

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado



#BookTok, la nueva forma de leer

Una serie de ocho reportajes sobre las tendencias y consecuencias de la lectura en jóvenes para TikTok

Alumna: Inés Benavente Lloréns

Tutor: Félix Arias Robles

Curso Académico 2024-2025



Resumen, abstract y palabras clave

Resumen

#BookTok, la nueva forma de leer es un reportaje seriado que examina cómo TikTok ha revolucionado el consumo de literatura entre la generación Z. A través de una colección de ocho vídeos diseñados específicamente para esta red social, se analiza la influencia del fenómeno #BookTok en los hábitos de lectura, las ventas editoriales y las dinámicas de género en esta comunidad.

El reportaje desmonta el mito de que "los jóvenes no leen", evidenciando que no solo lo hacen, sino que son uno de los colectivos más activos, especialmente en géneros como el fantástico o el romántico. TikTok, plataforma central en la vida digital de esta generación, ha convertido las recomendaciones literarias en auténticos fenómenos de ventas.

El trabajo, con un enfoque narrativo y visual nativo de TikTok, incluye entrevistas a consumidoras, booktokers, editoriales y expertos en redes sociales. Además, a partir de bases de datos de elaboración propia se ha afirmado que son las mujeres, tanto las creadoras como las consumidoras, las protagonizan este fenómeno literario.

Los ocho capítulos que componen el reportaje ofrecen una mirada transversal al fenómeno, abordando desde su funcionamiento como club de lectura virtual hasta los debates más candentes dentro de la comunidad. Entre ellos, destacan la erotización de la literatura juvenil, la presión sobre los autores para mantener presencia digital, y el estrés asociado al consumo constante de recomendaciones literarias.

Este proyecto no solo documenta un fenómeno emergente, sino que también plantea una reflexión crítica sobre las nuevas formas de leer y compartir la literatura en un entorno de inmediatez, hiperconectado, emocional y marcadamente femenino.

Palabras clave: TikTok, recomendación libros, #BookTok, redes sociales, literatura juvenil, generación Z

Abstract

#BookTok, la nueva forma de leer is a multimedia journalistic project that examines how TikTok has transformed reading habits among Generation Z. Through a series of eight short-form videos published on the platform itself, this work investigates the reach and influence of the #BookTok phenomenon on literary consumption, book marketing, and gender dynamics within the digital reading community.

Far from confirming the widespread assumption that young people no longer read, this report reveals the opposite: young readers, especially women, are actively engaged in the literary world, particularly through genres like Fantasy and Romance. These genres dominate the most recommended and best-selling books within the #BookTok ecosystem.

The project combines data analysis, field research, and interviews with content creators, readers, publishers, and social media experts to offer a comprehensive view of this trend. Custom databases created for this study confirm that women are not only the primary audience but also the main drivers of content production and engagement within the platform.

Each of the eight episodes explores a key theme in the #BookTok landscape—from how the algorithm fosters reading communities, to more controversial topics such as the sexualization of young adult literature, the pressure for authors to remain visible online, and the emotional burnout caused by endless recommendation loops.

This project provides both a narrative and analytical perspective on how digital environments are reshaping the way books are promoted, consumed, and valued by a new generation. It highlights how social media has not replaced reading, but redefined it through a format that is fast, emotional, and highly interactive.

Keywords: TikTok, book recommendations, #BookTok, social media, young adult literature, Generation Z

Índice

Resumen, abstract y palabras clave	3
1. Introducción y justificación	7
1.1. Antecedentes.....	7
1.2. Justificación.....	8
1.3. Hipótesis y objetivos.....	9
2. Material y método de trabajo	10
2.1. Fuentes documentales.....	10
2.1.1. Lector del siglo XXI, empresa 40dB.....	10
2.1.2. Barómetro de hábitos de lectura.....	12
2.2. Datos de elaboración propia.....	13
2.2.1. Booktokers.....	13
2.2.2. Libros de #BookTok.....	15
2.3. Entrevistas.....	18
2.4. Estructura del reportaje.....	21
2.5. Referentes visuales.....	21
2.6. Vídeo.....	21
2.7. Materiales de grabación y postproducción.....	22
2.8. Cronograma.....	23
2.9. Dificultades.....	24
2.10. Estrategia de difusión.....	24
3. Contenido del reportaje publicado	27
1. #BookTok, el nuevo club de lectura.....	27
2. Por y para mujeres.....	29
3. Los jóvenes no leemos.....	31
4. Fantasía y romántica, lo más leído.....	33
5. Top 10 libros más leídos al año.....	35
6. Escritoras y redes sociales.....	37
7. Literatura juvenil ¿erótica?.....	40
8. El estrés de leer.....	42
4. Interpretación derivada de la investigación	44
4.1. Análisis de la difusión.....	44
4.2. Consideraciones finales.....	46
Bibliografía	47
ANEXO I: Anteproyecto	50
ANEXO II: Transcripciones de entrevistas	56
Paula Salom y Andrea Just, prosumidoras.....	56
Casa del libro.....	65
Carlota Felipe, editorial Sargantana.....	67
Carlos Azorín, <i>booktoker</i>	71
Álvaro García del Castillo, experto en adicciones a redes sociales.....	80

Alba Zamora, <i>booktoker</i>	84
Lucía Cerezo, escritora.....	91
inlov, editorial.....	95
ANEXO III: Diseño.....	97
ANEXO IV: Cuestionarios.....	104
ANEXO V: Material complementario.....	107



1. Introducción y justificación

1.1. Antecedentes

#BookTok es un fenómeno de recomendación de libros en la plataforma de TikTok. En otras redes sociales como Instagram también existe su equivalente, #bookstagram. Hablar y comentar libros en Internet no comienza con ninguna de estas plataformas, YouTube, con los booktubers, es el inicio de todo ello. En este caso, el objeto de estudio es #BookTok, un tema poco habitual en la prensa, ya que cuando se habla de literatura se suele hablar de una más seria y no de la juvenil y romántica. Sin embargo, existen algunos ejemplos puntuales en los que se puede encontrar este tema.

Hay ciertas cartas a la directora de EL PAÍS en las que se aborda este tema, en [‘Los libros virales de TikTok’](#) (Martín, 2025) se denuncia el comportamiento consumista e inmediato de los nuevos hábitos de lectura. En cambio en [‘La lectura como refugio’](#) (Donoso, 2025) teoriza acerca de por qué la generación Z lee tanto.

Existen reportajes sueltos como [‘BookTok, el fenómeno que convierte libros en best sellers y los jóvenes en devoradores de historias’](#) de LaSexta (Mollà, 2023). Así como el reportaje de [‘Cómo las generaciones Z y alfa se convirtieron en las mejores aliadas de la lectura’](#) (Manrique, 2025), en el que se pone en valor la lectura entre las personas jóvenes, pero no con #BookTok como epicentro. En cambio, en el artículo [‘¿TikTok impulsa la cultura ‘mainstream’ o la emergente?’](#) (Roiz, 2024), se sigue manteniendo en un tono de búsqueda de Literatura, dejando de lado otro tipo de recomendaciones muy importantes de la plataforma, que son las que han creado los fenómenos superventas. El reportaje [“‘Booktokers’, los críticos literarios de internet que están cambiando la forma en la que leemos y compramos libros”](#) (Villalba, 2024) de EL PAÍS sí se acerca más a los temas tratados en mi reportaje, con la generación Z en el centro.

En *Valencia Plaza* también se publicó [‘El fenómeno ‘booktok’: las “nuevas” reglas de la novela juvenil’](#) (Pérez, 2024) en el que se analiza el papel de los *booktokers* en las ventas de libros de literatura juvenil. Además, se hace desde una perspectiva más amplia, situando el inicio de estas tendencias en YouTube.

Otro tipo de contenido periodístico son recopilaciones de listas de los mejores libros del año. En el caso de EL PAÍS, en [‘Los 50 mejores libros de 2024’](#) (Babelia, 2024), el único libro recomendado en #BookTok que se ha colado en esta lista es *Intermezzo* de Sally Rooney, en la posición 47.

Respecto a contenidos en formatos menos tradicionales, no existe un estudio transversal de #BookTok, aunque ciertas creadoras de contenido transmiten su opinión sobre temáticas y problemáticas de la comunidad, como la baja calidad de los libros recomendados o la lectura en diagonal para leer más libros (@irenesauriox, 2024). Mientras que otros dan su valoración de libros recomendados en TikTok en un vídeo mucho más largo que lo que permite la plataforma (@ClauReadsBooks, 2024).

En el caso de contenidos analizando #BookTok desde TikTok, las creadoras de contenido de la comunidad no analizan el fenómeno, pero se posicionan en problemáticas de la plataforma como la mala catalogación de ciertos libros (@eva.logon, 2024). En el caso de la cuenta de TikTok de El Mundo, se realizan ciertos vídeos en los que, sin analizar ni explicar el fenómeno, se recomiendan libros que se han hecho famosos gracias a #BookTok (@elmundo.es, 2025), se explican tendencias

como el binge reading, o atracción de libros, (@elmundo.es, 2025) o, con motivo de la Feria del libro de Madrid, desmontan el mito de que “los jóvenes no leen” a través de una entrevista con un *booktoker* y *booktuber* de primera generación (@elmundo.es, 2024).

En este marco en el que se muestra la escasez del estudio de este tema, especialmente en los medios tradicionales, mi reportaje busca contextualizar este fenómeno y estudiar sus consecuencias, todo ello desde la perspectiva de la propia comunidad. El formato y el lugar de publicación hace que el contenido que se publica pueda ser redundante para la propia comunidad, por lo que explica el fenómeno con expresiones y estilos de #BookTok.

1.2. Justificación

#BookTok es un hashtag de TikTok que, a fecha 9 de marzo de 2025, tenía 48,4M de publicaciones. Dos meses después, ha llegado hasta los 55M. En este sentido, ha aumentado en un más de un 13,6%. Estos datos aislados no son representativos, pero los libros más recomendados de este hashtag se convierten en superventas.

Por ejemplo, dentro de los nueve libros más vendidos en 2024 en la Fnac, se cuelan cuatro que se han hecho famosos gracias a este fenómeno. El libro más comprado en la Fnac son los de la colección *Blackwater* de Michael McDowell que, gracias a un rediseño de la portada y el envío de ejemplares a *booktokers*, se hizo famosa y viral una historia que nació en 1983. En la tercera posición aparece el libro más famoso de #BookTok, *Alas de hierro* de Rebecca Yarros, una novela juvenil de fantasía que ha vuelto a poner a los dragones en el centro de las novedades en las librerías. *Binding 13* de Chloe Walsh se encuentra en el puesto 7, libro al que catalogan como “el *sports romance* más épico, emocional y adictivo de TikTok”. Por último, en la posición 8, llega *Un corazón por Navidad*, una novela de Sophie Jomain.

Si nos fijáramos solo en los más vendidos en 2024 de la [editorial Planeta](#), también repetiría la misma tendencia. En el número 4 encontramos *Alas de Hierro*; en la posición 14, *Donde no puedas encontrarme* de Tamara Molina (@tawiebooks), *booktoker* española con 218.200 seguidores; en el número 18, *Una corte de rosas y espinas* de Sarah J. Mass, una novela de la saga por excelencia de #BookTok ACOTAR. A continuación, le sigue, *Todos los libros que mantuvimos en secreto* de Inma Rubiales, escritora de literatura juvenil, que ha provocado colas interminables en ferias del libro de distintos puntos del territorio; y en la posición 21, *Twisted Love* de Ana Huang, uno de los libros que tiene a la comunidad de #BookTok más dividida.

Con estos datos de ventas, las editoriales envían libros a los *booktokers* a cambio de un vídeo en el que hablen de ese producto. Esta nueva manera de promoción literaria se adapta al momento en el que vivimos. De esta manera, no es de extrañar el número de vídeos que recoge este hashtag; sin embargo, cabe señalar que estos vídeos no tienen limitación de idioma, es decir, da igual la parte del mundo en la que estés, que si quieres hablar de un libro añades esa etiqueta. En el caso de #booktokespañol, hay 879K vídeos publicados en los que el contenido se hace en español, abarcando a cualquier país hispanohablante. Similar a este nos encontramos con #booktokespaña, que, pese a hacer los contenidos en español, sus creadores son españoles y por ello solo cuenta con 218,8K publicaciones.

La influencia, pues, que tienen estos creadores de contenido es más que evidente. Muchos de ellos, también hacen contenido de estilo de vida o *lifestyle*, en el que consiguen crear una comunidad que les es leal y fiel y que sigue sus recomendaciones porque sabe por qué le ha gustado al *influencer* y por qué les puede interesar (o no) a ellos. Es así, por lo que considero que el análisis en profundidad de este fenómeno, contando con todas las partes implicadas, puede dar luz a la evolución del consumo de literatura en un público joven especialmente.

Los libros están destinados para un público joven, por lo que los *booktokers* y la comunidad de #BookTok es joven. Para poder definir qué es joven, me he basado en la división de generaciones, estableciendo la Generación Z como la joven. EL PAÍS y La Ser en el estudio *Radiografía de la lectura en el siglo XXI* han catalogado a la 'Generación Z' "(o Centennials)" como "los nacidos/as entre el año 1997 y el 2012, por lo que los adultos de este grupo tienen actualmente entre 18 y 26 años y se han socializado en un ambiente eminentemente digital que condiciona sus actitudes". Por otro lado los 'Millennials' o 'Generación Y' son los "nacidos/as entre los años 1981 y 1996, por lo que, si bien pueden compartir referencias culturales similares (la gran crisis de 2008 como hito generacional), sus miembros se encuentran en momentos vitales muy diversos". Asimismo, el artículo de Newtral *Boomers, X, millennials, Z y ahora los 'alfa': así se crean las generaciones* refuerza esta división.

1.3. Hipótesis y objetivos

La **hipótesis** central de este estudio establece que la comunidad de #BookTok ha incrementado significativamente la lectura entre jóvenes, especialmente mujeres, promoviendo la literatura romántica y de fantasía. Asimismo, las recomendaciones de libros que se dan bajo este hashtag de TikTok, se acaban convirtiendo en superventas.

A continuación se presentan los objetivos generales y específicos de este trabajo:

Objetivos generales:

- Analizar el impacto del fenómeno #BookTok en los hábitos de lectura de la Generación Z.
- Estudiar la relación entre las recomendaciones de #BookTok y las listas de ventas.

Objetivos específicos:

- Desmentir la creencia de que los jóvenes no leen, contextualizando sus hábitos a través del análisis de base de datos de encuestas publicadas empresas especializadas.
- Evaluar el rol de las mujeres como principales creadoras y consumidoras de contenido literario en TikTok.
- Analizar la influencia de los *booktokers* en las decisiones editoriales y en el marketing de libros.
- Diseñar y producir un repotaje seriado en formato vertical a partir de las tendencias y estructura de los videos de la comunidad de #BookTok.

2. Material y método de trabajo

2.1. Fuentes documentales

2.1.1. Lector del siglo XXI, empresa 40dB

La agencia de investigación 40 dB, cuyos trabajos han sido citados en medios como la BBC o The Economist, ha realizado una encuesta a la ciudadanía española para conocer el perfil del lector del siglo XIX. El estudio ha sido publicado por EL PAÍS y Cadena SER, así como la base de datos de la encuesta.

Dicho estudio analiza el perfil de lector del siglo XXI a partir de elementos como la edad, el género y su contexto socio-cultural. De esta manera, establecen cuatro generaciones: Generación Z (18 a 27 años), Generación Millennial (28 a 43 años), Generación X (44 a 59 años) y Generación Baby Boomer y Silenciosa (mayores de 60 años). Su división ha sido ideal para poder comparar los datos obtenidos de la Generación Z con los de TikTok, plataforma consumida especialmente por esta generación, haciendo un filtrado más exhaustivo y concreto que pudiera ser aplicable a este estudio.

Una de las variables que he analizado es el tiempo de lectura. El estudio señala que “las mujeres leen más que los hombres, especialmente entre los Boomers, la generación más lectora. En torno a uno de cada dos Z lee al menos una o dos veces a la semana”.

En cuanto al **formato** de los libros, también varía entre generaciones, por lo que “los Z también leen en papel, aunque más de la mitad utiliza la tablet y casi uno de dos recurre a audiolibros”. No llega al 20% las personas encuestadas de la generación Z que solo leen en papel, mientras que en el caso de los baby boomers es cerca de la mitad. El formato tradicional es el más leído por todas las generaciones, pero la generación Z es la que más varía, en todas ellas más de un 45% de los encuestados lee en cada uno de los otros formatos. El audiolibro, aunque con potencial para aumentar debido a su fama reciente, es a través del que menos se lee, incluida la GenZ que solo un 34,4% de los encuestados confiesan leer así.

Por otro lado, cada vez se lee más en el idioma original del libro, es decir, “los jóvenes Z y Millennials, marcadamente más propensos a leer en **versión original**, especialmente en el caso de la lengua inglesa. Los hombres Z, quienes más lo hacen”, es decir, casi un 70% de los chicos admite leer libros en inglés, frente a un 45,8% de las chicas. La generación Z es la más habituada a leer en diferentes lenguas, tanto inglesa como las regionales (catalán, gallego o euskera) u otra distinta a las anteriormente citadas. En contraposición, la generación que menos lee en cualquier otro idioma es la silenciosa.

No solo evoluciona el qué leer, sino dónde hacerlo: “Z y Millennials, más propensos a **leer fuera** de casa que la Generación X y los Boomers, especialmente en bibliotecas, cafeterías y librerías”. Un 60% de las personas encuestadas de la generación Z afirma leer en las bibliotecas. Esta generación se mantiene a la cabeza de todos estos lugares y a la cola queda la generación silenciosa. Un 41% de GenZs lee en un establecimiento en el que está esperando a ser atendido; un 48,3% en cafeterías o restaurantes, frente a un 37,1% de los Millennials, la segunda posición; un 48,5% afirma leer en librerías o establecimientos de venta de libros; y un 34,9% confiesa hacerlo en el trabajo, frente a un 3,3% de los Baby Boomers.

Cuando les preguntaron “¿en qué medida te **influyen** los siguientes aspectos a la hora de elegir qué leer?” En la figura 1, se observa que las recomendaciones de *influencers* es lo que menos influye, sin importar la generación. Con la población total de este estudio se establece que el elemento más destacado para influir Bastante-Mucho en la adquisición de un libro es que tenga un premio literario, sin especificar cuál. En el podio también se puede destacar lo que se ve en la feria del libro como un elemento influyente en un 43,4% de esta población. Por último, destacar, que pese a que las recomendaciones personales de influencers estén a la cola, las referencias en redes sociales influye en un 38,1% de los encuestados.

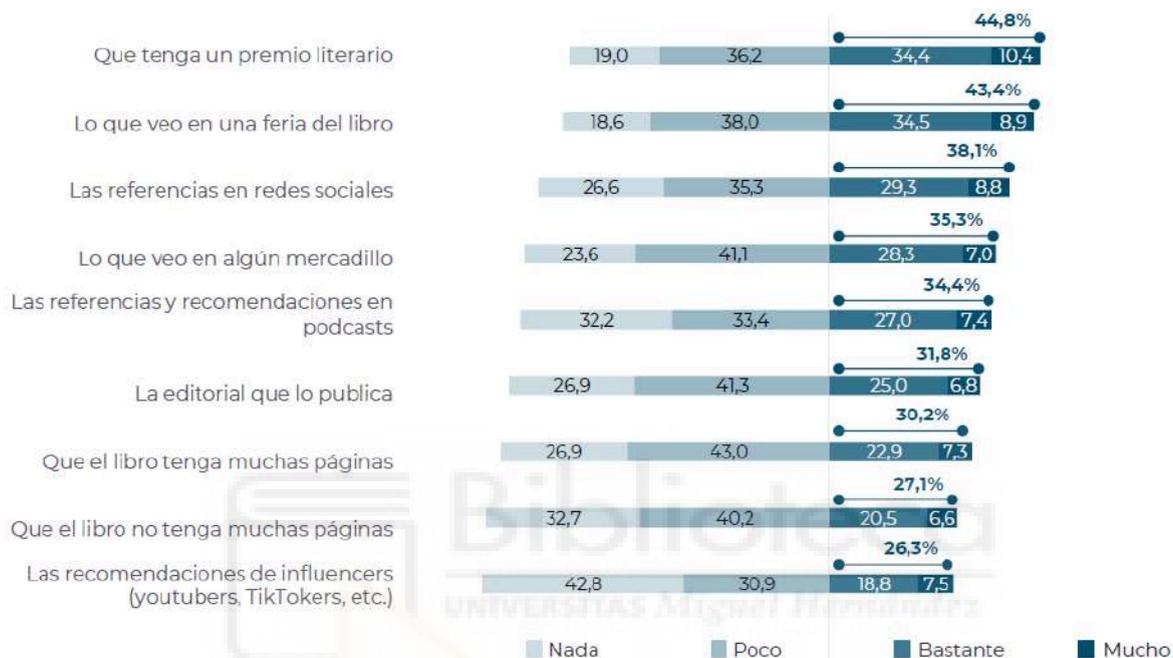


Figura 1. Influencia a la hora de leer un libro (Fuente: 40dB)

En cambio, si me centro en este análisis en la generación Z, la caracterizada como la que ha “socializado en un ambiente eminentemente digital” (Llaneras, 2024), a un 57% de este grupo les afecta Bastante-Mucho las referencias en redes sociales. Así como a un 50% de la misma población les afecta Bastante-Mucho las recomendaciones de *influencers* (*youtubers*, *TikTokers*, etc.).

Además, una de las partes más importantes del estudio para este trabajo son qué temáticas lee cada generación. Así, el estudio sitúa a la romántica en la posición número 11 de temáticas favoritas entre todas las generaciones. Sin embargo, no se corresponde con lo que los jóvenes leen, especialmente este género. Por ello, como la base de datos ha sido construida a partir de las respuestas a un cuestionario, he buscado qué temáticas lee la generación Z. Así, me he basado en la pregunta que más valor tenía es la 25A “Y pensando en libros de ficción, ¿cuáles de las siguientes temáticas lees?” Sus posibles respuestas son: Posibilidades: Aventuras, Ciencia ficción, Costumbrista, Realista, Erótica, Distópica, Fantasía, Histórica, Humor, Infantil y juvenil, Misterio, Psicológica, Policiaca, Romántica, Social, Terror, Utópica. La opción de respuesta en cada una de las posibilidades es 1 (sí) y 2 (no).

Para poder analizarlo, filtré por edad de la generación Z, las personas entre 18 y 27 años. De la población de 227, solo responden a esta pregunta 188 personas. Con esta nueva población, las temáticas más leídas cambian, estando la Fantasía y la Romántica en las posiciones tres y cuatro de esta clasificación, como se puede observar en la figura 2.

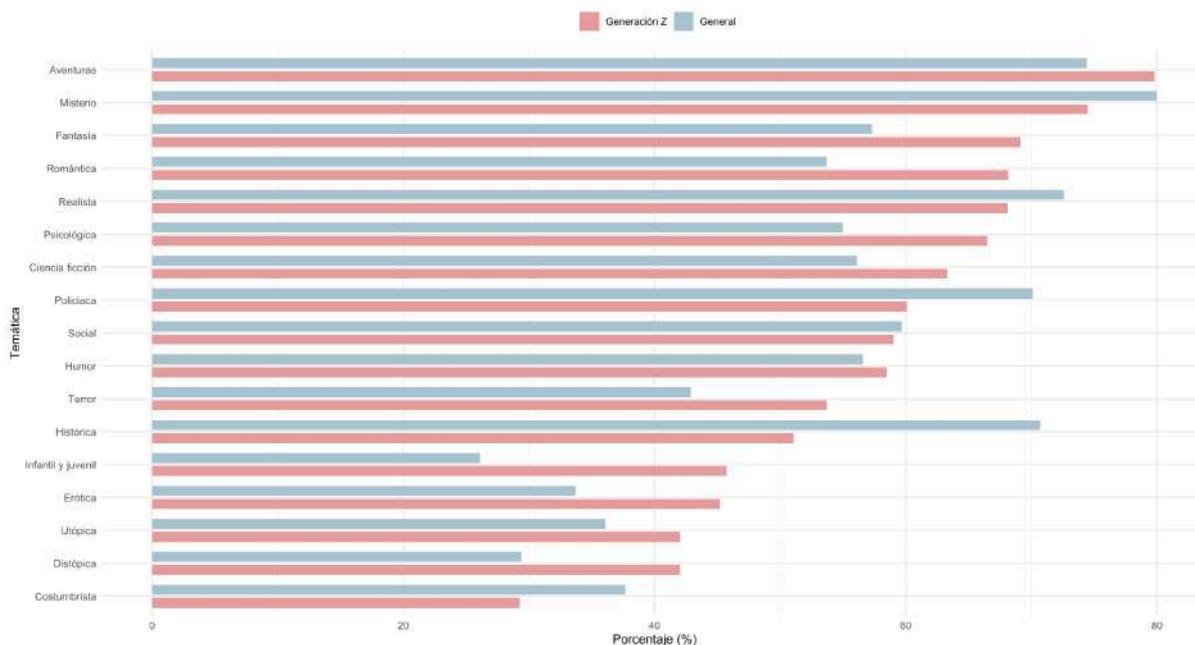


Figura 2. Temáticas más leídas en la generación Z y todas las generaciones (Fuente: 40dB/ Propia)

2.1.2. Barómetro de hábitos de lectura

Para la construcción del reportaje se ha utilizado el estudio en los que se analizan los hábitos de lectura y de compra de libros en el territorio español en el año 2024 (Federación de Gremios de Editores de España, 2025). Este análisis se publica una vez al año desde 2017, por lo que su perspectiva infunde un carácter de temporalidad y evolución que el anterior, del lector del siglo XXI (Llaneras, 2024), no tenía.

La población de la base de datos se corresponde a 4.800 personas con una edad mínima de 14 años. De ellas, afirman ser lectores en tiempo libre un 65,5% de las encuestadas. Las mujeres afirman en un 71,7% que leen en tiempo libre, mientras que solo lo hace un 59% de hombres. Además, de 2023 a 2024 el aumento de mujeres que lee en tiempo libre se ha incrementado en un 3,1%.

El estudio también señala que el grupo de edad de personas que más lee en tiempo libre es el comprendido entre los 14 y los 25 años en un 75,3% y desde 2017, año desde que se hace del estudio, este dato ha aumentado en casi un 5% (4,6%). En este estudio las edades están divididas en tres grupos: de 14 a 25 años, de 25 a 65 años y mayores de 65 años, por lo que los únicos datos relevantes, contextualizados y precisos para el reportaje son los del primer bloque.

Respecto al perfil de lectores, el estudio destaca que las mujeres de población adulta (25 a 65 años) y con estudios universitarios no lee más por falta de tiempo. De la misma manera señala que la preferencia por otros entretenimientos crece entre los hombres y jóvenes.

2.2. Datos de elaboración propia

2.2.1. Booktokers

La primera parte de la base de datos está basada en una investigación en la que se analiza el comportamiento en TikTok de 30 *booktokers* diferentes (Segarra-Saavedra y Torres-Huamanyauri, 2024). Los datos recogidos en este estudio datan de 2021, por lo que muchas de las *booktokers* destacadas en este momento no aparecen ya que no tenían una cuenta, como es el caso de Eva López (@eva.logon). Asimismo, otras cuentas han sido eliminadas o su nombre ha cambiado, por lo que la base de datos debía ser ampliada. Así, hice una búsqueda y recogida de datos de 31 perfiles más. Esta se llevó a cabo en julio de 2024, pero no se recogieron los datos de seguidores y me gusta totales hasta el 16 de septiembre de 2024. A continuación, hice una segunda recogida de datos el 04 de febrero de 2025 para poder estudiar la evolución temporal de los perfiles recogidos.

Respecto a las variables tratadas, la investigación inicial se analizaron, de cada *booktoker*: “Las etiquetas, la biografía, el número de seguidores, personas a las que sigue, me gusta y vídeos publicados”. Asimismo, en un periodo de 60 días, recogieron cada vídeo publicado por cada uno de esos 30 *booktokers*. En esta recogida de datos valoraron “tipo de contenido”, “duración del vídeo”, “identificación de contenido publicitario”, “a qué público está destinado”, “género literario”, “etiquetado de usuarios y número de etiquetas” y “interacciones: número de comentarios; likes; compartidos; visualizaciones”, entre algunos. En este sentido, los datos que he destacado para la creación de la base de datos propia son los me gusta y los seguidores.

Lo interesante de este estudio, además de reseñar que el tema estudiado es relevante, reside en la lista de *booktokers* a los que analizaron (Segarra-Saavedra y Edith Torres-Huamanyauri, 2024). Así, esta lista es un punto de partida perfecto para comenzar el análisis.

Esta lista final se compone de 44 *booktokers*, de los que recogí y analicé los datos de los seguidores y *likes*. Así, un 90% de los *booktokers* son mujeres, es decir, solo hay cuatro hombres dentro de esta clasificación. En el [Anexo V](#) se encuentra la tabla final con los 44 *booktokers* estudiados y sus datos de likes y seguidores de la recogida de datos de 2022, en su caso, 2024 y 2025.

Por otro lado, para hacer una comparación entre la evolución de los seguidores de los *booktokers* entre los datos de 2022 (Segarra-Saavedra y Edith Torres-Huamanyauri, 2024) y los de 2025, se han analizado a 16 usuarios, tras eliminar aquellos que habían cerrado su cuenta. En este sentido, en la figura 3 destacan las cuentas de @andreorowling, @fantasyliterature, @anhelbooks y @talibookclub como las que han aumentado en más de un 100% su base de seguidores en este periodo.

Asimismo, la otra variable analizada, los *likes* o me gusta acumulados en la cuenta de cada usuario, muestra a @maryam.and.books, @anhelbooks, @talibookclub y @andreorowling, @fantasyliterature como las únicas de que han obtenido un crecimiento Alto de más del 100% de me gusta en su perfil. En la figura 4, se puede percibir que la que ha obtenido un descenso menor, del 5%, es @patriciabema.

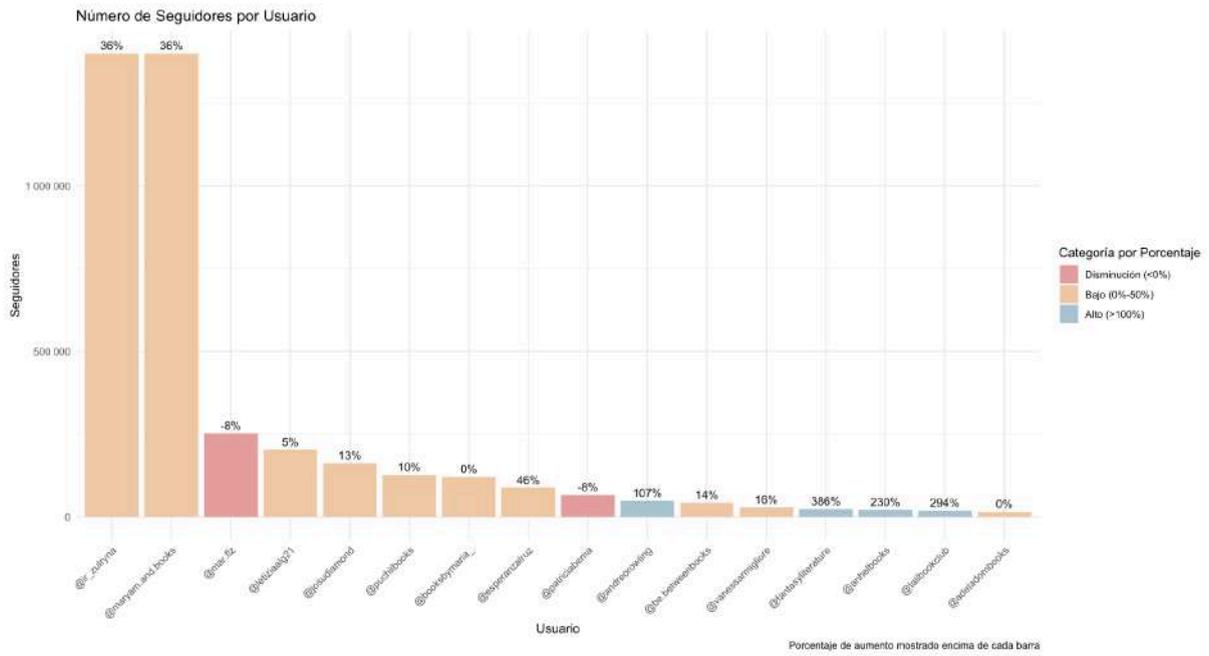


Figura 3. Variación del número de seguidores de 2022 a 2025 (Fuente: Propia)

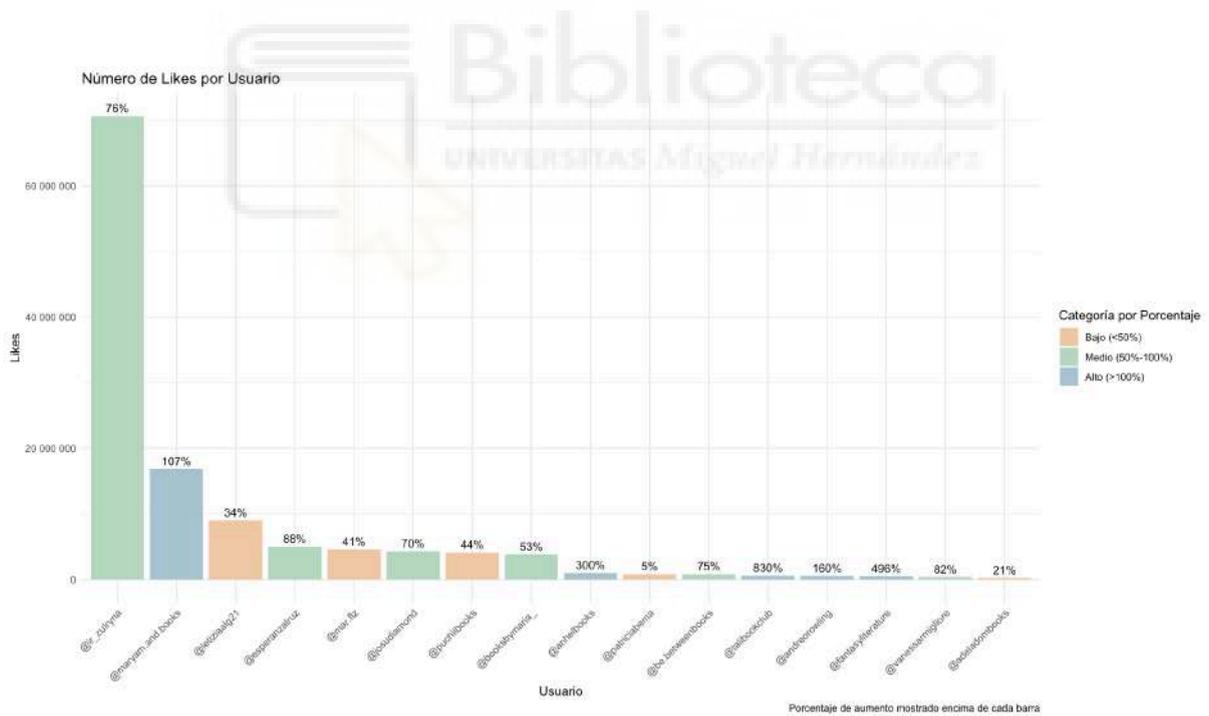


Figura 4. Variación del número de likes de 2022 a 2025 (Fuente: Propia)

2.2.2. Libros de #BookTok

Esta base de datos recoge los libros más recomendados en #BookTok. Su construcción la hice a partir de la plataforma de calificación de libros GoodReads, que es la usada en la comunidad para llevar un recuento de los libros leídos. En este caso, scrapee dos listas: '[Viral Books On TikTok](#)', creada por A.J y '[Tiktok #Booktok 2022-2024](#)', construida por Peter Rydén acerca de los libros que consideran que son los más famosos de la comunidad. Además, la plataforma permite que sus usuarios puedan catalogar los libros dentro de 'estanterías', así en GoodReads existe una etiqueta de '[#BookTok](#)', de la que se scrapearon 853 libros. La muestra la recogí los días 15 y 22 de febrero y constituyó una base de datos con 976 libros. De estas tres fuentes, señalé las variables de:

- Título
- Autor o autora
- Número de estrellas
- Número de ratings o gente que lo ha leído
- Número de reseñas
- Si ha recibido un premio de GoodReads Choice Awards y cuál es
- Cuándo fue su publicación
- Cuántas páginas tiene y qué edición es (papel, digital y tapa dura)
- 7 etiquetas de "géneros"
- Descripción del libro
- Si es una saga y a cuál pertenece

Una vez adquiridos los datos de la base de datos, con el programa de R se inspeccionan, limpian (eliminando duplicados y filtrando datos irrelevantes), transforman, estructuran, validan y, por último, analizan los datos resultantes. En particular, se juntaron las tres listas y se comprobó que no hubiera libros repetidos. Asimismo, verifiqué que no hubiera duplicados por idioma, edición e idioma y edición. Por otro lado, se eliminaron los libros publicados en 2025 ya que no resultan representativos a la muestra, al tener 2 y 30 lecturas respectivamente, y al no haber completado un año natural desde su publicación. Tras este limpiado, la base de datos resultante se conformaba de 924 libros.

