses y dije



qué chulada. Y me di cuenta que al fin al cabo era otra manera de divulgar. Lo cierto es que es un poquito más limitado porque son 60 segundos. Entonces yo lo tengo un poco más para reseñar muy muy por encima de la lectura, pero sobre todo para temas de humor o enseñar algún libro para unboxing. Pero, así como plataforma para divulgaciones es un poquito más limitada por el tema que casi no tienes tiempo para hablar del libro, es por lo que yo prefiero un poquito más Instagram.

### **Entonces estás llevando a la par tanto tu Instagram como tu cuenta en TikTok.**

Claro. Al final se complementan. Además, si un libro me interesa más entonces lo reseñó más extenso en Goodreads porque verdad que tanto Instagram como TikTok...TikTok es como ya la limitación más extrema y tampoco me parece bien acostumbrarnos a tenerlo todo en 60 segundos. Es cierto que en Instagram queda la opción de tanto el comentario del post, pero también los IGTV y las guías que no hay límite de caracteres o los stories. Es como que tienes más medios y recursos para poder explayarte un poquito más con la propia reseña. Aparte en TikTok también depende mucho de la visualidad que te da la propia aplicación. No es como Instagram que tú sigues y sale en el perfil. En TikTok está el Para Ti y luego como tú zona privada pero casi todo el mundo utiliza el Para Ti. Si TikTok no te enseña, tu reseña cae en saco vacío, en saco roto y no llega nadie. Entonces es un poco más aleatorio quizá.

### **Y ¿cuál es tu opinión sobre eso? ¿Es una ventaja, una desventaja o un poco de ambos?**

Yo creo que puede ser obviamente bueno porque te puede enseñar a gente que a lo mejor no había entrado a la aplicación con intención de estar en el mundillo de la lectura y te puede conectar con gente completamente aleatoria. Pero también es cierto que también puede pasar todo lo contrario es que no te conecte con nadie o que te conecte con un público erróneo. No sé, es complejo. En Instagram es verdad que tú público siempre está, en TikTok no estás segura.

### **Cómo usuaria y como creadora de contenidos en TikTok, ¿te fue difícil la transición de otras redes sociales, por ejemplo, Instagram o Goodreads, hacia TikTok?**

Un poquito, un poquito [risas] porque no servía editar bien dije “madre mía, qué es esto”. Y pues eso, al final te tienes que reinventar completamente. En Instagram es pues un poquito más fácil, al menos ya te haces a ella. Y en TikTok era empezar desde cero, que sí aprende a recortar el video, a añadir los filtros. No sé, a mí me costó un poquito. No empecé, de hecho, como algo serio sino cómo para ser un poco la tonta, pero no sé. Es lo que te digo del aleatorio que es que yo no sé cómo llegué a 14000 seguidores. No fue intencionado para nada. Verdad que en Instagram sí que le dedico muchísimo más tiempo y esfuerzo y el crecimiento es mucho más paulatino. TikTok es efervescente.

### **¿Puedes contarme un poco cuál es el proceso de tu creación de tus vídeos?**

Depende también del tiempo que tenga, obviamente y de lo cansada que esté. Hay semanas que no rindo que estoy muy muy cansada y no hay creación para nada. Pero igual me suelen llegar las ideas conforme leo los libros. Hay veces que para hacer un video de humor o alguna parodia o para hacer la reseña me gusta espontánea. Espontánea

en el sentido de como si quedara a tomar un café con una amiga y le contara sobre el libro a una amiga. Y siempre con la intención de ser sincera.

**Y ¿consideras también *trends* que están en TikTok o audios populares? ¿Crees que eso influye en el atractivo de tus videos?**

Claro, claro sí. Exactamente. De hecho, para posicionarte y que TikTok te muestre. La gente que sabe un poquito de esto, te recomienda que utilices los trend, audios que están de moda o como la parodia o un esquema de video que ya incluye el filtro. Entonces eso te ayuda y hay que hacer también rápida para aprovechar y hacer la idea. Hay veces que se me ha ocurrido hacer algo, pero ya hay como muchas ideas parecidas y se me quitan las ganas. Hay otras veces que he llegado a grabar el video, pero lo he querido publicar más tarde y ya se me quitan las ganas porque tampoco es cuestión de saturar. Pero es verdad que hay muchas razones, depende del trend o la moda de esa semana o de ese día. Que no es solo que te ocurra a ti, sino que lo ves y dices “creo que este trend lo puedo aplicar a este libro o a esta situación”.

**Entonces es como un trabajo extra que tiene hacer. Es estar atenta de ver que está de moda o qué está en tendencia y de ahí como aplicarlo a tus videos.**

Sí, sí. Al final requiere mucho tiempo. Yo intento organizármelo. Pero verdad que a veces consume mucho tiempo y es algo que a lo mejor no se aprecia, pero es una inversión de tiempo muy importante tanto en Instagram como para TikTok.

**Y bueno, ya me comentaste que al principio se te hizo un poco difícil la edición. ¿Sigues usando las herramientas que te ofrece TikTok o también te apoyas en otras aplicaciones para tus videos?**

De momento utilizo todo lo que da TikTok, de hecho, es una aplicación que se sabe adaptar muy bien porque hay algunaS como tendencias o filtros que suele crear la gente fuera de la aplicación, entonces Tiktok, si eso se hace viral, al poco te lo actualiza y te lo añade como una herramienta más de la aplicación. Sobre todo, está un poquito más avanzado en Estados Unidos que tienen ya los subtítulos automáticos, tienen que puedas ponerle audio a lo que escribes y que te lo lea la aplicación. También se puso de moda el trend que bajaba una barrita y te añadía un fondo y la gente eso al principio, se tiraba horas en otra aplicación y TikTok lo desarrolló y lo puso como herramienta propia de la aplicación. Entonces, como yo este año voy muy mal de tiempo me adapto a lo que ofrece TikTok e intentó no salir de la propia aplicación. Uno por tiempo y dos, por pereza no te voy a mentir. Aunque no descarto, cuando me liberé porque este año está siendo ya un agobio, investigar un poquito más allá.

**¿Qué beneficios o ventajas crees que tiene TikTok tanto para el usuario como para el creador de contenidos comparado a otras redes sociales?**

Mira, no te voy a mentir es un poco para gente vaga es una aplicación donde lo tienes todo inmediato, esto muy llamativo, es colorido, suele ser gracioso, tiene una letra, un formato que te llama la atención y tú no tienes que prestar tampoco muchísima atención. No sé si me expreso. Es para desconectar, genial y normalmente, aunque los videos duren 60 segundos ese es el tope, la mayoría se quedan 10, 30 segundos. Entonces, ya te digo, es una aplicación inmediata como el fast food, la comida rápida. Pues yo lo veo así. Es

cierto que con la rutina la rutina que ya llevamos yo lo consultó por la noche antes de dormir o cuando descanso del estudio o cuando estoy esperando el autobús. Es una aplicación que te deja...como que a mí me hace desconectar muchísimo y que esa es la ventaja y por lo que triunfa tanto. Pero luego tampoco creo que nos debemos acomodar solo a eso porque una cosa que yo no comparto es la divulgación científica a través de TikTok. Porque el otro día me salió un video de un señor bailando con un filtro de conejito o gatito con una canción, así como de anime, hablando del cáncer de útero y esa banalización me resultó chocante. Y es que vale, si es una herramienta de divulgación, pero hasta con un límite. De hecho, cerré la aplicación y dije madre mía, ni tanto ni tan calvo como decimos aquí.

**Pero en general y con ciertos límites ¿consideras que es una buena herramienta para acercar la divulgación científica o en nuestro caso la lectura a personas que quizá no están tan interesadas?**

Exactamente. Con la lectura es lo mismo, gente que hace mucho tiempo no leía o que nunca ha leído y creía que la lectura era aburrida, ahí mismo se da cuenta. Un libro que gustó mucho cuando lo reseñé fue 'La Rosa de Hereford' de Brenna Watson y muchas chicas me escribieron en plan "madre mía, tiene una pinta le voy a dar una oportunidad" y son gente que a lo mejor en su día a día no lee. Yo soy super fan de las telenovelas y por eso me gusta la romántica porque son telenovelas, pero leídas. Entonces romper esos prejuicios o acercar ciertos libros. Yo la verdad que de muchos libros que se estrenan o se publican, yo me entero por redes sociales. Es como que si no está en Instagram o en TikTok es como que no existe. Yo estuve un año trabajando en una librería y me sirvió muchísimo estar a tope con las redes sociales. Y quizás en TikTok en tanto cuánto a la divulgación literaria depende muchísimo del propio usuario porque las editoriales, de momento, no están casi nada presentes en la aplicación. Al final lo que divulgas y el marketing que se hace es por parte de los usuarios. Ahí la editorial la verdad es que no sé porque... hay algunas que sí pero tampoco están a tope. Mira que ya te digo que creo que sí se pusieran serias...Es una herramienta genial tanto para divulgar como para promocionar.

**Las ventas aumentarían quizás.**

Sí, sí, yo creo que sí. Además, a mí lo que me gusta mucho de TikTok es que el algoritmo de Instagram a veces me enseña solo agente España y yo estoy cansada [risas]. Yo la opinión de la gente de España ya me la sé. Entonces TikTok también me ha ayudado a conectar con gente en Latinoamérica y yo descubro libros nuevos y cosas que no sabía cómo editoriales que no llegan o las recomendaciones. Es cambiar un poquito de aire y ampliar fronteras. En TikTok como pones hashtags en español y escribes en español, te enseña a cualquier país hispanohablante y eso me encanta.

**Sobre los hashtags y desde tu perspectiva ¿lo ves relevante para el alcance de tus vídeos?**

Es aleatorio. Hay veces que funciona. De verdad que tienes que ser una experta en ellos. A veces se activan y otras veces no se activan. Es como si no los hubieras puesto. Y luego si escribes de más o no escribes los hashtags adecuados encima puede causar shadowban, que te oculta. Te lo digo en serio que es como ir sobre una cuerda, es muy complejo. Por eso lo de la inversión de tiempo, es que al día con todo.