En cuanto a los géneros, se trata de una variable poco objetiva ya que esta categoría la señalan los propios usuarios, no la plataforma o los autores. Por ello, a partir del primer género, la "estantería" en la que más veces se ha colocado, he hecho una reorganización de los géneros. En el [Anexo V](#) se recoge la reorganización de las etiquetas a 'Romance', 'Fantasy', 'Romantasy', 'Fiction', 'Thriller', 'Mystery', 'Horror' y 'Non Fiction'. Así, han resultado 'Romance' y 'Fantasy' como los grandes grupos, lo que coincide con que son los más recomendados bajo este hashtag. A la hora de realizar estos géneros, como las etiquetas de 'Sports Romance' y 'Enemies To Lovers' son clichés (o *tropes*) recurrentes en el género de Romántica, los he enmarcado en este. Ante esta situación, los libros catalogados como el género de Romance son 428.

La categoría que ha requerido más análisis para una buena clasificación ha sido 'Young Adult' ya que se trata de un género similar a la literatura juvenil, pero para un público de más edad. Así, abarca muchos géneros distintos, desde Romántica a No ficción. Por ello, cada libro se ha estudiado de forma individual. Sin embargo, se han detectado discrepancias en ciertos libros. Por ejemplo, *Los*

juegos del hambre está catalogado como 'Fiction' cuando debería ser 'Dystopia', así estaría incluido en 'Fantasy'.

De esta manera, la base de datos se compone de 924 libros. Para poder trabajar con ellos, hice distintos filtrados basados en diferentes variables. En este sentido, señalé las variables de estrellas y lecturas (*ratings*) como elemento distintivo para hacer ese filtrado. Además, creé la variable lecturas al año (*ratings/year*), en la que se normaliza los datos para que haya una comparación más justa entre los elementos analizados. Por ejemplo, la novela de *Orgullo y Prejuicio* (1813), de Jane Austen, puede tener más lecturas que *Just for the Summer* (2024), de Abby Jiménez, porque su publicación fue mucho anterior. Al hacer este cálculo, se señalan las lecturas de media que tiene cada libro al año.

Como cualquier plataforma de reseñas, lo fundamental de GoodReads es conocer cuáles son los libros con mejor puntuación, por eso señalé la variable de estrellas. Pese a ello, un libro con dos reseñas de cinco estrellas tiene menos valor que otro con 100K reseñas y una media de cuatro estrellas, por lo que aposté por destacar también los libros más leídos.

Tras esta división, ordené los libros en función de cuál tenía mejor resultado en cada una de estas categorías anteriormente citadas y señalé los 100 primeros de cada división, casi un 10% de la población total, para poder analizarlos en función de todas las variables.

En la tabla 1 destacan los diez primeros libros de cada una de estas subdivisiones. Se puede observar que en función de cada uno de los filtros utilizados para hacer estas divisiones, los resultados son distintos. Por ejemplo, el libro con más estrellas es *Know My Name*, de Chanel Miller, con 4,7 estrellas, pero sus lecturas o *ratings* no se acercan al libro con más lecturas *The Hunger Games*, de Suzanne Collins, que tiene más de 9 millones de lecturas y una media de 4,3 estrellas. En el caso del libro más leído al año (*ratings/year*), *Fourth Wing*, de Rebecca Yarros, cuenta con más de un millón, casi el doble que el siguiente, *Just for the Summer*, de Abby Jimenez, con poco más de 600K lectores cada año. Es más, de los 10 mejores libros en función de cada una de estas categorías, ninguno coincide en las tres.

De los treinta libros seleccionados en la figura 5 solo uno de ellos está escrito por un hombre, *The Way of Kings*, de Brandon Sanderson. Otro elemento que se puede tener en cuenta a la hora de buscar similitudes entre estos libros es que todos ellos fueron publicados posteriormente a 2008 (*The Hunger Games*), excepto *Pride & Prejudice* (1813).

De estos 30 libros, un 20% son de 'Romance', mientras que están catalogados como 'Fiction' un 30% de ellos. Sin embargo, como mencionado anteriormente, estas clasificaciones no son completamente acertadas, así *Pride & Prejudice* (1813) y *The Seven Husbands of Evelyn Hugo* (2017) están etiquetados como 'Fiction' cuando deberían ser 'Romance'.

Tabla 1. Top 10 libros en función de las estrellas, ratings (K) y ratings/year (K/year) (Fuente: GoodReads/Propia)

Autor	Libro	Estrellas	Ratings (K)	Ratings year
Estrellas				
Chanel Miller	<i>Know My Name</i>	4,70	228	38
Brandon Sanderson	<i>The Way of Kings</i>	4,67	583	39
Sarah J. Maas	<i>A Court of Mist and Fury</i>	4,65	2.690	299
Chloe Walsh	<i>Redeeming 6</i>	4,64	107	53
SenLinYu	<i>Manacled</i>	4,64	119	20
Krista Ritchie	<i>Some Kind of Perfect</i>	4,62	28	3
Rebecca Yarros	<i>Fourth Wing</i>	4,58	2.669	1.335
S.T. Abby	<i>Paint It All Red</i>	4,56	237	26
Cassandra Clare	<i>Clockwork Princess</i>	4,55	463	39
Chloe Walsh	<i>Keeping 13</i>	4,52	231	33
Ratings				
Suzanne Collins	<i>The Hunger Games</i>	4,34	9.269	545
Stephenie Meyer	<i>Twilight</i>	3,66	6.972	349
Jane Austen	<i>Pride & Prejudice</i>	4,29	4.497	21
Veronica Roth	<i>Divergent</i>	4,14	4.200	300
Colleen Hoover	<i>It Ends with Us</i>	4,12	4.199	467
Suzanne Collins	<i>Catching Fire</i>	4,34	3.832	239
Taylor Jenkins Reid	<i>The Seven Husbands of Evelyn Hugo</i>	4,41	3.603	450
Sarah J. Maas	<i>A Court of Thorns and Roses</i>	4,17	3.540	354
Suzanne Collins	<i>Mockingjay</i>	4,10	3.440	229
Delia Owens	<i>Where the Crawdads Sing</i>	4,38	3.356	479
Ratings year				
Rebecca Yarros	<i>Fourth Wing</i>	4,58	2.669	1.335
Abby Jimenez	<i>Just for the Summer</i>	4,38	667	667
Emily Henry	<i>Happy Place</i>	3,97	1.192	596
Suzanne Collins	<i>The Hunger Games</i>	4,34	9.269	545
Freida McFadden	<i>The Housemaid's Secret</i>	4,22	1.072	536
Sarah J. Maas	<i>House of Flame and Shadow</i>	4,20	514	514
Delia Owens	<i>Where the Crawdads Sing</i>	4,38	3.356	479
Colleen Hoover	<i>Reminders of Him</i>	4,35	1.427	476
Colleen Hoover	<i>Verity</i>	4,31	3.312	473
Colleen Hoover	<i>It Ends with Us</i>	4,12	4.199	466

2.3. Entrevistas

Para hacer un reportaje transversal que no se centrara exclusivamente en una visión personal de cada una de las partes implicadas, sino con una intención holística, busqué perfiles determinados: *booktokers*, *booktuber* de primera generación que han llegado a TikTok, escritora con necesidad de redes sociales, experto en redes sociales, prosumidoras, librería y editorial.

Cada uno de estos perfiles contaba con un cuestionario de preguntas base, que se encuentra en el [Anexo IV](#). En él, hacía preguntas relacionadas con cada uno de los temas tratados en este reportaje, aunque centrándome en su experiencia. Si en un mismo perfil, entrevistaba a más de una persona, las preguntas podían estar más enfocadas hacia un tema para obtener respuestas basadas en la realidad de cada uno de los entrevistados.

Una de las fuentes clave en este reportaje son los *booktokers* por estar en el centro de la comunidad. De esta manera, para decidir con qué *booktoker* contactar, utilicé la base de datos de elaboración propia de *booktokers* para hablar, por prioridad de mayor número de seguidores, a estos creadores de contenido. Por ello, contacté con Iryna Zubkova (@ir_zu), la *influencer* con mayor número de seguidores, cerca de los 2M. Contacté con ella a través de diversas cuentas de correo electrónico, sus redes sociales y con su agencia, pero no obtuve ninguna respuesta. También lo hice con Maryam Assakat (@maryam.and.books), que cuenta con el mismo número de seguidores que Iryna, y de la que tampoco obtuve respuesta. En el club del millón también se encuentra Lisa Zhou (@lisalioz), con más de 1,3M seguidores y su contacto fue a través de redes sociales. Mar (@mar.flz) tiene 231K seguidores y su contacto fue a través del correo electrónico, al que sí contestó de forma afirmativa a una entrevista, pero no hubo seguimiento de la programación de la misma. Gemma Gonzalez (@gemmabooks, @gemma.gonzalezu ahora) cuenta con 239K seguidores y contacté con ella por correo electrónico. Shula Li (@shula.li) tiene 394,9K seguidores y su contacto fue a través de correo electrónico. Otro perfil muy interesante es Patricia Fernández, *booktoker* que destaca por recomendaciones de libros de clásicos y su amor hacia Federico García Lorca. Contacté con ella a través de correo electrónico y su representante me dio una respuesta negativa.

Al final pude hablar así con Alba Zamora (@albazamoraexpo) y a Carlos Azorín (@carlosazoo). Alba Zamora *booktoker* con más de 209,4K seguidores, escritora y estudiante de Medicina, por lo que su perspectiva sería muy enriquecedora para el trabajo puesto que conoce desde dentro la creación y consumición del contenido. El contacto fue a través de un mensaje directo de Instagram y la entrevista se realizó el 26 febrero de 2025. En el caso de Carlos Azorín tiene 40,8K seguidores y es escritor y estudiante de Estudios Ingleses. Su perspectiva es interesante ya que es uno de los pocos hombres que están dentro del panorama de #BookTok. Su contacto es personal ya que lo conocí en una mesa redonda que moderaba acerca de los estereotipos de la literatura romántica en las jornadas de septiembre de Murcia Romántica. La entrevista se llevó a cabo el 21 febrero de 2025.

Otro perfil con el que contacté es el de *booktuber de primera generación*, es decir, personas que comenzaron su viaje de recomendación de libros en la era de los blogs, primero, y luego, de YouTube, y ahora están en Instagram y TikTok. Uno de estos perfiles es Andrea Izquierdo (@andrearowling), con la que contacté de múltiples formas, pero no obtuve respuesta. Además, hablé con Josu Lorenzo (@josudiamond) con el que establecí contacto en Instagram, pero no se formalizó la entrevista.

Desde la llegada de Internet, la forma de promoción literaria, y de todos los temas, ha ido modificándose, por lo que resultaba relevante conocer la perspectiva de una autora que convive en esta realidad. Este es el caso de Lucía Cerezo, **escritora** que acaba de cerrar un trato con Penguin Random House para la publicación de su novela. Comenzó subiéndola a Wattpad (plataforma online de escritura de libros), pero decidió parar a mitad y autopublicarla en Amazon, donde tuvo tanto éxito que la editorial le ofreció un contrato. Gracias a su presencia en redes sociales ha conseguido promocionar su libro y que sus palabras lleguen hasta las estanterías. La entrevista se llevó a cabo el 27 febrero de 2025.

La única entrevista presencial realizada fue a Álvaro García del Castillo, profesor investigador de Psicología Social de la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche, que trabaja en un grupo de investigación sobre adicciones, específicamente, a redes sociales. Como **experto** en redes sociales lo hacía el candidato perfecto para poder comentar acerca de lo que hay detrás, neurológicamente hablando, de #booktok. La entrevista fue realizada el 25 de febrero de 2025.

Para que #BookTok pueda existir, tiene que tener público al que llegar, por lo que entrevistar a **personas que consumen este contenido** para conocer su punto de vista de este tipo de recomendaciones era muy ilustrativo. Contacté con Andrea Just y Paula Salom, prosumidoras de #BookTok y promotoras del pódcast 'Escritores, pagadnos la terapia'. El funcionamiento de ese hashtag hace que la mayoría de sus consumidores y consumidoras posea una cuenta en la que hable de los libros que se lee. Como es el caso de ambas que cada una tiene una cuenta de TikTok e Instagram en la que crean contenido relacionado con las lecturas que hacen. La entrevista se realizó el 9 de febrero de 2025.

Contacté con Casa del libro, **librería** a nivel nacional que tiene una gran sección de libros de literatura juvenil, así como una parte en la que se venden los libros 'Recomendados por #booktokers'. María Jesús Menéndez del Olmo del departamento de Social Media, Marketing y Comunicación contestó de forma escrita a las preguntas el 19 febrero de 2025.

Asimismo, era necesario conocer cómo se habían adaptado las **editoriales** a este nuevo mercado. Por ello, hablé con Carlota Felipe, responsable del departamento de Marketing del grupo Editorial Sargantana, uno de los sellos que poseen es Munyx, que publica literatura juvenil de fantasía. Su trabajo consiste en organizar los eventos y ferias de los ocho sellos de este grupo editorial. Su contacto me lo facilitó Andrea Just. La entrevista se realizó el 20 febrero de 2025. Además, contacté con el sello editorial inlov, cuyo marketing está completamente ligado al formato de recomendación de libros en #BookTok: portadas muy llamativas, cantos pintados (éxito de nuevas ediciones de ediciones coleccionistas), recuadro con las *tropes* o clichés del libro y advertencias o *trigger warnings* y cuánto contenido spice o sexualmente explícito tiene. Este sello pertenece a Alma Editorial y su temática es de fantasía. Su contacto fue complejo, pero al final respondieron las preguntas de forma escrita.

También contacté con otras editoriales de las que no obtuve respuesta. Este es el caso de Crossbooks, sello de Planeta de literatura juvenil, que publica muchos de los libros que se recomiendan en #BookTok y su contacto fue a través de la web de Planeta. También sucedió lo mismo con Siren Book, una editorial creada en 2021 enfocada a un público juvenil con temática romántica y de fantasía especialmente y con la que contacté a través de correo electrónico. Asimismo, me puse en contacto con Planeta, una editorial matriz de sellos como Crossbooks y actúa

casi como un monopolio del sector editorial español. Su contacto fue a través de un formulario del sitio web para la solicitud de datos de venta de libros específicos recomendados en #BookTok. Además, contacté con Penguin Random House, editorial de novedades como *Amanecer en la cosecha* (quinto libro del universo de *Los juegos del hambre*), a través de la web para poder hacer la entrevista y poder obtener datos específicos de venta.

En la tabla 2 se muestra un resumen de las personas con las que contacté y pude conseguir una entrevista y aquellas de las que no obtuve respuesta. Además, se señala su perfil para poder conocer cuál es su relevancia para este trabajo.

Tabla 2. Resumen de entrevistas realizadas y contacto con posibles fuentes (Propia)

Entrevistas realizadas		Contacto, no entrevista	
Nombre	Perfil	Nombre	Perfil
Lucía Cerezo	Autora	Iryna Zubkova	<i>Booktoker</i>
Alba Zamora	<i>Booktoker</i>	Patricia Fernández	<i>Booktoker</i>
Carlos Azorín	<i>Booktoker</i>	Lisa Zhou	<i>Booktoker</i>
Carlota Felipe (Sargantana)	Editorial	Mar	<i>Booktoker</i>
inlov	Editorial	Maryam	<i>Booktoker</i>
Álvaro García del Castillo	Experto en adicción a RRSS	Gemma Gonzalez	<i>Booktoker</i>
Casa del libro	Librería	Shula Li	<i>Booktoker</i>
Paula Salom y Andreaa Just	Prosumidora	Andrea Izquierdo	<i>Booktuber</i>
		Josu Diamond	<i>Booktuber</i>
		BookEt	Editorial
		Siren Books	Editorial
		Hidra	Editorial
		Penguin Random House	Editorial
		Cross Books	Editorial

2.4. Estructura del reportaje

Al tratarse de un tema que se desarrolla en redes sociales, la mejor manera de hacer este reportaje es un vídeo en formato vertical para TikTok. De esta manera, he creado un reportaje en vídeo seriado en el que cada capítulo expone un tema relacionado con el fenómeno de #BookTok. Cada vídeo se puede ver de forma individual, aunque todos están coordinados temática y temporalmente hacia el vídeo que les precede o les sigue, para crear una continuidad en el discurso y una necesidad de ver cómo sigue el reportaje.

La estructura del reportaje va respondiendo a preguntas: ¿qué es #BookTok?, ¿quién lo hace?, ¿quién lo consume?, ¿qué se recomienda? Además, a lo largo de 8 vídeos, repasa y profundiza en algunas polémicas de la plataforma: la necesidad de los autores de tener redes sociales, la moda de que libros catalogados como literatura juvenil tengan escenas sexuales explícitas y la necesidad de leer sin fin.

2.5. Referentes visuales

Hay dos tipos de referentes a la hora de hacer los vídeos: medios de comunicación tradicionales y creadores de contenido. Respecto a los medios de comunicación, la televisión utiliza vídeos de sus programas para publicarlos en redes sociales (@rtvenoticias, 2025) y la radio suele grabar los programas en vídeo para subirlos como lo hace la televisión (@la_ser, 2025). Los periódicos varían un poco más, pueden ser recopilaciones de imágenes con texto explicativo (@elmundo.es, 20225), vídeos en los que un periodista del medio explica la noticia con vídeos e imágenes de recurso (@elpais, 2025) y vídeos de declaraciones de personajes públicos (@elpais, 2025). El Laboratorio de Innovación Audiovisual de RTVE es un “departamento que busca formas creativas y novedosas con las que contar una historia destaca por su contenido diseñado para redes”. Su cuenta de TikTok diseña reportajes seriados creando cada uno con una estética relacionada con el tema. En este sentido, el trabajo acerca de la manófera, que incluye un marco alrededor de cada persona, fue uno de los referentes del trabajo (@RTVELab, 2025).

Respecto a los creadores de contenido, me basé en la sencillez de sus escenarios (@albazamoraexpo, 2023), es decir, se viraliza más un vídeo de alguien que está descansando en el salón de casa que desde un estudio de grabación. Por ello, grabé en mi habitación con un escenario creado para todos los vídeos, con libros destacados de la comunidad de #BookTok. El lenguaje también es esencial ya que en redes sociales los términos son mucho más coloquiales y cercanos.

2.6. Vídeo

Hay tres tipos de vídeo en este reportaje: entrevistas, vídeos recurso y mi participación. Las entrevistas llevadas a cabo en diferido fueron grabadas a través de OBS Studio. Debido a las interferencias tecnológicas, algunas videollamadas se grabaron con una mejor calidad en un vídeo en formato horizontal y otras en vertical. Por lo tanto, a la hora de plasmarlas en un vídeo, que mantuviera cohesión entre todos, diseñé un modelo de entrevista en videollamada en vertical y otro en horizontal.

Los vídeos recurso tienen origen diverso, aunque la mayoría de ellos se realizaron en librerías para poder mostrar la realidad de lo planteado en las superficies comerciales. Respecto a las imágenes utilizadas de libros, todas son del sitio web de Casa del libro, librería que colaboró en el reportaje respondiendo a unas preguntas. En cuanto a las imágenes de personas nombradas son fotografías de sus cuentas de Instagram públicas de creadores de contenido.

Para mantener la continuidad entre los vídeos y que se percibiese la serialidad, grabé en la misma localización con cambios de vestuario. Además, creé un espacio en el que los libros acompañaban mi argumento, modificando algunos en función del tema tratado en ese vídeo.

2.7. Materiales de grabación y postproducción

Todo el material de grabación y edición es propio. Así, usé una cámara Canon EOS 2000D y un micrófono de solapa sin cable de la marca YRF para los vídeos de mis cortes y la entrevista a Álvaro García del Castillo. En cambio, para las entrevistas a distancia grabé la pantalla de mi ordenador con el programa OBS Studio.

El programa utilizado para la edición de vídeo es Adobe Premier en su edición de 2020. A la hora de hacer los subtítulos los creé de forma semimanual para poder hacer las particiones en las frases en función de qué relevancia tiene el contenido y la velocidad con la que se contaba.

Para diseñar todas aquellos elementos gráficos que aparecían en los vídeos utilicé la herramienta de Canva en su versión PRO. Además, para poder hacer efectos puntuales de manera automática como la escritura a estilo de máquina de escribir utilicé el programa de CapCut.

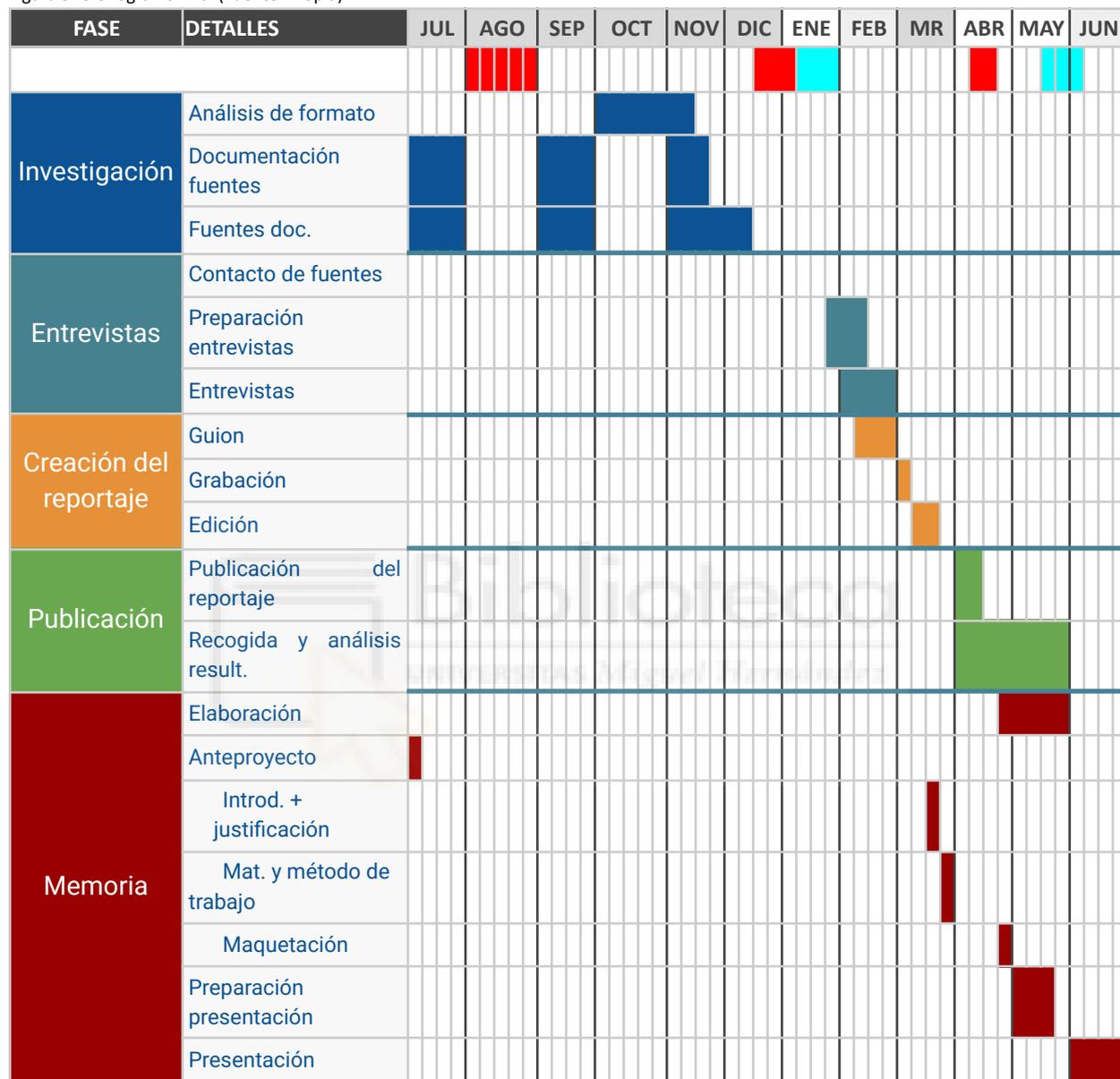
Respecto al sonido, todo fue captado por los micrófonos ya citados. Pese a ello, usé sonidos de la aplicación de CapCut y sonidos sin licencia de uso comercial para poder darle el ritmo y dinamismo que tienen los contenidos creados para TikTok. Para la elección de esos sonidos, me basé en un vídeo explicativo en la plataforma de una creadora de contenido que narra su viaje de edición de vídeos (@tumadreanna, 2025). Para transiciones el llamado Woosh, para señalar Click_Mouse_Click_2, para resaltar un texto Pop!(147950) y para un título principal Glitter sound 2. Además, también recreé el sonido de un teclado escribiendo un mail a partir de la técnica de sonido Foley o efectos de sala.

En [Anexo III](#) se encuentra el diseño de los vídeos, una recopilación de los bocetos, tipografías y colores corporativos del reportaje.

2.8. Cronograma

La distribución temporal de la realización de la investigación junto al reportaje se puede observar gráficamente a continuación (figura 5):

Figura 5. Cronograma final (Fuente: Propia)



2.9. Dificultades

Las principales dificultades encontradas se centraron en el acceso a las fuentes. Al tratarse de una comunidad muy cercana fue sencillo poder contactar con muchas; sin embargo, no pudo darse con las *booktokers* con mayor número de seguidores. Asimismo, las grandes empresas editoriales con las que contacté no accedieron a concederme una entrevista o responder unas pocas preguntas, tampoco respondieron a ninguna de todas las formas en las que me intenté poner en contacto con ellas.

En cuanto a la hora de hacer el reportaje, debido a la plataforma en la que iba a publicarse, el lenguaje y la estética tenían que estar perfectamente estudiadas para poder conseguir que la audiencia se mantuviera en el vídeo completo. En este sentido, la duración de los vídeos también fue algo a tener muy en cuenta, intentando favorecer los cortos y con un contenido muy seleccionado. Por ello, el poder diseñar qué contar y cómo fue también una parte complicada del trabajo, ya que con todo el material recopilado y analizado los vídeos podrían haber sido mucho más largos.

A la hora de grabar, por tanto, debía quedar constancia del tema que se trataba, por eso construí un escenario en el que se pudieran reconocer muchos de los libros más famosos de #booktok. La grabación se realizó en dos días diferentes por un problema de copiado de los archivos, por lo que se debió replicar el set en ambas grabaciones.

2.10. Estrategia de difusión

La estrategia de difusión se centra en la publicación de los ocho vídeos en la red social de TikTok, donde se vive la comunidad de #BookTok. De esta manera, se hace partícipe a las personas protagonistas de la historia comunicándolo en su formato y sus reglas.

Para definir la fecha de inicio de publicaciones de los vídeos me basé en el Día Internacional del Libro, el 23 de abril. Por ello, el reportaje completo debía estar subido antes de esa fecha, evitando el aumento de contenido de este tema con motivo de ese día. Así, el 9 de abril de 2025 subí el primer vídeo 'Booktok, el nuevo club de lectura'. Los días 10 y 11 de abril de 2025 publiqué los vídeos 2, 'Por y para mujeres', y 3 'Los jóvenes no leemos', respectivamente. Ese fin de semana no se subió ningún vídeo ya que las publicaciones de estos días se caracterizan por su contenido blando y poco profundo, algo que habría perjudicado a la distribución de los siguientes capítulos. Del lunes 14 al viernes 18 publiqué el resto de los vídeos, cada día un capítulo en función del que correspondiera. Respecto a la hora, todos ellos fueron subidos entre las 17 y las 19 horas, para potenciar la distribución en la comunidad.

Para poder conseguir una buena difusión de los vídeos es tan importante que el vídeo enganche como que esté bien posicionado, a través de SEO y hashtags, para que pueda llegar. Por ello, cada vídeo tenía las etiquetas de #BookTok, #booktokespaña, #booktokespañol y #tfg. De manera que cada vídeo incorporaba hashtags en función del tema tratado. La investigación de qué hashtag poner fue muy importante porque, por ejemplo, resulta que #escritora tiene más de 100K vídeos más alojados que #escritor. Junto a los hashtags, etiqueté a cada persona que aparecía en el vídeo, o a quién citaba, como puede ser el caso de EL PAÍS en el vídeo 4. En esta lista aparecen los hashtags utilizados para cada vídeo, distintos a los recurrentes así como las menciones y la descripción que incorporé de cada uno vídeos:

1. BookTok, el nuevo club de lectura

- #BookTok #booktokespaña #boktokespañol #tfg
- @alba 🌸 @Lena 🌸 @carlosazooo
- Descripción: Capítulo 1 | Si te ha salido algún video hablando de libros y no sabes por qué, este es tu vídeo. He hablado con @alba 🌸 @Lena 🌸 y @carlosazooo para saber qué es eso de #BookTok

2. Por y para mujeres

- #mujeres
- @alba 🌸 @Andrea Just 📖 @carlosazooo
- Descripción: Capítulo 2 | Todos los booktokers (o casi todos) son chicas. ¿Y dónde están los chicos? He hablado con Carlota, @alba 🌸 @Andrea Just 📖 y @carlosazooo de esta realidad.

3. Los jóvenes no leemos

- #jovenes #lectura
- @alba 🌸 @Andrea Just 📖 y @carlosazooo
- Descripción: Capítulo 3 | No sé vosotros, pero yo estoy harta de que digan que los jóvenes no leemos

4. Libros de #booktok I: Fantasía y romántica lo más leído

- #genz #goodreads #acotar
- @alba 🌸 @Lena 🌸 @Andrea Just 📖 @carlosazooo @El País @Cadena SER
- Descripción: Capítulo 4 | Yo soy más de romántica, qué casualidad que sea lo mismo que se recomienda en #booktok Pero si @alba 🌸 @Lena 🌸 @Andrea Just 📖 y @carlosazooo hablan de #acotar tendré que leérmelo. Datos de Lectores españoles del siglo XIII: @El País y @Cadena SER

5. Libros de #booktok II: Top 10 libros más leídos al año

- #libros #acotar #justforthesummer #goodreads #fourthwing #hungergames
- @Andrea Just 🌸 📖 @alba 🌸
- Descripción: Capítulo 5 | Llevo 3 del top 10 libros más leídos al año ✨, ¿vosotras?

6. Escritoras y redes sociales

- #escritora #libros #editorial #redessociales
- Carlota, @carlosazooo @alba 🌸 y @Casa del Libro
- Descripción: Capítulo 6 | Me he preguntado cómo de importante es que alguien que quiere escribir tenga #redessociales. Y por eso he hablado con Carlota, @carlosazooo @alba 🌸 y @Casa del Libro

7. Literatura juvenil ¿erótica?

- #spicy #darkromance #literaturajuvenil #youngadult
- @inlov_editorial @Casa del Libro @alba 🌸 @Andrea Just 🌸 📖 @Lena 🌸
- Descripción: Capítulo 7 | Libros con portadas infantilizadas y contenido 🌶️🌶️ y, a veces, oscuro es la gran polémica de la nueva literatura juvenil

8. El estrés de leer

- #escritora #libros #editorial #redessociales
- @carlosazooo @alba 🌸 @Casa del Libro
- Descripción: Capítulo 6 | Me he preguntado cómo de importante es que alguien que quiere escribir tenga #redessociales. Y por eso he hablado con Carlota, @carlosazooo @alba 🌸 y @Casa del Libro

Respondí a cada uno de los comentarios de los vídeos para poder generar una mayor distribución al mejorar la interacción de los usuarios con mi contenido. Asimismo, la comunidad de #BookTok destaca por ser cercana, por lo que interactuar con los comentarios hacía que estuviese más cercana a este grupo.

Asimismo, enviaba cada vídeo con las personas que salían entrevistadas en ese capítulo, de manera que pudieran compartir e interactuar con esos vídeos. Además, compartí los tres primeros vídeos en las historias de Instagram de mi cuenta personal; sin embargo, tras la poca respuesta, dejé de hacerlo para centrarme en mover ese contenido en su plataforma nativa.



3. Contenido del reportaje publicado

#BookTok, la nueva forma de leer es el título de la serie de ocho reportajes publicados en TikTok en los que se trata el fenómeno de recomendación de libros en una de las plataformas más utilizada por la generación Z.

Los jóvenes no leen. Pese a ello, existe un hashtag en TikTok, en el que hay más de 50 millones de videos publicados. Este fenómeno ha transformado la manera en que se consumen, leen y recomiendan libros. Títulos como *Alas de Sangre* (2023), de Rebecca Yarros, y la saga de ACOTAR, de Sarah J. Mass, se han convertido en superventas gracias a las recomendaciones en esta plataforma.

En esta comunidad priman, en gran mayoría, las mujeres, que son las que crean y consumen el contenido. Además, los libros recomendados bajo este hashtag son mayoritariamente de Fantasía y Romántica, especialmente los que están enfocados a un público femenino, por lo que no sorprende que sean las mujeres las partícipes de la comunidad.

Además, esta plataforma, basada en los hashtags, ha hecho que sean mucho más específicas las recomendaciones, ya que si te gustan los romances en los que un protagonista es deportista, solo hay que buscar #SportsRomance. Además, gracias a este fenómeno, se ha popularizado el uso de los trigger warnings o advertencias hacia contenido que puede ser violento o sexualmente explícito, para no dañar la sensibilidad de ningún lector.