**Y ¿consideras que aporta tu contenido la promoción de la lectura? y si sí ¿de qué manera?**

No lo sé, yo creo que sí, pero ya te digo como lo hago un poco con espontaneidad, mi intención es promocionar la lectura, pero sobre todo compartir mi opinión y que otra gente o se anime a leer lo que yo leo, si el libro es bueno, claro. Si el libro no es bueno lo digo abiertamente. Pero es que no sabría decirte. Yo creo que sí no sé si al 100 por 100 pero yo creo que en parte sí. O al menos eso espero ¿no? [Risas]. Pero es cierto que una gran parte del público sobre todo en Instagram son cuentas de libros, entonces en cierto modo al ser cuentas que ya se dedican a eso, no sé hasta qué punto puedo favorecer la lectura. En ese sentido yo creo que es más intercambio de opiniones. En cambio, en TikTok sí que llegó más gente que no tiene cuenta literaria, sino que tiene cuenta personal y ahí a lo mejor sí. Pero no te lo sabría decir a ciencia cierta.

**¿A partir de la interacción con tus seguidores qué tan positiva es la respuesta frente a tu contenido?**

Mira no me puedo quejar, sólo he tenido uno o dos comentarios malos a lo largo de toda la vida, casualmente de señores de hombres, sin h y con v, casualmente eh, casualidad [risas]. Pero no me puedo quejar porque la gente es muy educada, la verdad que es un encanto. Yo siempre respondo todos los mensajes, es cierto que voy a veces un poco con retraso por el tema que se me acumulan, la rutina se me hace cuesta arriba. Pero siempre respondo todos los mensajes, ya te digo que la gente es muy maja y es muy educada. Y cuando te dicen que se han leído este libro por tu recomendación o que le gusta tu cuenta o te piden una recomendación de libros de fantasía o lo que sea, el poder interactuar, es una de las cosas que me fascina. En tanto a comentarios negativos, solo han sido de señores que dicen “es que lees fantasía juvenil, es que lees romántica, lo que tendrías que hacer es y leerte a Tolstói, tendrías que leer a Miguel de Cervantes, tendrías que leerte a Góngora, es que lo que tú lees no son libros de verdad”. He tenido un par de comentarios así. Yo no entro al juego y lo bloqueo y santas pascuas y alegría. Pero a uno que otro le digo que necesidad de darle esa [inaudible] moral a uno persona, cada uno lee lo que quiere.

**Me comentaban que algunos sentían que la gente se animaba más a interactuar con los videos de TikTok en comparación con los contenidos de Instagram porque no está ligado a un perfil personal. ¿Qué opinas?**

Sí, sí. Se viraliza y te sale en Para Ti. A veces la gente comenta como si yo no lo fuera a leer. Algo que me pasa en Instagram, pero sobre todo en TikTok. Algo que sucede en Instagram, pero sobre todo en TikTok es que de repente me pone cien notificaciones nuevas y no puedo ver más de veinte, entonces se me pierden una cantidad de comentarios tremenda. Y más ya que TikTok a veces no enseña un video nuevo sino un video que subiste hace cinco meses. Y me ha pasado con uno que subí que me han comentado muchas chicas diciendo “qué librería tan chula”, etcétera. Y varias de ellas me han puesto “has subido este video para restregarnos por la cara que tienes más libros” o algo así, no con esas palabras, pero con la idea. Y les he respondido que lo siento mucho que no era mi intención. Es verdad que, si la gente a veces piensa que, a mí me pasa también cuando comento en cuentas grandes, que no me va a leer nadie o no me va a leer el autor y lo más probable es que lo lea [risas]. Es cuando te sale en Para Ti que la gente comenta lo que

quiere, pero yo suerte que la gente conmigo es muy educada y luego cuando les escribo o le respondo es más educado todavía. Otra chica también me escribió una vez y esa semana estaba de exámenes, apenas había subido nada y fue un video que se me hizo viral y cuando me puse el día, la chica comenta “que borde que no responde”. Me gustaría subir un video explicando que TikTok ha puesto una opción nueva que es Hazme una pregunta, que las preguntas se quedan ahí y no hace falta que tenga la notificación. Todos los días me meto para ver si me han escrito preguntas nuevas, entonces yo respondo ahí directamente. Hay una chica que me ha escrito de un video y tal y me dice “te escribo porque me leí el libro ‘La Rosa de Hereford’ y me encantó, me gustaría leer un poco más actual, no suelo leer mucho, me gustaría engancharme a algún libro” y le respondo ahí directamente. A veces también me dicen recomendación de un libro para mayores de 18 o para mayores de 13. Esa opción creo que mucha gente no la conoce y es la más directa. Además, también les digo que me escriban por privado que yo no tengo ningún inconveniente. Que a lo mejor en Instagram me escriben más por privado, en TikTok es todo más por comentario.

**Claro, entonces mencionas que por una parte TikTok tiene sus beneficios pero también piensas que hay otros aspectos que se pueden manejar mejor en otras redes sociales. ¿Estoy en lo correcto?**

Sí, sí. Es como un complemento. Pero es verdad que mucha gente no tiene o no usa Instagram. Instagram con el tema de stories es un lujo porque te sientas ahí un momento a explayarte y no tienes que hacer un video en plan de 60 segundos de eso. Y que te acerca más. A mí me gusta subir “mira me ha llegado tal libro” o “voy por tal parte”.

**Entonces ya para terminar, se dice que los jóvenes tienen mayor presencia en TikTok ¿sería una buena plataforma para acercarlos a la lectura?**

Sí pero no te creas que también hay señoras mayores. Debería empezar, de hecho, a hablar en femenino porque en Instagram me lo dice la propia aplicación que más del 95% de las personas que me siguen son mujeres y en TikTok solo me escriben mujeres. Y mi público es desde los 23 a los 30 y algo en Instagram. A veces varía, no todas las semanas es igual. Y en TikTok si me he dado cuenta de que ahí hay personas mayores. De hecho el otro día me escribió una chica y empezamos a hablar y tal y tenía 40 años, está casada con hijos. Yo también pensaba que era adolescente total o juvenil pero que va, también está genial ¿no? Hay gente mayor y a tope y a lo mejor sabe más que yo o se maneja mejor que yo con el TikTok. [Risas]

**Gracias Esperanza eso es todo.**

## Entrevista 5

**Nombre de usuario en TikTok: butnotwilde**

**Edad: 24**

**País: Perú**

**Fecha: 28/04/21**

**¿Puedes contarme cuándo y cómo comenzó tu gusto por la lectura?**

No recuerdo el momento exacto en el que me di cuenta que me encantaba leer. Nunca fui un chico activo físicamente, así que empleaba mi tiempo en la infancia buscando qué leer o resolver. Pero sí recuerdo empezar a leer activamente y a gastar mi propio dinero de propinas en compra de libros desde la secundaria. 14 años, diría yo.

**Y, ¿cuáles son tus géneros favoritos?**

Me gusta la novela negra, policíaca y de misterio. La narrativa histórica, el thriller psicológico y de terror. Y tengo especial interés por la literatura asiática

**¿Consumes contenido relacionado a libros o lectura en redes sociales? ¿Ves otros perfiles en TikTok o contenido en Instagram, YouTube o Goodreads?**

Utilizo Goodreads pero más que nada para registrar mis lecturas y no como referencia para nuevas lecturas. En Instagram sigo a un par de bookstagrammers y en TikTok igual, pero poco. La plataforma que uso más para ver contenido de literatura es YouTube.

**¿Qué te motivó a crear contenido relacionado a libros y lectura?**

El hecho de que recibo un feedback y con éste, encuentro grupos de apoyo, fandoms y más libros interesantes. Además, que quiero que todos descubran los increíbles libros que yo descubro jaja.

**Eso está bueno. Y ¿tu contenido está relacionado únicamente a tus gustos como lector o a partir de esta interacción te has animado a explorar otros géneros o temas?**

Intento centrarme en mis géneros, pero si no recibo mucha interacción tendré que irme con los libros y géneros más comerciales 😊 no tengo problema en diversificar mis lecturas y por tanto, mi contenido

**¿Por qué la elección de TikTok para compartir tus videos? ¿Usas otra plataforma o es la única?**

Inicié aquí [Instagram] compartiendo reseñas escritas. Pero en el feedback se me aconsejó hacer mejores videos, era más interactivo. Así que me fui a TikTok. Me iría a YouTube pero TikTok me parece una plataforma más sencilla en la edición de videos, más simple.

**Y ¿te fue difícil la transición de otras redes sociales, en este caso Instagram, hacia TikTok? Desde tu perspectiva como usuario y como creador de contenido.**

No para nada jaja.

**¿Puedes contarme cómo es el proceso de creación de tus videos?**

Cuando termino de leer un libro tengo la info fresca y voy preparando el guion en el mismo momento que grabo. Cuando hablo de otros libros que leí hace tiempo, busco mi base de datos en Goodreads y hago el guion antes de grabar.

**¿Para la edición solo usas las herramientas que ofrece TikTok o también te apoyas en otras aplicaciones?**

Sólo lo de TikTok jajaja. Recién empiezo así que no he explorado mucho el tema de edición o producción de videos jaja.

**¿Te es sencillo usarlas? ¿Las consideras intuitivas o en un principio te han parecido complicadas?**

Es intuitivo, sí. Pero toma su tiempo. Ahora que lo pienso no creo que su interfaz esté creado para un adulto mayor, por ejemplo. Es intuitivo, pero para los que ya están familiarizados con otras aplicaciones

**Comparada a otras redes sociales ¿qué ventajas crees que tiene TikTok para el usuario y para el creador de contenidos?**

El usuario encuentra contenido creativo muy interesante de acuerdo a su información cibernética. Es decir, el algoritmo es tan analítico que, con unos cuantos minutos, ya te recomienda videos de acuerdo a tus intereses. Y para el creador, la posibilidad de crear infinidad de videos con millones de efectos y opciones, no lo veo en otra app. Además de permitir, que, aunque seas una cuenta pequeña, mostrar tus videos a los demás aún sin tener seguidores. Da mucha oportunidad.

**Sobre el algoritmo ¿crees que es completamente aleatorio o hay otros elementos que influyen?**

Es complicado, aun lo estoy estudiando jaja 😊. Yo creo que todo depende del contenido, si le gusta a uno, se lo mostrará a dos más y así sucesivamente. (Es así cómo funciona, según yo) jajaja.

**Claro, a ciencia cierta no se sabe exactamente cómo funciona su algoritmo. Te lo comentaba porque hay personas que por más que se esforzaban en editar su video poniéndole los sonidos en tendencia, los hashtags, los filtros en tendencia, sus videos no tenían mayor alcance. En cambio un video al que no le ponían absolutamente nada se volvía viral. Entonces quería saber eso en base a tu experiencia. En todo caso ¿crees que estos elementos vuelven más atractivos tus videos?**

Claro. O sea, igual si veo una tendencia que podría adaptar con mi contenido o un sonido que puedo utilizarlo y se adapte con lo que yo hago, sin modificar la esencia de mi perfil lo utilizo. Pero no sé si sea determinante de la viralidad. He tenido videos virales con sonidos en tendencia y también con sonidos que no se escuchan mucho.

**OK. ¿Consideras que tu contenido aporta a la promoción de la lectura? ¿De qué manera?**

Yo considero que sí jajajajajaja espero no estar equivocado 😊. Simplemente porque recomiendo libros con un lenguaje "moderno" que todos utilizamos y con palabras sencillas. Resaltando los pros de cada libro para llamar la atención del lector.

**¿Qué tan positiva es la respuesta de tus seguidores frente a tu contenido? Tienes bastantes seguidores, supongo que interactúan mucho con tu contenido. ¿Cómo ha sido esa experiencia?**

Bueno, el público al que me dirijo, aunque suene estereotipado es gente tranquila jaja muy amable y amigable. Las interacciones son demasiado positivas. Somos una bonita comunidad, felizmente. Hasta el momento sólo tuve un comentario de hate, pero tampoco era insultándome o algo feo. Así que todo bien, súper positivo los comentarios y los chats internos.

**En Perú predomina más la cultura oral y estadísticamente no se leen tantos libros, en ese sentido ¿crees que TikTok ayudaría a acercar la lectura a personas que quizás no están acostumbradas a leer?**

Sí, es terrible. De hecho, yo me basé en un estudio que hizo el Ministerio de Cultura donde llegaron a la conclusión que el peruano lee 0,86% de un libro al año. LEEMOS MENOS DE UN LIBRO AL AÑO. Es terrible. En México, por ejemplo, leen 4 al año en promedio. Por eso comparto mis reseñas y videos ajaja. Y sí, me han comentado diciendo que no leían desde la secundaria y por la forma en que conté el libro, volverán a coger un libro y cosas así.

**Eso es todo. Gracias por tus respuestas.**

## Entrevista 6

**Nombre de usuario en TikTok: maellbooks**

**Edad: 17**

**País: México**

**Fecha: 28/04/21**

**¿Podrías contarme cuándo y cómo empezó tu gusto por la lectura?**

Empezó cuando tenía aprox 10 años. Mi mamá siempre le ha gustado leer y a mí me gustaba verla leer. Pero empecé a leer cuando hice mi primera comunión y me regalaron dos libros de “Kika súper bruja” es una colección padrísima que contiene muchos libros de diferentes géneros y me di cuenta que me llamaban la atención unos más que otros 😊.

**Y ¿qué géneros o temas son tus favoritos?**

Jaja sin duda el romance y si es combinado con guerra mejor. Pero principalmente el romance.

**¿Consumes algún tipo de contenido o lectura en redes sociales?**

Si, consumo contenido de libros en Instagram, YouTube, Goodreads, Wattpad y principalmente en TikTok.



**¿Qué te motivó a crear tu contenido tanto en TikTok como en Instagram? ¿Cómo empezaste?**

Principalmente la verdad porque mi mamá mi ánimo tenemos una conocida que tiene una cuenta en Instagram bastante grande de libros y mi mamá me dijo “estaría súper padre que tuvieras uno”. Entonces me lo abrí, pero yo creo que igual, o sea algo que influye mucho fue que cuando yo buscaba poder leer libros diferentes de romance y como que siento que algunas cuentas no están tan enfocadas en ese género y son como más de no sé de acción, de fantasía o de misterio, entonces como que a mí me frustraba un poco no poder encontrar el contenido que quería. Entonces como que siento que lo que me gusta hacer de contenido es como algo que a mí me gustaría consumir.

**Y ¿por qué elegiste TikTok para compartir tus videos? En Instagram también compartes reseñas, ¿hay alguna otra red social en la que compartas contenido?**

Siento que en Tiktok con el algoritmo puedes llegar a mucha más gente, aparte que los videos son más cortos y rápidos. Y elegí Instagram porque puedes hacer una reseña más detallada Y son las únicas plataformas que uso 😊

**Y ¿te fue difícil la transición de Instagram hacia TikTok?**

No, fue bastante fácil. Es más, creo que es más fácil hacer un video que una reseña.

**Vale. ¿Puedes contarme cómo es el proceso de creación de tus videos?**

La verdad es que me inspiro en otro contenido, a veces me aparecen videos con títulos que me gustan y lo hago mi versión. Por ejemplo, si veo “libros para echarte una tarde” pienso en cuales me he leído en una tarde y los grabo. A veces me vienen ideas de la nada a la cabeza y las anoto para luego hacerlas.

Me gusta más el proceso de grabar y escoger la música que de tomar foto y escribir la reseña. Para hacer los videos me gusta que el fondo se vea limpio, entonces casi siempre escojo una pared blanca o una cobija, algo muy minimalista.

**Sobre la edición ¿usas solo las herramientas que ofrece TikTok para editar tus videos o también te apoyas en otras aplicaciones?**

Solo uso Tiktok, la verdad es que no soy buena para la edición y siento que Tiktok tiene herramientas muy fáciles de usar y bonitas.

**Comparada con otras redes sociales ¿qué ventajas crees que tiene TikTok tanto para el usuario como para el creador de contenido?**

Personalmente creo que la app más ventajosa es Tiktok, tiene más herramientas para usar que otras apps no tienen. Por ejemplo, en YouTube no tienes herramientas para editar padre ni tampoco en Instagram.

Pero para los usuarios creo que es igual de ventajosa Tiktok que Instagram, en Instagram puedes ver la reseña de un libro con más detalle mientras que en Tiktok el algoritmo hace que te aparezca más contenido de libros.

**Entonces ¿se complementan?**

Exacto, siento que Instagram y TikTok se complementan porque puedes subir tiktoks y luego puedes subirlos a Instagram reels y así.

**En tu opinión ¿consideras que tu contenido aporta a la promoción de la lectura?**

La verdad es que sí pienso que mi contenido aporta y promociona la lectura, pero sobre todo siento que lo que intento es cómo poder demostrar o dar la idea de que siempre nos venden con la lectura como algo fastidioso y tedioso y como que no está padre. Entonces siento que tienes que dar oportunidad a algo y algo que siempre, siempre he dicho es que tienes que encontrar el género que te guste para que te guste leer. Y no sé, cómo que intentar cambiar esa idea de que “ay, leer es para gente tonta” o “leer es aburrido” o “leer es un castigo”. No. Leer de verdad es lo mejor que hay en la vida.

**¿La respuesta de tus seguidores frente a tu contenido es positiva?**

Siento que la interacción está muy buena porque me gusta mucho ver los comentarios de que la gente diga como “Ay, me encanta ese libro” y que a mí también me guste, entonces que compartamos como algo que nos guste. Algo que también me encanta es que tengo mi TikTok con link a mi Instagram y me gusta mucho que la gente me escriba me ponga como “oye vengo de TikTok recomiendame un libro” y así. Entonces sí me gusta mucho la interacción. Pero en lo personal siento que hay mucha más interacción en TikTok que en Instagram porque en Instagram es como que likeas y ya. En cambio, en TikTok siento que es un poco más como personal, como ellos y yo y no es como tanto general.

**Entonces ¿dirías que hay mucha más disposición de las personas a interactuar contigo por TikTok comparado con Instagram? ¿A qué lo atribuyes?**

Siento que la gente interactúa más con TikTok que por porque son videos y en Instagram no porque, a ver, tú puedes ver una foto tres segundos y pasas al siguiente y como que en TikTok para los videos tienes que poner un poco más de atención. Igual siento que la música influye mucho porque puedes ver un vídeo que te gusta y si tiene una música buena puedes recordar el video. Igual que el algoritmo como que te ponga con gente que le gusta lo mismo y leer los comentarios de gente que piense lo mismo que tú, te hace mucho sentir mucho más identificado.

**Eso es todo, gracias por la entrevista.**

## Entrevista 7

**Nombre: Sandra Andrés Belenguer**

**Nombre de usuario en TikTok: sandra\_autora**

**Edad: 38**

**País: España**

**Fecha: 02/05/21**

**¿Podrías contarme cuándo y cómo comenzó tu afición o gusto por la lectura?**

En realidad, creo que comenzó como una anécdota muy bonita. Creo que todos tenemos nuestra historia de cómo comenzamos a amar la literatura y la mía comenzó cuando yo tenía unos 11 años y se estrenó en cines la película de Disney 'El jorobado de Notre Dame' yo le pregunté a mis padres dónde surge aquella historia y ellos me dijeron que procede la novela del siglo XIX llamada Nuestra Señora de París del autor francés llamado Víctor Hugo y yo les dije, a tan temprana edad, que quería leerla sí o sí. Y aunque todos me avisaron de que sería una novela pues muy densa, muy difícil a mí me gustó tantísimo que me racionada un capítulo al día para que no se terminara nunca. Y me gustó muchísimo esa historia de tragedia, de amor, de pasión, de venganza. Y a partir de ahí devoro todos los libros que caían en mis manos.

**Y ¿qué géneros o temas son tus favoritos?**

Me gustan mucho las novelas que mezclan realidad con fantasía, tal vez podría denominarse una urban fantasy, fantasía a secas y también me gusta mucho el terror, tengo que admitirlo.

**¿Consumes algún tipo de contenido relacionado a libros en redes sociales?**

Mucho pero sí que me gustan mucho las fanfiction que están colgadas en redes de libros o películas que me hayan gustado mucho y también leer relatos o cuentos o poemas que hayan escrito colegas escritores míos y también seguidores o lectores para apoyarlos en todo lo que pueda.

**¿Y cuáles serían estas redes que usas para ver este contenido? ¿Youtube, Instagram, TikTok?**

No utilizó YouTube. Utilizó más Instagram, TikTok, Twitter, incluso Facebook también. Aunque tengo un canal de YouTube no soy muy muy usuaria de ver contenidos literarios allí y Goodreads casi tampoco lo utilizo solo lo utilizo para descubrir y ver las reseñas que han hecho los lectores de mis novelas.

**Vale y cuéntame ¿qué fue lo que te motivó a crear contenidos relacionados a libros y lectura?**

Bueno los autores hoy en día creo que tenemos un poquito es la obligación de utilizar las redes sociales como un trampolín para hacer promoción y marketing de nuestros libros. Pero yo no solo lo utilizo por eso sino porque es un buen puente para estar en contacto con todos mis lectores y poder ver cuáles son sus opiniones, que me envíen mensajes, si tienen alguna duda poder ayudarlos, pulsar un poco si les gustan mis libros, leer sus anécdotas de cómo les ha gustado las novelas, ser divertida también conectar con ellos. Realmente es algo que me gusta hacer no solamente para promocionar sino porque ya se crea un lazo con los lectores que te leen. Y eso es algo que solamente las redes te pueden dar a nivel internacional y es algo maravilloso.