A continuación hay una explicación breve de cada uno de los capítulos que componen el reportaje junto con el guion de cada uno de ellos:

1. [#BookTok, el nuevo club de lectura](#)

Este primer capítulo es una introducción al objeto de estudio: #BookTok (figura 6). En él respondo a la pregunta de ¿qué es este fenómeno? Así como, por qué #BookTok es relevante en el panorama actual en cuanto a lectura en jóvenes, es decir, un resumen simple de lo que consiste el fenómeno, sin ser redundante al estar en la misma plataforma.

La definición de qué es #BookTok viene dada por las personas que se encuentran dentro de esta comunidad, desde Alba Zamora, *booktoker*, hasta Paula Salom, prosumidora de la plataforma. En este caso, yo expongo una pregunta retórica al principio, doy datos de los hashtags incluidos y contextualizo al resto del reportaje.

Comenzar de esta manera, puede suponer una repetición de contenido para las personas que están dentro de esta comunidad, pero para las que no saben de qué se trata, es la mejor forma de poder comprender las dimensiones de #BookTok.

Duración del capítulo 1: 01:40



Figura 6. Portada capítulo 1
(Fuente: Propia)

#BookTok, el nuevo club de lectura (1)

¿Te ha salido alguna vez un vídeo en el que se hable de libros? Seguro que sí. Pues la mayoría de todos esos vídeos están dentro del hashtag BookTok, ¿pero qué es #BookTok? Eso es lo que le he preguntado la gente a la que he entrevistado.

ALBA

#BookTok lo definiría como una sección dentro de TikTok muy importante que, para mí, ha revolucionado la literatura juvenil. Y un grupo de gente, mayoritariamente chicas, que hablamos de libros. Hablamos de la pasión de los libros, enseñamos libros y también siento que acercamos la literatura para que parezca algo más asequible, más divertido. Ahora es como "tía, todas leemos libros, obviamente" y nos encanta y es superdivertido.

PAULA

Es una comunidad en la que *fanguirleas* de libros. Es por y para lectores y es el sitio en el que vas a hablar de los libros y de lo que amas.

CARLOS

Es algo muy rápido, eso satura mucho a la gente porque es novedad constante, libro constante y tienes que leer todo como muy rápido para que todo el mundo no se olvide ni de ti, ni de las lecturas que acaban de salir.

ALBA

Creo que es una plataforma mucho más potente de lo que la gente se piensa, porque ahora mismo lo que se mueve en librerías es lo que se mueve en BookTok y es así.

Booktokespaña cuenta con más de doscientos mil vídeos en los que se habla de libros. Además, bajo el hashtag BookTok, en el que no hay limitación de idioma, hay cerca de cincuenta millones publicados.

Estos libros de los que se hablan se acaban convirtiendo en superventas. Pero esto no comenzó en TikTok, este tipo de comunidades nacieron en blogs, y luego se trasladaron a YouTube con *booktubers* como @josudiamond, @mayrayamonte y @andrearowling. Eso ha acabado trasladándose a Instagram y ha llegado a TikTok.

¿Quieres saber quiénes son las personas que están dentro de esta comunidad de booktok? ¡Pues ve al capítulo 2!

2. Por y para mujeres

Un 90% de los *booktokers* son mujeres, según una base de datos de elaboración propia (figura 7). Asimismo, entre un “70 o el 80% de los consumidores serán mujeres”, según Carlota Felipe, responsable de Marketing de la editorial Sargantana. Estas afirmaciones pueden ser porque los libros que se recomiendan también están destinados a un público femenino. Sin embargo, también existen *booktokers* hombres. Por eso, este capítulo analiza las posibles causas de esta realidad y expone la perspectiva del *booktoker* Carlos Azorín, uno de los creadores de contenido que más denuncia esta situación.

Duración del capítulo 2: 02:07



Figura 7. Portada capítulo 2
(Fuente: Propia)

Por y para mujeres (2)

Un 90% de los *booktokers* son mujeres. Iryna Zubkova (@ir_zu) tiene más de un millón novecientos mil seguidores solamente en TikTok. En el club del millón la acompañan Maryam y Lisa. ¿Pero qué tienen en común? Pues eso, que son chicas. He hecho una lista de 44 *booktokers* y no es hasta la posición 9 en la que aparece un chico, @alvaro y a él solamente lo acompañan 3 más. Pero, ¿qué implica? ¿Por qué se debe? ¿Son también las mujeres las que consumen este contenido?

CARLOTA

Simplemente por estadística, más del 70 o el 80% de consumidores de #BookTok y de creadores de contenidos seguramente sean mujeres.

ANDREA

Yo creo que hay de todo. Y de hecho sí que es verdad que se nota que hay más mujeres *booktokers* que hombres *booktokers*. Pero en general yo creo que hay de todas las edades.

Carlos cuenta su experiencia como uno de los pocos chicos creadores de contenido de libros y, además, dice que cada vez hay más que se unen:

CARLOS

Sí es cierto que somos pocos, pero somos, me refiero, estamos y hacemos buenos números también. ¿Por qué meter a una tía que tiene 5K seguidores en vez de meter a un chico que tiene 40K?

CARLOS

Es como ese miedo de las cantantes femeninas que dicen: "Es que si no estoy todo el rato haciendo esto, me sustituye otra." Pues nos pasa un poco igual porque nos chafamos mucho entre nosotros.

CARLOS

Esto pasa mucho con los eventos rollo plan de chica. Como que vamos a hacer unas velas, unas tazas y digo: "Bro, a mí también me gusta hacer velitas y tazas." Parece que ya no te invitan porque parece que no te va a gustar. Pero de repente sacan un pedazo de un *romantasy* así como superoscuro y dicen: "Buah, te voy a invitar porque a ti sí que te va a gustar porque es un pedazo de macho alfa" No, no lo entienden. Es como qué rabia, invítame a hacer velitas.

El público de #BookTok son, con mucha diferencia, mujeres. El hecho de que los libros que se recomienden estén destinados para mujeres también favorece este clima. Al final, es un poco la pescadilla que se muerde la cola: las chicas recomiendan y las chicas lo leen.

CARLOS

La industria de la novela romántica está muy *focus* en la mujer y es normal, supongo, pero sí es cierto que se olvidan de nosotros.

ALBA

También siento que a través de la literatura muchas mujeres hemos encontrado una forma de sentirnos identificadas y como un nicho en el que sí que se nos escucha y un nicho en el que nos podemos sentir identificadas cuando tal vez no ocurre con otros sitios.

3. Los jóvenes no leemos

La frase “los jóvenes no leen” no es cierta (figura 8). Los estudios citados a lo largo de todo el reportaje de la empresa 40dB y el Barómetro de Hábitos de lectura apoyan esta afirmación. En torno a uno de cada dos Z lee al menos una o dos veces a la semana (Llaneras, 2024). Asimismo, en los grandes superventas y los libros más comprados en el último año se cuelan varios recomendados en #BookTok, como es el caso de *Alas de Sangre* (2023), de Rebecca Yarros, que se posiciona como el libro con más lecturas al año, según la base de datos de elaboración propia de libros recomendados en #BookTok.

Duración del capítulo 3: 01:39



Figura 8. Portada capítulo 3
(Fuente: Propia)

Los jóvenes no leemos (3)

¿Qué opinas de la frase “los jóvenes no leen”? Esta ha sido una de las preguntas que he hecho a todos mis entrevistados.

ANDREA

Los jóvenes no es que no lean, es que no leen lo que quieren que lean.

CARLOS

Mentira. Mentira. O sea, mentira y creo que lo puedes ver por cualquier tipo de sitio. Encima, es que no. De hecho es que los jóvenes somos los que más leemos. ¿Cuántas ediciones especiales están saliendo? ¿Por qué están saliendo? Porque los jóvenes, aparte de ser unos consumistas, leemos un montonazo.

CARLOS

Salieron unas compañeras en la tele hablando justamente de eso. ¿Cómo vamos a ser las que no leemos y tengo 2 millones de seguidores solo por hablar de libros en España? Ahí tienes la respuesta.

ALBA

Me parece que llegados a este punto es una tontería pensar eso. ¿Cómo va a ser que los jóvenes no leen si ahora mismo en las Casas del libro hay una categoría que se llama BookTok, solamente de jóvenes que leen? Llevo yendo a la feria del libro de Madrid,

toda mi vida a hacer cola a los autores y yo no recuerdo este fenómeno que hay ahora. Pero es porque ahora mismo, gracias a #BookTok, se ha normalizado leer. Entonces, claro que los jóvenes leen. Me parece una tontería. ¿Qué pasa? Que no leemos lo que ellos quieren que leamos. Y que las que leemos mayoritariamente somos mujeres.

Los que más leemos en tiempo libre somos los jóvenes, pero no lo digo yo, lo dice el estudio de Hábitos de Lectura de 2024 llevado. Hay un 75% de las personas entre 14 y 25 años encuestadas que lee en tiempo libre y ha aumentado más de 1% con respecto al año anterior. Este análisis se hace desde 2017 y ha aumentado en casi un 5% los jóvenes que leemos habitualmente.

Además, ha cambiado la forma de leer: los jóvenes leemos cada vez en más formatos en digital, físico y audiolibro. También despunta la lectura de cómics y manga frente a libros más tradicionales. En el siguiente hablaremos de los libros más recomendados en #booktok.



4. Fantasia y romántica, lo más leído

Este capítulo versa sobre los libros que se recomiendan en la plataforma, siendo la fantasía y la romántica los más leídos (figura 9). Para poder afirmarlo me he basado en la base de datos de elaboración propia acerca de libros en #BookTok y las respuestas de las personas entrevistadas que pertenecen a la comunidad. ACOTAR ha sido la saga de libros destacada por todas estas personas ante la pregunta de cuál es el libro sinónimo de #BookTok, uno catalogado como juvenil y fantasía en las librerías.

Duración del capítulo 4: 02:04



Figura 9. Portada capítulo 4
(Fuente: Propia)

Libros de BookTok I (4)

Hay muchos libros que pone "famoso en booktok", "sensación en BookTok", en este pone "sensación en TikTok". Le he preguntado a todos mis entrevistados que cuál es el libro sinónimo de BookTok.

CONSUMIDORAS

ACOTAR. ACOTAR. ACOTAR 100%.

ALBA

ACOTAR, sin ningún tipo de duda.

CARLOS

Creo que *Alas de sangre*. Tenemos ACOTAR, *Trono de cristal* y todas estas vainas que fueron de hace años. Pero creo que el fenómeno ha sido *Alas de sangre*. Luego tienes libros que se han hecho famosos por TikTok rollo *Los siete maridos de Evelyn Hugo*, lo típico, *Twisted Love*, que sin TikTok en España no habría triunfado nada.

Los libros de la saga de fantasía de ACOTAR son de los más leídos al año, según la plataforma de valoración de libros GoodReads. Es más, tres de los cinco libros que componen la saga se encuentran dentro de esos 100 libros con más lectores al año.

Fantasia y romántica es lo que más se lee. Pero según la empresa 40dB, que ha hecho un sondeo sobre el lector español del siglo XXI, que han publicado EL PAÍS y la Cadena SER, la literatura romántica se encuentra en la posición 11 de temáticas favoritas. Podemos acercarnos más a #BookTok centrándonos en la generación Z, lo que

resulta en que la fantasía y la romántica están en las posiciones tres y cuatro.

Según GoodReads, la plataforma de valoración de libros usada por la comunidad de #BookTok, éstas son las temáticas más leídas. ¿Y cómo he llegado a este dato? A partir de distintas listas y la etiqueta de #BookTok de GoodReads he creado una base de datos de casi mil libros.

Así, un 45% de los libros analizados son Romance y un 30% Fantasía, convirtiéndolos en los dos bloques de todas estas categorías.

Para poder analizar los casi mil libros que componen la base de datos he considerado el número de lecturas al año desde su fecha de publicación. Y señalamos los 100 primeros, casi un 10% del total. Y de ellos, resulta que un 50% son de romántica y fantasía y el 50% restante, del resto de categorías.



5. Top 10 libros más leídos al año

El capítulo de los libros debió dividirse debido a su larga duración, por lo que en este segundo se explican cuáles son los diez libros más leídos al año, según la base de datos de elaboración propia basada en la plataforma de GoodReads (figura 10). Todos ellos han sido escritos por mujeres y destacan *Alas de Sangre* (2023) que, pese a su corta vida, es el libro con más lecturas al año. Asimismo, cabe señalar a Collen Hoover, la autora estadounidense que ha colado tres de sus libros en el top 10, de los cuales dos tienen o van a tener una adaptación cinematográfica.

Duración del capítulo 5: 01:39



Figura 10. Portada capítulo 5
(Fuente: Propia)

Libros de BookTok II (5)

Este es el top 10 de libros con más lecturas al año, según la plataforma de GoodReads.

El libro que más lectores al año tiene es *Alas de Sangre*, que se ha convertido en todo un fenómeno de #booktok. La tercera parte de la saga salió el pasado 22 enero.

ANDREA

Las colas que se han hecho para comprarse *Alas de Ónix*, ¿me estás diciendo en serio que la gente que no lee?

Otro caso curioso de esta lista es *Just for the Summer* de Abby Jimenez, que se publicará la traducción al castellano el 30 de abril y, pese a haberse publicado en dos mil veinte y cuatro, su éxito ha sido evidente.

Los juegos del hambre no podía faltar en esta lista, siendo uno de los libros de literatura juvenil más relevantes. Una historia que arrancó en 2008 sigue teniendo muchísimos lectores gracias, entre otras cosas, a la adaptación que salió el año pasado y el lanzamiento de la nueva novela *Amanecer en la cosecha* que llegó el pasado 20 de marzo a las librerías. También generó muchas colas en las librerías.

ACOTAR es la saga más famosa de #booktok.

ALBA

No todo el mundo ha leído *Alas de sangre*, pero yo no conozco a una ninguna amiga de #BookTok que no se haya leído ACOTAR. Te lo juro, es una cosa loca.

En la sexta posición de este ránking se encuentra *Una corte de Alas y*

ruina, el tercer libro de la colección.

Por último, destaca Colleen Hoover, la única escritora con más de un libro en esta lista. La autora estadounidense ha colocado tres de sus bestsellers en este top diez.

¿Qué tienen en común estos libros? Todos ellos los ha escrito una mujer y que se publicaron en el siglo XXI. Y, excepto *Los juegos del hambre*, todos han ganado algún premio de GoodReads Choice Awards, que han votado los lectores.

De estas ocho autoras, Suzanne Collins es la única que no tiene ninguna red social. Sin embargo, cada vez es más común que los escritores tengan una cuenta para poder dar a conocer sus escritos y novedades, así como para crear comunidad. Y este es el tema del que vamos a hablar en el capítulo.



6. Escritoras y redes sociales

Las redes sociales han cambiado el mundo en el que vivimos y la promoción de los libros no ha sido la excepción (figura 11). Las editoriales colaboran con los *booktokers* para que comenten los libros que les mandan, todas ellas buscando que se hagan virales en la plataforma de TikTok e impulsen las ventas. Las escritoras y escritores han tenido que adaptarse también a esta realidad, muchos de ellos deben tener una comunidad de seguidores para que una editorial se lance a publicarles. El caso de Lucía Cerezo es especial, ya que comenzó a publicar su libro en la plataforma online de Wattpad y por el apoyo de su comunidad, primero lo autopublicó en Amazon y, luego, consiguió un contrato con la editorial Penguin Random House.



Figura 11. Portada capítulo 6
(Fuente: Propia)

En función de la base de datos de elaboración propia de libros recomendados en #BookTok, analicé a las diez autoras de los libros más leídos al año para comprobar si tenían redes sociales, cuya recogida de datos la realicé el 23 de marzo de 2025. El libro más leído de GoodReads es *Alas de Sangre* de Rebecca Yarros, autora de la saga *Empíreo*, es la única que tiene una cuenta de TikTok.

Abby Jimenez es la segunda autora más leída por año, con novelas como *Parte de tu mundo* y *Solo para siempre*. Emily Henry (*La novela del verano*), Freida McFadden (*La asistente*), Delia Owens (*La chica Salvaje*) y Colleen Hoover (*Romper el círculo*) están en la misma situación: no poseen una cuenta de TikTok, pero sí lo hacen de Instagram en la que promocionan sus libros.

En el caso de Sarah J. Maas (saga ACOTAR), la autora tiene una cuenta de Instagram, la cual enlaza a un sitio web en el que no aparece TikTok; sin embargo, al buscar a la autora en la plataforma, sí aparece una cuenta verificada sin vídeos.

Respecto a Suzanne Collins, no es de extrañar que autora de *Los juegos del hambre*, un universo distópico en el que hay una rebelión del pueblo oprimido contra una dictadura, no tenga redes sociales, como explica en su sitio web.

Duración del vídeo 6: 02:31

Escritoras y redes sociales (6)

¿Es necesario que una autora tenga redes sociales para poder publicar? He hablado con Lucía Cerezo, autora de *Imperio de fuego azul*, una novela que comenzó publicándose en Wattpad, que es la plataforma online de publicación de libros que ha llegado a crear fenómenos como *After* y *A través de mi ventana*.

Lucía

Todo empezó gracias a TikTok y he tenido esta viralización.

Entonces, lanzó la novela completa como una autopublicación en Amazon. Fue tal el éxito que tuvo que ha logrado un contrato con Penguin Random House. Con su cuenta en redes ha creado comunidad mientras promociona sus libros, pero a veces, esa línea puede ser difícil de fijar.

Lucía

Me gusta leer, pero soy escritora, no soy *booktoker*, soy escritora.

Por otro lado tenemos a Alba Zamora, estudiante de Medicina, *booktoker* y acaba de publicar su tercera novela de la saga Crónicas de Hiraia.

ALBA

Es una pena porque puede haber autores con un talento brillante que, por no tener redes sociales porque no les gustan, tal vez no tienen las ventas que ellos les gustaría. Yo sí que creo que ahora mismo es muy importante tener un perfil potente en redes.

También hemos hablado con Carlota de marketing de la editorial Sargantana, que nos ha explicado que, aunque no sea un requisito imprescindible, se mira que los escritores se muevan en redes.

CARLOTA

Si eres un escritor que no tiene comunidad, vas a tener muchísimo más difícil el publicar, no porque no sea bueno o no sea malo el libro, sino porque al final esto es un negocio y esto es el mercado.

CARLOTA

Intentamos promocionar todos igual. Lo decimos, es un trabajo en equipo, tanto del autor como de la editorial.

En esa promoción del libro, también participan creadores de contenido de distintas plataformas. En el caso de la editorial Sargantana y sus sellos, cuentan con una lista de *booktokers*, aunque favorecen sugerencias de los autores y que los *booktokers* soliciten colaboraciones.

En el caso de Casa del libro, explican que, generalmente, son las editoriales las que contactan con los *booktokers* enviándoles el ejemplar en primicia, acorde a sus gustos y al de su público, y así pueden "hablar y convencer al usuario de por qué leerlo". Aunque, aseguran, que "otras veces, simplemente surge la magia y, lo que parecía un libro más se convierte en un gran movimiento #booktok".

Carlos es un *booktoker* y me ha contado cómo es su colaboración con las editoriales.

CARLOS

En general es eso, yo lo pido o ellos me lo piden a mí, pero que eso, que ni un duro ni nada y luego hace todo el contenido que tú quieras.

CARLOS

Prioricé el ser fiel a mí y leer lo que a mí me apetecía en el momento que a mí me apetecía.

En sus inicios le preocupaba muchísimo decir algo que no le gustara a una editorial y no recibir más libros. Ante el agobio de posponer lecturas que tenía claro que no le gustarían, pero con las que tenía un compromiso, decidió suspender colaboraciones que tenía.



7. Literatura juvenil ¿erótica?

Uno de los temas más polémicos derivados de #BookTok, parcialmente, es la recomendación de libros catalogados como juvenil que tienen un alto contenido erótico (figura 12). En este capítulo se navega para conocer las razones detrás de este problema: ¿son las editoriales las responsables o lo son las *booktokers*? La respuesta parece ser el sistema, ya que existe una lista para catalogar los libros y la literatura juvenil es la más abandonada. Por otro lado, se plantea el poder que tienen las *booktokers* a la hora de poder mejorar esta situación, como pasó con *Romper el hielo* (2022), un libro, cuya portada ilustrada e infantilizada, lo colocó en las estanterías de literatura juvenil. Sin embargo, tras esa fachada se encontraba un libro con muchas escenas sexualmente explícitas no adecuadas a esa catalogación. Tras mucha denuncia en redes sociales, esta novela acabó en la sección de 'Romántica y erótica' de Casa del libro.



Figura 12. Portada capítulo 7
(Fuente: Propia)

Duración del capítulo 7: 02:35

Literatura juvenil ¿erótica? (7)

Este libro tiene escenas con mucho contenido sexual y con una relación muy tóxica. Y este libro está colocado en más de 15 de muchas librerías. Para poder comprender qué es lo que se considera literatura juvenil he hablado con Carlota, de la editorial Sargantana:

CARLOTA

Las temáticas, lo mismo. Al final lo que busca la literatura juvenil es que el lector se sienta identificado con el protagonista, que vea los mismos problemas que él tiene en la vida real, aunque sean en un mundo de fantasía o en el mundo real normal. Me da igual Madrid que Madrid con alas.

Para catalogar esos libros se basan en el sistema de clasificación IBIC, que proporciona unos Metadatos estandarizados y centralizados para toda la cadena comercial. De esta manera, las editoriales pueden señalar ciertas características que tiene cada uno de esos libros. Con ese código, la responsabilidad de en qué estantería colocarlo recae en las librerías.

CARLOTA

La lista está tan generalizada, hay que renovarla, hay que verla, pero sí que es verdad que eso tiene que llegar desde muy arriba.

Desde Casa del Libro aseguran que "se está trabajando en ello conjuntamente con todos los players implicados".

Pese a que las *booktokers* recomienden este contenido, no está destinado a todos los públicos e incluso ellas mismas denuncian esta situación.

PAULA

No creo que tengamos la culpa tanto nosotros los *booktokers* o *bookstagramers* por recomendar esos libros, porque al final tú eres el que decides que lees y que no lees, sino las editoriales que son las que han decidido infantilizar esas portadas para acercarlas a un público más joven.

ANDREA

Yo creo que tiene que ser que el padre se informe, igual que tendrías control de las películas que ven, creo que también tendrías control de tener control de las cosas que leen.

Un recurso que se usa en estos libros son los 'trigger warnings', o advertencias, que expresan las tramas que pueden acarrear cierto desagrado en los lectores. Especialmente en los catalogados como "dark romance", que suelen contener muchas escenas con mucho contenido tóxico y violentos.

Este es el caso del sello editorial inlov que destaca la importancia de las advertencias. Por ello creen "fundamental informar sobre temas que pueden afectar a la sensibilidad del lector, ya sea el nivel de spicy (o contenido sexual explícito) o la presencia de temas delicados". Así, aseguran que la "transparencia es clave para que cada lector pueda elegir su próxima lectura con total confianza".

Este sello incorpora las tendencias establecidas en TikTok para la recomendación de los libros, como es el destacar las *tropes* o clichés de los libros. Si quieres saber si los protagonistas se odian hasta que se quieren, en TikTok buscas el hashtag *enemies to lovers* y en INLOV aparece en la portada.

ALBA

Si pones esa advertencia estás dándole un lugar seguro a todo ese público. Me parece obvio. Lo que no entiendo es cómo se pone en duda que haya advertencia, claro que tiene que haber advertencias.

8. El estrés de leer

Una de las nuevas tendencias que se han puesto de moda en #BookTok es “Lecturas de este mes” (figura 13). En ella, creadores de contenido muestran pilas de libros que se han leído. Asimismo, otro *trend* de la comunidad es la llamada lectura diagonal, para poder leer más libros. Ante estas dos realidades, me he preguntado si esto causa estrés en las creadoras de contenido por tener que llegar a un número altísimo de lecturas y si lo hace también en las personas que consumen el contenido, viendo que un mes más no van a llegar.

Duración del vídeo 8: 02:02



Figura 13. Portada capítulo 8
(Fuente: Propia)

El estrés de leer (8)

Estos son los libros que me he leído en un mes. He decidido unirme a este *trend* que ha conquistado #booktok. En él, las *booktokers* han compartido sus lecturas, que han podido ser muy distintas a las de su público.

PAULA

Lo de los números de libros que te lees en un mes, lo coges con pinzas, porque a lo mejor un mes estás más tranquilo, lees más; hay un mes que estás agobiadísimo, lees menos y no por eso eres mejor o peor lector, ni mejor o peor *booktoker* y al final tú lees lo que quieras en el tiempo que tú quieres, ¿que te van a juzgar? siempre.

Me he preguntado si esto puede provocar estrés en las consumidoras y en las *booktokers* a la hora de crear ese contenido.

ÁLVARO

Probablemente genere frustración, probablemente genere inseguridad, probablemente se genere una serie de cosas negativas ansiedad por querer seguir ese ritmo de lectura que, a todas luces, es insalubre. Si es que acaso es posible.

ALBA

Sí que se siente presión. Y al final, no suelo, no me gusta hablar de esto porque, joder, estoy en una posición muy privilegiada, al final, y siento que encima quejarme es como, guapa, ¿a dónde vas? Que te mandan libros gratis. No me quiero quejar, ni muchísimo menos,

por Dios, pero sí que es verdad que toda responsabilidad trae una presión. A veces noto que no me acabó el libro y ya me está diciendo, "Ah, vale, léete esto." Y es como te lo juro que quiero leérmelo, pero no siempre puedo.

Además, otro trend de este hashtag ha sido la lectura diagonal, que es un recurso que se usa para buscar la información más relevante en un texto y centrarse exclusivamente en ella.

ÁLVARO

No creo que el objetivo de la lectura sea terminar rápido un libro. No creo que ese sea el objetivo o no debería ser el objetivo. Puedo entender la lectura diagonal como una estrategia de filtrar información, cuando estás leyendo un artículo de científico, por ejemplo.

CARLOS

No es que se haya puesto de moda (el leer en diagonal), es que siento que ahora somos tan catetos que a la gente no le da vergüenza decir que lo está haciendo.



4. Interpretación derivada de la investigación

4.1. Análisis de la difusión

Para analizar la difusión de los ocho vídeos publicados, recogí datos desde el 25 de abril de 2025, una semana después de la publicación del último vídeo, hasta el 30 de mayo. Las variables estudiadas no solo versan en las visualizaciones, sino también en la interactividad de los contenidos, a través de me gusta, comentarios y compartidos.

Asimismo, realicé el *engagement* de cada uno de los capítulos, en cada una de las semanas. No está consolidada la forma de hacer esta variable, por lo que me basé en la planteada por Cabrero (2024), dando importancia al “número de *likes*, número de comentarios, número de veces compartido y número de reproducciones”. Este estudio se basa en la fórmula definida por Li et al. (2021), López-Navarrete et al. (2021), Chen et al. (2021) y Cervi y Marín-Lladó (2021). Sin embargo, sustituí la variable de número de veces compartido por número de veces guardado, ya que se trata de un dato al que tiene acceso el creador, es decir:

$$\text{engagement} = [(\text{likes} + \text{comentarios} + \text{veces guardadas}) / \text{visualizaciones}] \cdot 100$$

Esta fórmula, aceptada para estudiar la interacción de un contenido de redes sociales, no es del todo precisa. En primer lugar, en función de la red social tiene que variar su diseño ya que los algoritmos favorecen y premian distintos elementos. Asimismo, debería estar ponderada para poder darle el peso que se merece cada una de las partes, es más difícil conseguir un comentario que un *like* en una publicación.

En la figura 14 se puede observar que las visualizaciones incrementaron hasta la tercera recogida de datos, a partir de la cual, se han mantenido más o menos estables. Destacan los vídeos 4 ('Fantasía y romántica, lo más leído') y 5 ('Top 10 libros más leídos al año') que han obtenido más de 3K y 1,5K visualizaciones, respectivamente. Solo superan las mil visualizaciones, los dos citados y el vídeo 6 ('Escritoras y redes sociales').

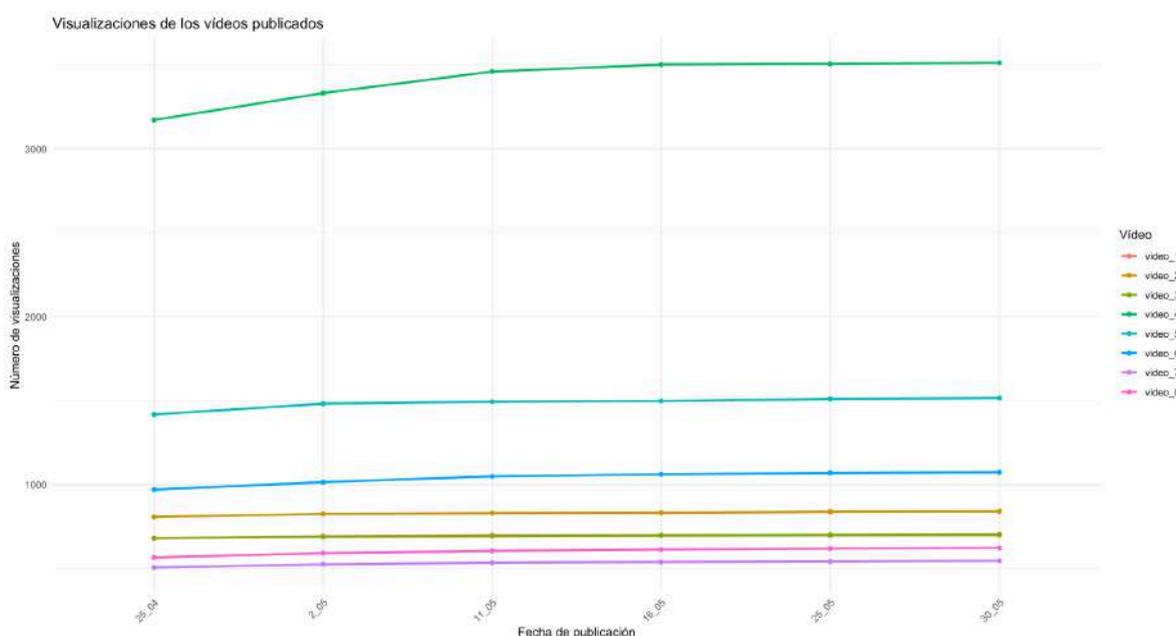


Figura 14. Evolución de la difusión de los vídeos del reportaje publicados (Fuente: Propia)

En la figura 15 se relacionan las variables de *likes* y *engagement*, dos variables con una gran interconexión, ya que los me gusta de los vídeos componen la interacción que se hace en un vídeo. En este caso, los datos tratados son de la última recogida, el 30 de mayo de 2025, porque las visualizaciones e interacciones ya se mantienen constantes. En este reportaje la interacción proviene de los likes más que de los comentarios y las veces guardadas. En este sentido, el vídeo con más me gusta (y visualizaciones) el vídeo 4 ('Fantasía y romántica, lo más leído') el que peor engagement tiene con poco más de un 5%, ya que ha tenido muy poca interacción, pese a tener muy buen alcance. El primer vídeo ('BookTok', el nuevo club de lectura) es el que mejor engagement tiene en proporción con el resto de vídeos publicados.

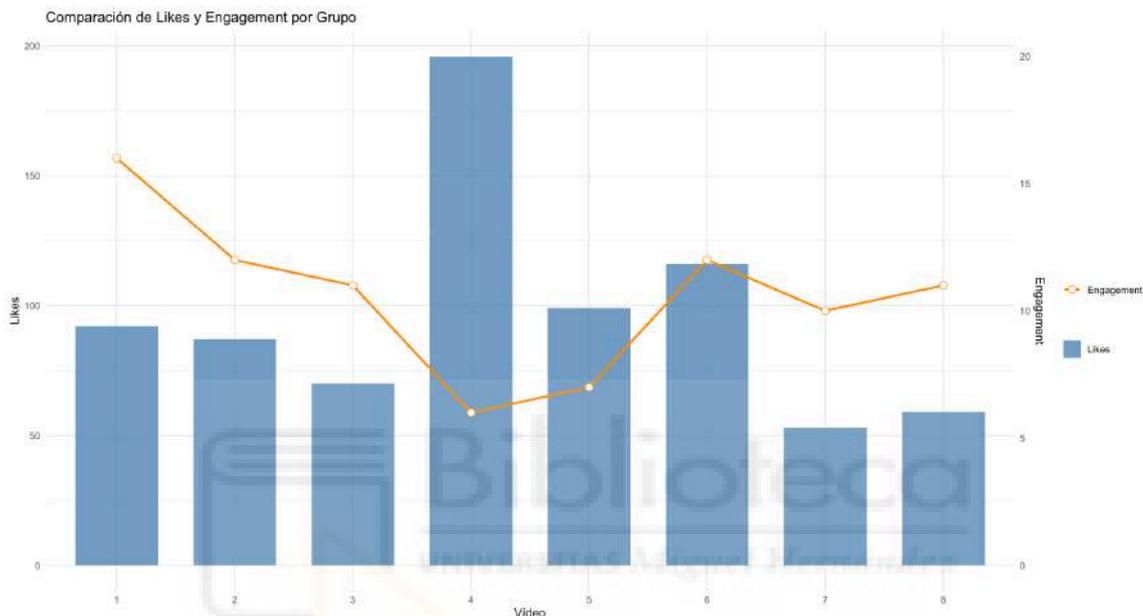


Figura 15. Comparación de los *likes* y del *engagement* de los vídeos publicados (Fuente: Propia)

Los vídeos, pese a tener un buen número de visualizaciones, no destacan por su alta interactividad (figura 15). En este sentido, se pueden destacar algunos comentarios, en el capítulo 3, 'Fantasía y romántica, lo más leído' @desytacafeina82 expresa: "ACOTAR me hizo obsesionarme con la fantasía de nuevo a mis 42 años. Retomando mi época 'Crepúsculo', 'Academia de medianoche', etc". Que una persona que no te conoce de nada ponga este tipo de experiencias personales en un comentario muestra perfectamente la dinámica de la comunidad de #BookTok, en la que todo el mundo está bienvenido.

Sin embargo, podría no parecer así. En el vídeo 2, 'Por y para mujeres', Danielo expresó su descontento con el dato de que hay más *booktokers* chicas que chicos: "Osea que yo soy como un pokemon de esos raros no?" Este usuario, que se entiende que está molesto con esta afirmación comprobada y parece que también pertenezca a esta comunidad, tiene 10 seguidores y 486 me gusta en conjunto. Su contenido es de lectura de poemas, algo que difiere con los temas de la comunidad.

En esta línea, @sar1ta_010 comenta en el vídeo 7, 'Literatura juvenil ¿erótica?': "Es q ahora no se debe leer spicy con 15 o q". Esta respuesta a un vídeo en el que se analiza la dimensión del problema de libros con un alto contenido sexual y tóxico es completamente superficial. En ningún momento del vídeo se dice esa afirmación, cada uno es libre de leer lo que considere; sin embargo, existe un riesgo

evidente de leer algo para lo que no se está preparado por una mala catalogación. Esto es lo que denuncia la comunidad.

Por otro lado, los me gusta o *likes* tienen orígenes diferentes, desde mis seguidores previos a la publicación, los que conseguí a través del reportaje y las personas entrevistadas, hasta personas que llegaron a ellos a través de su 'Para tí'.