**Claro, entonces para ti como escritora que desea tener una relación un poco más cercana con sus lectores, saber sus opiniones o en general tener esta interacción con tus seguidores las redes sociales son muy útiles. Y cuéntame ¿alguna vez te ha pasado que te has animado a leer otros géneros que no son tus favoritos a partir de toda esta interacción o sólo creas contenidos relacionados a tus gustos como lectora?**

Ha habido ocasiones en que he tenido un bloqueo lector y he estado muchísimos meses sin leer absolutamente nada y gracias a TikTok sobre todo TikTok, también Instagram, pero gran a TikTok han conseguido devolverme esas ganas por leer. Han recomendado ciertos libros que pensé que no me gustarían sobre todo libros de fantasía y me han encantado y me han devuelto otra vez ese entusiasmo por devorar novelas. Y eso es algo maravilloso porque se crea una comunidad de escritores y lectores que es increíble y que pueden ayudar a muchas personas a motivarse para leer y a disfrutar de la lectura y me siento agradecida de formar parte de esa comunidad en realidad.

### **¿Por qué elegiste TikTok como plataforma para compartir tus videos?**

Elegí TikTok entre otras redes sociales porque es la comunidad de lectores y usuarios más jóvenes y creí que era el lugar idóneo para poder conectar con ellos y con la clase de literatura que escribo que es novela juvenil. Además, los contenidos son muy divertidos, muy dinámicos y muy breves con lo que se llega muchísimo más rápido a ellos y es muchísimo más fácil para mí como autora hacerlos que no YouTube, por ejemplo, que los contenidos son mucho más largos y a mí, particularmente, me resultan más tediosos. Y por eso lo elegí y realmente no me arrepiento es algo que además como creadora engancha mucho y puedo llegar a comprender el alcance que tiene entre los jóvenes.

### **Y como usuaria y como creadora de contenidos ¿te fue difícil la transición de otras redes sociales hacia TikTok?**

Lo más difícil fue superar al principio, los primeros días la timidez y la vergüenza por grabar una serie de videos que eran muy divertidos y muy graciosos porque en Instagram o en redes sociales impera más la fotografía. En TikTok tienes que contar pequeñas historias que sean divertidas, pequeñas bromas que llegan a gustar a todos y que todo el mundo las comprende. Pero grabarlas requería esa dosis de valentía y de broma y en realidad al final acabas por darle un poco al truco y acabas por engancharte. Y son videos que entiendo que llegan muchísimo porque te sientes completamente identificada con ellos así que ahora me resulta muy fácil hacerlos y muy fácil utilizar esta red social.

### **¿Puedes contarme cómo es el proceso de creación de tus videos?**

Creo que TikTok es como crear pequeñas historias en base de mimo con música. Siempre en esa red social hay una música que impera otra o algunos sonidos o música original que es tendencia o que todos utilizan por alguna razón. Utilizo esa música o esos sonidos para crear una pequeña historia o un pequeño cuento con el que todos podamos sentirnos identificados, con el que haya una empatía o haya inmediatamente una relación porque todos alguna vez lo hayamos vivido o hayamos hecho ese pequeño cuento o historia y así poder conectar con, solamente con el público joven, sino con todos en realidad y poder llegar a ellos más fácilmente, pero de un modo además divertido y bromista. Creo que es la clave para llegar a este público tan joven y contactar con ellos.

### **Y ¿cómo te ha ido con la edición? ¿Te ha sido difícil? ¿Usas solo las herramientas que ofrece TikTok o también otras?**

Sí, todo depende de la pequeña historia que quiera contar en ese momento y se me ocurra, porque hay que tener una inspiración increíble para que vayan viniendo a la mente ideas para poder hacer y llevar a cabo. He tenido que descargarme aplicaciones, por ejemplo, para poder utilizar videos de series o películas cuyos personajes pues están muy boga o también utilizar aplicaciones de grabadora y de edición de videos para descargar audios también de otras series o películas que venían bien con el propósito de crear esa historia que quiero contar. Es cierto que TikTok tiene todas las herramientas que creo que son necesarias, pero a veces llegan a ti ideas que requieren de una ayuda extra.

**Comparado con otras redes sociales ¿qué ventajas crees que tiene TikTok para el usuario y el creador de contenido?**

En el ámbito concreto de la literatura creo que en TikTok se ha creado una comunidad increíble y excepcional de lectores muy jóvenes, concretamente muy jóvenes, que no solamente se animan entre ellos a leer, sino que fomentan ese amor y esa pasión por los libros. Y en cuanto a creación de contenidos directamente relacionada con los escritores o con los autores, precisamente por esta juventud en el caso concreto mío de literatura juvenil es un trampolín y una plataforma increíble con la que también hacerse publicidad hacerse notar, hacerse ver y estar en contacto con esos lectores. No solamente para promocionar tus libros sino también para ver cuáles son sus gustos, cuáles son sus pasiones, sus aficiones en cuanto a la literatura y sobre todo estar en contacto con ellos y a su mismo nivel que es lo importante.

**¿Consideras que tu contenido aporta a la promoción de la lectura?**

Sí. Conozco a muy pocos escritores que trabajen con la red social TikTok y creo que es una buena manera, no solamente para promocionar nuestros propios libros sino para promocionar los libros de los demás. Creamos una comunidad, una red no solamente de creadores sino de consumidores, de lectores y en mi propio contenido no solamente hablo de mis libros sino de otra literatura que también consumo y que quiero que los demás conozcan. Y además nunca hablaré negativamente de ningún otro libro porque siempre mi propuesta es dejar ver que la literatura es arte, no es ningún tipo de examen al que poder calificar todos tenemos nuestros propios gustos y siempre tiene que haber, incluso en esta red social, libertad para poder expresarse. Y en TikTok encontrado esa libertad, unos gustos muy variados y que todo el mundo tiene esa libertad para poder compartirlos

**Y eso es lo positivo porque atraes a todo tipo de personas. ¿Puedes contarme algunas de tus interacciones con tus seguidores?**

Todavía estoy muy nueva en TikTok creo que lo tengo hace dos o tres meses solamente. Pero sí es cierto que me ha bastado ese tiempo para que mucha más gente me conozca gracias a esa red social y haya llegado a descubrir mis libros, a comprarlos, a leerlos y a contactar conmigo a través de aquí para decirme cuánto les ha gustado y que piensan leer los que tengo publicado anteriormente y los que publicaré en un futuro. Creo que todos entendíamos que esta red social servía solamente para desafíos, para bailes, para bromas y estamos empezando a descubrir tanto editoriales, como librerías, bibliotecas qué es un amplificador increíble y maravilloso para llegar a todo tipo de público y que es una buena manera de promocionar y, digamos, fomentar todo el ámbito de la lectura en la gente joven que son los que realmente más lo necesita.

**Muchas gracias por tu tiempo y las respuestas, esas son todas las preguntas.**

### **Entrevista 8**

**Nombre de usuario en TikTok: karolz.mora**

**Edad: 20**

**País: Ecuador**

**Fecha: 10/05/21**

**¿Puedes contarme cuándo y cómo comenzó tu gusto por la lectura?**

Mi gusto por la lectura en sí comenzó en el 2012. Terminaba de ver algunas películas de Harry Potter y descubrí que eran basadas en libros, entonces decidí salir con mi padre a buscar los libros porque quería conocer más en ese mundo literario, pero no los encontré. A su vez encontré otros libros que me llamaron la atención, era la saga de Oscuros de Lauren Kate y fue de los primeros. Fue el primer libro que leí, en sí la primera saga de libros que leí y ahí empezó mi gusto por la lectura.

**¿Cuáles géneros o temas son tus favoritos?**

Puedo leer cualquier género, pero el que más me gusta es el género de fantasía mezclado con un poco de romance.

**Y ¿consumes algún tipo de contenido relacionado con libros y lectura en redes sociales?**

Sí, sí consumo contenido aparte sobre libros. Sobre todo, lo que es Instagram y TikTok que son plataformas en donde hay comunidades como es de TikTok se encuentra booktok y en Instagram se encuentra bookstagram y son comunidades grandes. De allí conozco a la mayoría de mis amigas que son de otros países y de ellas sí consumo el contenido de libros y todo eso y recomendaciones. También llegué a consumir el contenido de booktube que es referente a libros, pero en YouTube.

**Me has mencionado que puedes leer cualquier género, pero ¿tu contenido está relacionado con tus gustos como lectora? o quizás a partir de la interacción con tus seguidores, ¿te has animado a leer o crear en base otros géneros o temas que antes no habías considerado?**

La verdad en sí el contenido que hago casi siempre se basa en lo que a mí me guste, porque si es que yo me obligo a leer algo ya me he dado cuenta de que yo solita me pongo en un bloqueo lector y no puedo leer nada. Así que se basa en lo que a mí me gusta. Pero si hablamos en sí de la opinión que me han dado mis seguidores, por ejemplo, ellos me animaron a leer lo que es 'A través de mi ventana' que ahorita ya mismo va hacer una adaptación en Netflix y también algunos libros y fanfiction que antes no me animaba leer porque simplemente no me ha llamado la atención. Pero como ha sido mucho la recomendación o las referencias, más bien dicho, que me han dado de sus libros entonces me animado a leer algunos géneros de terror o fanfictions históricos. También el último libro que me dieron mis seguidores de leer era el 'Club de las 5 de la mañana' que no es

un libro de romance, simplemente como que de ayuda para llevar un mejor estilo de vida y es como que el hecho de interactuar con más lectores te abre la mente a leer más, a leer otras cosas también.

### **Has comentado sobre el bloqueo lector ¿podrías explicar qué es?**

Bueno en sí un bloqueo lector te puede dar por dos razones. Una que es por el hecho de cuando te obligas a leer algo que no te gusta tu mente como que dice no, hasta aquí y dejas de leer. Literalmente no puedes leer nada porque te estás obligando a leer. Y también cuando has leído un libro demasiado bueno que te da miedo leer otro libro que no sea tan bueno como el que acabas de leer. Así que por esas dos razones te puede dar bloqueo lector que literalmente no puedes leer nada de nada porque simplemente no te nace y la trama te empieza a parecer, a veces, o aburrida o no sé es como que inconsistente más o menos la trama y no te engancha las cosas. Entonces eso es un bloqueo lector.