En definitiva, existen múltiples factores que influyen en la difusión de un vídeo, desde que el contenido sea atrayente y su duración, pasando por elementos como el SEO y los hashtags señalados en él y llegando hasta la hora y el día de publicación. Ante esta situación, la distribución del reportaje ha sido superior a la pensada, aunque la interacción con este contenido no ha sido la esperada.

4.2. Consideraciones finales

Personalmente siempre me he sentido muy ofendida con la frase de "los jóvenes no leen". No sé quiénes serán esos jóvenes, pero todos mis amigos disfrutaban de la lectura, cada uno dentro de sus gustos, algunos con libros de crecimiento personal, otros con universos lejanos fantásticos y otras, como yo, de historias de amor.

Otro de los motivos de esta investigación se basó en la pregunta ¿por qué no hay chicos en #BookTok? Siempre me ha generado muchísima curiosidad saber por qué son solo las mujeres las que pertenecen a esta comunidad. No hay hombres creadores de contenido, ni autores recomendados, ni consumidores. La respuesta a esta pregunta no es nada clara; las mujeres no han impedido que los hombres participen en esta comunidad, eso es lo único seguro. Existen muchos factores, pero los libros recomendados y quiénes los recomiendan para mí es clave. Las mujeres leen a autoras y autores, pero los hombres se limitan a permanecer en su sexo. De manera que si las recomendaciones las hacen mujeres de libros escritos por mujeres, algo que ellos no consumen, no es de extrañar que no se sientan bienvenidos en esta comunidad.

Las redes sociales son una gran herramienta para distribuir el conocimiento y su extensión e influencia siempre me ha parecido fascinante. Por lo que poder participar en ellas con un reportaje seriado ha sido un gran placer. Además, la difusión que ha tenido mi trabajo ha sido completamente inesperada. El vídeo que habla de qué se lee en #BookTok ha superado las 3,5K visualizaciones, algo que jamás pensé que pudiera suceder. Poder acceder a estos datos también te da perspectiva, todos los capítulos los han visto más de 500 personas, es decir, 500 personas han visto mi trabajo.

Bibliografía

- Babelia. (2024, 14 diciembre). Los 50 mejores libros de 2024. *El País*. <https://elpais.com/babelia/2024-12-14/los-50-mejores-libros-de-2024.html?prm=ep-ap>
- Blanes, P. (2024, 23 noviembre). *Radiografía de la lectura en España: mujeres millennials y de clase alta que leen en papel novela contemporánea*. Cadena Ser. <https://cadenaser.com/nacional/2024/11/23/radiografia-de-la-lectura-en-espana-mujer-es-millennials-y-de-clase-alta-que-leen-en-papel-novela-contemporanea-cadena-ser/>
- Cadena Ser [@la_ser]. (2025). *La Justicia de Estados Unidos anula los aranceles de Trump por "exceso de poder"*. https://www.tiktok.com/@la_ser/video/7509780941930351894?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7334413857975076384
- Donoso Cuéllar, M. (2025b, abril 3). La lectura como refugio. *El País*. <https://elpais.com/opinion/2025-04-03/la-lectura-como-refugio.html>
- EL PAÍS [@elpais] (2025). *Cuatro carreras para elegir tras selectividad que se ofertan por primera vez en España*. https://www.tiktok.com/@elpais/video/7513991018291678486?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7334413857975076384
- EL PAÍS [@elpais] (2025). *Notas de voz en la terraza: decir que no*. https://www.tiktok.com/@elpais/video/7510543807511858454?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7334413857975076384
- EL PAÍS [@elpais] (2025). *Sánchez anuncia ayudas en gafas y lentillas a menores de 16 años*. https://www.tiktok.com/@elpais/video/7508720924611431702?is_from_webapp=1&web_id=7334413857975076384
- El Lab [@lab_rtve]. (2025). *La manófera al descubierto*. https://www.tiktok.com/@lab_rtve/video/7478361062845287702
- El Mundo [@elmundo.es] (2024). *"El mito de que los jóvenes no leen es algo obsoleto"*. <https://www.tiktok.com/@elmundo.es/video/7379945680132902176>
- El Mundo [@elmundo.es] (2025). *¿Hay que huir de los libros virales? ¿Están sobrevalorados?* <https://www.tiktok.com/@elmundo.es/video/7484609152967429398>
- El Mundo [@elmundo.es] (2025). *Binge reading, del maratón de series al atracón de libros* <https://www.tiktok.com/@elmundo.es/video/7479426410470182166>
- El Mundo [@elmundo.es]. (2025). *Acuerdo histórico en Gibraltar*. https://www.tiktok.com/@elmundo.es/video/7515048385959988503?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7334413857975076384

- Federación de Gremios de Editores de España. (2025, enero). *Principales resultados. Hábitos de lectura y compra de libros en España | 2024* [Diapositivas]. <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:2e1f238d-d96c-4c86-a61b-159b80639876/250122-fgee-habitos-lectura-2024.pdf>
- Fnac [@fnac_esp]. (2024). *Estos son los libros más vendidos en Fnac en 2024.* https://www.instagram.com/p/DDzavRqI0Vz/?igsh=Y3dpZ3dhM3E4b3dx&img_index=10
- GoodReads. *Booktok Books.* (s. f.). <https://www.goodreads.com/shelf/show/booktok>
- GoodReads. *Tiktok #Booktok 2022-2024 (47 books).* (s. f.). https://www.goodreads.com/list/show/179763.Tiktok_Booktok_2022_2024
- GoodReads. *Viral Books On TikTok (80 books).* (s. f.). https://www.goodreads.com/list/show/195982.Viral_Books_On_TikTok
- Irenesaurio, [@@irenesauriox] (2024). *BOOKTOK 📖👻 es un GRAN problema 👻📖 | reflexión BOOKTOK* <https://www.youtube.com/watch?v=QM9x0eE1k2c>
- Llaneras, K., Clemente, Y., Hidalgo, M. (2024, 23 noviembre). *La gran encuesta al lector español del siglo XXI: ¿Qué leemos? ¿Quién lee? ¿Qué distingue a los Z?.* El País. <https://elpais.com/babelia/2024-11-23/la-gran-encuesta-al-lector-espanol-del-siglo-xxi-que-leemos-quien-lee-que-distingue-a-los-z.html>
- Libros más vendidos. Los más leídos del 2025.* (s. f.). Planetadelibros. <https://www.planetadelibros.com/libros-mas-vendidos>
- López, Eva [@eva.logon] (2024). *Libros ADULTOS en la estantería de JUVENIL* <https://www.tiktok.com/@eva.logon/video/7361849870371622176>
- Manrique, W. (2025, 25 marzo). *Cómo las generaciones Z y alfa se convirtieron en las mejores aliadas de la lectura.* El País. <https://elpais.com/cultura/2025-03-25/como-las-generaciones-z-y-alfa-se-convirtieron-en-las-mejores-aliadas-de-la-lectura.html>
- Martín Lobo, M. (2025a, enero 21). *Los libros virales de TikTok.* El País. <https://elpais.com/opinion/2025-01-21/los-libros-virales-de-tiktok.html>
- Ministerio de Cultura. (2025, enero). *La lectura continúa creciendo como actividad de ocio en España* [Comunicado de prensa]. <https://www.cultura.gob.es/en/actualidad/2025/01/250122-barometro-habitos-lectura.html>
- Mollà Berenguer, M. (2023, 6 junio). *BookTok, el fenómeno que convierte libros en best sellers y los jóvenes en devoradores de historias* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Pf4r4c-yRxE>

- Motion Graphics, Clara [@madebyclu]. (2025). *Guía definitiva para hacer vídeos profesionales*. https://www.tiktok.com/@madebyclu/video/7469883763351194903?_t=ZN-8x7jSiXFgSE&_r=1
- Pérez, C. (2024, 16 agosto). *El fenómeno 'booktok': las "nuevas" reglas de la novela juvenil*. Valencia Plaza. <https://valenciaplaza.com/libros-comic-valencia-comunitat-valenciana/el-fenomeno-booktok-las-nuevas-reglas-de-la-novela-juvenil>
- Reads Books, Clau [@ClauReadsBooks] (2024). *Todos los libros que he leído por Tiktok... ¿Se puede confiar en booktok?* <https://www.youtube.com/watch?v=kXISu5IE5SU>
- Roiz, J. (2024, 12 julio). *¿TikTok impulsa la cultura 'mainstream' o la emergente?* El País. <https://elpais.com/ideas/2024-07-12/tiktok-impulsa-la-cultura-mainstream-o-la-emergente.html>
- RTVE [@rtvenoticias]. (2025). *Sánchez: "Pido perdón a la ciudadanía"*. https://www.tiktok.com/@rtvenoticias/video/7515095572550864150?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7334413857975076384
- Segarra-Saavedra, J. & Torres-Huamanyauri, Y.-E. (2024, 28 junio). *Promoción de libros y fomento de la lectura a través de influencers literarios en TikTok | OCNOS*. <https://www.revistaocnos.com/index.php/ocnos/article/view/479/846>
- Tu Madre Anna [@tumadreanna]. (2025). *Los mejores efectos de sonido que tienes que utilizar para editar tus vídeos*. https://www.tiktok.com/@tumadreanna/video/7481409675821419798?_r=1&_t=ZN-8xAOcyuFoU2
- Velarde-Camaqui, D., Viehmann, C., Díaz, R., & Valerio-Ureña, G. (2024). Características de los videos que favorecen el engagement de los divulgadores científicos en TikTok. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1-18. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2232>
- Villalba, J. (2024, 2 marzo). *'Booktokers', los críticos literarios de internet que están cambiando la forma en la que leemos y compramos libros*. El País. <https://elpais.com/estilo-de-vida/2024-03-02/booktokers-los-criticos-literarios-de-internet-que-estan-cambiando-la-forma-en-la-que-leemos-y-compramos-libros.html>
- Zamora, A. [@albazamoraexpo]. (2023). *Recomendación de un nuevo libro de fantasía*. https://www.tiktok.com/@albazamoraexpo/video/7256786685394947355?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7334413857975076384

ANEXO I: Anteproyecto

1. Temática, enfoque y justificación

Descripción del **tema**

El tema del reportaje es el hashtag de TikTok #BookTok, en el que se recomienda y habla de libros. Esta tendencia varía en función del país de origen de los creadores de contenido y el idioma en el que se publica, es decir, en España existe #booktokespaña o #booktokespana.

Descripción del **enfoque**

El reportaje está enfocado en la plataforma que ha creado #BookTok en relación al consumo de libros en mujeres jóvenes.

Justificación del **contenido** y el **formato**

#BookTok es el mercado del libro: los *booktokers* recomiendan sus últimas lecturas y exponen sus ideas acerca de otros y las editoriales mandan materiales a estos *influencers*. Conocer este fenómeno desmiente en cierta medida la máxima de que “los jóvenes no leen”, ya que la mayoría de la audiencia de estos creadores de contenido es de personas jóvenes. Además, tienen un impacto en la regulación del mercado literario (al seguir ciertas tendencias o modas) y en cómo consumen sus seguidores. Sin embargo, surgen críticas por malas recomendaciones o sugerencias inadecuadas para la edad de los lectores. Por ello, estudiar el fenómeno de #BookTok puede generar una idea clara acerca de la situación del mundo literario, especialmente, entre mujeres jóvenes.

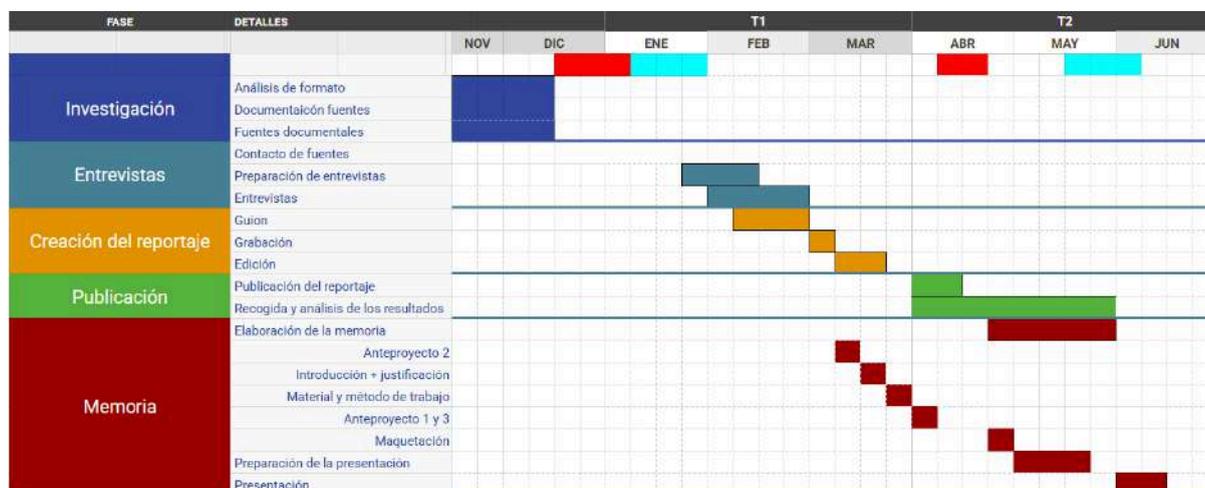
El formato de este reportaje es en vídeo, específicamente en vídeos en vertical que simulan los que nos podemos encontrar en TikTok, cuya duración será de entre uno y dos minutos. Esta forma de presentar la investigación pretende acercarse al contenido que crean los *booktokers*.

2. Objetivos

- Investigar el impacto de #BookTok en el consumo de libros en personas jóvenes
- Desmentir el mito de que los jóvenes no leen a través de su interacción con TikTok
- Analizar el tipo de literatura que consumen en #BookTok y su relación con la audiencia de los vídeos y libros

3. Cronograma de trabajo

Cronograma inicial:



4. Relación de documentación sobre el asunto

- El Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2023

Se trata de un **informe** que se presenta todos los años, normalmente en el mes de febrero, acerca del consumo (compra y lectura) de libros en España, en función de género, edad e incluso localización de la persona.

El resumen del estudio indica lo siguiente:

“Por primera vez, los lectores por ocio superan el 65% de la población (65,5 %). Además, se mantiene el porcentaje de lectores frecuentes por encima del 50 %, lo que supone que más de la mitad de la población lee con una frecuencia, al menos, semanal. El informe elaborado por Conecta para la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), con el patrocinio de CEDRO y en colaboración con el Ministerio de Cultura, apunta que desde el 2017, el porcentaje de población que dice leer por ocio se ha incrementado en 5,8 puntos porcentuales, mientras que el de lectores frecuentes se incrementó en 3,5 puntos porcentuales” (Ministerio de Cultura, 2025).

La lectura continúa creciendo como actividad de ocio en España. (2025, January 25). Ministerio De Cultura.

<https://www.cultura.gob.es/en/actualidad/2025/01/250122-barometro-habitos-lectura.html>

- Promoción de libros y fomento de la lectura a través de influencers literarios en TikTok

Este artículo científico escrito por Jesús Segarra-Saavedra y Yuri-Edith Torres Huamanyauri, docentes de la Universidad de Alicante, estudia los 30 *booktokers* con más seguidores en 2022. Este análisis permite crear un punto de partida en la investigación de este reportaje.

Generator, M. (2024, June 28). Promoción de libros y fomento de la lectura a través de influencers literarios en TikTok | *Ocnos*.
<https://www.revistaocnos.com/index.php/ocnos/article/view/479/846>

- El fenómeno BookTok y la lectura en pandemia: jóvenes, pantallas, libros y editoriales

Se trata de un artículo científico llevado a cabo por la investigadora Paula Cuestas, entre otras, de la Universidad de La Plata (Buenos Aires). Pese a estar publicada en 2022 y centrarse en el territorio argentino, este análisis ofrece un marco teórico del estudio de la relación entre TikTok y la juventud.

“Como conclusión de este trabajo, es posible afirmar que estas personas (conocidas como *booktokers*) han profundizado tendencias que ya se venían dando entre jóvenes lectores en relación con el uso de tecnologías digitales. Estos usos habilitaron cambios en distintos ámbitos de sus biografías (como el educativo, el laboral, en sus vínculos con otros lectores) y, a su vez, transforman la propia industria editorial.”

Cuestas, P., Pates, G., & Saez, V. (2022). El fenómeno BookTok y la lectura en pandemia: jóvenes, pantallas, libros y editoriales. *Austral Comunicación*, 11(01).
<https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1101.pat>

- Encuesta al lector español del siglo XXI

La encuesta, realizada por la empresa 40dB y publicada por EL PAÍS y Cadena Ser, muestra el perfil del lector español del siglo XXI. Estos medios de comunicación trabajaron los datos y publicaron un artículo en el que se trabajaban, además, permiten descargar el archivo con los datos brutos de las respuestas a las preguntas realizadas por la empresa y a las conclusiones a las que llegaron en 40dB.

Por lo tanto, este estudio es interesante porque permite filtrar y tratar los datos en función de los objetivos específicos, es decir, poder saber qué es lo que más lee la generación Z, la estudiada en este reportaje, frente a la muestra de población total.

“Si nos hubiesen preguntado al comenzar este nuevo milenio, muchos habríamos hecho pronósticos de ciencia ficción: el libro sería electrónico, los capítulos se descargarían, abundarían las novelas del tipo escoge tu propia aventura, y entre las páginas se colarían vídeos, interactivos y hasta hologramas. Sin embargo, no es eso lo que pasó: el libro como artefacto se ha mantenido casi inalterado durante estas dos décadas de profunda revolución tecnológica” (Llaneras et al., 2024).

País, E., País, E., & País, E. (2024, November 23). Consulte todos los datos internos de la encuesta sobre el lector español del siglo XXI: cuestionarios, cruces y respuestas individuales. El País.
<https://elpais.com/babelia/2024-11-23/consulte-todos-los-datos-internos-de-la-encuesta-sobre-el-lector-espanol-del-siglo-xxi-cuestionarios-cruces-y-respuestas-individuales.html>

- Base de datos de elaboración propia de *booktokers*

Otra fuente documental es una base de datos de producción propia en el que se incluyen más de 50 *booktokers* y en ella se pueden observar datos como sus seguidores y el número de me gusta. La tabla se creó a partir de la información de una investigación, pero los datos provenían de 2022 (Segarra-Saavedra y Torres Huamanyauri, 2024), de manera que deben ser actualizados y tratados porque el panorama en TikTok ha cambiado rápidamente.

- Base de datos de elaboración propia de libros recomendados en #BookTok

A partir de la premisa de que la mayoría de libros recomendados en #BookTok son de Romance y Fantasía, construyo una base de datos con los libros etiquetados como #BookTok en la plataforma de reseñas *online* más usada en TikTok GoodReads.

5. Selección, presentación y justificación de las fuentes

Como fuentes expertas

- Experto en redes sociales

La visión de un experto en redes sociales permite abordar el tema desde una perspectiva más académica, ya que se busca conocer el porqué de la situación, cómo afectan los *trends* o tendencias y el impacto que tiene la plataforma de TikTok en el día a día.

Fuentes implicadas

- Alba Zamora (@albazamoraexpo, en TikTok)

La *booktoker* cuenta con 209.100 seguidores en la plataforma. Su relevancia se centra en la creación de contenido y conocimiento y conexión que tiene con su audiencia y la comunidad *booktoker*. Además, ha publicado tres libros de fantasía, gracias a su comunidad en esta plataforma.

- Iryna Zubkova (@ir_zu en TikTok)

Es una de las *booktokers* de referencia en España, acumulando más de 1 millón de seguidores en TikTok. Su voz es una de las más relevantes en este momento.

- Josu Diamond (@josudiamond)

Perteneciente a la primera generación de youtubers, ha sido capaz de trasladar su mensaje entre diversas plataformas (YouTube, Instagram y TikTok) durante un largo periodo de años. Es uno de los pocos hombres que comparten sus recomendaciones literarias bajo este hashtag, por lo que su perspectiva acerca de la evolución de las plataformas, así como su experiencia en estos cambios proporcionan una visión mucho más amplia de lo que significa el fenómeno #BookTok, que no está aislado.

- Paula Salom y Andrea Just

Paula Salom y Andrea Just son las presentadoras del podcast Escritores, pagadnos la terapia, en el cual hablan de literatura actual, siendo muchos de los temas tratados contenidos procedentes de TikTok, por ello pueden dar su visión como consumidoras de #booktok. Asimismo, ambas crean contenido, lo cual señala la normalidad de tener una cuenta de consumidora y de productora al mismo tiempo en una red social, es decir, de prosumidora.

- Editorial inlov

inlov es un sello editorial de Alma, que nace en el momento de TikTok, por lo que la promoción y el producto de sus libros se asemejan a las características de las recomendaciones de esta plataforma.

La editorial publica libros con cantos pintados, una nueva moda promovida en #BookTok, e incluye un recuadro con las *tropes* o clichés que aparecen en el libro, así como las advertencias o *trigger warnings*.

Opción temas a tratar

En la siguiente lista se encuentra una posible división de temas a tratar (y un primer orden), susceptible de cambiar, ampliar o reducir en función de los resultados de las investigaciones.

1. #BookTok, el nuevo club de lectura. Por qué #BookTok es relevante en el panorama actual en cuanto a lectura en jóvenes, es decir, un resumen simple de lo que consiste el fenómeno, sin ser redundante al estar creado para que se suba a la misma plataforma.
2. Los jóvenes no leen. Explicación de los últimos estudios en los que se muestra un crecimiento del consumo de la lectura entre los jóvenes (menores de 25 años).
3. Los creadores de contenido: ¿quiénes son? Características de los perfiles con más de un millón de seguidores (en este momento, hay menos de diez).
4. Los creadores de contenido: de mujeres y para mujeres: más de un 90% de los *booktokers* son mujeres jóvenes y el público es femenino.
5. Los creadores de contenido: ¿cómo crean los vídeos los booktokers? *Trends*, recomendaciones, *unboxing*... Es decir, qué tipo de vídeos preparan como manera de interactuar con su público.
6. ¿Qué tienen en común los libros que se recomiendan en #booktok? A partir de una lista de libros de los más hablados (plataformas como GoodReads tiene listas de esto y en La Casa del Libro también hay una sección dedicada a ello), hacer una pequeña estadística para establecer cuáles son los subgéneros más leídos. Además, mencionar brevemente la importancia de los *hashtags* de clichés o *tropes* que tienen los libros que se recomiendan y así los consumidores saben qué esperar y si les gustará.
7. Las editoriales y TikTok: ¿cómo se han adaptado estas empresas? Desde presencia en redes sociales a mandar novelas a las creadoras de contenido para su valoración.
8. Los comienzos: #booktube y la primera generación. Cómo se han mantenido ciertos creadores de contenido de la primera generación (que “hablaban de libros” en YouTube) a otras plataformas como TikTok.
9. La relación entre TikTok y el sobreconsumo de libros.
10. La problemática relacionada con catalogar libros de literatura erótica (con portadas con ilustraciones infantilizadas) como juvenil.
11. El cambio en la lectura: cada vez se lee más y más rápido, siguiendo tendencias como la llamada ‘lectura diagonal’.

Inés Benavente Lloréns



Teléfono

678929431

Mail

inesbenaventell@gmail.com

Ubicación

Actual: Alicante

SOBRE MÍ

Entusiasmada de la comunicación y de las relaciones internacionales, trabajó como becaria en el medio local TodoAlicante.es. Su TFG combina su pasión por la literatura y la producción audiovisual resultando en un reportaje seriado para TikTok

FORMACIÓN ACADÉMICA

- Grado en Comunicación Audiovisual - Grado en Periodismo 2025. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas Elche. Universidad Miguel Hernández de Elche, UMH.
- Taller de Oratoria y Debate X Edición, 2025, 45 horas, formación permanente Universidad Miguel Hernández de Elche
- Taller Escritura Creativa, 2022, Centro Social Altabix, Elche
- Comunicación online y gestión de redes sociales, 2021, 25 horas, Campus virtual formación online Universidad Miguel Hernández de Elche

EXPERIENCIA LABORAL

- Redactora y encargada de redes sociales del medio de innovación periodística ficZión, 2024
- Prácticas en TodoAlicante.es, julio a septiembre 2023. Propuesta y producción de distintos artículos periodísticos
- Publicación de un reportaje de Blanca Paloma para TeleElx, mayo 2023

IDIOMAS

Valenciano

- Nivel C1, Junta qualificadora de coneiximents de valencià, 2024

Inglés

- Certificate in Advanced English, Cambridge, 2023

Francés

- Nivel A2 francés, Escuela de Idiomas, 2018

ASIGNATURAS RELACIONADAS

- Instituciones Jurídico-políticas (curso 2023/2024)
- Instituciones de la Unión Europea (curso 2024/2025)
- Comunicación política y opinión pública (curso 2024/2025)
- Derecho de la información (curso 2024/2025)

TRABAJOS DESTACADOS

- Líder de grupo en la actividad Parlament Universitari, 2025
- Reportaje seriado sobre #booktok, 2025
- Dirección del piloto Aquellas Chicas, 2023
- Participación en Cortifestival 2022. Reportaje *Acompañar la soledad*

CANALES Y PLATAFORMAS

- Medium
- YouTube

ANEXO II: Transcripciones de entrevistas

Este anexo incorpora las transcripciones de todas las personas entrevistadas para la realización de este trabajo. En ellas se pueden observar ciertos elementos distintivos. En primer lugar, todas ellas tienen una pequeña explicación acerca de quién es el entrevistado y su relevancia para conocer su punto de vista. Asimismo, las transcripciones se han mantenido como las he ido trabajando yo, es decir, se ha mantenido el código de tiempo necesario para poder saber en qué parte del vídeo se hacía cada declaración. En la misma línea hay declaraciones marcadas en azul, estas son las más relevantes de las entrevistas. A partir de ellas, construí el relato para poder conformar los guiones de las ocho partes de este reportaje.

Paula Salom y Andrea Just, prosumidoras

Andrea Just y Paula Salom son las creadoras y presentadoras del pódcast Escritores, paganos la terapia. Las valencianas se conocieron en la universidad y conectaron por su amor al *k-pop* y el anime, hasta que se dieron cuenta de que compartían una pasión superior: la lectura. Andrea ya tenía un perfil de TikTok e instó a Paula a la creación del suyo, pero la duración de los vídeos era demasiado limitada para todo lo que querían contar. Cuatro temporadas después, Andrea y Paula siguen hablando de las novedades literarias y sus lecturas.

[08:07] ¿Cómo definiríais lo que es #booktok?

Andrea: Ahora mismo yo considero que es como un contenido muy rápido, en general. Bueno, yo hay una cosa a la que me quedo mucho y es que aunque sí que es verdad que el consumidor es lector, ¿vale? Muchas veces no parece, o sea, como que no tengan la no sé cómo explicarlo, no tenga la concentración a veces, ¿sabes? Para para ver las cosas (los vídeos largos). No sé quién lo dijo, no sé quién hizo un vídeo sobre el tema, que dijo como muchas veces preguntan el libro, cuando realmente ya está puesto en la descripción o en el propio vídeo. Pero también creo que es una comunidad bastante bonita, sinceramente, o al menos yo he hecho muchas amistades muy bonitas. Creo que compartir el amor por los libros de cierta manera desde ahí está muy guay, la verdad.

Paula: Creo que es una comunidad en la que *fanguirleas* de de libros. Es por y para lectores y es el sitio en el que vas a hablar de los libros y de lo que amas.

Andrea: Sí, yo realmente es que a veces me lo tomo como mi diario personal, ¿no? En plan, voy a decir cualquier chorrada. Resulta que la chorrada que acabo de decir de este libro que me ha gustado, pues parece que a 5000 personas les parece igual y piensan lo mismo que yo, entonces eso está guay.

¿Qué tipo de libros se recomiendan en #BookTok?

[10:04] Andrea: creo que también en #BookTok va un poco por etapas, porque por ejemplo, cuando era Navidad todo el mundo estaba con los libros navideños. En ese momento solamente se recomendaban libros navideños. Sí que es verdad que ahora con el tema de *Alas de sangre* considero que los dragones han venido muy a *full* otra vez porque al menos yo he ido a las librerías y hay muchísimos dragones. Se podría decir que igual que existen las tendencias en moda, considero que también existen las tendencias en literatura. Entonces, eso, ahora se llevan mucho los dragones. Se

han llevado también mucho los libros sobre jugadores de hockey y sobre hielo, el cual Paula sabe estoy obsesionada.[10:46] Creo que ya no se lleva tanto también los *cowboys*.

Entonces es como creo que también hay mucha tendencia y es un poco así.

Paula: yo creo que también que TikTok es mucho lo que tú le digas al algoritmo porque es verdad que a vosotras, por ejemplo, os aparecen libros de hockey sobre hielo, a mí no me aparecen; o cuando estaba la *cowgirl era*, a mí no me aparecía. [11:30] Como yo no creaba ese tipo de contenido o yo no sigo ese tipo de contenido, a mí no me aparecen. Al final #BookTok es dependiendo de lo que tú sigues, lo que tú busques y te quedas, te va a aparecer.

Andrea: Sí, es que también va a depender un poco del algoritmo de cada uno porque yo la propia plataforma al fin y al cabo lo que tú quieres ver.

[11:55] **Como el algoritmo está condicionando por lo que nosotros vemos, ¿puede hacer que nos mande contenido más basura o que se cuele a lo mejor algún contenido que sea bueno de un libro espectacular, simplemente a nosotros haya decidido que no nos va a llegar?**

[12:11] Andrea: Pues puede pasar, la verdad, porque yo he visto alguna vez que digo, "Este libro no me ha salido en la vida", pero mis amigas me dicen, "buah, pues este libro lo he visto muchísimo". Por ejemplo, a mí me sale contenido de #BookTok inglés, entonces yo digo, bueno... Y me sale y, a lo mejor por de repente, no sé qué libro era, pero es un libro que creo que van a traer aquí ahora dentro de poco que decían, la gente de #BookTok inglés está obsesionada con este libro. Vale, sí, el de *Quick Silver*. Vale, yo *Quick Silver* realmente me decían que estaba la gente obsesionada y yo pensando, pues a mí no me ha parecido nunca nada de esto. Entonces era como sí, te puedes perder cosas en plan también.

Paula: Yo creo que al final muchas veces es la típica frase de es que solo aparecen novedades en TikTok. Claro, porque puede ser que tú ves lo que tú busques porque a lo mejor, eso es tirarme muchas flores a mí, pero yo muchas veces no pongo es lo típico. Yo leo X libros que no son novedades porque yo compro de segunda mano, por lo tanto son más antiguos. La gente no ve sus libros. Se me hacen más virales los libros que hablo de ACOTAR que no cuando los vídeos hablo de Julia London, que es un libro de cuando mi madre era joven y ahora nadie lee. Eso depende, te va a parecer más una cosa u otra también dependiendo de lo que tú vas a seguir.

Andrea: Sí, sí que es verdad que mucha gente se queja de eso, pero es que no se hace contenido de libros menos conocidos, pero en general yo creo que sí que se hace ese contenido, lo que pasa es que la propia plataforma no los enseña porque piensa que no interesa.

[13:58] **¿Qué libro creéis que es sinónimo de #BookTok?** Cualquier persona que esté dentro de la comunidad de book, o se lo ha leído o se ha sentido muy presionada para leerlo o sabe mínimo qué es y de qué va porque se ha visto todos los vídeos de este libro.

ACOTAR. ACOTAR. ACOTAR 100%.

Andrea: Paula lo tenía en casa y pues al final se ha sentido obligadísima, debo decir. Pero ACOTAR 100%.

Paula: Mi experiencia, yo me los compré más que nada, a ver, yo tenía idea de leérmelos porque me había leído *Trono de el cristal* y yo me los compré solo porque iban a cambiar las cubiertas, a mí no me gustaban las nuevas y ya dije, "Quiero las viejas." Vale. Me he comido todos los *spoilers* habidos y por haber de ACOTAR. ¿Los *fanarts*? Más *spoilers*. Al final había tanta información y gente tan pesada que tú decías es que no me quiero leer el libro por lo pesado y todos los *spoilers* que me he comido. Y al final yo pues me lo leí por cosas del destino porque me iban a pagar una cena más que nada. Y yo creo que a partir de que yo me leyeras esos libros la gente ha ido a mis vídeos muchas veces y en plan de qué rabia que me tenga que leer ACOTAR para que tú vengas a mi perfil.

[15:33] **¿Qué recomendaciones seguís para elegir vuestra próxima lectura?**

Andrea: A ver, yo depende un poco de mi del momento, o sea, por ejemplo, yo ahora mismo me estoy leyendo *Alas de Ónix* y me está costando muchísimo. Y yo creo que realmente es por la presión que estoy sintiendo para no comerme *spoilers*. Sí, sí que me viene un poco en plan de pues mira, me apetece un *sport romance* y si tengo alguno en lecturas pendientes, pues me pillo alguno de lecturas pendientes. Sino sí que entro a TikTok y pongo #sportromance y empiezo como a mirar en #BookTok #Bookstagram, en alguna de las dos. De normal elijo la próxima lectura y ya está.

[16:30] Paula: Yo dependo. Miro mi montaña de libros, digo, vale, ¿cuál de todos estos? Yo leo tanto en físico como en digital y muchas veces influye si entro a eBiblio y veo algún libro que me atrae digo, "Ah, este." Y claro, también porque muchas veces cojo audiolibros y claro, eso pues el primero que esté disponible lo cojo porque en eBiblio funciona por disponibilidad y no por el libro que tú te quieras leer. Así que eBiblio elige mi lectura muchas veces.

[A2: 00:06 // 18:12] **¿Desde cuándo estáis en TikTok?**

Yo me hice TikTok, pero empecé en pandemia. Creo que mucha gente empezó en pandemia porque yo me aburría cosa mala. Entonces, claro, pues yo tenía un amigo que hacía pues vídeos churras en TikTok y pues me lo descargué, pues simplemente para darle *like* a los vídeos de mi amigo. [00:25] Total, que empecé a hacer como yo también vídeos y empecé haciendo un poco vídeos de bueno sobre serie sobre animes y después me empecé a hacer los vídeos y algunos eran de Harry Potter, entonces como que la gente me pedía más vídeos. Me decían, "¿pero te gusta leer?" Yo, sí, me encanta leer, me dijeron, "Tal cual, podrías hacer este tipo de vídeos, pero de otras sagas." Y pues al final me alejé un poco más del tema anime y me metí ya más en #BookTok.

[01:02] También yo creo que era porque la comunidad del anime en ese momento me estaba como agobiando un poco, puede ser. Entonces como que ya de ahí me metí de lleno a #BookTok y pues de ahí no me he movido. De vez en cuando a lo mejor si estoy viendo alguno (anime) que me esté gustando pues probablemente diga algo, pero yo no empecé con libros, libros. Empecé por otra rama y luego pues me tiré para allá.

Paula: yo me metía libros por culpa de Andrea. El TikTok me lo hice porque Andrea fue muy pesada, diciéndome todo el rato "te tienes que meter, es muy chulo". El contenido que hacía, sí que es verdad que había como anécdotas, *doramas*, *anime* y libros y ahora lo único que hago es de libros alguna vez alguna serie o *dorama* y de *crochet*, porque son mis pasiones: los libros y el *crochet*.

Yo soy la típica *iaia* que lee libros de señor desnudo y hace *crochet*: esa soy yo. Es más, mi libro está forrado con una funda hecha de *crochet*.

[02:30// 20.13] **¿Cuál es el género que más lees?**

Andrea: Realmente 100% *romantasy* o romántica, pero si es romántica, muy probablemente es *sports-romance*.

Paula: Diría romance, romance histórico, fantasía y, aunque no es un género, pero yo lo meto ahí, también leo infantil porque me encanta.

Infantil tirando para niños. Ah, porque O sea, de todo un poquito me parecen maravillosos y los libros y los ilustrados también y también leo bastante manga.

[03:23] **¿Crees que te sientes condicionada a lo que estás leyendo por esos vídeos que te llegan con esos hashtags? ¿Te llegan por ahí este tipo de recomendaciones?**

Andrea: Muchos sí. Por ejemplo, hay unos que me leí que era *A life for a lie* y esos sí que me los leí por esos hashtags. Te voy a decir que el primero no me gustó nada y dije. Lo que pasa es que eran los únicos libros que tenía en la aplicación de libros en ese momento y estaba de viaje, no tenía más que leer y seguí la saga. Pero sí, probablemente te diría que sí.

¿Sentís que se menosprecia a la comunidad de Booktok y a los libros que se recomiendan?

Andrea: Sí. Voy a contar como una especie de anécdota y siento que a la gente que leemos más romance, *romantasy* ... Yo creo que #BookTok es para TikTok es como lo último de TikTok. [05:31] Pero sí que incluso para la propia comunidad las que leemos esa clase de cosas es como que "bueno, ya están las muchachas estas otra vez con sus cosas que son tonterías". Por ejemplo el amigo de una amiga mía, que le encanta pues el típico señor que escribe fantasía épica y toda la pesca, pues le pareció muy necesario venirme a hablar por privado y decirme que mi autora favorita iba a sacar un nuevo libro y que ese tipo de libros son una mierda. Y yo pensando, ¿tienes la necesidad de venir a decirme esto?

[06:14] Creo que sí que es como que a las lectoras que están en este tipo de redes se les desprestigia bastante porque también te encuentras algunos comentarios de "este tipo de libros son una basura" y, bueno, estoy haciendo un vídeo diciendo que a mí me gusta, creo que no es necesario que vengas a decírmelo.

Paula: [06:38] También se tiene que ver que hay que ver las las que no es culpa de ellas tampoco, pero dos de los referentes que sí que han llegado más alto a TikTok que hablan de libros son Patricia Fernández, que siempre habla de Lorca, y Blanca Guilera, que habla de historia del arte. Son las únicas que han llegado a más gente porque hablan clásicos y contemporáneo. Dan la imagen de que ellas sí que pueden hablar de libros porque hablan de libros "intelectuales", porque tu lo dices, y nosotras como no leemos esa clase de libros, pues no lo somos tanto. Por ejemplo, a mí me ha pasado, que estaba leyendo un libro de "señores de torso desnudo" que es un libro de romance que aparece un señor sin camiseta [en la portada], pero que yo les llamo así pues porque me hace mucha gracia. [07:48] Y la respuesta muchas veces cuando yo le decía a la gente que me estaba leyendo este libro es "vaya mierda del libro", "eso no es literatura de verdad", "yo te dejo libros buenos." ¿Por qué esto no es un libro bueno, porque tú lo dices? ¿Porque aparece un señor ahí semidesnudo? A mejor es lo que a mí me gusta. Si tú lees romántica o lees fantasía o no X tipo de autores eres menos lector para algunas personas que si lees otras cosas.

[08:17] **¿Creéis que eso tiene algo que ver con que sean libros mayoritariamente escritos por mujeres, que el público objetivo sea para mujeres y que los recomienden mujeres jóvenes?**

Andrea: Sí lo pienso, 100%. O sea, sí.

Paula: Es que depende del género también, ¿eh?

[08:38] Andrea: Sí, sí, pero es que esta conversación ya la tuve con una amiga y me dijo, "Es que la clase de de personas que son como él, básicamente siempre sienten la necesidad de menospreciar a lectoras como tú". Mi amiga me dijo básicamente que no le hiciera ni puñetero caso, pero sí que es verdad que eres una chica que lees cosas que están escritas por mujeres, recomendadas por mujeres y que el público objetivo son mujeres, entonces...

Paula: Por ejemplo, se critica mucho *Alas de sangre*, dicen es un libro que "está muy visto", que "¿de verdad como os puede gustar?", claro, pero *Eragon* es un "clásico", es un "libro buenísimo". ¿Por qué? [09:36] Porque lo ha escrito Christopher Paolini, que es un hombre, el público es más de hombre, se hizo una película en su momento. ¿Por qué uno lo aceptas y le dices que es buenísimo y el otro no? Yo soy amante de los dragones, los dos libros me han encantado y los dos libros me parecen buenos. Cada uno tiene su forma, pero por qué uno ... ¡Ah! Como lo ha escrito una mujer ya no te gusta tanto...

Paula: [10:14] Esto es verdad que depende del género porque yo creo que una autora que sí que la reconoce muchísimo para bien es a Mariana (Enriquez) es mexicana y escribe terror. A ella sí que dicen, "Buenísima, buenísima." O si vas a los clásicos: *Orgullo y prejuicio*, de lo mejor; Virginia Woolf, buenísima. Claro, si son clásicos aceptamos a las mujeres, pero si no no.

[12:23] **¿Qué opináis de la frase "los jóvenes no leen"?**

Andrea: Los jóvenes no es que no lean, es que no leen lo que quieren que lean. Yo realmente voy a las librerías y, sí que evidentemente encuentras gente de todas las edades, pero de normal está la cosa llena de gente y de gente joven. Quiero decir, las colas que se han hecho para comprarse *Alas de Ónix*, ¿me estás diciendo siendo que la gente que no lee? La gente está loca por leerse lo último que ha salido. Por ejemplo, la librería que voy yo a aquí en Valencia, que es la Madriguera, están siempre haciendo eventos, hicieron como un evento del fin de semana que venían un montón de charlas y eso se llenó y era todo gente joven. Lo que pasa es que no leen lo que quieren que lean, pero la gente joven lee bastante. Y yo lo digo mucho: conozco a más gente joven que lea que gente mayor que no lee. De hecho, yo tengo mucha gente en mi familia que son gente mayor y básicamente dicen, "no, sí es que yo no he agarrado un libro desde que salí del colegio." Esa clase de comentarios me la hace gente mayor, no me la hace gente joven.

Paula: Vas a ferias del libro y las colas... Recuerdo la de Marisa Mayer que estuvimos 2 horas para que nos firmara el libro. ¿Quién te hace dos horas de para (firmar un libro)? Como mucho, te diría un Juan Gómez Jurado o Javier Castillo, poco más, pero las jóvenes estamos ahí haciendo unas colas siempre. Tú vas a la feria del libro de Madrid y todas las casetas que hay autores que escriben para público juvenil están llenas. Yo he visto a autoras, por ejemplo, Paula Gallego terminar de firmar, de su hora de firma, tener que irse a un banco a terminar de firmar. Luego los jóvenes no leemos, ¿verdad? O Inma Rubiales, unas colas impresionantes. Andrea Smith, otra, unas colas impresionantes

y todo gente de nuestra edad más pequeña o un poco más mayor. Sí que leemos, lo que pasa es que no no leemos lo que a ti te gusta, María José, lo siento.

¿Cómo definiríais un estereotipo de *booktoker*?

[15:19] Andrea: Estoy pensando cómo me defino yo, no lo sé. Voy a intentar definirme a mí porque es que no sabría definirte un estereotipo de *booktoker*. Soy una persona que estoy como muy atenta de todo lo que que todo lo que va saliendo, porque a veces siento que no llego a todo, porque es que salen muchas cosas todo el rato. También creo que al menos, yo sí que considero que la gente que es *booktoker* somos como bastante cercanos o al menos yo intento ser bastante cercana. Yo creo que todas las que yo conozco en persona lo son bastante.

Paula: Yo diría que el estereotipo algo que creo que nos define a todos es que somos amantes de los libros y de las librerías. Todos los *booktokers* tenemos el típico libro de yendo a una librería a comprar un libro o *unboxing* de libros que nos hemos comprado, que nos hace mucha ilusión. Emocionarnos por una lectura, el poder compartirla. Yo creo que todo lo que nos hacen en común a los *booktokers* es que amamos los libros y amamos compartir el amor de los libros.

¿En cuanto a edad y género?

Hay *booktokers* de todas las edades. Yo he visto *booktokers* que tienen como más de 40 o más de 50. Yo creo que de todas las edades. No podría decirte, no, solamente hay *booktokers* de 17 años. En general, hay de todas las edades, porque al fin y al cabo hay muchos *booktokers* que eran antes *booktubers* y que venían de de allí. [17:09] Yo creo que hay de todo. Y de hecho sí que es verdad que se nota que hay más mujeres *booktokers* que hombres *booktokers*. Pero en general yo creo que hay de todas las edades.

Paula: [17:32] Sí que es verdad que los que son más famosos y vemos más yendo a eventos suelen ser 20 añeros, queramos o no. Pero si tú juegas con el algoritmo, te pueden salir de todas las edades, de todos los estilos de géneros. Yo he llegado a ver gente de 40 años o de 50-60. Sí que es verdad que el de 60 que a mí me ha aparecido era que me estaba enseñando a Proust, y yo no me voy a leer a Proust porque Proust es bastante difícil.

[18:01] Andrea: A ver, hombre, claro, evidentemente el señor de 60 años que está en su casa no me lo veo recomendado de *Flawless*, ¿vale?

[18:10] Te va a aparecer dependiendo del tipo de libro que tú estás buscando. Alguien más mayor, no te va a recomendar *Alas de sangre*, que a lo mejor sí. Yo me acuerdo que, en su momento, me había parecido una chica que estaba en sus 40 recomendándome cosas que leemos nosotros con 20, 30, pero normalmente cuando son más mayores suelen tirar más al contemporáneo o más ensayo. Cosas no ficción que no leeríamos nosotras y por eso no nos aparece tanto.

[A3: 01:27] Como consumidoras, ¿cuál es vuestra opinión acerca de la colaboración con editoriales?

Andrea: Yo colaboro con editoriales, Entonces, a mí realmente me parece bien porque creo que somos un poco el escaparate de lo que viene siendo las editoriales. Yo no lo veo mal. Sí que es verdad que a mí no me pagan, yo no sé si al resto les han pagado alguna vez, a mí nunca me han

pagado, simplemente me han enviado el libro. Al fin y al cabo, haces como un cambio. Haces tu reseña, tú hablas del libro y estás haciendo como un servicio. Entonces yo no lo veo mal, la verdad. Tienes un público y sí que saben que puedes transmitir lo que te ha parecido esa lectura. Yo no lo veo mal.

[02:24] Paula: El tema de que colabore la gente, pues al final se lo han ganado, queramos o no. Y yo depende, porque si la única colaboración que haces es enseñar el libro, no me estás aportando nada. Tú dame las razones por las que yo me tendría que leer ese libro o por qué te ha gustado y por qué yo tendría que leerlo. También entiendo el miedo de que al ser una colaboración van a hablar bien de ese libro, pero realmente los buenos *booktokers*, yo creo, tendrían que decirte si es bueno o es malo, sea una colaboración o no. Porque lo que único que quiere la editorial es que aparezca ese libro

Andrea: Aunque el libro no te guste, tú tampoco tampoco tienes por qué echarlo por tierra, porque es el trabajo de otra persona. Puedes decir lo que no te ha parecido bien, o al menos lo que yo hago. De hecho, una vez dije que no me gustó, había un libro que leí y dije razones por las que me gustó y razones por las que no. Incluso la propia autora me habló para decirme: "¿Qué es lo que te ha parecido exactamente mal? Es para yo tenerlo en cuenta." Y la verdad es que en ningún momento la autora me dijera: "No, es que no te voy a volver a enviar ningún libro o me parece fatal que has hecho esta reseña." Porque realmente si lo haces con respeto, estoy diciendo que el libro no me ha gustado y por ciertas cosas y a lo mejor dices, "Vale, pues los datos que has dado es lo que a mí me atrae de este libro". Entonces, si lo haces bien, creo que no está mal.

[04:09] **¿Creéis que debe haber algún elemento destacado que lo indique?**

Andrea: Normalmente la gente pone un gracias al editorial por el ejemplar. Si no es pagado no tienes el no tienes por qué poner el *AD*. Pero de normal así que pones gracias a la editorial por el ejemplar

Paula: O haces el *unboxing* y ya sabes que es de editorial. Solo me ha llegado una colaboración, bueno, dos, y lo único que ha que he hecho es un "me ha llegado este libro, muchas gracias". Y no me han exigido mucho más.

[05:25] **¿Os condiciona el que una autora tenga o no tenga redes sociales a la hora de leer un libro?**

Andrea: Yo creo que es importante que tengan redes sociales, a lo mejor hace unos años no, pero ahora mismo sí. Estuve una charla que dio un señor que trabaja en una editorial y básicamente dijo algo como la editorial se puede encargar del marketing durante dos tres semanas. Más si eres alguien que saben que vas a funcionar. A lo mejor si eres una Rebeca Yarros sacando *Alas de sangre* te van a dedicar más tiempo, pero si no, que te plantees que va a ser poquito tiempo y el marketing vas a tener que hacértelo tú. Sí que lo veo importante. De hecho, no es porque sea amiga mía, pero yo creo que Raquel Tirado es una autora que hace muy bien su trabajo en redes. Cualquier cosa que pasa en el mundo, si acaba de salir *Operación Triunfo*, puedo conectarlo con el libro que voy a sacar. Entonces es necesario porque va a haber un momento en que la editorial va a dejar de hacerte de publicidad. No por nada, sino porque tienen tantísimos libros que es que no pueden hacerle publicidad a todos a la vez.

Paula: Si eres autor o autora, sí que es necesario, pero si eres consumidor de libros, no tanto. Por ejemplo, hay muchos libros que yo no sigo a los autores, ni a las editoriales, sino que yo he ido y por

x o por y ese libro terminado en mis manos. Consumo x libros porque me han aparecido en redes, pero hay x libros que han aparecido en mi vida de mágicamente y el destino ha dicho: "Paula, vamos a leerlo". Pero yo creo que como consumidor no es tan importante las redes, pero si quieres llegar a publicar, sí.

En trends como "los libros que me he leído este mes" en los que las *booktokers* explican todos los libros que se han leído en un mes, ¿creéis que eso está favoreciendo el sobreconsumo de libros?

Andrea: Sí, ahora mismo sí que existe el *fast fashion* en lo que viene siendo los libros. [08:24] Además, yo por ejemplo, en enero me leí cinco libros y estaba superagobiada porque, al estar en redes de libros, estaba como Dios mío, me he leído solamente cinco libros, en plan fatal, fatal, fatal. Se lo dije a mis amigas que no están en redes y me dijeron, "Tía, cinco libros en un mes, me vas a decir que es poco". Claro, pero veo vídeos donde hay gente que dice que se ha leído 20 libros, que no digo que no se los hayan leído, que es probable, pero yo veo eso y pienso "Jolín, y yo solo me he leído cinco." Luego me lo dice el resto de gente que cinco es un montón. [09:00] Entonces, yo diría que sí. En plan, no lo veo mal que alguien se lea 20 libros en un mes, ojalá yo, pero claro, lo veo y digo, madre mía.

Paula: [09:12] Van a decirte cosas tanto si lees poco, como si lees mucho. Porque yo me acuerdo un mes, en mis principios, que me leí 33 libros y me decían: "Pero ¿cómo te has leído 33 libros?" Porque casi todo lo que me había leído era manga, que yo cada tomo lo considero un libro y yo lo meto en mi reto de Goodreads. Y un tomo a mí me dura hora y media como mucho. [09:42] Y claro, la gente veía, "Buah, 33 libros, pero es imposible." Bueno, porque hay mucha manga de por medio y esto se lee en 'na y menos'. Al final, lo de los números de libros que te lees en un mes, lo coges con pinzas, porque a lo mejor un mes estás más tranquilo, lees más; hay un mes que estás agobiadísimo, lees menos y no por eso eres mejor o peor lector, ni mejor o peor *booktoker* y al final tú lees lo que quieras en el tiempo que tú quieres, ¿que te van a juzgar? siempre. Así que lee lo que te dé la gana y en tu tiempo haz lo que quieras.

¿Y genera estrés?

Andrea: A mí sí, pero porque sientes que has leído un montón, pero te das cuenta de que no has leído tanto, debería forzarme a hacerlo más. De hecho, en Goodreads antes me ponía como retos imposibles, imposibles tampoco porque sí que he leído esa cantidad de libros. Pero he llegado a ponerme retos que mi madre me dice "Andrea, que ese reto tú te lo fundes en un mes" y yo ya lo sé, pero no quiero vivir con la sensación de que no voy a llegar. Tampoco necesito ese estrés: si me apetece leerlo, bien, si no, pues también.

Paula: [11:11] Creo que Goodreads ha hecho mucho daño y está haciendo cada día más daño. No sé si últimamente habéis entrado Goodreads, pero aparte del reto de lectura tienes mini-retos y tienes el reto del mes de enero, el de febrero (uno por mes), el superado el mes, si leído el doble de lo que te habías propuesto y tú ves estas cosas y te agobias y empiezas a leer. Es normal juzgar el tiempo de la gente de pero ¿cómo puede ser que haya leído todo eso? Yo soy la primera que me estoy leyendo tres libros a la vez: uno en papel, uno en audiolibro y otro en digital, así es normal que al final me haya leído 10 libros en un mes. Si solo cojo un tocho de 1000 páginas, pues me habré leído un libro en un mes. Al final no sabemos cómo la gente gestiona el tiempo.

[12:07] Y esto nos hace agobiarnos más de lo que ya estamos y no. Al final el reto de Goodreads es una chorrada. Yo creo que solo una vez estuve un poco agobiada porque no me gustaba el número que iba a terminar y me leí un libro el último día del año para que se quede un número bonito y ya está, pero no tenemos que estar mirando el reto de Goodreads. Cada uno gestiona el tiempo como quiere y que yo me haya leído 80 libros no quiere decir que sea mejor o peor lectora, sino que gestiono el tiempo de manera completamente diferente. O que leo libros en momentos y formatos diferentes a ti que son más fácil más rápidos de leer, porque un audiolibro quedamos o no se lee en hay menos y un libro físico cuesta más.

En relación a la polémica que se ha denunciado en TikTok de las portadas ilustradas y el contenido sexual explícito de los libros, ¿cuál creéis que es el problema?

Andrea: Claro, creo que, en general, no hay tanto control con lo que lee la gente. [14:45] No hay ningún tipo de control. Juraría que si a mí me viene alguien de 14 años a una librería y le planta el libro a la librera, yo creo que la librera o el librero no va a mirar la edad que tiene la niña. Además los libreros tampoco saben absolutamente todo de todos los libros que tienen. Yo creo que tiene que ser que el padre se informe, igual que tendrías control de las películas que ven, creo que también tendrías control de tener control de las cosas que leen. Más de un padre ha dicho que las amigas de mi hija le han comprado *Icebreaker*. [15:30] A lo mejor se tendrían que informar un poco. Sí que es verdad que a lo mejor automáticamente piensan lo cuquí que es y no lo asocian como algo malo y lo compran directamente. Igual que hubo problemas con la película de *La fiesta de las salchichas* que fueron muchos niños a verla.

[15:48] Hay veces que no te tienes que fijar solamente por lo que estás viendo en la imagen y también preguntarte de qué va esto

Creo que en realidad no es tanto problema porque sí que están los *trigger warnings*, te explica de qué va. A lo mejor si hay gente tan pequeña viendo ese contenido, a lo mejor los padres tienen que también que tener ahí una responsabilidad. "No es que mi hija se ha encontrado con este libro en TikTok, es que mi hija tiene 11 años". Bueno, es que a lo mejor tu hija con 11 años no tiene que estar en una red social, empezando por ahí, pero esa es otra cosa.

Paula: [16:55] Yo creo que aquí también se aplica lo que hemos comentado antes de que los jóvenes no leen, pero son los que compramos los libros. Si ves estás viendo que x sector no te está comprando libros, pero los más jóvenes, sí, ¿qué vas a hacer? Intentar llegar a ese público infantilizando un poco las portadas. Esto se vio con *Ice Planet Barbarians* que la cubierta original da vergüenza verla. Pero te compras la que ha salido ahora con un dibujito cuquisimo y tú dices: "Vale, esto es para niños." También está la percepción errónea de que los dibujos animados siempre son para niños. Y hay dibujos que son cosas animadas de dibujitos que son para adultos y que los niños no tendrían que ver. Yo creo que lo que ha buscado aquí es que las editoriales se acerquen a un público que compra, ya que los adultos no compran y los jóvenes sí. Si lo acercamos más a un público más juvenil, tienen más ventas. [17:59-55:37] No creo que tengamos la culpa tanto nosotros los *booktokers* o *bookstagramers* por recomendar esos libros, porque al final tú eres el que decides que lees y que no lees, sino las editoriales que son las que han decidido infantilizar esas portadas para acercarlas a un público más joven.

Casa del libro ha cambiado la sección en la que se encontraba *Icebreaker* de “Más de 15 años” a “Romántica erótica”, ¿creéis que desde la perspectiva de los book que sí que pueden avisar del contenido?

Andrea: Yo creo que *booktokers* o *bookstagramers* denuncien por redes y digan ¿qué hace el libro de Hunting Adeleine, por ejemplo, en infantil? Yo creo que esa clase de cosas sí que las pueden cambiar. De hecho, vi que *After* estaba en infantil y lo dije y al final lo cambiaron. Cuando volví, la persona que estaba ahí me dijo, "Espero que ahora estés contenta porque lo hemos puesto en no sé dónde" y pensaba "pues sí".

Paula: [20:37] Los libreros no conocen todos los libros, lo quieran o no, y oí a una librera decir que siguen las recomendaciones de editorial. La editorial te pone que es más 15 años y lo pones en más 15. Luego ves que ACOTAR lo han puesto con lo de 15 años o *Haunting Adeline* te lo ponen en más 16 y tú dices, no sé yo. Ellos no saben de qué va realmente el libro, ellos cogen, la editorial les ha dicho que es esto, pues lo ponen en esa sección.

[21:06] Andrea: Además, si salen 300 novedades al mes, el librero no va a saber todo de las 300 novedades.

Casa del libro

Las preguntas realizadas a Casa del libro las respondió María Jesús Menéndez del Olmo, del departamento de Social Media, Marketing y Comunicación de la empresa.

¿Cómo definirías #booktok?

Es el fenómeno viral literario de los lectores que intentan marcar tendencia. Toda persona que se considere *booktoker* solo busca recomendar y conocer títulos nuevos.

¿Cuál es el perfil que buscáis para hacer una colaboración con un influencer? ¿Pertenece todos a la comunidad de #BookTok o contactáis con creadores de contenido *lifestyle*?

Lo que más nos interesan son perfiles 100% lectores, ya que son los más expertos en la materia y los que más al tanto están de todas las tendencias literarias. De esta manera podemos tener varios perfiles con gustos distintos: novela negra, fantasía, clásicos...

¿Cómo trabajáis con estos influencers (es distinto a otros creadores de contenido)?

Trabajamos por intercambio de producto, es decir. Facilitamos libros a cambio de que hablen de nuestra marca en sus redes.

¿Cuál crees que es el rasgo de los libros que se recomiendan en #booktok? ¿Crees que son diferentes a los que se recomiendan de formas tradicionales (periódicos, revistas expertas...)?

Ahora está muy de moda, y es lo que más recomiendan, el Dark Romance, Sport Romance, Fantasía, Cozy Mystery...

Ambos medios terminan teniendo en común la actualidad, novedades de las que todo el mundo habla. La diferencia que puede existir es que un *booktoker* es una máquina de leer. Siempre necesita más y, bajo nuestro punto de vista, a veces puede resultar más rápido e influir más en el resto de usuarios.

Hay muchas *booktokers* que, después de recomendar libros, han publicado uno ¿se favorece que las escritoras tengan una comunidad detrás para su publicación?

Sí. Ya que disponen de un público fiel que las sigue simplemente por recomendar libros o por crear comunidad. Así que si escriben un libro, se suelen apoyar.

A la hora de promocionar un libro, ¿se fomenta que la persona que lo ha escrito tenga redes sociales?

Sí. Es la manera más rápida y viral de darse a conocer y llegar a todo tipo de público. Las redes sociales lo son todo hoy en día. No tenerlas sería un error.

¿Cuál es el proceso por el que un libro de la editorial llega a #booktok? [libros]

Gran parte de las veces son las editoriales quienes contactan con estas *booktokers* enviándoles, en primicia, un libro acorde a sus gustos que quieren promocionar y piensan en ellas son las candidatas perfectas para hablar y convencer al usuario de por qué leerlo. Otras veces, simplemente surge la magia y, lo que parecía un libro más se convierte en un gran movimiento #booktok.

Hay una polémica acerca de libros que se recomiendan en #BookTok con un alto contenido sexual que a veces no se cataloga como tal y desde la propia comunidad lo han expresado ¿ha habido un cambio en cómo se califican?

Se está trabajando en ello conjuntamente con todos los players implicados: autores, editoriales, retailers.

Las recomendaciones en redes sociales no comenzaron en TikTok, ya existían influencers en YouTube, ¿ha cambiado la forma en la que se promocionan estos libros con los distintos formatos?

Si ha cambiado. El contenido en TikTok es mucho más rápido y atractivo para el usuario. Nos pasamos el día *scroleando* y consumiendo sin parar y sin salir de una "misma pantalla". Youtube sigue siendo una red social muy potente pero que requiere más tiempo para el creador.

¿Qué opinas de la frase "los jóvenes no leen"?

Para nosotros es una frase totalmente errónea.

Hace unas semanas se publicó el último Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros del 2024, elaborado por Conecta para la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), con el patrocinio de CEDRO y en colaboración con el Ministerio de Cultura en el que se indicaba que los jóvenes de entre 14 y 24 años son los que más leen de España, con un 75,3% de lectores habituales, superando en 10 puntos la media nacional.

Carlota Felipe, editorial Sargantana

Carlota Felipe de Francisco entró en el departamento de Marketing del grupo Editorial Sargantana en septiembre de 2022. Su trabajo consiste en organizar los eventos y ferias de los ocho sellos de este grupo editorial. Así, trabaja mano a mano con más de 300 autores de temáticas diferentes.

¿Qué tipo de libros son los que publicáis y quiénes son los autores? ¿Cómo llegan hasta ahí?

Somos el grupo editorial Sargantana y tenemos nueve sellos editoriales. Dependiendo del sello, el autor llega de una forma u otra. Ocho de los sellos son editoriales tradicionales y uno de ellos es autoedición, autopublicado. Los manuscritos se pueden mandar de muchas maneras. Hay una en concreto, Munyx, que abrimos campaña de manuscritos y se permite que nos lo manden en digital. Nosotros los vamos leyendo, se valoran y se aceptan o se rechazan. El resto de sellos de tradicional: los de cómic, no te voy a contar mucho como porque esos no los controlo tanto. Compran derechos fuera o a través de los salones del cómic, que ven a lo mejor a alguno que les interesa, pero eso sí que es verdad que no no trabajo tanto con ellos. Dentro de lo que son novelas o de autoayuda, normalmente recibimos los manuscritos en papel, salvo Munyx. Los manuscritos se reciben con una ficha, que la tienen los autores para descargarse a nuestra web, donde se ponen los datos básicos, nombre, teléfono, email, si han escrito otras veces, si han trabajado con otras editoriales, un poquito de información adicional, sus redes sociales, importante, porque al final quieras que no, si no estás por ahí es complicado. Al final, se valoran y se aceptan o, se rechazan y también se les da la opción de autopublicación. Hay muchas personas que quieren publicar sí o sí, aunque la editorial le diga, "Oye, mira, no encajas con nuestro sello, pero aquí si quieres lo tienes esta opción." Lo bueno o lo que nos diferencia un poquito en la autoedición es que tratamos igual a los autores de autoedición que a los de tradicional. Los llevamos a todos en una en un saco van todos juntos a todo.

[02:34] ¿Se favorece mucho que tengan esas redes sociales o puede ser algo negativo que no las tengan?

Como negativo, un poquito, mínimo tienes que tener, a lo mejor no gente que te siga en redes, pero sí como un círculo social que se vea que te mueves. Muchos autores que a lo mejor tienen muy poquitos seguidores en Instagram o en Facebook o en la red que utilicen. Nuestro sello principal es Sargantana y la media de la edad de los autores es bastante alta, entonces entendemos que a lo mejor no tengan una social y que la sigan a rajatabla, pero sí que es verdad que lo poco que publican es de un congreso de escritura o de un club de lectura, que se ve que por lo menos se mueven en el mundillo. Se tiene en cuenta, por supuesto. Es donde, no que se demuestre, pero sí que se ve una parte de lectores que tienes y que te gusta moverte. Evidentemente, si te llega uno con 10.000 seguidores o 3 y que vemos que no se mueve...

[04:13] ¿Cómo se promocionan los libros y lo hacéis de la misma manera?

Intentamos promocionar todos igual. Nosotros decimos que es un trabajo en equipo, tanto del autor como de la editorial. Al final nosotros tenemos unos 300 o 400 autores en activo. ¿Por qué? No no dejamos que el libro muera. Intentamos que todo el rato esté moviéndose el autor y que esté moviéndose la historia.

Ahora me pillas organizando la feria del libro de Valencia. Tengo a casi 150 autores inscritos. Sí que es verdad que le das más prioridad a las novedades publicando la sinopsis, publicando la portada, anunciando cuando llega el libro, que casi todos los autores vienen a la editorial a buscarlo y hacemos la foto de cómo lo reciben. Luego tenemos muchos autores que le quieren dar mucho más bombo y en redes sociales, a lo mejor crean un *booktrailer* o hacen diseños de personajes. A la hora de *bookstagramers* y *booktokers*, mi compañero Nacho se encarga de contactar con ellos. Si yo conozco alguno digo, "Oye, mira, contacta con este porque me encaja este libro nuevo pues de novela negra o de o de cómic". Por ejemplo Moon Light books, una chica que hace sobre todo publicaciones de novela gótica, como hemos sacado un cómic sobre un sobre el vampiro de Polidori, se lo hemos mandado y lo recibió ayer. Buscamos el que mejor encaja y se lo mandamos. Hay libros que son más fáciles de encajar y hay otros que son un poco más complicados.

No tenemos un un listado cerrado. [06:10] Tenemos algunos con los que trabajamos más, en Munyx hay sí que tenemos algunos que siempre le solemos enviar novedades o que nos piden más que que de otros sellos, pero no es un listado cerrado. Incluso el autor dice: "Oye, mira, que yo conozco a este que no sé si lo conocéis, creo que puede ser interesante."

¿Hay *booktokers* que os contactan? ¿Y eso cómo funcionaría?

[06:42] Sí, normalmente nos llega un mensaje, sobre todo por redes sociales o a veces por correo, que nos explica quién es y qué cuentas tiene. Normalmente sí que miramos la interacción y los seguidores. Últimamente ya tenemos por norma más de 20.000 seguidores. Aún así, no la cumplimos a rajatabla, ¿por qué? Porque si hay alguien que tiene 5000 y tiene muchísimas interacciones, también nos interesa enviárselo.

¿Cómo definirías Booktok?

[07:40] Es un canal de comunicación muchísimo más directo que cualquier otro, porque quieras que no, la gente no va a buscarte un blog para una reseña. O sea, la gente lo que va a hacer es seguir a los *booktokers* o a los *influencers* de creadores de contenido que le interesa, que encajan con su personalidad y con sus lecturas. Al final va a hacer, no va a hacer caso, pero sí que se va a guiar bastante. Entonces, yo creo que al final es eso, o sea, es un canal de comunicación más y de promoción.

[08:12] ¿Crees que la comunidad de #BookTok es femenina?

Simplemente por estadística, más del 70 o el 80% de consumidores de #BookTok y de creadores contenidos seguramente sean mujeres. Es simplemente por las estadísticas que vemos nosotros en nuestras aplicaciones y cuando subimos algún vídeo o vamos consumirlo, simplemente cotillear, por ver qué es lo que se está moviendo y coger ideas.

[08:56] ¿Trabajáis también con *influencers* de *lifestyle*?

Hace poco mi compañero me estuvo pasando algunos contactos para un evento y justo teníamos, por ejemplo, a una chica que hace contenido de bebés, ropita, accesorios, cositas así. Pues nos pidió uno de los libros infantiles de los cuentos ilustrados y sin problema. Luego ella hizo la promoción del cuento ilustrado y ya está.

[09:42] ¿Hay algún tipo de remuneración?

Por nuestra parte normalmente todas las colaboraciones que hacemos son gratuitas. Le mandamos el libro a veces con algún detallito, una libreta, marcapáginas o si tenemos alguna cosita por ahí alguna promoción que nos haya quedado. Le mandamos el libro con el detallito y a partir de ahí ya quedamos en en lo que en lo que ella haga, normalmente pues una historia, un reel o una publicación.

[10:29] ¿Crees que se favorece que las *booktokers*, como ya tienen una comunidad, publiquen un libro?

Sí, pero se mira la calidad del libro. Es lo que te comentaba antes, al final es un poco la pescadilla que se muerde la cola. Si eres un escritor que no tiene comunidad, vas a tener muchísimo más difícil el publicar, no porque no sea bueno o no sea malo el libro, sino porque al final esto es un negocio y esto es el mercado. Si nosotros tenemos un pasito más asegurado que tú cuando hagas la presentación, en vez de llevarme a una o dos personas, me vas a llevar a 20 o a 30 o incluso a 50 es algo que tienes a tu favor. Si a nosotros nos llega algún manuscrito y buscamos a esa persona y vemos que se mueve, que ya tiene un montón de seguidores y que además le comentan, para nosotros es un honor que nos llegue un manuscrito así. Si, además, nos lo leemos y vemos que está para una corrección por encima, porque al final todos necesitan alguna, y tirar para adelante, pues ¿por qué no?

¿En función de qué se cataloga un libro como juvenil?

Vas a alucinar. [12:46] Vamos a ver, hay una lista cerrada que son las IBIC que dentro está también lo que es la categoría y el tema del libro. El tema del libro es de qué va: un *thriller*, una policiaca, un tal. Y la categoría te engloba también la edad. Pueden coincidir, pero variarán en una letra. Según vas añadiendo letras, te vas metiendo más dentro de la categoría. Esto es un Excel de miles y miles y miles y miles de líneas. En el que en el caso de *young adult*, infantil, juvenil y tal, aunque a ti te ponga -te voy a decir las letras, pero no me acuerdo de memoria.] Y H C esas tres letras te van a englobar hasta 8 años diferentes desde los 10 hasta los 18.

Cuando llega a una librería y ve la categoría del libro dice, "Y H C". El librero lo va a abrir o lo va a ver la portada o lo va a ver cómo se ve y va a decir: "Vale, pues esto no tiene dibujitos, se va a un juvenil; esto tiene dibujitos, se va infantil".

Es una lista cerrada. ¿Se tiene que actualizar? Sí. A esto alguien le tiene que meter mano en algún momento y decir, "A ver, o metemos más letritas para diferenciar mejor o los llamamos de otra forma y metemos de otra forma esto". Es lo que tú dices, un libro de 10 años no lo puedes meter con libros de 16, tal y como están escritos ahora los libros de 16.

¿Se podría hacer una nueva categoría para separar, como podría ser '*young adult*'?