### **Y sobre TikTok ¿por qué la elegiste como plataforma para compartir tus videos?**

Elegí TikTok porque, como la mayoría de personas, también me descargué la aplicación cuando entró la pandemia. Y vi que había una comunidad variada en lo que era creadoras de contenido acerca de libros. Y también el hecho de que empezar a publicar cosas en internet de uno mismo hablando, uno mismo dando una opinión es muy difícil o sea se hace muy difícil y yo vuelta no quería comenzar en Instagram ni en YouTube porque sentía como que un poco de vergüenza y sentía que todo el mundo me iba a ver directamente. Pero en TikTok como recién me había creado la cuenta y nadie sabía que tenía una cuenta de TikTok dije voy a empezar a publicar por aquí y me animé. Y después de varios meses que en si ya tuve la cuenta de TikTok funcionando justo cuando llegué a los 10000 seguidores dije como que está bien voy a unir mi Instagram a mi cuenta de TikTok. Pero después otra vez como que dije no no, no. El mismo hecho de que mis amigos supieran o alguien supiera que tenía una cuenta de mí así exponiéndome públicamente como que sí me daba miedo. Pero al final uní mi cuenta de Instagram y aunque mi Instagram no era para hablar de libros ahora recién como que lo estoy transformando en un bookstagram pero todavía no es algo concreto, pero lo estoy intentando.

### **Ojalá lo hagas cuando puedas. Y entonces ¿no usas otra red social donde compartas videos o reseñas?**

Por ahora sí está por el hecho de que ahora estoy más en TikTok. Y también es un poco difícil también llevar como que dos o tres cuentas distintas aplicaciones sobre libros porque hay que tener constancia porque en sí TikTok, Instagram, YouTube todas son redes sociales que necesitan constancia porque si no públicas en TikTok a diario, en Instagram a diario o en YouTube por ejemplo cada semana las propias plataformas como que empiezan a esconder tu contenido. Así que, si es un poco complicado, pero actualmente en Instagram ya estoy empezando a subir lo que son mis reacciones primero con libros y tenía planeado ya empezar a subir algunas de mis reviews de libros y empezar a publicar el contenido que tengo en TikTok pero ahora en Instagram pero poco a poco.

### **Desde la perspectiva de usuario ¿te fue difícil la transición de otras redes hacia TikTok?**

La verdad es que no porque es por el mismo hecho de que los algoritmos la manera en que funcionan y todo, a mí por ejemplo se me hizo muy fácil. O sea, al entrar en TikTok empezar a ver contenido de libros y lo que sí se hace difícil es posicionarse para que la gente te vea por decirlo así. Yo siempre he dicho que por ejemplo la competencia es buena porque te incentiva, incentiva a todos los creadores de contenido a hacer mejor contenido. Pero para los que son nuevos o están recién empezando si se les complica un poco todo esto de crear contenido. Pero a mí no se me hizo difícil la verdad. Por ahora TikTok incluso es una de las redes que más utilizo para lo que es contenido del libro, después de esta Instagram y al final está YouTube.

### **¿Puedes contarme cuál es el proceso de creación de tus videos?**

En sí para crear cualquier vídeo que vaya a publicar primero lo que hago es e no obligarme a publicar nada si no quiero, porque si me obligo a publicar algo se empieza hacer como que.. Yo lo utilizo TikTok como una distracción, como un pasatiempo pero si yo me empiezo a obligar a publicar algo simplemente me voy a terminar cansando y voy a terminar abandonando qué es lo que he visto que muchas personas han hecho en TikTok. Y en sí lo que hago es scrollear por la aplicación y encuentro un audio o cualquier cosa por ejemplo que me recuerde alguna referencia de Wattpad o de libros en sí y lo planeo y mi mente cómo lo quiero hacer, lo ejecuté y después pido la opinión de otras personas para ver si es que les gusta esa idea o no. En lo que es reseñas de libros por el diferente ya cuando no son sólo referencias de libro sino ya es una reseña, primero planeo o sea tomo en cuenta todos los aspectos que quiero decir porque lo que me pasa a mí, no sé si a muchas personas también, para a mí se me pueden salir como que alguno que otro spoiler. Así que primero tengo que hacer como una lista de lo que puedo decir que esté en los primeros capítulos o en la sinopsis y que no sea un spoiler, organizo mis ideas y ahí si hago la reseña.

### **¿Qué tal te ha ido con las herramientas de edición que ofrece TikTok? ¿Usas solo esas o también otras aplicaciones?**

La verdad es que para mí las herramientas de TikTok creo que son suficientes para mí. He visto a muchas otras creadoras utilizar más herramientas o más aplicaciones, pero para mí es demasiado tiempo como descargar un video, editarlo y volverlo a subir porque siento no tendría tampoco el tiempo. Así que yo simplemente me ayudó con las herramientas de TikTok no más. Si me ayudara con otras herramientas probablemente sería mucho más tiempo que ocuparía para cada video que quiero hacer y mi carrera universitaria no me lo permitiría tampoco.

### **Y ¿qué ventajas crees que tiene TikTok para el usuario y el creador de contenidos comparado a otras redes sociales?**

La verdad es que no creo que tenga tantas ventajas la una sobre la otra, porque creo que cada persona puede crear su comunidad de cualquier manera. Pero el hecho de que tal vez es porque TikTok ahorita está haciendo una aplicación que es más utilizada que Instagram o que YouTube creo y el algoritmo de TikTok es mucho más bueno para los usuarios que para los creadores de contenido creo, porque para los usuarios el algoritmo de TikTok logra ver lo que les gusta y les pone eso en su For Your Page y en sí es más fácil para los que consumen contenido que para los creadores. Porque para los creadores es más difícil por el hecho de que hay que ser constante todos los días y hay que subir buen contenido.



**¿Tú consideras que aplicar elementos como sonidos, hashtags o filtros influye en el alcance de tus videos o es aleatorio?**

No definitivamente el hecho de que uses un hashtag ayuda más porque por lo mismo el algoritmo de TikTok empieza a mostrar a los usuarios lo que ya a ellos les ha gustado con tal vez otro mismo tipo de hashtag. Y también es el hecho de que si uno por ejemplo quiero hacer una reseña, como es en mi caso, yo no puedo dejarle simplemente como que el tono de vacío y silencio por detrás de la voz de uno. No es tan agradable a veces o por ejemplo para mí, siendo un consumidor de contenido, no se me hace tan agradable simplemente escuchar la voz y sin nada, o sea sin nada por detrás por decirlo, así como un sonido base. Así que yo uso también sonidos base por decirlo así. Pero todo eso no va a funcionar de nada si utilizas sonidos bases y si utilizas hashtag si es que el contenido no es bueno en sí. Por ejemplo, puedes utilizar do hashtag: booktok y lectores; sólo esos dos y si tu contenido es bueno va a llegar a las personas que tenga que llegar y si tu contenido es malo no importa que utilices un sonido de fondo, no importa que utilices un montón de hashtags a veces simplemente no le va a llegar a los a los usuarios. Aunque a veces también, como te digo, el algoritmo de TikTok te puede castigar si es que no eres constante por decirlo así y por ejemplo si te quedas una semana sin publicar nada TikTok cuando vuelvas a publicar en TikTok ya no es igual porque no muestra tu contenido a todos tus seguidores, como que lo oculta.

**Eso de que TikTok oculte tus contenidos por motivos de constancia ¿lo dices por experiencia propia? ¿te ha pasado eso?**

Si lo digo también por experiencia propia, porque lo he visto también en otras creadoras de contenido y que también han hablado de esto. Por ejemplo, hay una creadora de contenido que nos seguimos mutuamente en TikTok que se llama Mariana BookToker que por ejemplo ella hubo un tiempo en el que literalmente ella ya tenía 100000 seguidores, pero sus videos nunca llegaban a más de 100 visualizaciones, 100 de 100000. Entonces era por el hecho de que, por no estar publicando constantemente, se tomó una semana de descanso y cuando regresó TikTok mismo hizo que, por lo menos los primeros días, su contenido estuviera como que un poco culto y después de nuevo le subió de nuevo las visualizaciones. Y también a mí me pasó en diciembre que me tomé como 3 días, creo que no estuve publicando absolutamente nada y TikTok decidió que era un buen momento para mandarme a lo que decimos nosotros el shadowban.

**Has mencionado sobre videos o contenidos malos, tú como usuaria de booktok ¿podrías describirme lo que considerarías un video malo?**

A ver no quiero entrar en polémicas ni nada [risas] porque por ejemplo yo digo cualquier persona puede ganarse seguidores por lo que hace, porque en sí por ejemplo los bailes o sea son algo entretenido de ver y una persona se puede ganar por eso porque uno se lo va haciendo o sea uno mismo va creando ese contenido y uno se gana el mérito por hacer eso. Pero cuando yo me refiero a un contenido malo no me refiero a un contenido que yo diga “uf no esto es malo”, sino a un contenido que está mal hecho por decirlo así. Un contenido que tiene mala iluminación, que tiene mal audio, que es como que muy lento o cosas así, más que por el contenido en sí sino más bien por la manera en la que procesan al contenido por decirlo así.

**Claro, entiendo. Sabemos que en TikTok el tiempo máximo es de un minuto, desde el lado de booktok ¿piensas que es una ventaja o desventaja?**

Depende a veces puede ser una ventaja y una desventaja porque por ejemplo cuando quieres dar una opinión, pero una opinión concreta sobre algo hay que hacer uno, dos, tres videos para poder dar esa opinión para poder contar algo si es que la historia es muy larga. Pero el hecho de que sea sólo un minuto también te obliga a ser más dinámico. Por ejemplo, en lo que es mi perfil en si yo tengo en mi propia sección qué es 'Recomendando libros en menos de un minuto' que literalmente recomiendo libros en 30, 45 segundos y lo mío es muy dinámico por el hecho de que igual como TikTok tiene límite de un minuto hay que hablar rápido, hay que hablar concreto, sin trabarse y eso le ayuda también a que la persona se interese por la historia porque le dices lo esencial y lo interesante.