[15:05] Las editoriales nos tenemos que ceñir a eso. Hay una base de datos se llama Dilve, que ¿que tiene introducida esa lista? La lista del IBIC lo tienen introducido. Entonces, te sale un menú desplegable y tienes que elegir. No hay más. Entonces, hasta que quién sea que haga esto en su momento no diga: "Vamos a meter esos nuevos géneros que se están creando" -que en su día se

metería la ciencia ficción-, nosotros estamos de brazos cruzados, dependemos de que el librero sepa exactamente lo que está vendiendo.

¿Cómo elegís esas letras?

[15:49] Es difícil, es un tema difícil, es un melón que da para largo. Por ejemplo, *Alas de sangre* lo puedes categorizar como fantasía-juvenil tirando para adulta, fantasía-adulta y romántica. No me lo he leído, pero sé que tiene algunas escenas *spicy*; entonces, en juvenil, a lo mejor al lado de Harry Potter no te cuadra. Lo pones en fantasía: los que leen fantasía-adulta lo van a mirar mal y si lo metes al lado de Isabel Allende va a quedar raro. [16:40] imagínate entrar en Fnac y verte en esa tesitura. Yo entiendo que, al final, cada vez más las librerías se van dando cuenta, pero evidentemente habrá alguna que patine, que el librero patine con algo, porque no lo puede evitar. Si se fijan en las características del libro, en la fecha que a ellos les llegan, les va a llegar un juvenil de 16 años. Pero no le va a poner juvenil 16 años, simplemente le va a poner Y H C y ya está.

[18:00] La lista está tan generalizada, hay que renovarla, hay que verla, pero sí que es verdad que eso tiene que llegar desde muy arriba.

[18:05] ¿El tener las portadas ilustradas favorece que lo coloquen como juvenil?

No, es verdad que los lectores al final no se percatan, quiero decir, sabemos lo que hay por ahí.

[18:30] *Alas de sangre*, a mí por la portada, en concreto, sí que me cuadra meterlo en fantasía-adulta por la portada. El que lee fantasía sabe qué es *Alas de sangre*. Hay de todo. Hay librerías que cuidan e investigan más para ver qué es lo que recomiendan y cómo y dónde lo ponen y hay otras que no.

¿Crees que se hacen las advertencias necesarias en la distribución, como los *trigger warnings*?

[19:30] A ver, yo lo veo superbién, sobre todo para la gente que tiene que regalar un libro. Porque la gente que compra el libro más o menos habrá buscado información, ya sabrá si le llama la atención, si no le llama... A la hora de de que alguien tenga que regalar un libro a alguien o que un padre diga: "Oye, quiero que me recomiendes un libro". Estaría superbién que se pusiera. Si no es en la parte trasera vistoso como tiene ahora la editorial Inlov, que en la parte de atrás que te viene el cuadrado con todas las cosas así más importantes, sí que un tipo pues eso, en la primera página o en los derechos, una información.

Las recomendaciones en redes sociales no comenzaron en TikTok, ya existían influencers en YouTube, ¿ha cambiado la forma en la que se promocionan estos libros con los distintos formatos?

[21:02] Yo creo que es que no ha cambiado tanto, sí que ha cambiado dependiendo del libro que recomiendas. Por ejemplo, nosotros nos has pillado que tenemos un montón de sellos, los sellos de de juvenil se mueven mucho por #BookTok o por TikTok o por Instagram. Pero los sellos de adulto, nosotros seguimos teniendo publicaciones en medios de comunicación tipo periódico, radio y tele. Dependiendo del género que muevas y de la edad de tus directores, vas a promocionar tu novela de una forma diferente.

Hablamos de la literatura juvenil, ¿qué podemos considerar como tal?

[22:32] La literatura juvenil es el problema. Si es juvenil de 10 a 14, normalmente todo lo que es la literatura de este tipo se caracteriza, primero, por la edad de sus personajes. En la juvenil de 10 a 12,

new adult o *young adult* de 16 a 18 o de 14 a 16 el personaje principal tiene la misma edad, o aproximada, que el lector, para que se sienta identificado. Primera persona, tercera persona, eso ya a gusto del consumidor. Las temáticas, lo mismo. Al final lo que busca la literatura juvenil es que el lector se sienta identificado con el protagonista, que vea los mismos problemas que él tiene en la vida real, aunque sean en un mundo de fantasía o en el mundo real normal. Me da igual Madrid que Madrid con alas. Si está en una escuela de dragones, pero acaba de entrar con 16 o con 18, va a tener los mismos problemas que si acabase de entrar en la universidad o en bachillerato. Yo creo que es eso y que sobre todo sea una lectura rápida, sea ágil, que te meta tramas, pero sin necesidad de complicarte la vida.

[24:44] **¿Qué opinas de la frase “los jóvenes no leen”?**

Mentira. No, a ver, leen, leen mucho. Lo que pasa es que leen cosas diferentes a lo que se leía antes. No es lo mismo lo que se leía antes que te limitaba muchísimo el colegio, lo que llegaba a librerías o lo que te enterabas que había en el mundo porque no había comunicación de los de los libros que había. Yo, por ejemplo, vivía en un pueblo y yo leía lo que llegaba a la librería y lo que me enteraba por la tele que se estaba vendiendo. Ahora no. Ahora te llega muchísima más información de muchísimos más libros: autopublicados, editoriales pequeñas independientes, editoriales más grandes... Hay muchísima más comunidad a la hora del libro y se muestra que los jóvenes leen simplemente por eso. Leen cosas mucho mucho más diferentes y es lo mismo leer un cómic que leer una novela. Al final es leer igual.

Carlos Azorín, booktoker

Carlos Azorín es un *booktoker*, escritor y estudiante de Filología Inglesa murciano. En este momento, sus esfuerzos están en los estudios aunque lo compagina con la creación de contenido.

[00:50] **¿Cómo definirías tú #BookTok?**

Yo siento que hay como varios #BookToks: está el BookTok de hace unos años y el BookTok de ahora. Yo diría que es el problema viene de que viene de TikTok. [01:11] Entonces, como es algo muy rápido, eso satura mucho a la gente porque es novedad constante, libro constante y tienes que leer todo como muy rápido para que todo el mundo no se olvide ni de ti ni de las lecturas que acaban de salir. Entonces, yo lo definiría como rápido porque es eso, al final, sí es cierto que agobia un poco a no ser que lo lleves bien y que pases de las novedades y de todo el mundo, pero pero sí, definiría a Booktok como algo rápido.

[01:52] **Eso que estabas diciendo del agobio, viene por parte de los creadores de contenido, ¿pueden sentir ese agobio las personas que consumen este contenido?**

Pues las dos cosas porque nosotros nos presionamos porque nos llegan libros, entonces al llegarnos un libro, dices, "Ostras, me lo tengo que leer" o incluso no. La mitad de mis antenas son de libros que no sé ni de qué van y que ni siquiera me he leído, pero porque no da el tiempo físico y al final se te quitan las ganas. [...] Imagínate que a ti te encanta ver películas y tú te ponías por la tarde a ver una peli todos los días, por ejemplo. Pues cuando empiezan a decirte, "Vete a esta película, tiene que verte esta película obligatoriamente." Ahí es cuando ya dice, "Uf, qué pereza" ¿Por qué me obligas?

Antes era algo que yo hacía, porque yo quería. Entonces, sí, es agobiante para nosotros, pero también entiendo que es agobiante para la gente, porque al final estás viendo todo el rato gente que lee muchísimo y lee libros nuevos. [02:44] Encima no son libros de hace muchos años que puedes ya tener en casa, sino que te lo tienes que comprar también. Entiendo que eso sea un poco un follón.

[03:09] ¿Cómo trabajas con las editoriales?

Te voy a ser la persona más realista del planeta Tierra: no pagan. Las editoriales no pagan, pero ni 1 euro. Puedes tener un millón de seguidores que, a no ser que te digan, hazme un vídeo de este libro, aunque no te lo hayas leído, porque eso lo hacen mucho, por cierto. Hazme un vídeo de este libro y te pago y entonces ahí pones publicación pagada. Normalmente te mandan el libro y a tu casa. Y hay veces que tú le pides el libro y no te lo mandan y te dicen, "No, no tengo, tal, no sé qué." Y ves como a la semana siguiente se lo mandan a @byhermoss y dices: "Mentira, no me lo querías mandar a mí."

Por ejemplo, la editorial Hydra, que tengo ahí un paquete, todas las temporadas te dicen "vamos a sacar todo esto ¿Qué quieres? Te lo mando". Entonces de puta madre. Literalmente los Rayos Magos cada vez que llega el correo de Hydra.

Pero, por ejemplo, Crossbooks, Planeta, te dice: "¿Quieres este libro: sí o no?" Y tú: "vale". Normalmente te lo dicen de los libros, por lo menos a mí más pequeñito, que digo, "Bro, pero mándame un, yo que sé, uno de Ana Huang". Los grandes es mucho más difícil de pillar. Luego está Penguin (Random House) que va más por mail y es más follón. Tengo que mandarle un *mail* por cada libro que quiera y a saber si tienen. Pero sí, en general es eso, yo lo pido o ellos me lo piden a mí, pero que eso, que ni un duro ni nada y luego hace todo el contenido que tú quieras.

[04:50] ¿Puede haber consecuencias a algo que digas que no le guste a la editorial?

Claro, eso es algo que antes me preocupaba muchísimo. Ahora este año (el 2024) fue el momento de decir: "Voy a parar de pensar en esto" porque si no, digo que todo maravilloso y chao, entonces no. De hecho, dejé de colaborar con editoriales porque me rayaba tanto que no me leía los libros porque yo es que si no me gusta tengo que decir que me gusta. Estoy como, no, eso no va a pasar. Dije "voy a cerrar todas las colaboraciones que tengo. Me voy a leer el libro más mierda, que en este caso fue *Twister Love*, a propósito y voy a decir que es una mierda." Lo dije así y me salió muy bien porque encima la gente estaba de acuerdo. Eso tuvo sus consecuencias negativas. Ahora, por ejemplo, Planeta no me manda libros. Me la pela, me refiero, prioricé el ser fiel a mí y leer lo que a mí me apetecía en el momento que a mí me apetecía. Si me apetece leerme un libro de mierda, me lo voy a leer y voy a decir que es una mierda, pero da igual, porque lo he disfrutado porque era lo que yo quería leer en ese momento.

Ellos no te dicen que digas que el libro es bueno, pero viene en la connotación de "te acabo de mandar un libro, léetelo y, claro, quiero que hagas buena promoción de él, no puedes decir que que menuda puta basura". Entonces yo dije, "Mira, paso". Además, soy de Murcia, yo soy muy basto y yo digo las cosas como son, si me hace un libro de mierda es un libro de mierda y si lo publicas pues es tu problema.

[07:19] ¿Cuándo empezaste con la creación de contenido?

Empecé con 13 años en YouTube haciendo una *review* de *Culpa mía*. *Heavy*, pero *heavy heavy*. Hoy en día era el vídeo que más *views* tenía de mi canal, lo he borrado literalmente, lo tengo archivado para que nadie lo vea porque soy yo con 13 años. Me refiero ¡que vergüenza! Empecé así un poco. Lo que pasa es que claro, en un cole donde encima eres el mariquita de la clase, se pasa mal. La gente tiene mucha envidia y yo tenía muchos huevos, entonces claro, ¿qué haces con 13 años subiendo vídeos a YouTube? La gente te dice: "¿Qué haces?" Entonces pues sí que es cierto que sentí mazo rechazo. También mis padres no me entienden o te dicen: "Oye, ten cuidado, no subas vídeos en tu habitación." Mi madre me decía que no enseñara mi habitación. Yo pensaba qué más da. Bueno, yo empecé con 13 añitos y hubo como mucho *shutdown* por esa parte, ¿sabes?

[08:19] Yo seguía a Joshu y a todos estos que ahora son amigos míos que dices "*What the fuck?*" Llega un momento en el que dices, "pues me voy a meter a TikTok." Empecé a leer ACOTAR sin yo tener TikTok ni nada y lo leí todo sin saber nada de que eso era superviral. De repente mi amiga me dice: "¿Estos son los libros que te leíste?" Y yo: "Sí, pero ¿qué cojones me estás contando?" Entonces me empezó a mandar vídeos de Irina. Claro, yo tenía ese libro comprado desde el día que salió, tengo la primera edición, y lo tenía ahí muerto de la risa y digo, "Bueno, me lo voy a leer tal, 5 años después." Y resulta que justo en ese momento estaba viral en TikTok. Dije: "No me lo puedo creer." Me metí a TikTok y justo no había casi ningún chico, por no decirte que no había nadie, hablando de libros en TikTok, luego ya se metió Josu. Como que rellené como el huequito y a la gente le encantaba. Me acuerdo que una de las primeras que vino y me dijo que qué guay fue Iryna. Yo era muy pequeñito de seguidores, y claro, una tía de millón y pico de seguidores te hable por su gusto y te siga en Instagram y dices: "Joder, qué guay".

Entonces, yo empecé por TikTok en precuarentena. Luego ya en cuarentena seguí, que ahí fue cuando fue otro *boom*. Hoy en día ha bajado, pero porque vamos así todo el rato: de repente te haces viral, de repente te se olvidan de ti, de repente te llaman para no sé qué y de repente ya no te llaman más. Sí, un poco de altibajos todo el rato. Luego, volví a YouTube hace nada. He tenido mi etapa Twitch, he tenido todo y lo he probado todo.

[10:23] **¿Has notado la diferencia entre los formatos? ¿Te tienes que planear mucho lo que vas a decir en uno lo que vas a decir en otro?**

Son formatos que se pueden hacer fácil en los dos. Por ejemplo, YouTube un vídeo de 10 minutos, pero TikTok un vídeo de, como mucho, uno porque si no te penaliza. Dentro de este mundo hay muchísimas más reglas de lo que la gente cree: YouTube te pide un vídeo semanal, TikTok te pide un vídeo al día, que es una barbaridad, mínimo. Luego te ves @byhermoss sube tres al día y ves que lo está petando o la @riverss, pero es como un trabajo, te sientas todos los días a trabajar. Respecto a los formatos a mí me gusta más YouTube, pero es muchísimo más fácil, porque yo me siento 10 minutos, te lo edito en otros 10 minutos y te lo subo en otros 10 minutos y ya está. En TikTok piensas más la idea y me da más pesadez porque siento que es más productivo el grabarme 10 minutos seguidos que ponte guapo, piensa no sé qué para un vídeo de 50 segundos. Esto no sé si es algo que sabe la gente, pero si voy a hacer TikTok, te pones toda la mañana a grabar vídeos mientras te vas cambiando la camiseta. Te cambias la camiseta y parece que son vídeos de distintos días. Eso lo hacemos muchísimo.

¿Crees que hay alguna cosa que solamente se puede hacer en una o en otra?

Depende también, si vas a hacer un unboxing de un libro, [12:07] tardo un minuto como mucho en abrir un paquete. Puedo hacer un pedazo de *haul* con un montonazo de paquetes para YouTube y hacer un vídeo individual de cada paquete a TikTok, por ejemplo. O para TikTok 'top cinco libros que leen en San Valentín' en el que sacas cinco libros, pero no hablas de ellos. Y luego en YouTube pues cinco libros que leen en San Valentín y dices de qué van y ahí te explayas un poco. Entonces pues sí, sí te tienes su su su diferencia.

¿Cuál crees que es el libro que es sinónimo de #booktok?

Creo que *Alas de sangre*. [13:03] Tenemos ACOTAR, *Trono de cristal* y todas estas vainas que fueron de hace años. Pero creo que el fenómeno ha sido *Alas de sangre* y mira que a mí no me gusta. Vas a casa de gente que no conoces y dices: "¿Qué haces con *Alas de sangre*?" Me dicen que no han leído en su vida, pero sí han leído *Alas de sangre*. Creo que el libro de TikTok creo que es ese. No sabría decirte porque luego tienes libros que se han hecho famosos por TikTok como *Los siete maridos de Evelyn Hugo*, *Twisted Love*, que sin TikTok en España no habría triunfado nada. Pero luego *Alas de sangre* que fue un fenómeno. Tú abres *Alas de Ónix* y creo que pone algo como si fueran los nuevos *Juegos del hambre* y yo como ¿qué me estás contando?

[13:56] ¿Crees que hay alguna característica que una un poco a todos los libros que se recomiendan en #BookTok o hay un poco de todo?

Depende. Hay ciertas casillas que hay que tachar, las cosas como son. Por ejemplo, todos los tíos tienen que ser morenos, no sé por qué. Dentro del *romantasy* tiene que ser como la tía *pick me*, la tonta que no sabe hacer nada, pero de repente sabe hacer todo, y el tío que de repente se obsesiona con ella y que nunca se ve su obsesión. Pero al fin y al cabo son clichés. Yo no tengo ni idea de thriller, pero si te metes en el *thriller*, supongo, que también tendrá sus patrones a seguir. Creo que también depende, ya no de #BookTok, sino que depende de los géneros que consumimos más. Por ejemplo, @gemvernal que consume mucho *thriller*, que consume mucho terror también y ella no te va a recomendar lo mismo que te va a recomendar Iryna. No va por #BookTok, va por los géneros. *After* continuó con *50 sombras de Grey*; *50 sombras de Grey* con *365 días*. Hay como una cadena que dicen: "Funciona, seguimos." Pero eso no va con BookTok, sino con la editorial.

A la hora de escribir mi libro dije: "¿Qué funciona?" Las cosas como son. ¿Y qué quiero escribir yo? Son elementos que siempre van a funcionar. Si tenemos *Orgullo y prejuicio*, que es literalmente eso. Siempre ha funcionado y siempre funcionará.

Depende de ya de de los libros y del género, no de TikTok.

[15:50] ¿Siempre has querido escribir un libro o surge por estar dentro de este mundo?

No, yo siempre he querido. Le hice un libro en Wattpad al chico que me gustaba con 12 años, antes de hacer contenido. Encima el tío era un cani, pero un cani que no te puedes ni imaginar y luego se hizo viral en clase. Yo siempre he escrito, siempre me ha encantado escribir y he dicho, "Ojalá sacar un libro ya."

Tengo muchas amigas y compañeras del sector que han publicado un libro, pero muchas no querían publicar. Hay mucha gente que tenía muchas ofertas desde hace muchísimos años porque solo tiene seguidores. La mitad de eso no lo han escrito ellos y lo saben. Es muy gracioso ver como gente que

no se dedica a ello se hace rica. Solo por poner su cara y me da rabia porque llevo toda la vida queriendo eso. También te digo en primicia prontito hay noticias, así que estoy muy contento.

No solo pasa con los creadores de libros, sino los creadores de todo ahora quieren sacar un libro. El otro día Aitana dijo que nada más salir de la academia tenía todas las facilidades que nunca tuve, de repente le decían que podía sacar un libro, un poemario, ir al teatro aunque no haya entrada.

[18:09] Antes estabas hablando de que hay muy pocos chicos en #BookTok ¿crees que eso ha cambiado desde que empezaste hasta ahora?

Siempre hay caras nuevas, pero sí es cierto que hay bastante más chicos, lo que me jode es que las editoriales no cuentan con ellos. Yo empecé y fue muy rápido todo. Mi primera colaboración fue con *Una corte llamas plateada*, que no se me olvidará nunca. Ha salido un tío que se llama Sergio, que lo está petando, está haciendo muy buenos números y qué guay. Pero ¿sabes qué es la putada entre nosotros? Es que cuentan con uno. Antes era yo, yo antes era la bola del mundo y luego era Josu, éramos los dos. Encima nos llevamos muy bien. Luego dicen que Josu ya es muy mayor y que Carlos ya no hace tanto como hacía antes. Yo antes hacía un montonazo, pero qué coño, no me dan la vida. ¿Qué ha pasado ahora? Pues que hay un hueco más. Es como ese miedo de las cantantes femeninas que dicen: "Es que si no estoy todo el rato haciendo esto, me sustituye otra." Pues nos pasa un poco igual porque nos chafamos mucho entre nosotros. Tú ves una foto de un evento, de hecho puedes meterte en Penguin que la foto del evento de *Binding 13* son 15 chicas y un chico. Y dices, "Tío, ¿qué haces?" Ya solo por balanza, yo qué sé. Sí es cierto que somos pocos, pero somos, me refiero, estamos y hacemos buenos números también. ¿Por qué meter a una tía que tiene 5K en vez de meter a un chico que tiene 40K?

Entiendo que los tíos no tenemos nada que reivindicar y todas estas vainas. Pero por ejemplo, coges el libro de *Powerless* y pone más de un millón de lectoras.

La industria de la novela romántica está muy *focus* en la mujer y es normal, supongo, pero sí es cierto que se olvidan de nosotros. Mi *target* en Instagram son un 90% mujeres. Y ya te digo yo, que, por ejemplo, Iryna y todas estas tienen mucho más porcentaje de hombres porque están muy buenas.

Tío, no sé, cuenta conmigo también. Una cosa que me pasó con Crossbooks es que fui a un reality show, al de Ashton Hall. Yo era el más pequeñito de todo tanto en edad y como en cuenta. Coge la chica que lo organizó y me dijo: "Es que necesitamos a un chico y ¿cómo no te íbamos a coger a ti?" Claro, me cogen porque soy chico y no me cogen porque no soy chica. Es como tío, ¡qué rabia! Cuando yo pedía los libros de Alina Not, me decían que no.

Me decían que no porque no. Hablé con un chico que no pone su cara en vídeos, pero que tiene muchísimos seguidores porque hace como toda la recopilación de todas las novedades del mes. Me dijo que las novedades de romántica juvenil no las mandan a tíos. Ahora poco a poco, la verdad es que estamos mejorando, pero costó mucho.

[22:17] ¿Y crees que es un poco la pescadera que se muerde la cola? Si no hay lectores, chicos que consuman esos libros, tampoco van a buscar esos libros en redes sociales.

No tiene que ver con eso. Yo el libro lo recomiendo a x o a y. Yo no recomiendo el libro a chicos, porque es lo que te digo, mi audiencia son 90% chicas. Hago el mismo trabajo que ella, no hay

ningún tipo de diferencia. La única diferencia es que no puedo aparecer haciéndome un *make up* pero porque no me da la gana de maquillarme. Se olvidan de que tenemos lo mismo. Te tachan y es como no debería de gustarte.

Esto pasa mucho con los eventos rollo plan de chica. Como que vamos a hacer unas velas, unas tazas y digo: "*Bro*, a mí también me gusta hacer velitas y tazas." Parece que ya no te invitan porque parece que no te va a gustar. Pero de repente sacan un pedazo de un *romantasy* omo superoscuro y dicen: "Buah, te voy a invitar porque a ti sí que te va a gustar porque es un pedazo de macho alfa" No, no lo entienden. Es como qué rabia, invítame a hacer velitas.

Mi estantería es todo romance y luego te está en *Caraval*, pero es romance y poco más. Yo recomiendo a la gente que le guste el romance.

El tema de los géneros me toca un poco la moral. Yo llevaba a mi madre a la librería con 13 años y le decía: "Cómprame este libro." Y mi madre coge el libro y dice: "Más de 1000 lectoras." Y dice, "Carlos, ¿por qué quieres leer tú este libro? Si es para lectoras." ¿Por qué ya estamos discriminando? Tonterías. Tanto para lo bueno y para lo malo. Yo no separo por esas cosas, no hay cosas con género, es que no existen.

Luego yo voy a una casa de un pedazo de gay y me encuentro que ha salido todo *Twister love* y digo: "Es que claro, es que es que nos gusta" y es que de verdad, qué rabia. Sí es cierto que para los tíos de hetero no, pero es que la los gay y las chicas somos muy parecidas en gusto

[24:35] ¿Crees que se podría hacer algo para intentar meter a los hombres heterosexuales dentro de #booktok?

Te voy a hacer yo esta pregunta: ¿crees que se puede hacer algo para hacer que los hombres heteros sean *swifties*? No se puede. Mi padre ha sido siempre muy *ally* y le puse *Culpa mía* en Navidades y le encantó. Mi hermano vió *Culpa mía* y tampoco le pareció un mojón, que a mucha gente sí. A mí me gusta mucho *Culpa mía* y siempre pongo este ejemplo porque tiene el romance, luego tiene los coches y luego tiene la mafia y el tema del padre como bien muy turbio. Como que mezclan muchos elementos que ya no es una pastelada. Sí lo es, pero no es solo eso. Entonces, es algo que a mí siempre me ha gustado mucho, el mezclar muchos géneros. Pero es lo que te digo, no tiene nada que ver con #BookTok, un tiarrón que juega al rugby, a lo mejor llega a su casa y prefiere echarse cinco partidas al LoL que leerse un romance.

Siento que los tíos están tan acostumbrados a la pornografía ya tienen como ese ese estímulo y siento que las mujeres lo encuentran en los libros *spicy*. Como el morbosillo ese ya lo tienen tan cerrado y tan tapado y, encima, tan accesible en un vídeo de 5 minutos. A nosotros nos gusta más un salseo bien hecho con sus personajes y sus cosas, pero es que ellos son tan simples.

Hay un chico que se llama Mikey Fernández -que lo quiero mucho, es mi mi colega-, es no binario y habla en femenino. Yo siendo chico veo todos los vídeos de de Iryna, todos los vídeos de Tamara Molina y dicen: "hola, chicas", pero ¿por qué? Lo entiendo perfectamente, pero en el momento en el que ya está usando una palabra que excluye a gente... Entiendo que son mayoría chicas y a mí como gay me da igual que digan hola chica, pero un tío hetero se mete a un vídeo tuyo y dice hola chica y dice qué pereza tía.

Yo digo lo que me dé la gana 'chavales', tampoco me rayo. Siento que estamos en un punto de la sociedad en el que todo el mundo puede hacer lo que quiera. Hay gente que me dice: "¿Y cómo fue para ti leer romance cuando eras pequeño?" Pues yo que sé, fue guay. Los heteros flipaban cuando yo les enseñaba una página de After. Siempre me ha dado un poquito igual. Yo solo cambiaría el tema de la faja de los libros de "más de un millón de lectoras". "¿Estás preparada para leer este pedazo de *romantasy*?"

[30:18] A la hora de leer un libro, ¿cuál es tu criterio de elección?

Hay etapas. A mí me pasa mucho que digo, estoy en bloque lector, mierda, porque es como si estuvieras en el paro. Pero a la hora de elegir lectura, imagínate que me leo uno de Crossbooks, que ya no me envían, me pago yo y ya puedo decir lo que yo quiera. Luego intento leerme uno de Penguin para tener como todas las casillas tapadas y luego uno de PUK. Voy como un poco así. Ahora, no lo cumplo. No lo cumplo porque si empiezo con una saga, me puede apetecer acabarla. [31:03] Todo mi verano ha sido *Twisted Love*, *Twisted Hate*, todos, me leí todo. Y puede que en el tema editorial te digan algo, pero llegó un momento en el que dije: "me das igual". Porque si no, no lees nada o lo lees y no lo disfrutas y acabas dejando el libro a la mitad. Ahora mismo en el momento en el que para leer un libro, me siento y me imagino lo que puede pasar en ese libro: la estética del libro, las *vibes* y cómo me va a hacer sentir.

Algo que me pasó con *Binding 13* es que son unos libros que los venden como un romance y son unos niños de 15 años, es romance, pero hay una trama muy importante de abuso doméstico en casa. Claro, hay veces que no te apetece leer un libro así. Ahora anímicamente no estoy así, como cualquier persona, tampoco somos superhéroes. No me apetece leer un pedazo de drama, me leo una romcom. Me he leído cinco romcoms seguidas y, bueno, me apetece un *romantasy*.

Cuando tienes un bloqueo lector, ¿te sientes todavía más presionado para intentar leer?

[33:13] Sí, porque no puedo estar en bloque el lector, no me lo puedo permitir. Es cierto que a nadie le gusta estar en bloque el lector, pero es algo que acojona. Yo, que he estado 2 años de bloqueo lector porque tuve una pedazo de depresión, al final dices: "Me da igual." Pero es muy *heavy* porque te automachacas de tengo que subir algo ya. ¿Qué subo si no he leído? ¿Qué qué cuento si no he leído nada? No soy Lola Lolita, no te puedo hacer un *get ready with me*. Es una mierda y obviamente nos presionamos un montón. También te digo, ponte tú a subir un vídeo al día leyendo, escribiendo, yendo a la universidad, yendo a tu gimnasio e intentando ser coherente mientras que los tíos son unos gilipollas y te tratan como la mierda. Me refiero, tenemos nuestros días de ... Es horrendo y ponte guapo. Imagínate, estás conociendo a una persona -es que a mí me va pasa mucho, mi bloqueo de redes sociales son sobre todo por esto-, que esa persona te siga, que el chico que te gusta te siga y tener tú que hacer el pangolín por redes sociales. Me va a ver hablando de un libro de porno de niñas de 15 años. Bien.

[34:40] A la hora de crear contenido, ¿buscas una forma de innovar nuevos estilos?

Es muy difícil porque estamos muy limitados. Yo siempre he dicho que el trabajo de un *booktoker* es saber de qué van todos los libros sin habérselos leído. Al fin y al cabo sé de qué va todo sin habérmelo leído, me como 25 spoilers y eso es bueno porque luego al final puedo hablar de él, sin habérmelo leído.

Creo que ya no se puede. Todo el mundo dice: "Siempre puedes innovar", mentira. No solo en contenido de libro, sino contenido en general. Por ejemplo, Claire, una chica que no habla de nada nuevo, pero habla muy neutral; como a la gente le gusta su voz, se hace viral. No innova tu contenido, innovas tú; a la gente le gusta verte, ver caras nuevas, ver personalidades nuevas.

Por ejemplo, el libro de *Novia*, que todo el mundo se lo leyó en su día, a todo el mundo le encantó y es que nadie va a decir nada nuevo, a no ser que no le haya gustado. Siento que no se puede innovar. Y recomiendo lo que a mí me gusta, como a mí me gusta, fin. Si soy sincero a la hora de hacer mi reseña, que luego hay gente que dice que sí que le gusta, cuando ya te ha dicho que no.

Por ejemplo, con *Twister Love* cogía y subía en plan capturas del libro a la historia de Instagram, es que claro, hay frases que te marcan. Y yo la subía ahí para y le decía y ponía: "¿De verdad os pone esto? No sé qué." Y todas las señoras que me siguen, que tengo un montonazo de señorazas, me decían que es una mierda y que si un tío les decía eso, le cortarían el rollo. Qué risa. Y es por la comunidad, es como tener un grupo de amigos supergrande y comentar tu libro.

[37:37] Has dicho que tu público es mayoritariamente femenino, ¿y la edad de tus seguidores?

De 15 a sin límite.

[38:16] Ha habido una polémica muy grande en relación al contenido erótico de ciertos libros con portadas con ilustraciones que parecen infantiles y catalogadas como juvenil, ¿crees que debería haber una recomendación eh de edad dentro de esos libros?

Hay un gran debate. Pero le estás preguntando esto a una persona que se le leyó *After* con 13 años. A mí no me ha pasado nada, pero sí es cierto que se idealizan cosas y que buscas cosas. Hoy en día digo que si mi novio no tiene moto, yo no quiero un novio.

Todo esto viene por el *Dark Romance*, porque antes nos daba igual porque al fin y al cabo follan ¿y qué? El niño de 15 años también está viendo un vídeo porno. Me da igual, al menos es como que aprende. Dentro de ese aspecto, es una buena edad para aprender, pero en el momento en el que me estás vendiendo una historia de maltrato como puede ser *Romper el círculo*, que no es un putito romance. En el momento en el que me está poniendo florecita, entiendo totalmente el punto de la florecita. Aunque no es un buen ejemplo porque la culpa fue de cómo lo recomendaba la gente porque es un libro de una relación de maltrato, que no está idealizando nada. Además, la protagonista es la que lo está justificando, no la autora.

Por ejemplo, *Twisted Love*. ¿Tú ves normal que tu putito novio le coja a un paparazzi la puta cámara se la tira al putito suelo y le diga tres bastadas solo porque te estén echando una puta foto, que es su trabajo? ¿Tú ves normal que tu novio le pegue una paliza o le diga "como un tío más te toque, ese hombre muerto"? ¿Perdona? Encima en los cuatro libros de *Twisted* está esa frase, en los cuatro, y son cuatro tíos distintos y está en los cuatro. Es que no me lo putito puedo creer que todos se lo dicen. Luego enseña cómo el protagonista masculino coge al tío que le ha tocado a la chica y se lo carga o le corta las manos o le hace como una barbaridad, pero si la portada es azul pastel. En términos de sexo y todo eso da igual, porque a todo el mundo le puede gustar x gusto, no me voy a meter ahí. Pero en el momento en el que rozamos lo muy tóxico, los comportamientos posesivos, que son también horribles, y cosas como es que gracias a él no sé qué. La protagonista de *Twisted Love* le dice a Alex que le va a poner una orden de alejamiento al final del libro y al tío se la pela. Se queda un año

tocándole los cojones en Londres y es como, tío, no. Todo el mundo diciendo que es un acto de amor verdadero, mentira. Es un pesado, es un acosador.

Yo es algo que he tenido que tratar con la psicóloga, tengo expectativas muy altas o es que en el momento en el que x patrón se parece a esto ya me me parece adictivo. Gracias a Dios, ya me la pela, pero antes en mi etapa de 15 a 19-20, sí que lo pasé regularo porque me cruzaba con cada gilipollas que me creía que era lo normal.

[44:07] Hay mucha gente jóven en TikTok, ¿te sientes responsable de que tu público más joven lea algo que por edad no debería?

No. ¿Por qué? Porque yo no soy el padre de nadie. Y punto. Yo creo que ya tengo barba y puedo recomendar lo que yo quiera, cuando yo quiera y a quien yo quiera. Si ya tengo cosas en la cabeza, si me pongo a pensar, no es que la niña de 12 años que me va a ver el libro... Yo con 13 años veía contenido de libro y leía los libros que me recomendaban. Sí que es cierto que muchas veces hago *trigger warning* de esto es una pedazo de relación tóxica. Yo nunca voy a decir, por ejemplo, Romper el círculo que es una historia de amor. Nunca, porque no lo es.

Yo lo digo, no porque sea un niño de 12 años, sino porque es el que todo el mundo debería saberlo. El otro día hice un vídeo y dije: "Bro, esto lo estás viendo como romance y es un puto drama." Hay más palizas del padre que polvos. Esto es un pedazo de drama como una casa. No me siento nada responsable por lo que te digo, por ejemplo, mi madre llegaba a mi estantería, miraba los libros y me decía: "Ay, qué poco control te tengo."

[45:33] ¿Qué opinas de la frase "los jóvenes no leen"?

Mentira. Mentira y creo que lo puedes ver por cualquier tipo de sitio. Imposible. Encima, es que no. De hecho es que los jóvenes somos los que más leemos, no me toques los cojones. Vete a un Starbucks, a ver qué te encuentras, ¿un viejo leyendo o un joven? Vete al Retiro. ¿Cuántas ediciones especiales están saliendo? ¿Por qué están saliendo? Porque los jóvenes aparte de ser unos consumistas, leemos un montonazo. No paro de repetirme, pero es que es verdad, leemos un montonazo, e incluso la gente a la que no le gusta leer siempre ha hecho el esfuerzo por querer leer. Siempre ha sido como "ay, que míralo, qué culto que lee", y es como no, es como cuando me veo una peli por la tarde. Siento que a los jóvenes los viejos chochos nos tienen muy poca estima, pero pero somos los que más leemos y sin ningún tipo de duda. Mira todas las novedades de romántica que salen al mes, ¿por qué salen? Porque se venden y ya te digo yo que sí que es cierto que hay mucha señorona, pero que nosotros también.

Salieron unas compañeras en la tele hablando justamente de eso. ¿Cómo vamos a ser las que no leemos y tengo 2 millones de seguidores solo por hablar de libros en España? Ahí tienes la respuesta. ¿Mercedes Ron? Saca un libro y lo peta. De repente, en todo el mundo, un libro que está destinado para niñas realmente de 13 a 20 años, como muchísimo, ves cómo lo vuelve a petar 10 años después por haber hecho una película. Como esto no lo consumen los viejos de 50 años, lo siento. [47.30] Leemos y mucho más de lo que la gente cree.

[48:28] ¿Crees que se ha puesto de moda leer y que la gente cada vez lo hace más como consecuencia del consumismo? ¿Favorece tendencias como la lectura diagonal?

Tengo toda esa estantería llena de libros de ediciones especiales los cuales ni los voy a tocar. Están ahí solo para que se vean. Eso es consumismo.

Leer se ha puesto de moda. Ahora todo el mundo quiere decir que ha leído x libro, pero a la gente no le gusta leer. Hay mucha gente que le gusta ser: "soy una chica *pick me* con un libro que subrayo, pongo pósts y mira qué bonito." Luego está la persona que hace eso porque le gusta leer. El otro día salió una tía en TikTok diciendo: "*Seis de cuervos* tiene muchas palabras." ¿Pero tú eres tonta? Vamos a ver, ¿qué quieres que un libro tenga dibujitos?

Sí se ha puesto de moda la lectura diagonal, es porque la sociedad se va a la mierda y te lo voy a decir así. Hay veces que te puede apetecer leer más o leer menos. *Binding 13* es un libro que tiene muchísimo diálogo, hay veces que te saltas la descripción porque no te hace falta y no te hace menos lector y no te hace nada. Es igual que cuando le das al por dos en la serie.

No es que se haya puesto de moda (el leer en diagonal), es que siento que ahora somos tan catetos que a la gente no le da vergüenza decir que lo está haciendo. Siempre se ha hecho, pero no nunca se ha dicho. Lo hacemos todo ¿por qué me estás contando de qué color es el tapete que tienes en tu cocina? Me da igual.

Álvaro García del Castillo, experto en adicciones a redes sociales

Álvaro García del Castillo López es un profesor investigador de Psicología Social de la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche, que trabaja en un grupo de investigación sobre adicciones, específicamente, a redes sociales.

[00:31] Neurológicamente, ¿cómo afecta el exceso de consumo de distintas redes sociales?

Las redes sociales todas más o menos comparten las mismas características, buscan que el usuario esté el mayor tiempo posible dentro de ellas. O que, por lo menos, tenga la necesidad de recurrir de forma frecuente. Así como cualquier tipo de estímulo que busque el máximo consumo o la máxima exposición al estímulo, lo que va lo que va a generar es eso, que uno esté pensando constantemente en conectarse, que uno puede incluso pensar que se está perdiendo algo interesante -que es lo que se denomina el FOMO, el *fear of missing out*- o que uno tenga que, de alguna manera, estar chequeando constantemente si tiene alguna notificación o esa ansiedad por estar siempre pendiente de las notificaciones. En definitiva, una hipervigilancia que, si le añadimos las lecturas o las interpretaciones que uno puede hacer de los contenidos, de los comentarios, de los likes o de cualquier otro tipo de indicativo, de interacción en esa red social, se puede multiplicar.

Obviamente, las características personales de cada uno afectan a ese consumo y van a ver, pues tanto estilo de personalidad como distintas características neuroanatómicas que puedan estar haciendo que tu predisposición sea un uso más abusivo o un uso menos abusivo. Pero lo que está claro es que el diseño, la programación yendo a lo técnico, el cómo están diseñadas esas aplicaciones, buscan que el usuario se enganche.

[2:40] ¿Afecta de forma distinta si eres creador de contenido o consumidor?

Al final cualquier perfil de usuario puede afectar al uso que se haga de la de la red y así se sabe también cuando se diseña. No va a ser igual una persona que únicamente haga un consumo pasivo o

que tenga un consumo más, digamos, en determinados momentos del día, que una persona que tenga que estar generando contenido constantemente. Obviamente, el que tiene que generar contenido tiene que estar pensando no solamente en lo que va a hacer, con todo lo que ello conlleva, sino en cómo lo puede recibir la audiencia, cuáles son los mejores momentos para publicar, cuáles son las palabras clave o cuáles son los trends, cuáles son los hashtags o cuáles son las cosas que tiene uno que utilizar para estar a favor de el algoritmo. Si tu objetivo es que el contenido se consuma porque te interesa a nivel personal o a nivel profesional, porque quieres vivir de ese contenido, obviamente te va a generar una serie de estresores o te va a generar una serie de preocupaciones que como usuario pasivo pues no tienes.

[04:09] **¿De qué manera influye el uso excesivo de TikTok en la salud mental?**

El tema de las redes sociales prácticamente podríamos decir desde que se crearon o desde que se popularizaron hasta la actualidad han generado debate a nivel científico. No solamente las redes sociales, la tecnología en general. Empezó la cosa pues con la televisión, luego con los videojuegos y ahora con las redes sociales, internet y demás. Está claro que realmente el uso que una persona haga de las redes sociales va a depender de muchos factores, y hablar de, por ejemplo, adicción o hablar de problemas derivados del uso de las redes sociales es complejo. Es complejo porque las características de las adicciones son muy particulares tanto a nivel físico como a nivel psicológico. Las redes sociales, o internet en general, tienen otras características que, si bien es cierto puede afectar a nivel de salud mental en varios constructos, en varias dimensiones, en función a quién le preguntes, quizás no es lo suficientemente profundo como para poder hablar de adicción o de el concepto adicción. Sí que es cierto que las investigaciones más recientes en este sentido hablan de problemas de ansiedad, problemas de depresión, problemas de control de impulsos, que también muchas veces no se sabe si es la causa o la consecuencia de un uso abusivo. Pues una serie de cuestiones también que se relacionan con un con malos hábitos, por ejemplo, de higiene del sueño o con malos hábitos también incluso de alimentación que se pueden derivar de la exposición a los contenidos en según qué redes sociales. Ten en cuenta que al final hablar de consumo de redes sociales en global, en general, quizá no sea lo más objetivo. No es lo mismo una persona que consume redes sociales. Primero, ¿qué red social, de qué estamos hablando? A lo mejor no es lo mismo TikTok que Instagram o no es lo mismo Facebook que WhatsApp, si consideramos WhatsApp como una red social, eso también habría que discutirlo. Luego ¿qué tipo de contenidos? No es lo mismo que una persona consuma en YouTube un canal de cocina o un creador de contenido que hable de estilo de vida y de viajes a una persona que a lo mejor consume un programa o un creador de contenido con una ideología muy marcada, que tiene un estilo de vida quizá menos saludable y que abusa de la comida, o que tiene una relación dañina con la comida, o que te propone ciertas prácticas que puedan dañar tu salud, ya sea consumo de drogas, o actividades que impliquen algún tipo de riesgo para tu salud.

[07:54] **¿Cómo fomenta el algoritmo de TikTok la adicción y la sobreexposición al contenido?**

El algoritmo está diseñado, aunque ahora ha cambiado el algoritmo, entendiendo el algoritmo también como una cosa abstracta, porque obviamente cada red social tendrá su algoritmo, y cada uno se enfocará en unas cosas. Pero sí que es cierto que aunque cada uno tenga sus diferencias al final todos buscan lo mismo, que es pues que el usuario cada vez pase más tiempo en la red social y eso ¿cómo lo consigue? Haciendo que tus resultados cada vez estén más personalizados en lo que el

algoritmo presupone que te va a interesar más. Si tú pasas más tiempo en un tipo de vídeo en TikTok, pues al final los vídeos que te van a ir apareciendo van a ser más relacionados con ese contenido. Si tú interactúas más con un tipo de contenido, al final, el resultado que vas a encontrar va a ser más contenido similar, ya sea del mismo perfil, o del mismo mismo usuario o de usuarios similares y así con todo. Al final es un círculo vicioso. Si tú consumes contenido saludable, cada vez vas a tener más contenido saludable a tu disposición, aunque de vez en cuando te introduzcan otros tipos de contenidos que probablemente pues si no te interesan los pases y ya está. Si tú consumes contenidos que sean un poco más dañinos, cada vez te vas a ir “hundiendo” en esa historia.

¿Qué se puede considerar contenido saludable?

Contenido saludable yo lo entiendo, desde mi perspectiva, como todo aquel contenido que no está promoviendo conductas que puedan hacerte daño de alguna manera, ya sea por exceso o por defecto, como ideologías o mensajes que también puedan dañar al usuario. De nuevo nos encontramos con que el perfil individual o las características de cada uno es a su vez protector o no. Dentro de lo que es el mundo de la prevención y la promoción de la salud, hay unas características individuales que se llaman factores de protección o factores de riesgo en función de cómo sean esas características, si tú tienes más o menos autoestima, si tú tienes más o menos recursos de diferentes niveles o diferentes características. Eso te puede hacer a ti como usuario pues más o menos vulnerable a según qué contenidos. Yo puesto a una red social, expuesto a a mensajes que puedo identificar fácilmente como mensajes de odio, mensajes negacionistas de ciertas cosas, o mensajes que no tienen fundamentación o base empírica o basado en la evidencia o basado científica, o que son simplemente eso, ideas de una persona *random*. Y hay otras personas que, a lo mejor, pueden ser más vulnerables a esos contenidos.

Por puntualizar, hay que entender que un mismo mensaje o un mismo vídeo o un mismo perfil puede ser más o menos dañino en función de quién lo consuma. Quiero decir, no es lo mismo que un niño de 12 años consuma o siga un personaje en redes como puede ser Illo Juan o el Rubius o que siga a Llados, por ejemplo. Al final los mensajes van a ser distintos y no va a ser lo mismo que una persona -aunque Llados lo siga quien lo siga, no creo que sea un buen ejemplo de nada- pero la credulidad o las características que definen a una población, ya sea por su edad o ya sea por sus recursos o por sus propias características psicosociales, va a hacer que sea más o menos vulnerable a ese contenido.

[13:11] ¿Afecta el uso excesivo de redes sociales como TikTok en la capacidad de concentración y productividad de los usuarios?

100%. Está más que demostrado que la capacidad de atención actual de las generaciones que han vivido con la tecnología desde siempre y que no han tenido un adecuado desarrollo psico-socio-emocional pues son personas que tienen muchas más dificultades para concentrarse, para mantener la atención y para hacer una serie de tareas que otras generaciones no tienen esa problemática. Es que la propia definición, como te decía antes, de la tecnología actual busca estímulos muy impactantes, que llamen la atención a todos los niveles, ya sea por su velocidad en la presentación de la información, por sus características físicas, sonido, brillo, etcétera, como por esa apelación constante al individuo. Eso genera que cada vez la atención cueste más de mantener porque cada vez hay más oferta y cada vez hay que luchar más por la atención, que cada vez es más reducida. No es casualidad que la duración media de los vídeos en YouTube haya disminuido, precisamente para mantener la atención de los usuarios. No es casualidad que cada vez los vídeos en

aplicaciones tipo Instagram o TikTok, busquen premiar eso. Que cada vez, cuanto más breve sea a más audiencia vas a llegar, porque al final te da la opción de que le pueda salir a cualquiera en su *scroll* infinito y que le llamen la atención precisamente porque es breve y consigues captar la atención, más que pues ponerte a disertar durante 2 horas en un vídeo que muy poca gente va realmente consumir entero, a menos que te interese mucho el tema.

Para conseguir mantener la atención, muchas veces las estrategias que siguen son variopintas, como partir de la pantalla del móvil. Que estés viendo por un lado la entrevista, o lo que sea, y abajo un tío fundiendo metal o rompiendo una esponja o pelando un trozo de madera que dices tú, bueno, vale. He llegado a ver hasta la pantalla partida en cuatro en cada cuadrante un vídeo distinto. Espectacular. Todo es por lo mismo, para que tú vayas, en lugar de estar haciendo *scroll* cambiando tu mirada, tu visión, tu punto de atención a distintos estímulos, pero te quedes en el vídeo, que es lo que quiere el que ha puesto el vídeo. Porque quiere más minutos, quiere más tiempo de esa persona en su contenido. Y no solamente eso, sino el por dos, que es una cosa también que bueno, es que ya hasta en las series. Gente que se pone a ver en por dos, ya sea por falta de tiempo, como dices tú, porque es muy largo o porque directamente no puedes con ese ritmo tan lento. Hay gente que ve series, vídeos y todo lo que puede ser a por dos. Entonces, es una evidencia más de la dificultad de mantener la atención y de vivir a otra velocidad, a una velocidad más lenta.

[17:32] **A partir del *trend* 'Libros que me he leído este mes' de #BookTok, en el que se muestran los libros leídos en ese periodo, ¿crees que puede generar estrés en los consumidores ver ese tipo de contenido?**

Nos encontramos con que cada uno lo va a vivir de forma, pero sí que es cierto que al final lo que tenemos que intentar entender o conseguir entre todos, sobre todo con los más pequeños, con los más jóvenes, hay que intentar hacerles entender que las redes sociales no son la realidad y que muchas veces las personas en las redes sociales, en función de su producto, te van a querer vender una realidad que muchas veces no va a ser 100% la que objetivamente tienen. En el caso que tú comentas probablemente genere frustración, probablemente genere inseguridad, probablemente se genere una serie de cosas negativas ansiedad por querer seguir ese ritmo de lectura que, a todas luces, es insalubre. Si es que acaso es posible. Primero porque yo considero que la lectura tiene que ser algo con lo que se disfrute y no creo que leerte 20 libros en un mes -a menos que te dediques solo a leer, desde que te levantas hasta que te acuestas, que tampoco tengo claro que sea del todo sano- no creo que realmente estés disfrutando con eso. Yo creo que, al final, todas las actividades, como decía aquel, pues en función de la dosis, pueden ser dañinas, pueden ser un veneno hasta las más placenteras ¿Qué necesidad tenemos de convertir a la lectura en una carrera en una prueba de velocidad. No creo que se trate de eso. Yo creo que la lectura incluso a veces releer una misma frase o una misma página y deleitarte y con tranquilidad, estar intentando conectar con el con el escritor o con la escritora que en ese momento ha querido transmitir una idea, un sentimiento o una imagen requiere hacerlo a un a una velocidad y aunque tú seas capaz de leer -que, de nuevo, me cuesta creer que captas todos los matices de un libro si te lo lees a una velocidad tal que puedas terminar 20 en un mes- creo que estás, de alguna manera, pervirtiendo el sentido que tiene la lectura.

[20:40] **Además, hay una tendencia a la lectura diagonal, que *booktokers* afirman usar sin ningún tipo de complejo ¿puede estar dentro de lo que estamos hablando?**

Sí, pero de nuevo es querer cambiar el sentido a una actividad, es decir, no creo que el objetivo de la lectura sea terminar rápido un libro. No creo que ese sea el objetivo o no debería ser el objetivo. Puedo entender la lectura diagonal como una estrategia de filtrar información, cuando estás leyendo un artículo de científico, por ejemplo, y quieres buscar algo relevante, pues sí, yo puedo hacer una lectura diagonal de un artículo y pararme las partes en las que puedo necesitar una mayor profundización, pero no en un en una novela. No en un libro en el que, como te digo, el objetivo tiene que ser otro, tiene que ser aprender o desconectar o disfrutar más que acabar rápido

[22:00] **¿Crees que existe ahora una epidemia de redes sociales de consumo de redes sociales?**

No creo que sea una cosa de ahora. Sí que creo que es una cosa que se ha ido complicando o que se ha ido agravando con el paso del tiempo. Pero es una cosa que arrastramos desde hace más de 10 años, 15, si me aprietas por el propio progreso de la tecnología. Casi te diría que más que epidemia de redes sociales, yo hablaría más de una desafección general de todo lo que requiere cierto esfuerzo. Al final, no sé si será consecuencia de las redes sociales, sí que creo que hay una relación, pero no sé si como te digo es una relación causal o es una correlación, no lo sé, pero creo que a nivel general la población cada vez está más cansada de todo y cada vez les cansa más. La novedad cada vez es menos novedosa o dura menos. La capacidad de reflexionar sobre las cosas, cada vez es menos extensible y cada vez se busca más lo conciso, lo específico. Yo creo que todo esto tiene mucho que ver con cómo funcionan las redes sociales a día de hoy. ¿Dónde va a acabar todo esto? Pues no lo sé. Hablar de pandemia, pues tampoco lo sé. Yo creo que cada vez más la gente se está cansando de las redes sociales, o de algunas redes sociales, y también creo que es una cosa que tiene mucho que ver con la edad, con una etapa o con un periodo. Del mismo modo que hay otras actividades o hay otras preferencias que según qué edades tampoco tiene mucho sentido, quiero pensar. Quiero pensar que es así.

Alba Zamora, *booktoker*

Alba Zamora (@albazamoraexpo) es una estudiante, *booktoker* y escritora madrileña. La autora de la trilogía *Las crónicas de Hiaraiá* cursa Medicina mientras lo combina con su cuenta de más de 209,1K seguidores y 14,1M de me gusta en Tiktok.

[00:46] **¿Y tú empezaste primero como creadora de contenido o a publicar?**

Primero empecé como creadora de contenido. En 2021, subí mi primer vídeo que fue sobre Harry Potter. Recuerdo que mis amigas me decían siempre: "con lo friki que eres, ¿por qué no empiezas (a subir contenido)?" Empezó Booktok justo en aquella época y me dijeron mis amigas "nosotras no te entendemos cuando nos hablas de estos libros y de estas cosas", así que me dijeron que me animara. Y subí un vídeo de Harry Potter que me fue súper súper bien y ya el resto es historia. Aquí estoy años después.

[01:15] **¿Has utilizado otras plataformas aparte de TikTok o siempre te has centrado en TikTok?**

TikTok e Instagram. Sí que es verdad que tengo mucho más público en TikTok, pero utilizo más Instagram. Es curioso, es como que en TikTok me intento curar más el contenido también porque tengo más público allí, pero sí que es verdad que para el día a día, los stories son muy sencillos de usar.

[01:48] **¿Te dedicas a la creación de contenido de forma exclusiva?**

Sí, estudio medicina además. Entonces pues bueno, es un poco tengo el como la dicotomía esta de ciencias o letras, pues yo, las dos. Así que sí estudio medicina también.

[01:59] **Debe ser duro, compaginar la creación regular de contenido, escribir y estudiar Medicina.**

Ninguna carrera es fácil, yo siempre digo lo mismo, me pones a estudiar Periodismo, Derecho, otra carrera que no sea de lo que a mí me gusta, me costaría mucho. Sí que es duro sobre todo porque muchas veces no sabes bien cómo gestionar el tiempo, ni a qué darle prioridad. Cuando entré en primero, me dieron por todos lados, obviamente, que vamos a pensar. Encima en ese momento me acaban de informar de que había gustado mi manuscrito y que iba a publicar. Fue como que me vino la vida de escritora y la de Medicina un poco a la vez. Evidentemente fue un *shock*, pensar ¿cómo gestiono yo ahora esto? Pero sí, intento hacerlo lo mejor que puedo. No lo hago perfecto ni lo voy a hacer perfecto nunca, porque es imposible ser perfecta, pero yo lo intento hacer un poco pues qué sé. En época de exámenes no escribo. Ahora que va a salir el tercer libro, sé que en marzo no voy a estudiar estando con las firmas. Se me complica un poco más, pero sí, creo que es cuestión de priorizar las cosas.

[03:38] **¿Crees que las escritoras necesitan estar en redes sociales para poder publicar un libro?**

Me gustaría decirte que no, pero yo ahora mismo creo que sí que son muy importantes las redes sociales. Sobre todo porque me he dado cuenta de que lo que acaba reflejándose un poco en librerías es lo que se mueve en booktok. Al final #BookTok se ha convertido en un altavoz brutal para las novedades. Entonces sí que es verdad es una pena porque puede haber autores con un talento brillante que, por no tener redes sociales porque no les gustan, tal vez no tienen las ventas que ellos les gustaría. Yo sí que creo que ahora mismo es muy importante tener un perfil potente en redes. Sí que lo pienso.

[04:14] **¿Cómo definirías lo que es #booktok?**

#BookTok lo definiría como una una sección dentro de TikTok muy importante que, para mí, ha revolucionado la literatura juvenil y un grupo de de gente, mayoritariamente chicas, que hablamos de libros. Hablamos de la pasión de los libros, enseñamos libros y también siento que acercamos la literatura para que parezca algo más asequible, más divertido, no tanto algo de ridículo. Antes leer era como de frikis, frikis en el mal sentido de la palabra, que yo soy superfriki. Ahora es como “tía, todas leemos libros, obviamente” y nos encanta y es superdivertido.

[05:05] **Has hablado que mayoritariamente sois chicas, ¿por qué crees que pasa eso?**

Pues muy buena pregunta. No lo sé, la verdad. Siento que puede que tenga que ver con el tema del movimiento fan que yo que soy una persona superfangirl desde pequeña. Recuerdo ir a conciertos y que la mayoría de fans que acampábamos en la calle éramos chicas. Yo siento que también, general, los grupos fans suelen hacer chicas, yo me incluyo entre una de ellas. [05:30] También siento que a través de la literatura muchas mujeres hemos encontrado una forma de sentirnos identificadas y como un nicho en el que sí que se nos escucha y un nicho en el que nos podemos sentir identificadas cuando tal vez no ocurre con otros nichos.

[05:56] **¿Cuál crees que es el libro sinónimo de #booktok?**

ACOTAR, sin ningún tipo de duda para mí es la respuesta. Porque *Alas de sangre*, ahora mismo, -soy superfan de *Alas de sangre* y del fenómeno Saga Empíreo-, se está viviendo un fenómeno fan que te cagas. Pero no todo el mundo ha leído *Alas de sangre*, pero yo no conozco a una ninguna amiga de #BookTok que no se haya leído ACOTAR. Te lo juro, es una cosa loca.

[07:07] **¿Crees que los tipos de libros que se recomiendan en BookTok son sobre todo romántica y fantasía? ¿Crees que eso también condiciona a que sean las chicas las que hagan el contenido y lean esos libros?**

Puede ser, pero sí que es verdad que pienso que, actualmente, hay muchos perfiles muy potentes que también están hablando de otras novedades. Por ejemplo, Patricia Bárcena, ella habla mucho de *thriller*, habla mucho de otras novelas que son distintas, también pueden ser juveniles o adultas, pero no es tanto romántica contemporánea y fantasía. No sabría decirte, sí que es verdad que lo he pensado muchas veces: "Jo, ¿por qué la mayoría somos chicas en la plataforma?" A mí me parece algo icónico y me encanta. Sinceramente, me encanta, me siento supercómoda, me parece guay que es algo como nuestro, que evidentemente sí que hay chicos y los amamos. Pero puede ser que, como somos más chicas en la plataforma, eso se refleja luego en las ventas y en las compras de los libros.

Yo tengo amigos míos heterosexuales, típicos hombres de hetero, hetero basicquillo y tengo un amigo que se está leyendo ahora mismo *Alas de sangre* y le están encantando. Siento que él es un poco como la excepción, porque la lectura, que siento que tienen muchos hombres con la literatura juvenil, es que asumen que es literatura mala hecha por y para mujeres, con esa connotación negativa, no como si fuera algo positivo. Por mucho que se pongan a leerse *Alas de sangre* y flipen con el pedazo de *world building* que se ha marcado Rebeca Yarros, no se van a quedar con: "Joder, pedazo de libros", se va a quedar con ¿y yo por qué quiero leer una relación de amor entre este y esta?, ¡qué intensos! Cualquiera cosa que se inventen. Entonces, creo que eso influye también mucho en los prejuicios en que asumen que las cosas hechas por mujeres son cosas de peor calidad. Entonces, ¿cómo podríamos meterles? [09:28] Pues yo intentaría que deconstruyan ese pensamiento y que se den cuenta de que las mujeres, joder, que creamos libros muy buenos y que creamos libros de calidad. Obviamente, es que para mí es como algo obvio, ¿no? ¿Cómo a cuestionar la calidad de, por ejemplo, de ACOTAR o de la Saga empíreo? ¿Qué me estás contando?

[10:14] Se lo decía al amigo que se está leyendo *Alas de sangre*, me decía: "Joder, qué guay está." Y yo tipo: "Ya." Claro, no has descubierto nada. Pobrecito mío, te mando un beso desde aquí. Pero es como un poco como decir "jo, claro que está guay". Evidentemente. También me da la sensación de que asumen que las chicas jóvenes no tenemos criterio. Muchas veces me ha pasado en muchas entrevistas, a lo mejor con algún medio o a lo mejor algún hombre que me entrevista y sí que siento que están esperando a que falles por ser una mujer joven y que parece que ellos esperan que hables de los libros de literatura juvenil si fueran mi *guilty pleasure*, como es muy malo pero me gusta. Tía, no, es muy bueno y me encanta. Y si eres hombre y no te das cuenta de que es bueno, te tienes que deconstruir y darte cuenta de que eso no es normal.

[11:54] Me gustaría plantear esta pregunta, si un libro, por ejemplo, de Brandon Sanderson se vuelve el nuevo fenómeno, ¿tú dudarías de que es bueno o es malo? No, porque diría, ha triunfado, me

alegro por esta persona y espero que le vaya bien en la vida y será un buen libro. Pero ahora si triunfa Rebeca y Yarros, vaya mierda leen las jóvenes.

[12:59] **¿Crees que son diferentes a los que se recomiendan de formas tradicionales (periódicos, revistas expertas...)?**

Si te soy super sincera, creo que nunca he visto una recomendación de forma tradicional, no sabría decir. Sí que siento que puedan ser distintos, porque al final en #BookTok la voz joven es la que va liderando, la que va mandando. Al final, la literatura juvenil o las cosas que leemos los jóvenes es lo que acaba mandando en #booktok. Sí que siento que puede ser diferente, pero si te soy super sincera, creo que no he leído una reseña de forma tradicional, jamás, la verdad.

[14:17] **A la hora de leer un libro, ¿cuál es tu criterio de elección?**

Esa es esa es la pregunta del millón. Voy por vibes, la verdad, porque, te pongo el ejemplo, yo me he terminado *Alas de Ónix*, para mi siguiente cuál fue mi búsqueda, pues algo que no me haga entrar en bloqueo. ¿Qué pensé? Fantasía. Yo es que soy mucho de fantasía, entonces la fantasía suele mandar en mí. Pienso: fantasía, algo que sea ágil, meterme, por ejemplo, que estoy leyendo la saga de *Sangre y cenizas*, no me voy a poner ahora con ello porque soy un torro tochaco. Por ejemplo, también me encantan los de *Flawless*, los de *cowboys*. Me encantó el primero, nunca no solo leer romántica y si leo romántica, tiene que tener un punto de acción o un punto distintivo, en este caso los *cowboys*. Entonces después de lo que me voy a leer ahora que va a ser *Reckless*, sí que pienso “venga, me apetece de repente volverme loca y un *cowboy* me voy a leer el segundo. No tengo lista. Sé que hay muchísimas que se hacen una lista y se planifican el mes. Yo no. Yo miro la estantería y digo ¿qué vibra siento yo ahora?

Es que yo acabo un libro y acabo de forma distinta a como me lo he empezado. Imagínate, puedo decir: “Vale, mi planning va a ser leerme primero *Trono de Cristal*, luego tal”, pero es que yo cuando acabo el libro, a lo mejor no apetece meterme un tochaco de 900 páginas, a lo mejor me apetece leerme algo más ligerito.

[16:49] **Ha habido una polémica muy grande en relación al contenido erótico y tóxico de ciertos libros con portadas con ilustraciones que parecen infantiles y catalogadas como juvenil, ¿crees que debería haber alguna advertencia?**

Pienso que el problema está en la base, en infantilizar ese libro. Todo el rato parece que esté hablando de lo mismo, pero siento que si es un libro escrito por una mujer, se tiende a infantilizar y a romantizar más cuando a lo mejor ese libro es un libro con una carga oscura, muy potente, sea del tipo que sea, que si se le pone una portada muy infantilizada, muy muy *cute*, hay que tener cuidado de cara a la recomendación, pero también lo pienso de cara a la librería. [17:20] ¿Cómo puede ser que este libro esté catalogado en la sección de juvenil más 12 años? Porque el librero si no sabe de lo que va, lo pone directamente en más 12, por ejemplo, si se fija solo por la portada. Creo que también de cara a la editorial tendrían que tener una responsabilidad de decir: “Joder, vamos a vender de lo que va el libro, no vamos a vender un producto ligado al nombre de la autora”. No porque se llame Menganita Jacinta, tenemos que poner una portada de florecitas, si por ejemplo el libro es muy oscuro y un *dark romance* muy potente y evidentemente sí que pienso que todo libro con contenido delicado del tipo que sea tiene que traer advertencias. Claro que sí. La verdad es que no

me gusta mucho el *dark romance*, más que nada porque no lo disfruto, no conecto. Es un género con el que no conecto. Sí que puedo entender que hay gente que lo lee, que lo disfrute. Yo, por mucho que le una advertencia, a mí no hay ningún tema sensible que me haría especialmente daño, afortunadamente, pero hay personas que sí. Si pones esa advertencia estás dándole un lugar seguro a todo ese público. Me parece obvio. Lo que no entiendo es cómo se pone en duda que haya advertencia, claro que tiene que haber advertencias.

Sí que pienso, ojo -con tema *Icebreaker* no me lo he leído, entonces no lo sé-, pero que tenemos que intentar no cruzar la línea entre romantizar y tratar el sexo de una forma que tú con 10 años te puedes leer una escena explícita y ya está, a tampoco convertirlo en tabú. A mí me gusta mucho que con los libros se esté empezando a normalizar un poco la erótica, que suele venir de la mano de las parejas adultas o no adultas, es algo que suele venir ligado. Me gusta mucho esa parte de que ya hemos normalizado un poco el erotismo en los libros, pero claro, hay un salto del erotismo a cosas muy fuertes o escenas muy muy explícitas que estén catalogadas como más 12. Tampoco podemos normalizar eso. Yo me leí cosas más fuertes con 12 años, sí, pero sé que eso no es normal.

Una cosa es un sexo esporádico y otra cosa es una práctica pues BDSM, de repente en un libro -que es que es superlícito, que todo el mundo haga lo que quiera-, pero me refiero a meterlo con calzador o meterlo en la historia porque es tu historia y tú quieres meter eso en tu historia. Pero catalogarlo más 12 y luego romantizar, no sé. He leído *dark romance*, por ejemplo, *¿Qué se siente?*, que es un *dark fantasy romance*, bueno, es de fantasía y de *dark romance*, y ese me gustó mucho, y fue muy guay. Pero luego hay otros que yo no puedo, es que me cuentan de qué van y digo: "Tía, es que me daría miedo, es que a mí me da miedo." Entonces no Pero entiendo que es un género que cada uno...

[23:25] **¿Entonces sentís que tenéis ese poder como para decírselo a las editoriales?**

Sinceramente creo que sí, la verdad. Yo no me veía con tanto poder cuando empecé en redes sociales, yo no era consciente de una plataforma lo que podía llegar, hasta dónde podía llegar. Ya no solo a nivel de llegar al público, que puedes si consideras que algo no está bien o simplemente difundir tus gustos. Evidentemente tienes poder porque puedes convencer a las personas de que compren un libro, pero también cara al *networking*, evidentemente si conoces a un editor de no sé qué, al final acabas conociendo a la gente, evidentemente sí que tienes más mano. Pero sí, yo creo que sí. Y yo creo que es una plataforma mucho más potente de lo que la gente se piensa, porque ahora mismo lo que se mueve en librerías es lo que se mueve en BookTok y es así.

[24:11] **Las recomendaciones literarias empezaron con blogs, se trasladaron a YouTube, hasta llegar a TikTok ¿consumías este contenido?**

La verdad que no. Yo no era consciente, de hecho me he enterado como hace poco de que había *booktubers*. No les conocía, la verdad. Pero bueno, ahora les he conocido y muy bien.

[24:38] **¿Qué opinas de la frase “los jóvenes no leen”?**

Pues que me parece que llegados a este punto es una tontería pensar eso. ¿Cómo va a ser que los jóvenes no leen si ahora mismo en las Casas del libro hay una categoría que se llama BookTok,

solamente de jóvenes que leen? Llevo yendo a la feria del libro de Madrid, toda mi vida a hacer cola a los autores y yo no recuerdo este fenómeno que hay ahora. Pero es porque ahora mismo, gracias a #BookTok, se ha normalizado leer. Entonces, claro que los jóvenes leen. Me parece una tontería. ¿Qué pasa? Que no leemos lo que ellos quieren que leamos. Y que no leemos y que las que leemos mayoritariamente somos mujeres, entonces eso les escuce a los señores.

[25:37] ¿Cómo trabajas con las editoriales?

Pues hay como muchas maneras de colaborar. Actualmente tengo representante. Hay muchos tipos de colaboraciones. Si me quieren mandar un ejemplar nuevo que ha salido gratis por lo que sea, pues o me escriben a mi correo de empresa o escriben a mi representante y me preguntan: "Oye, Alba, ¿quieres que te lleve este libro a casa?" Yo, venga, genial, que me lo manden. Tú ahí lo subes o no lo subes a redes sociales. Luego está el tema de *collab*, pero hay *collab* de pago y *collab* que a cambio de contenido, que es de igual forma o me llega a mí se lo paso a mi repre o le llega a mi repre que me dice: "Alba, te mando este libro, te mando este pack, o te mando lo que sea, pero si lo enseñas en redes." Entonces yo ahí digo: "Venga, vale." Me lo mandan y 100% lo tengo que subir y tengo que poner lo de es *collab*, sí, *collab*. Y luego para cuando es remunerado es un proceso más largo. Suele venir directamente de mi repre y me dicen que ha salido una campaña con una novedad, me piden que haga este tipo de vídeo y me mandan lo que se llama *brief*, donde te ponen pues toda la información de todo lo que tienes que hacer. Ahí ya empiezas a negociar si negocias el dinerito evidentemente, pero también negocias si es tipo de vídeo cuadra o no cuadra con tu público, que eso es algo que evidentemente pues puedes modificar, porque si te piden un vídeo que no tiene nada que ver con tu público y dices: "Pero ¿cómo voy a hacer esto?" Un tipo de colaboración que yo no he hecho, -bueno hice una vez, pero no lo suelo hacer- es leer a cambio de publi, porque claro, tú no te garantizas que ese libro te vaya a gustar. Una cosa es que hagas un vídeo recomendando, te leo la sinopsis y me dices si te gusta y pones publi y te pagan y todo. Otra cosa es, léetelo y recoméndalo, y te pagamos. Yo no me atrevo. Yo me he atrevido cuando sé que el libro me va a gustar 100%. Si no, es que no me atrevo porque tú imagínate que el libro no te gusta, pero claro, tienes un contrato, tienes que hacerlo, no puedes mentir a tu público.

[28:17] Es importante que tu contenido se alinee con tu público, ¿lo tienen también en cuenta las editoriales?