**Y ¿consideras que tu contenido aporta a la promoción de la lectura? y ¿de qué manera?**

Yo creo que sí porque yo creo que cualquier contenido que se haga en booktok o que se haga acerca de libros contribuye a lo que es la promoción de la lectura porque, vas a ver, también lo dije en un TikTok hace un tiempo que por ejemplo el hecho de que el libro de Ariana haya salido de Wattpad a libro en físico y luego a película es en sí ...por ejemplo de que haya salido a libro en físico se debió gracias a lo que son las lectoras que estuvimos en Wattpad y luego ya logramos que sacaran en físico por la Editorial Naranja. Pero por ejemplo el hecho de que saliera a película, eso ya fue más gracias a TikTok y a las que son las creadoras de contenido que se encargaron de difundir la historia y de hacer que llevara tanto hype para que Netflix le diera como que luz verde o que le diera ojo a la historia para pasarla a adaptación. Obviamente esto sin olvidar, como dije también en mi TikTok, que también esto es gracias al trabajo de Ariana pero también tiene en sí parte que ver la comunidad de sus lectoras que hemos estado ahí como que dándole y dándole y dándole a promocionar su historia una y otra vez. Por ejemplo eso pasó con 'Heist' que salió recientemente el año pasado pero ya está saliendo ahora en físico que es porque también muchas lectoras empezamos a leer, empezamos a hacer como que parodias de la historia, reseñas, reviews y así mismo como que contribuye al hecho de que crezcan autores y también se conozca más sobre la lectura.

**¿Qué tan positiva es la respuesta de tus seguidores frente a tu contenido? ¿A qué elementos lo podríamos atribuir?**

La verdad es que para ser sincera la comunidad booktok creo que es una de las comunidades más bonitas, más sanas que he conocido en toda mi vida porque los comentarios que recibes son comentarios buenos, comentarios lindos, comentarios de apoyo. Nunca vas a ver así en videos que hace un booktoker que le comenten cosas feas o que le comenten como que le tiren hate porque la mayoría de lectores literalmente nos apoyamos unos entre otros y también entre creadores nos apoyamos unos entre otros. Y así que es una comunidad muy linda, nada tóxica y eso es lo bueno. Pero en sí está el problema vuelta de cuando tus videos se hacen virales. Lo malo de cuando tus videos se hacen virales es que no solamente la comunidad de booktok los ve sino que también los ven personas de que no son lectores, que no les interesa la lectura, ni nada de eso y ahí sí es cuando a una persona le puede llegar hate porque por ejemplo a mí un video se me había hecho viral hace algún tiempo y creo que un señor que no sé qué religión sería, literalmente empezó a comentar como que esas cosas que yo estaba recomendando no

eran cosas de la Biblia o algo así era, no me acuerdo. Pero mis propios seguidores fueron los que le respondieron a él y ahí es cuando uno mismo tiene que ponerse en el papel de ver si es que vale la pena responder o no responder ciertos comentarios.

**¿Y alguna vez te ha pasado lo contrario? ¿Alguna vez te han escrito o comentado personas que no tienen el hábito de leer o no les gusta y gracias a tus videos se han animado?**

Sí la verdad es que sí me han llegado mensajes de personas que me dicen “acabo de ver un vídeo tuyo recomendando un libro”, lo que te digo eso de ‘Recomendando libros de menos de un minuto’. Me llegan como “acabo de ver un video tuyo y la verdad es que me animaste a leer, me podrías recomendar algunos libros para empezar a leer” y entonces ya tengo yo como que armada una lista de libros que recomiendo si las personas que recién están empezando. Porque sí, sí me han llegado algunos mensajes, ahora más que como te dije recién también como ya ligué mi Instagram a mi cuenta de TikTok entonces ya me están llegando más mensajes a veces de personas que dicen que quieren compartir una opinión conmigo o que necesitan alguna recomendación o alguna reseña chiquita de un libro que deseen leer en ese momento.

**Gracias, esas son todas las preguntas.**

## Entrevista 9

**Nombre: Valeria Cárdenas**

**Nombre de usuario en TikTok: soyvaleriarossi**

**Edad: 17**

**País: Perú**

**Fecha: 19/05/21**

**Hola Valeria, ¿puedes contarme cuándo y cómo comenzó tu afición por la lectura?**

Claro. Yo inicié leyendo desde muy pequeña, mi mamá me compró estos libros de clásicos de los hermanos Grimm y también Las mil y una noches y esos fueron mis primeras historias. Ella me las contaba cuando yo me iba a ir a dormir y luego yo empecé, en mi intento también de poder entender, los empecé a aprender de esta manera con un Coquito que es un libro pequeñito que te enseña cómo escribir, cómo leer. De esta manera mi mamá me fue enseñando y yo también fui aprendiendo, y bueno me fascinó todo este mundo historias y mi mamá me empezó a comprar muchos más libros. Y cuando ya me había acabado todas las historias que había en casa me ponía a leer las guías telefónicas, el diccionario que teníamos en casa, recuerdo que el diccionario me lo leía y descubría nuevas palabras y así expandía mi vocabulario mucho más para poder entender estos clásicos porque los hermanos Grimm pues tienen palabras bastante difíciles que no suelen estar en el vocabulario de niños pequeños, entonces yo misma las buscaba en el diccionario Océano que tenía.

**Y, ¿cuáles son tus géneros o temas de lectura favoritos?**

Me considero una lectora versátil y por ello me gustan muchos géneros literarios. Sin embargo, mis favoritos y si tuviera que leer esos por el resto de mi vida, serían fantasía romance, crimen y libros para niños son varios lo sé pero en sí me encanta leer de todo y luego desde clásicos hasta libros muy contemporáneos y de romance y también el libros de plataformas como Wattpad que son libros juveniles en mayoría.

**Aparte de Wattpad, ¿consumes algún tipo de contenido relacionado a libros o lectura en otras plataformas o redes sociales?**

Si me encanta hacer contenido en TikTok sobre libros y también verlo e involucrarme en la comunidad de BookTok que es la comunidad lectora de TikTok. Y además en cuanto a la lectura a través de redes sociales bueno Spotify es una aplicación de música donde también puedes encontrar podcast y entre los podcast se pueden encontrar muchos audiolibros y he disfrutado muchas lecturas; creo que es una manera bastante ágil para ponerse al día con alguna lectura que tenemos pendiente o que tal vez pueda ser muy pesada, entonces esto lo aligera y además es muy fluido y se encuentran podcast de libros juveniles, clásicos, thrillers. La verdad es que me he quedado maravillada con toda la cantidad de lecturas que podía encontrar allí y he podido disfrutar.

**Y ¿creas contenido relacionado únicamente a tus gustos como lectora?**

Normalmente siempre me centro en los libros que he leído y estoy leyendo, sin embargo también hago contenido diverso por ejemplo justo entre en este mundo de Wattpad. Yo formaba parte de la comunidad desde hace mucho tiempo, pero un tiempo lo dejé porque me estaba concentrando en estudios y debates porque pertenecía al Modelo de Naciones Unidas aquí en Lima Perú y pues tuve que dejar un poco la lectura. Sin embargo, regresé a Wattpad y justo mis seguidores me empezaron a recomendar ciertos libros y muchos de ellos me han fascinado y justo he empezado a comentar de ellos. Y además encontré un área en TikTok que vendrían a ser las bibliotecas y librerías de distintos países que son súper hermosas y realmente quedé fascinada y sentí mucho apoyo por parte de mis seguidores y les gusta mucho. Es así como no solamente me fijo en la literatura en nuestra vida sino también en nuestro estilo de vida, las cosas que amamos como por ejemplo el arte, la historia y realmente me fascina compartir ese contenido con ellos. Son algunas cosas que a mí me gustan y me agradan y pues es lindo encontrar personas a las que también les encanta esto y poder formar una comunidad junto a ellos.

**¿Por qué elegiste TikTok como plataforma para compartir tus vídeos?**

Pues TikTok es una plataforma bastante dinámica, los audios, los efectos, todo lo que puedes usar; además que es una comunidad bastante amplia. Entonces por el gusto de las personas puedes llegar a ellos y eso es genial porque tiene un algoritmo muy especial y que también ayuda muchísimo a los creadores de contenido. Entonces empecé a subir mi contenido, al inicio era bastante variado pero finalmente encontré el rumbo. Siempre inicié con lectura pero luego fue cambiando y por ejemplo de un lado también los libros de Harry Potter y por allí inicié con más fuerza porque justamente es una de mis sagas favoritas. Y bueno, así fui creciendo y también expandiéndome a otros rubros para hablar de libros de fantasía, libros de ciencia ficción y tal .

**Y aparte de TikTok, ¿usas alguna otra red social donde compartas contenido?**

Sí, aparte de TikTok uso Instagram, Facebook, YouTube. En YouTube subo Wrap Ups mensuales donde hablo de los libros que leí cada mes y también una que otra novedad. En Instagram sí estoy súper constante porque subo un montón de historias diario, al igual que en Facebook porque ambos se sincronizan, entonces todos mis posts en Instagram también se comparten en Facebook. Y bueno, más que todo en Instagram tengo una mayor cercanía por lo del chat porque responden a mis historias y a veces me preguntan dónde pueden conseguir los libros o algunas recomendaciones, entonces hay una mayor cercanía por ahí.

**Quizás alguna de estas redes que me mencionas las empezaste a usar antes que TikTok, ¿te fue difícil esa transición desde estas redes sociales hacia TikTok como usuaria y como creadora de contenidos?**

Si eso es cierto, yo tenía ella mis cuentas de YouTube, Facebook e Instagram abiertas pero ya usaba TikTok desde antes. Entonces cómo me acostumbré de cierta manera al formato así fue como que pude adaptarme mejor a la plataforma, también ver cómo los sonidos de moda y tal, entonces ir aprendiendo algunas cositas sobre el algoritmo y cómo funcionaba. Y así también poder como que no hacer como el mismo contenido, pero darle como un valor agregado a algo divertido, o sea intentar mostrarlo de una manera atractiva el contenido que yo compartía en otras redes sociales como por ejemplo Instagram.

**¿Puedes contarme un poco cómo es el proceso de creación de tus vídeos de TikTok?**

Claro. Normalmente estoy sentada viendo la calle, escuchando música y se me presenta una idea para un vídeo o tengo algunas ideas pensadas de recomendaciones o también me piden ciertas recomendaciones de libros. Entonces, solamente me alisto para grabar preparó el contenido que voy a subir, por ejemplo, si es en cuanto a ciertos libros veo que esos libros, pues obviamente calcen con lo que me pidieron en recomendación y luego grabó el video y editó con imágenes y también con la música y teniendo en cuenta los tiempos y todo eso para que se vea súper armonioso y sea bonito.

**Justo sobre la edición, ¿usas únicamente las herramientas que te ofrece TikTok o también te apoyas en otras aplicaciones?**

Para editar uso meramente TikTok ya que tiene en realidad bastantes herramientas y son muy completas entonces puedes recortar las imágenes, puedes añadir imágenes al video puedes añadir texto y stickers. En realidad, es bastante variado y creo que la aplicación es bastante completa justo para eso para que puedas usar todo lo que tiene para ofrecer.

**¿Qué beneficios o ventajas crees que tiene TikTok tanto para el usuario como para el creador de contenidos a comparación de otras redes sociales?**

Lo que me gusta bastante de TikTok que creo que es un gran beneficio para los creadores y también para los usuarios es su algoritmo ya que no solamente depende de lo que ves normalmente, sino de cómo lo buscas o sea que tú también puedes alterar el algoritmo, lo que aparece en For Your Page interactuando con ciertas personas, con cierto contenido. Bueno, a los creadores nos ayuda también un montón por la música porque también el hecho de que hay una canción viral o que haya un efecto viral puede hacer que en ese

momento como es un trend se vea más en For Your Page y logre tener una mayor visualización y también tener un mayor alcance.

**Desde tu perspectiva, ¿crees que tu contenido aporta a la promoción de la lectura? y si lo crees, ¿de qué manera?**

Si claro, ese es mi mayor propósito y siempre intento hacer llegar la lectura de una manera más divertida, dinámica porque se ha tenido la idea errónea por muchos años que la lectura era algo aburrido, que necesariamente tenían que ser libros muy difíciles, con un léxico complicadísimo, cosa que no es cierto porque ahora hay muchas novelas juveniles y obras clásicas que tienen el léxico muy fluido y que son muy interesantes. Entonces ese es mi propósito, de hacer llegar la literatura, que la gente se enamore del arte, de también lo estético que puede ofrecerles este mundo literario y de nuevo mundos y que puedan en este tiempo de pandemia viajar a través de los libros, porque ahora estamos prácticamente encerrados y algunos aún no pueden salir de sus casas. Entonces, esta es una nueva oportunidad de que ellos puedan descubrir, vivir otras vidas y también puedan divertirse a través de la literatura y que también eso los anime a leer otros libros que son más de cultura o tal vez libros que también nos hablen un poco de historia. Entonces en esa medida también vamos ampliando nuestro conocimiento y vamos haciendo que los más pequeños y los jóvenes se animen a leer y también puedan animar a otras personas y eso está realmente genial.

**Y, para terminar, ¿qué tan positiva ves la respuesta de tus seguidores frente a tu contenido y a qué lo atribuyes?**

Pues ha sido todo muy lindo y estoy muy agradecida por todos los bonitos comentarios porque esta comunidad que tenemos es muy activa y siempre está respondiendo historias, comentado los videos y hay mucho cariño y muchos deseos por descubrir nuevas historias y cada personita que me envía un mensaje o me escribe siempre hay una bonita vibra y puedo entablar conversaciones con ellos. Y creo que lo atribuyó a la cercanía que he podido establecer para que no me sientan como una persona externa a ellos como que muchas veces se tiende a idealizar a los influencers, en este caso yo soy una bookstagramer, booktuber y booktoker entonces mi contenido está más que todo relacionado a libros, pero siempre intento establecer una conexión y hacerles ver una parte más personal de mí. También les cuento como estuvo mi día, algunas cosillas que hago, comparto momentos con ellos y comparto una comunicación activa, entonces creo que también eso forma parte del crecimiento orgánico que han tenido mis seguidores.

**Muchas gracias por tu tiempo para esta entrevista.**

## Anexo 4. Matriz de análisis de contenido




Usuario	Enlace	Portada	Visualizaciones	Comentarios	Likes	Descripción	Hashtags	Sonido	Filtros	Texto contenido	Otros elementos gráficos	Temática según Merga (2021)	Trama del video
butnotwilde	<a href="https://www.tiktok.com/@butnotwilde/video/6956669310165077254">https://www.tiktok.com/@butnotwilde/video/6956669310165077254</a>		2300000	4666	558400	Corto, potente, escalofriante. 📖 Pt. 3	#parati #fyp #libros #booktok #wattpad #lector #booktoker #leer #horror #misterio #literatura	Dance of the Dead - Timothy Chooi"	Cara bronceada	Texto que repite todo el mensaje auditivo.	Imagen de la portada del libro; emoticones	Recomendaciones	El creador de contenido relata la trama del libro de una manera que el usuario que vea el video sienta que es su propia historia. Al final proporciona el título del libro.
butnotwilde	<a href="https://www.tiktok.com/@butnotwilde/video/6960741779691900166">https://www.tiktok.com/@butnotwilde/video/6960741779691900166</a>		1400000	4533	348000	d1: esto no es ni el 30% de la historia d2: el "harta de todo" doble lo entenderán después	#libros #booktok #librosen60s #lector #booktoker #misterio	Dance of the Dead - Timothy Chooi"	Cara bronceada	Texto que repite todo el mensaje auditivo.	Imagen de la portada del libro	Recomendaciones	El creador de contenido relata la trama del libro de una manera que el usuario que vea el video sienta que es su propia historia. Al final proporciona el título del libro.
karolz.mora	<a href="https://www.tiktok.com/@karolz.mora/video/6969642477565365510">https://www.tiktok.com/@karolz.mora/video/6969642477565365510</a>		522000	3322	144700	📖 📖 📖	#booktok #bookworm #booklovers #bookclub #bookish #booknerd #libro #librorest #lectores #lectores #wattpad #libros recomendados #libros #lectora	Dance of the Dead - Timothy Chooi"	Video sin filtros	Texto que repite todo el mensaje auditivo.	Imagen de la portada del libro; emoticones	Recomendaciones	La creadora de contenido da una breve reseña del libro. Al final proporciona el título de este.

Usuario	Enlace	Portada	Visualizaciones	Comentarios	Likes	Descripción	Hashtags	Sonido	Filtros	Texto contenido	Otros elementos gráficos	Temática según Merga (2021)	Trama del video
karolz.mora	<a href="https://www.tiktok.com/@karolz.mora/video/6934400561685024005">https://www.tiktok.com/@karolz.mora/video/6934400561685024005</a>		907000	3018	253700		#booktok #bookworm #booklovers #bookclub #bookish #booknerd #lector eswattpad #lector estiktok #librosrecomendados #libros #lectora #librostiktok	original sound - The Boyces	Video sin filtros	Texto que repite todo el mensaje auditivo.	Emoticones	Recomendaciones	La creadora da una breve reseña del libro. Al final proporciona el título de este.
soyvaleriarossi	<a href="https://www.tiktok.com/@soyvaleriarossi/video/6932966358640643333">https://www.tiktok.com/@soyvaleriarossi/video/6932966358640643333</a>		390900	1977	135500	Día 4 ✨ intentando que #lectores y #potterheads me sigan    Si buscas reseñas literarias sígueme en IG: valeriav_oficial	#book #LibrosEn60s #hp #lectores #potterheads	original sound - ✨ Alex ✨	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Imágenes de una librería; emoticones	Comunidad lectora	La creadora de contenido coloca diferentes imágenes de una librería mostrándola como el lugar soñado de los lectores.
soyvaleriarossi	<a href="https://www.tiktok.com/@soyvaleriarossi/video/6936304467587403013">https://www.tiktok.com/@soyvaleriarossi/video/6936304467587403013</a>		181700	1576	45500	Me encanta hacer estos videos 🥰❤️    IG: valeriav_oficial ✨	#book #lectores #LibrosEn60s #hp #potterheads #libros	original sound - ✨ Alex ✨	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Imágenes de la biblioteca de un convento; emoticones	Comunidad lectora	Respuesta a comentario. La creadora de contenido coloca diferentes imágenes de una biblioteca mostrándola como el lugar soñado de los lectores.
itsgianella	<a href="https://www.tiktok.com/@itsgianella/video/6929272060619263238">https://www.tiktok.com/@itsgianella/video/6929272060619263238</a>		913000	3844	225100	Sin descripción	#wattpadespañol #parati #wattpad #wattpadentiktok #lectoreswattpad #wattpadmemes #lectora sdewattpad #booktok #libros #wattpadst	original sound - Chris	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Emoticones	Respuesta emocional del lector	La creadora imita diversas expresiones y reacciones que tienen los lectores al leer.



Usuario	Enlace	Portada	Visualizaciones	Comentarios	Likes	Descripción	Hashtags	Sonido	Filtros	Texto contenido	Otros elementos gráficos	Temática según Merga (2021)	Trama del video
							ories #wattpader						
itsgianella	<a href="https://www.tiktok.com/@itsgianella/video/6910663040782437638">https://www.tiktok.com/@itsgianella/video/6910663040782437638</a>		145600	2534	43300	Este bailecito	#greenscreen #parati #wattpad #wattpadmeme #booktok #lectoreswattpad #wattpadespañol #wattpadentiktok #libros #fyp	Mahak Hamid - dc mahakhamidd	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Emoticones	Comunidad lectora	Invita a los usuarios a describir una historia de Wattpad con emoticones
belbookss	<a href="https://www.tiktok.com/@belbookss/video/6960441383152864517">https://www.tiktok.com/@belbookss/video/6960441383152864517</a>		393800	947	124700	Ayúdenme a llegar a más gente	#fyp #fy #parati #booktok #librosen60seg #lectores #portadas #traduccion #books #booktok #libroslibroslibros	Nicky Romero & Olivia Holt - Distance	Video sin filtros	Texto que refuerza y corrige partes del mensaje auditivo	Imágenes de portadas de libros; emoticones	Comunidad lectora	La creadora de contenido se expresa en contra de cambio de portadas y traducciones de títulos innecesarias o mal hechas de libros.
belbookss	<a href="https://www.tiktok.com/@belbookss/video/6963405494585330949">https://www.tiktok.com/@belbookss/video/6963405494585330949</a>		62500	471	13400	no me entra todo lo que quiero decir	#fyp #fy #parati #booktok #reseña #atdmv #arigodoy #librosen60seg #libroslibroslibros	Bebe Rexha - Meant to Be	Video sin filtros	Texto que refuerza mensaje auditivo	Emoticones	Comunidad lectora	Respuesta a comentario. La creadora de contenido expresa su opinión acerca de un libro popular.
maellbooks	<a href="https://www.tiktok.com/@maellbooks/video/6926329269471776006">https://www.tiktok.com/@maellbooks/video/6926329269471776006</a>		1300000	652	183400	Historias de amor preciosas	#fyp #foryoupage #books #booktok #booklovers #clasic #booklovers #best #booker	BØRNS - Electric Love	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Video sin otros elementos	Recomendaciones	La creadora de contenidos recomienda libros de romance mostrando sus cubiertas.

Usuario	Enlace	Portada	Visualizaciones	Comentarios	Likes	Descripción	Hashtags	Sonido	Filtros	Texto contenido	Otros elementos gráficos	Temática según Merga (2021)	Trama del video
maellbooks	<a href="https://www.tiktok.com/@maellbooks/video/6919927619999829253">https://www.tiktok.com/@maellbooks/video/6919927619999829253</a>		124900	183	26600	Mejores libros clásicos!! 📖	#fyp #foryoupage #books #booktok #booker #bookclub #booklover #clasic	Duomo - Wildest Dreams	Video sin filtros	Sin texto	Video sin otros elementos	Recomendaciones	La creadora de contenidos recomienda libros clásicos mostrando sus cubiertas.
letebooks	<a href="https://www.tiktok.com/@letebooks/video/6937834641030188294">https://www.tiktok.com/@letebooks/video/6937834641030188294</a>		183000	377	42800	Espero que les sirva 😊	#books #recomendacion #kidstiktok #bookclub #bookie #bookforyou #librosrecomendados #librosromanticos #libroslibroslibros	Synthwave Goose - Blade Runner 2049	Video sin filtros	Video que repite todo el mensaje auditivo	GIFs	Recomendaciones	La creadora de contenidos recomienda libros de acuerdo a un rango de edad. Mientras que hace una breve reseña los va mostrando.
letebooks	<a href="https://www.tiktok.com/@letebooks/video/6861002716420869381">https://www.tiktok.com/@letebooks/video/6861002716420869381</a>		534200	174	54800	espero que te gusten	#llorar #libro #librosrecomendados #libros #bookclub #booktok #bookrecommndations #booktok #booker #books	Yuval Salomon - Nuvole Bianche	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Emoticones	Recomendaciones	Respuesta a comentario. La creadora de contenidos recomienda libros mostrando sus cubiertas
books_hopess	<a href="https://www.tiktok.com/@books_hopess/video/6943205665376619782">https://www.tiktok.com/@books_hopess/video/6943205665376619782</a>		156200	369	28600	La rosa de Hereford de Brenna Watson	#reseña #libros #romance #larosadehereford #parati	Alexander Joseph music - original sound	Video sin filtros	Sin texto	Video sin otros elementos	Recomendaciones	La creadora de contenido relata la trama del libro de una manera que el usuario que vea el video sienta que es su propia historia. Al final proporciona el título y autor

Usuario	Enlace	Portada	Visualizaciones	Comentarios	Likes	Descripción	Hashtags	Sonido	Filtros	Texto contenido	Otros elementos gráficos	Temática según Merga (2021)	Trama del video
													del libro y su opinión personal.
books_hopess	<a href="https://www.tiktok.com/@books_hopess/video/6959608733102083333">https://www.tiktok.com/@books_hopess/video/6959608733102083333</a>		92600	142	29900	Nuevo libro terminado :)	#rutina #libros #parati #fyp	Mozart - Piano Sonata No.11 in a-Major, K. 331: III. Rondo Alla Turca - Allegretto	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Video sin otros elementos	Biblioteca personal	La creadora de contenido muestra la rutina que sigue luego de acabar de leer un libro para incorporarlo en su biblioteca.
sandra_autora	<a href="https://www.tiktok.com/@sandra_autora/video/6929485995788242181">https://www.tiktok.com/@sandra_autora/video/6929485995788242181</a>		106100	89	9935	Sin descripción	#lectoramaniaca #casadepapel #bellacio #libreria #bookstore #tiktokbook #libros #bookworm #librosen60seg #humor	Rasmus Gozzi - BELLA CIAO	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Emoticones	Comunidad lectora	La creadora de contenido se muestra en una librería llevándose varios libros.
sandra_autora	<a href="https://www.tiktok.com/@sandra_autora/video/6930601269363100934">https://www.tiktok.com/@sandra_autora/video/6930601269363100934</a>		17300	50	1683	Sin descripción	#booktokespañol#writersoftiktok #escritoresentiktok#literatura#booktok#bookclub#libreria#lectorestiktok#lovebook#bookshop#booktok#librosen60seg	Hollywood Ringtones - Flashdance: Maniac	Video sin filtros	Texto que reemplaza el mensaje auditivo	Emoticones	Comunidad lectora	La creadora de contenido se muestra en una librería llevándose varios libros.

## Anexo 5. Ejemplo de comentarios recopilados para análisis

**NOTA:** La totalidad de los 35 186 comentarios recopilados se encuentran disponibles en un archivo anexo a esta tesis en el Repositorio de Tesis PUCP

¡Mi personaje favorito, si!!lleva queriendo ese libro hace tiempo~  
 ¡muchas gracias! 🙌  
 ¡No me puedes hacer estooo!  
 ¡NOOOO! Yo la estaba leyendo :'V 😭  
 ¡Off-Campus es una belleza!Son un excelente gusto culposo 😊😊  
 ¡Ojalá vinieras más seguido, @butnotwilde! 😊  
 ¡Qué medio! 😭🙌  
 ¡spoiler en este comentario!  
 ¡Ya ví la película! 🙌  
 ¡🙌! 😊  
 ¿Cómo se llama el segundo libro?  
 ¿se da cuenta de que ? ¿ DE QUE ? AAAAAHHHHH  
 ¿Termian juntos la pareja de enemies to lovers? +18?  
 ¿,Dónde lo encuentro?  
 ¿¿¿podrías recomendarme algo con demasiado drama y romance ???  
 ¿Algo más cliché no había?  
 ¿Alguien conoce una página para descargar los libros en PDF? 😊  
 ¿Alguien conoce una pagina para descargar los pdfs? perdí la página en la que los descargaba  
 ¿alguien de Perú sabe dónde encontrarlo?  
 ¿alguien lo tiene completo?  
 ¿Alguien los tiene en pdf? 😊  
 ¿Alguien me dice cuántas páginas tiene para buscarlo en PDF y así saber si está completo? por favor 🙌  
 ¿Alguien me lo pasa?  
 ¿Alguien me lo pasa? Por favorNo lo consigo  
 ¿alguien me puede decir si terminaron juntos? Es que soy nueva en la lectura ;D  
 ¿Alguien me recomienda una página para leer libros en pdf?  
 ¿alguien puede decirme cómo es la narrativa del libro? ¿sencilla o compleja?  
 ¿Alguien sabe cuantas páginas tiene el pdf o el libro? 😊😊😊  
 ¿Alguién sabe dónde lo puedo leer? lo necesito.  
 ¿Alguien sabe donde puedo leer gratis el primer libro?  
 ¿ALGUIEN TIENE EL EPUB?  
 ¿Alguien tiene los PDF?. 😊  
 ¿Algún libro que te ayude con rupturas amorosas? Porfi!  
 ¿Amamos a Adam? Amamos a Adam pero admitamos que nadie es Team Adam  
 ¿Bully está en español?  
 ¿como busco libros en pdf? es que no los encuentro  
 ¿Cómo de qué nadie? Aquí mi estimado @manemeziux da muy buenas recomendaciones  
 ¿cómo encuentro la película? 🙌  
 ¿Como lo consigues en pdf a un libro?  
 ¿cómo no lo voy a averiguar si es mi libro favorito? amé como lo describiste JAJAJAJA

## Anexo 6. Ejemplo de comentarios sometidos a análisis de sentimientos

**NOTA:** La totalidad de los 31 053 comentarios analizados se encuentran disponibles en un archivo anexo a esta tesis en el Repositorio de Tesis PUCP

Level	Text	Score tag	Agreement	Confidence
Sentence	"Aparentemente normal" ahí lo supe, el mejor libro	P+	AGREEMENT	100
Sentence	"El jardín secreto", muchos conocemos la película, pero el libro es una joya!!	P+	AGREEMENT	100
Sentence	"Fngiendo amor" lo mejor 😊	P+	AGREEMENT	100
Sentence	"Mi mundo en tus ojos" Abril Camino, una joyita 🌟	P+	AGREEMENT	100
Sentence	"Tienes muy buenos gustos, este libro es increíble espero y te guste	P+	AGREEMENT	98
Sentence	#TeamAegan ❤️ 📖	P+	AGREEMENT	100
Sentence	#TeamAegan ❤️	P+	AGREEMENT	100
Sentence	#TeamAegan ❤️ 🙌	P+	AGREEMENT	100
Sentence	#TeamNoMeGustoYNoLoTermine no me maten	P+	AGREEMENT	92
Sentence	#TeamPapiAegan ❤️	P+	AGREEMENT	100
Sentence	#TeamPierce, me encanta 📖	P+	AGREEMENT	100
Sentence	( ^ 3^ )❤️	P+	AGREEMENT	100
Sentence	(el que me hizo entrar AL MARAVILLOSO MUNDO DE LA LECTURA)	P+	AGREEMENT	100
Sentence	:))	P+	AGREEMENT	100
Sentence	:,v bueno, otra más a la lista larga que tengo jsjsjs	P+	AGREEMENT	98
Sentence	@.featharuka Estos vídeos me llenan mi lista de libros que quiero leer...	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@_bella_mi_mujer_bld amo encima el apellido de la autora es Reid y el libro es como si fuera un caso *se muere*	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@_susanna_06 está guay :)	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@2huevos.con.ketch justo hoy acaban de bajarse en el que estaba, por infringir derechos de autor.	P+	AGREEMENT	92
Sentence	@aloyne_ se ve bastante interesante.	P+	AGREEMENT	98
Sentence	@anyi_arias26 ya me obsesione necesito leerloooo	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@ariana_arias123 lo mejor que leímos en el colegio :)	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@butnotwilde que opinas de la divina comedia?	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@day.175 lee el primerooo esta bien bueno	P+	AGREEMENT	98
Sentence	@gelato_alcocco me encanta!!	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@ines_imc venga léetelo que se ve guay	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@karolz.mora te voy a etiquetar en algo quiero ver tu reacción a estas joyas 😊😊😊	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@luchy3918 léelo we esta genial	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@lyricsoftaylorswift mi princesa hermosa no me lo e leído pero parece buen libro 😊	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@marianodesposorio aaahhhhhhhh es genial	P+	AGREEMENT	100
Sentence	@melanie.d.g :)))	P+	AGREEMENT	100