Ahora ya años después, nos conocemos más y me llevo muy bien con las *community managers* de cada editorial. Entonces ya saben mis gustos, pero cuando empezamos no era así. A lo mejor me mandaban algún libro que yo era como "jo, muchísimas gracias, pero es de verdad que no creo que me lo vaya a leer porque no es mi tipo para nada y además mi público tampoco lo consume". Siento que cada *booktoker* tenemos nuestro nicho y nuestra personalidad.

Entonces digo: "Pero esto está superbién, muchas gracias por mandármelo". A veces me gusta recibir cosas que no son mi estilo, por ver qué tal o porque el autor que lo ha sacado te cae superbién y quieres ayudarlo, evidentemente. Ahora mismo ya me hace mucha gracia porque solo me llegan novedades de fantasía. O si es de romántica, pues vea si es una autora o algo que saben que me gusta, pero sí me me tienen muy muy fichada ya. Menos mal, me encanta eso, porque me siento como me conocen porque me mandan eso.

[29:19] Acerca del trend 'Mis lecturas este mes', ¿crees que hay una competición para ver quién lee más?

Sí, la verdad. Me he dado cuenta de que #Booktok tiene también su parte oscura. Yo era de las que estaba en negación con eso, era de las de: "No, Booktok es la parte más sana de todo TikTok." No es así. Puede ser así, o sea, su parte más bonita, sí que para mí es la más bonita de todas, pero también tiene una parte muy oscura. Me han salido algunos vídeos, hostia, criticando libros de forma muy dura que he dicho: "Madre mía, si esto lo ve el autor, me vuelve a levantarse de la cama". Cosas muy fuertes. Sí que siento que, evidentemente, como en todo nicho de redes sociales, sí que hay una parte un poco así que es por ejemplo el tema de la competitividad con quién lee más. A mí la verdad que es que eso me da bastante igual, no siento ningún tipo de competitividad. Pero porque al final creo que leer es algo superpersonal y algo supersubjetivo y en el momento en el que lo conviertes en una competición dejas de disfrutar.

Sí siento que hay cuentas que se nota, se nota en el yo me he leído 58 libros, y tú no, les falta de añadir eso. Que es como Dios mío, pero superbién si alguien se le 58 libros. Yo no soy capaz. De verdad que lo admiro porque ojalá, así acabaría con toda mi TBR (To be read), te lo juro.

[30:54] ¿Crees que eso también puede producir estrés a vosotras como creadoras de contenido y a la gente que ve ese contenido?

A ver, sí que se siente presión. No suelo hablar de esto porque siento que estoy en una posición muy privilegiada y siento que encima quejarme... Que me mandan libros gratis... No me quiero quejar, ni muchísimo menos, por Dios, pero sí que es verdad que toda responsabilidad trae una presión. A veces noto que no me acabó el libro y ya me está diciendo, "Ah, vale, léete esto." Y es como te lo juro que quiero leérmelo, pero no no siempre puedo. Una cosa que me he dado cuenta, pero que esto no solo pasa en Booktok, creo que pasa en todos los ámbitos de redes sociales, es que a veces como que se deshumaniza al creador al punto de: "Tú tienes que leer más libros, lee, lee, dame contenido" y es como, joder, tengo que estudiar, tengo que escribir, no me da tiempo. Pero bueno, yo tengo una suerte, de verdad. Tengo una comunidad muy sana y no te lo digo por decir, lo digo en serio. A mí no me ha caído un *hate* grande en la vida. Me ha pasado el típico comentario así pues que dices esto..., pero tengo seguidoras muy monas y muy sanas

¿Cuál crees que es tu sello personal?

Creo que llegados a este punto, mi sello personal, es mi forma de transmitir mi pasión por la fantasía y por los libros y esto me lo dicen mis amigas *booktokers*. Ellas me dicen siempre que cuando hago las reseñas hablo como muy de tú a tú, como muy de tía, me cago encima con lo que me ha gustado a mí esto. Y siento que al final cada una, su sello es como un poco su personalidad, porque es que mi personalidad es así, yo con mis amigas hablo igual de libros. Yo creo que es un poco eso y también que leo mucha fantasía. Creo que ese es también otro un poco mi sello como que la friki de fantasía que se emociona mucho, esa soy yo. Te lo juro, creo que es eso.

A mí me encanta porque es como joder, solo tengo que ser yo misma y eso es increíble. No tengo que meterme en un papel y tengo que ser yo. Entonces, mola un montón.

Lucía Cerezo, escritora

Lucía Cerezo Libro es una escritora valenciana que comenzó escribiendo su novela *Imperio de fuego azul* en Wattpad, lo autopublicó en Amazon y, gracias a su presencia en redes sociales y la comunidad que creó, consiguió un contrato con Penguin Random House. Su referente es Sarah J. Maas, autora de la saga ACOTAR, especialmente quiere ser como ella por su “constancia, no por los libros vendidos, sino la constancia como escritora”.

[00:29] ¿Cuándo y cómo empezaste a escribir?

Empecé alrededor de hace un año, que me puse en serio, pero pinceladas de la historia de Imperio Azul, tal vez diciembre de 2023, pero en serio en febrero 2024.

Siempre me ha gustado leer y dije, voy a intentar crear una historia para mí. Empezó siendo una historia para mí, para la gente cercana y no tenía pensado publicarlo en ningún sitio. Se me ocurrió la idea de publicarlo en Wattpad, a ver si alguien lo leía y vamos, lo mejor que podía hacer. Después de Wattpad, lo autopubliqué y el día que lo autopubliqué, se hizo viral. Se hizo top uno en el género de fantasía en menos de 24 horas, pero yo no lo sabía. Mientras estaba escribiendo escribiendo y me mandan un mensaje, la que ahora es mi editora, para pedirme una llamada. Me llamó y me dijo que me había visto, me había encontrado y ahora estoy trabajando para Penguin (Random House).

[02:17] ¿Cómo fue el salto de Wattpad a la autopublicación?

Decidí no terminar la historia en Wattpad, no subirla entera. Me quedé por la mitad, en un capítulo donde dejé un poco la cosa (en suspense) y dije que hasta aquí. La retiré de Wattpad cuando la subí en Amazon. Acabé la historia, estuve meses corrigiéndola y la publiqué. Es un PDF, lo subí y ya está.

[02:37] ¿Quién te motivó para publicar?

Yo misma. Me informé de vídeos de algunas estadounidenses y lo hice. Es fácil y sencillo, así que no no se me complicó mucho.

[03:08] ¿Y en qué parte de todo este proceso de autopublicación empezaste a utilizar TikTok para dar a conocer tu trabajo?

Todo empezó en TikTok. Subía vídeos, se viralizaron, la gente se enganchó a los capítulos de Wattpad. Todo empezó gracias a TikTok he tenido esta viralización. Entonces, lo de la autopublicación fue hilarlo con lo de Wattpad y darle mucho bombo y ya hasta día de hoy.

[03:50] ¿En algún momento piensas que tus vídeos van a tener el alcance que han tenido?

No, pero soy una persona muy confiada. No a este nivel. Es malo decir que una se acostumbra a ese tipo de visualizaciones, pero es algo normal y que pasa en todo en todos los rangos. En un cuestión de 2 meses, se viralizó todo. Y yo había publicado ni escrito nada nunca. Me pilló un poco de sopetón, sí. La verdad.

[04:31] ¿Escribías de pequeña?

Nada. Diarios, dibujos y está. No, no era no era nada de escribir, no. Solo leer. Con el diario, a mí escribir a mano... Soy disléxica y se me da fatal.

Intento no escribir a mano nunca, soy una catástrofe. Pero bueno.

[05:36] **¿Cómo nace *Imperio de fuego azul*?**

La idea ya la tenía en mente, pero bueno, al final con todo lo de *Alas de sangre*... El libro se parece a *Alas de sangre* y ACOTAR, pero la idea venía más de *Juego de tronos* por los dragones. Tenía esa idea y pues *Alas de sangre* me motivó también a escribir mi libro, la verdad.

[06:13] **¿Y de cara al próximo libro?**

El segundo libro, que se llama *Imperio en llamas*, se publicará el mismo día que *Imperio de fuego azul* en librerías. No es que sea una biología, simplemente la editorial ha decidido publicar los dos ya que están escritos y hechos. *Imperio en llamas*, lo leí la semana pasada y ya no lo vuelvo a tocar hasta que salga la venta. Ahora estoy empezando *Imperio 3*. Yo no paro.

[06:50] **Con tu experiencia en redes sociales, ¿crees que ahora las escritoras necesitan tenerlas para poder desarrollarse?**

Sí, sí, sin duda, sí. Y una cosa que suelo hacer yo en redes sociales es utilizar vídeos que la gente pueda entender y que llegue a todo el mundo. Hoy, por ejemplo, he subido un vídeo con el audio de La isla de las tentaciones que dices: "No tiene nada que ver ahí La isla de las tentaciones con mi libro", pero la gente que no lo ha leído y se han puesto a leer lo asocian. Entonces, juego mucho con ese tipo de marketing en redes. Tengo muchos vídeos planeados, pero hasta que no empiece un poco la promoción en unos meses, no voy a empezar a subirlo.

[07:39] **¿Compaginas escribir con alguna otra cosa?**

No, solo escribo. Me levanto y me acuesto escribiendo. Por ahora no hago nada. Tengo la suerte de poder no hacer nada más, por ahora nada. Solo escribí.

[08:09] **¿Te sientes cercana a la comunidad que has creado, tanto en Wattpad como en TikTok?**

Son todo lo mismo. Todo el mundo es lo mismo. Sí, en Wattpad hace ya tiempo que no estoy en Wattpad, pero es en TikTok y en Instagram es la misma gente que me comentan, me siguen. Sobre todo en Instagram hecho muchísimas amigas. Estoy súper súper contenta. Soy una persona que transmito mucha confianza y me gusta mucho hablar y siempre animo a las escritoras como yo. Entonces es como un tirón afloja de: yo te ayudo, tú me ayudas, de mucha amistad. Sí, así que superbien.

Sí que es verdad que ahora mismo no tengo nada de fama, es decir, lo básico, la gente que me conoce, pero yo no sé si en un futuro voy a poder llevar el ritmo que llevo con con la gente. Porque ya lo estoy empezando a notar.

Estoy muy pendiente a los mensajes, pero ya los mensajes con gente de confianza, la gente que entra en el círculo que ha estado estos primeros años, pero yo ya no puedo estar con estar en todo. Me sabe mal, pero es que ya es tanta gente hablándome, preguntándome, yo no puedo ya más.

[09:46] **¿Planeas hacerte otra red social a parte de TikTok e Instagram?**

Tengo Telegram que suelo publicar poquita cosa. Tengo TikTok, Instagram, Threads, que suelo publicar poca cosa. Solo tengo esas redes. Twitter no lo he gastado en la vida, lo siento. TikTok, Instagram y Telegram, donde tengo un canal que tengo unas 4.500 personas.

[10:39] **¿Qué contenido subes, solo hablas de tu libro o haces otro tipo de recomendaciones?**

Mi cuenta es solo de mi libro, sobre todo la cuenta de TikTok. No subo nada que tenga que ver con otros libros, ya que es una cuenta de autora y no es una cuenta de *booktoker*. Sí que es verdad que en las historias de Instagram suelo subir los libros que estoy leyendo o algunas autoras, pero nada. Es más, la editorial lo prefiere así, que mi cuenta sea solo de mi libro. Me encantaría subir tal vez, no creo que lo haga, pero yo soy muy comentar libros y de lo típico de las *booktokers* pero no, por ahora no.

[11:31] Se critica mucho, lamentablemente, el hecho de que las *booktokers*, que tienen 100K seguidores porque hablan de libros, publiquen un libro. Y no quiero que me pase eso. Me gusta leer, pero soy escritora, no soy *booktoker*, soy escritora.

[11:54] **¿Cómo te organizas para la publicación de contenido?**

Nada. Hace una hora he publicado dos vídeos. Estoy escribiendo y digo: "Me aburro" y si ya tengo buena imaginación, también tengo imaginación para crear vídeos con contenido. Entonces, veo un audio guay y digo: "Me imagino cómo haciendo el vídeo." Y digo: "Lo subo." Puedo estar meses sin subir nada o semanas que subo 50 vídeos. No me guardo nada, no tengo nada guardado en en esto de borradores ni nada.

[13:23] Ahora mismo no puedo ponerme a lo loco a poner vídeos, ya que el libro no los tengo ni en físico, no está la portada del segundo. La editorial aún no ha dado el paso de dar la promoción. Nos esperamos, pero es que tengo en en en una carpeta un montón de vídeos, de audios, sobre todo, para crear vídeos de lo que sea, de lo que esté de moda, al final a la gente le llama la atención lo que está de moda. Y si canciones de *reggaeton* lo juntamos con un libro, hacemos algo. Tengo mucha imaginación para crear este tipo de contenido. Tampoco me lo curro mucho, no me pongo una cámara ni un flash, soy un poco cutre, pero ya no mejoré.

[14:26] **¿Qué crees que te hace conectar con tu audiencia?**

Mi vocabulario. No escribo igual que hablo para nada. Cuando hablo súper de pueblo y soy de pueblo. Yo me gesticulo, yo soy de Valencia, de un pueblo cercano, gesticulo mucho y soy supernatural. Muchas palabrotas tal vez, que también para los vídeos tal vez hago gracia, no lo sé.

[15:05] **¿Hay algo que hagas para trabajar ese contenido?**

Subo un vídeo y me cambio de cuenta, tengo dos cuentas. No quiero ni fijarme las visualizaciones, ya no me fijo, cada día me fijo menos. Es más, he notado que en *reels* de Instagram se viralizan muchísimo más que TikTok. Lo descubrí tarde. Ahora ya lo sé y entonces lo que todo lo subo a TikTok lo subo a *reels*. No me centro en las visualizaciones.

[16:16] Como lectora y creadora de contenido, los vídeos de “Lecturas al mes, ¿te causan estrés por tener que leer?

Yo creo que el problema lo tienen las personas que ven el vídeo. Lo que no puedes hacer es tener redes sociales, sabiendo con todo lo que está pasando, y que encima te sienta mal un vídeo de una chica.

[16:31] Lo primero que debería hacer esa persona, esa lectora, es no fijarse tanto en lo que está haciendo otra chica. Yo opinó así, es que soy muy seria, pero y ya contesté a una chica supereducadamente, le dije, "Mira, lo que deberías hacer es eh desinstalarte las redes sociales y ya está." Hazlo, por favor, salva el mundo.

[16:57] Porque yo tengo muchas amigas que se leen 20 el mes de libros al mes y yo soy de las que me he leído un montonazo de libros al mes porque uno en momentos en los que no he trabajado, no he escrito nada, estoy en casa todo el día y tal vez esa gente que lee 20 libros al mes tiene tiene tal vez no no no sé cómo decirlo. No está bien en su vida y lo único que le da ese escape son los libros. Es un tema complicado. Hay gente que lo de los 20 libros lo hace con maldad, también es verdad, de que me he leído esto, pero yo los vídeos que he visto han sido Hola, me he leído estos libros y ya está, simplemente contando una verdad.

[18:31] Las redes sociales lo son todo, todo. Si yo he vendido ejemplares ha sido por las redes sociales y ya está. Crear un buen buen vídeo y tener suerte. Hay veces que vídeos de m... los he subido algo en pijama en un moño que digo: "Buah, no lo va a haber ni Cristo." Y se me hizo dos casi 200 visualizaciones. Perdón. Por favor, no. me tendría que haber pintado la cara un poco. Es que es así y TikTok que es una risa. Pero bueno. Yo ya sé el formato que tengo que utilizar, que es lo importante, cada autora tiene que saberlo y ya está.

[19:20] ¿A qué te refieres con formato?

Estilo. Se hacen más virales los vídeos en los que sale un diálogo de mi libro y salgo yo como ..., y sale un diálogo, más que un vídeo, tal vez, explicando lo mucho que te ha gustado el libro. Eso también lo he pillado. Los diálogos, la gente quiere ver tal un diálogo. Yo soy muy pinchona, entonces yo cojo el mejor diálogo un poco tal vez uno más *spicy*, uno más así y cojo pongo tal lo y la gente, ay, ya me lo leo.

[20:20] Por ejemplo, ayer por la noche, subí unos posts de del del libro de *Imperio Azul e Imperio en llamas*, pero *Imperio en llamas* la portada la puse en negro. La editorial me ha dicho que sobre el mes que viene a mitades van a subir la portada, pero yo estoy creando una necesidad que la gente no sabía que tenía, que era saber cuál es esa portada. Si en mayo hubieran visto la portada, se habrían quedado con que es bonita, pero ya están estas tres semanas pensando, ¿cuál será la portada? Estoy creando necesidades porque al final los humanos no pasamos en las necesidades en querer saberlo todo, somos unos cotillas.

[21:14] ¿Dónde has aprendido estas técnicas de marketing?

No he estudiado nada. Tengo mucha imaginación para eso también de crear estrategias y con la amiga que tengo (que estudia diseño gráfico) podríamos hacer de todo. Pero ella es más, obviamente, la del diseño de proponer poner carteles, esconder cosas por la ciudad, a crear...

[21:50] Y tenerlo todo en secreto y soltar mi canal de Telegram, ¿de qué color será la portada? 1000 personas vieron el mensaje, casi 2000. Y dices: "Hay gente que está esperando, a ver." Es superimportante el marketing hoy en día. Ya sea para libros, lo que quieras, la verdad.

[22:51] No, es que no soy consciente tampoco de esto. He visto el vídeo de *La isla de las tentaciones* donde sale Montoya discutiendo. He escuchado el diálogo y he dicho vale, vamos a poner este diálogo, vamos a poner mi libro aquí ahora mismo y voy a poner esto de no sé cuántos. Tal vez no sea viral, pero ya es como es lo cotidiano, es mezclar lo cotidiano con con los libros.

[28:40] Gente de 60 años lee mi libro y está encantada. Gente de hasta de 14 a 60 años, la gente mayor que son los que no tienen las redes sociales, son los que más leen el libro y saben de mí, pero claro, no pueden contactar conmigo porque no tienen redes sociales. No sabemos que están ahí, pero están. Dijimos, sí, los jóvenes de entre 16 y 24 años o los que más leen. Los que más leen, sí, pero los que más vemos en en TikTok y Instagram. Hay un montón de gente mayor, leyendo el género de fantasía, con romance, y es que no me lo esperaba.

Mi madre y las amigas de mi madre no leen mi libro porque sea, "Ay, tu hija es que tú le voy voy a leer". No, leen porque han leído *Alas de sangre* y están locas por encontrar algo que se parezca a eso. *Alas de sangre* ha abierto muchísimas puertas, la verdad. ACOTAR y a las de sangre son las sagas más top, las que me motivan.

[30:25] Para mí ACOTAR es ... Se me ponen los pelos de punta de pensarlo. Ya está. Tengo todos los libros, todas las ediciones, *Una corte de niebla y furia* es mi libro favorito, pero es un libro que lo lees y que te cambia la vida. Te cambia la vida y hay personas que no son conscientes de lo que la fantasía puede hacer porque tú estás leyendo un romance contemporáneo y estás viendo pues las cosas cotidianas y dices: "Esto no puede pasar, es que esto no pasa en la vida real." Pero estamos hablando de fantasía, todo puede pasar.

Te teletransporta a un mundo que no existe, entonces tu cabeza piensa en ese mundo ...

inlov, editorial

inlov es un sello editorial de Alma destaca por la promoción y el producto de sus libros, que se asemejan a las características de las recomendaciones de esta plataforma. Así, la editorial publica libros con cantos pintados, una nueva moda promovida en #BookTok, e incluye un recuadro con las *tropes* o clichés que aparecen en el libro, así como las advertencias o *trigger warnings*. Pol S. Roca, del departamento de comunicación respondió a las preguntas.

¿Qué tipo de libros publicáis?

Hasta el momento, nos hemos centrado en publicar literatura romántica contemporánea y *romantasy*. Nos interesan historias que emocionen, con personajes auténticos y que generen una conexión real con los lectores. Desde el romance contemporáneo de *Un segundo para amar* hasta la fantasía romántica de *Black Bird Academy*, buscamos libros que hagan sentir.

En la web pone "autoras". ¿Solo publicáis a mujeres?

En inlov, hemos trabajado principalmente con autoras mujeres, pero en ningún momento nuestra intención es excluir a los hombres. Estamos abiertos a nuevos talentos independientemente del género, siempre y cuando se alineen con nuestra propuesta de valor.

¿Qué hace diferente a inlov?

Cuidamos tanto el contenido como la experiencia del lector. Además de compartir historias que enganchan con nuestro público, nos esforzamos en ofrecer unas ediciones cuidadas hasta el mínimo detalle. También hemos creado herramientas como el Bookmatch, una guía para encontrar la lectura ideal a través de los tropos, y la Bookreview, un espacio al final de cada libro para que los lectores compartan su opinión.

¿Por qué usáis ese diseño de portadas (con las *tropes*, *spicy*...)?

Porque sabemos que los lectores buscan ciertas dinámicas y queremos que lo tengan claro desde el primer vistazo. Además, nos dirigimos a una nueva generación que consume contenido de forma más visual e inmediata. También creemos que es fundamental informar sobre temas que pueden afectar a la sensibilidad del lector, ya sea el nivel de *spicy* o la presencia de temas delicados. La transparencia es clave para que cada lector pueda elegir su próxima lectura con total confianza.

¿Trabajáis con *booktokers* y *bookstagramers*?

Sí, ¡colaboramos con muchos creadores de contenido en redes sociales! Sin duda, han sido clave en el lanzamiento de nuestra editorial.

¿Por qué habéis escogido estas redes sociales?

Porque es donde están nuestros lectores. TikTok e Instagram han cambiado la forma de descubrir libros, y queremos ser parte de esa conversación.

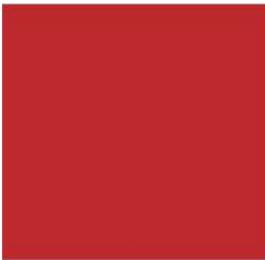
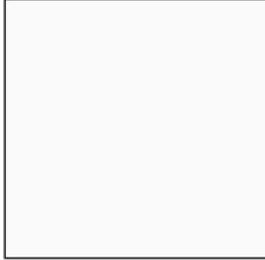
¿Creéis que vuestra presencia en redes es importante para el crecimiento del sello?

Sí, tanto para llegar a nuevos lectores como para conectar con autoras que encajen con inlov. Además, nos permite escuchar a nuestra comunidad y adaptarnos a lo que realmente buscan.

ANEXO III: Diseño

Colores corporativos

Para mantener coherencia en todo el reportaje uno de los elementos principales que le da continuidad y similitud es el color utilizado en los elementos de texto y gráficos. En este sentido, he utilizado los colores rojo y negro corporativos de la Universidad Miguel Hernández (UMH) para darle un acercamiento a la institución a la que pertenezco. Además, utilicé el color blanco para complementar a los anteriores, pero este no se encuentra en los de la UMH.

<p>Pantone 187</p>  <p>CUATRICROMÍA CIAN: 0% MAGENTA: 91% AMARILLO: 72% NEGRO: 23%</p> <p>RGB ROJO: 189 VERDE: 43 AZUL: 48</p> <p>HEXADECIMAL #bc2a30</p>	<p>Negro</p>  <p>CUATRICROMÍA CIAN: 0% MAGENTA: 0% AMARILLO: 0% NEGRO: 100%</p> <p>RGB ROJO: 29 VERDE: 29 AZUL: 27</p> <p>HEXADECIMAL #1c1c1b</p>	<p>Blanco</p>  <p>CUATRICROMÍA CIAN: 0% MAGENTA: 0% AMARILLO: 0% NEGRO: 1%</p> <p>RGB ROJO: 250 VERDE: 250 AZUL: 250</p> <p>HEXADECIMAL #1c1c1b</p>
---	---	---

Tipografía

La tipografía es uno de los elementos con los que el color interactúa especialmente. Una idea era que en los subtítulos, su tipografía o color, variara en función de quién hablaba, es decir, que no fuera igual cada persona entrevistada ni las partes que yo locutaba. Sin embargo, a la hora de diseñar los elementos que interactuaban a lo largo del vídeo, cambiar cada uno de estos elementos saturaba demasiado a la vista. Hay cortes de declaraciones de menos de cinco segundos, de manera que introducir diferentes tipografías o colores resultaba demasiado cargante. Así se incorporaron otros elementos como transiciones de barridos o cortes para reescalar el plano para poder crear ese ritmo habitual en la plataforma de TikTok.

Por otro lado, la tipografía no es la correspondiente a la corporativa, ya que las tipografías usadas en TikTok no son nada parecidas a las de la UMH. A la hora de la búsqueda de la tipografía debía mantener esa estética de la plataforma, pero debía de ser perfectamente legible y accesible en su uso para poder usarla desde cualquier programa.

Uno de los trends que estaba en auge en el momento de realizar el vídeo era la combinación de tipografías sans serif y caligráficas para señalar momentos destacados del discurso. Sin embargo, a la hora de establecer las más, primé la practicidad de usar una con serif (Faustina) y otra sin serif (Dongle) sin caer en la similitud ni que fuera cargante a la vista. A la hora de seleccionar una tipografía también había que tener en cuenta la comprensión del texto resultante tanto en mayúsculas como en minúsculas, así como la posibilidad de acentuación de ambas.

Dongle Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Dongle Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Dongle Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Faustina Regular

abcdefghijklmnopqr
rstuvwxyz

Faustina Medium

abcdefghijklmnopqr
rstuvwxyz

Faustina SemiBold

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

Faustina Bold

**abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz**



En el caso de Dongle Regular, era la tipografía utilizada para los subtítulos, como aparece en la figura A1, mientras que Faustina era la encargada de destacar ciertos elementos del discurso como “Top 10 libros más leídos” en el vídeo 5, ‘Top 10 libros más leídos al año’. Otro ejemplo se puede observar en la figura A2, en la que se destaca “Libros más leídos al año”.

Además, la combinación de ambas en un mismo elemento se da en la rotulación de las entrevistas en las que Faustina es la que enmarca el nombre de la persona entrevistada y Dongle transmite el cargo, relevancia o puesto de la persona. La combinación de ambas tipografías le da una profundidad e importancia a este elemento, como se percibe en la figura A3.



Figura A1. Ejemplo subtítulos.



Figura A2. Tipografía destacada



Figura A3. Ejemplo rotulación

Márgenes de seguridad

A la hora de repartir el espacio de la pantalla entre los elementos de cada uno de los vídeos debía mantenerse un margen de seguridad para que los botones propios de la plataforma de TikTok no impidieran la comprensión del capítulo en su conjunto. A partir de un vídeo de una editora de vídeo de redes sociales, he diseñado el espacio y he mantenido estos márgenes en cada uno de los vídeos (@madebyclu, 2025). En la figura A4 se observa una captura de pantalla de un vídeo de esta editora y la figura A5, a su lado, es una captura de pantalla de uno de mis vídeos. Ambas imágenes, situadas una al lado de la otra, muestran la necesidad de esos márgenes de seguridad. La figura A6 muestra la superposición de ambas imágenes para mostrar esa necesidad de los márgenes de seguridad, que evitan que el vídeo y sus elementos gráficos colisione con los ‘botones’ de la plataforma.



Figura A4. Márgenes de seguridad



Figura A5. Ejemplo vídeo final



Figura A6. Fusión A4 y A5.

Construcción del escenario

Dónde grabar fue uno de las grandes dudas del reportaje. La primera idea fue grabar en un estudio con una pantalla verde detrás para poder incrustar diferentes escenas detrás de mí, como hacen en algunos reportajes desde RTVELab. Sin embargo, el reportaje busca conectar con la gente consumidora de TikTok, sea conocedora o no de la comunidad de #BookTok, y los vídeos que se viralizan son aquellos orgánicos y con escenarios reales, por lo que establecerse en un lugar tan cerrado y rígido como lo es un plató podía provocar el efecto contrario al deseado. Ante esta situación, decidí grabar en mi habitación, creando un ambiente en el que destacaban los libros y con una paleta de colores bastante consistente. Esta construcción de la figura A7, era tan “normal” que le daba cercanía al mensaje que se está transmitiendo.



Figura A7. Construcción del escenario

A la hora de construir el encuadre y qué se debía ver en el vídeo también fue fundamental dar espacio suficiente para poder mantener esos márgenes de seguridad.

Capturas de pantalla del diseño de las distintas cosas

El vídeo más repetido es mi locución, en la que aparezco en un plano estático en mi habitación y actúo como hilo conductor del capítulo, introduciendo las entrevistas realizadas y los datos destacados de cada uno de los temas tratados, como se presenta en la figura A7.

Había entrevistas que se grabaron de forma horizontal, mientras que otras se grabaron verticalmente, por lo que para homogeneizar ambas opciones, diseñé dos tipos de videollamadas, figura A8 y figura A9, respectivamente. La figura A10 es el tercer tipo de entrevista, realizada presencialmente, por lo que se buscaba recrear las entrevistas realizadas para televisión, en las que el entrevistado está a 3/4 de la cámara, por lo que no mira directamente, pero la cámara tampoco está colocada en su perfil.



Figura A8. Videollamada horizontal



Figura A9. Videollamada vertical



Figura A10. Entrevista presencial

Un elemento gráfico clave para mantener la evocación a videollamada son los botones típicos de estas conversaciones, señalados en la figura A11. Otro elemento que interactuaba con el vídeo, se puede observar en la figura A12, en la que en la esquina superior derecha aparece el libro del que estaba hablando en ese momento junto a un número, que corresponde a la posición en la que se encontraba de los 10 libros más leídos al año. Además, para darle ritmo al vídeo, al hablar de *booktubers* de la primera generación presento en pantalla como se muestra en la figura A13.



Figura A11. Diseño botones videollamada



Figura A12. Elementos gráficos



Figura A13. Imágenes sobre vídeo

Además, se usaron otros elementos gráficos como ilustraciones y logos de las empresas de las que se hablaba, como es el caso de la figura A2 y de la A14. Junto a los márgenes de seguridad, en el encuadre de los vídeos se dejó aire para poder incorporar elementos gráficos. De esta manera, se creaba un vídeo con un vídeo todavía más rápido, rico de estímulos, en la misma línea de los publicados en TikTok. También se jugó con los zoom in y reescaladas del plano para provocar ese dinamismo típico de la plataforma (figura A15). También con esta intención, se cambiaba la colorimetría del vídeo, para pasar a blanco y negro, que también evoca a las estrategias de los creadores de contenido, en la que muestran una confesión o reflexión con un zoom in y un cambio de color (figura A16).



Figura A14. Logo destacado



Figura A15. Plano reescalado



Figura A16. Cambio de colorimetría

A lo largo de los vídeos nombro muchas cifras, por lo que para poder representar el texto de una manera más visual y comprensible utilicé gráficos, mostrados en la pantalla completa que tenían movimiento (figura A17) o en una parte de la pantalla (figura A18). Además, para mostrar cómo había llegado a esos datos, mostré uno de los múltiples Excels utilizados para el tratamiento de datos de material explicado en el reportaje. En este caso, la figura A19 se trata de una captura del vídeo en el que se mostraba cómo variaba la posición de las temáticas en función de si leía toda la población encuestada o solo la generación Z.



Figura A17. Ejemplo gráfico

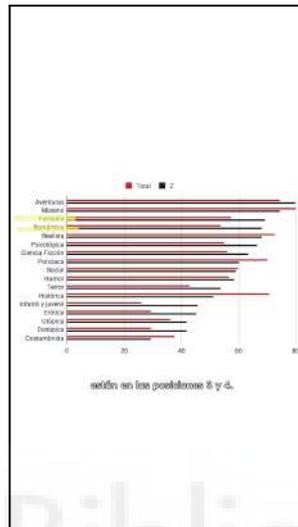


Figura A18. Ejemplo gráfico animado

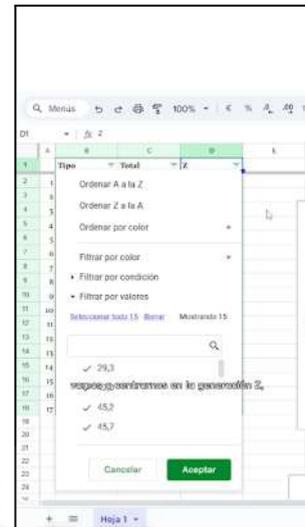


Figura A19. Grabación pantalla

A parte de los vídeos ya mencionados, realicé diferentes grabaciones de pantalla de hechos o datos que se encontraban en TikTok. Así, la figura A20 es una grabación de las publicaciones que se recogen en hashtag BookTok. Similar es la figura A21, en la que se recupera la aplicación de Goodreads, especialmente la estantería de libros catalogados como BookTok. Por otro lado, para mantener ese cambio de planos continuos, grabé vídeos en distintas librerías para poder mostrar los elementos tratados en las entrevistas (figura A22).



Figura A20. Grabación pantalla

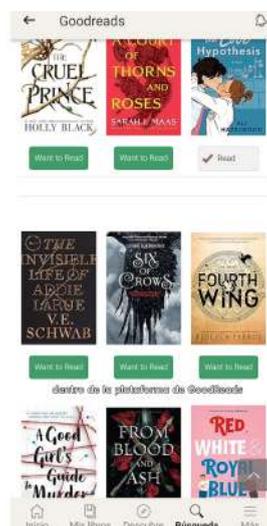


Figura A21. Grabación pantalla



Figura A22. Vídeo recurso

Por último, cabe señalar que las entrevistas que se respondieron de forma escrita llegaron al vídeo en forma de nota de prensa (figura A23) y de correo electrónico (figura A24). Este recurso hacía que el texto animado apareciera en función de la voz en off, para darle dinamismo al vídeo y poder transmitir este mensaje de una forma diferente a que apareciera yo locutándolo.



Figura A23. Simulación nota de prensa

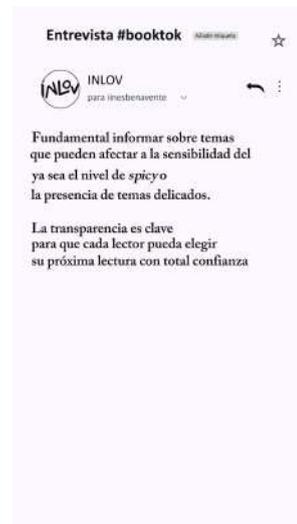


Figura A24. Simulación correo electrónico

Transiciones

Con el objetivo de darle dinamismo al vídeo, utilicé recursos de postproducción, como la reescalada de planos y hacer clips muy cortos eliminando partes que podrían ser redundantes o que impedían un discurso continuo. Además, utilicé barridos verticales en el cambio de entrevistas, entre videollamadas, para simular el scroll que se hace en la plataforma para cambiar de vídeo. En las figuras A25, A26 y A27, se puede observar la transición entre dos entrevistas, a través de fotogramas clave para su completa comprensión.



Figura A25. Inicio transición



Figura A26. Transición



Figura A27. Fin transición

ANEXO IV: Cuestionarios

A continuación se presentan los cuestionarios preparados para cada uno de los perfiles entrevistados a lo largo del reportaje. Las preguntas pueden variar con respecto a las finales, debido al perfil particular de cada persona, por el desarrollo de la entrevista o por motivos diferentes.

Experto en redes sociales

- Neurológicamente, ¿cómo afecta el exceso de consumo de distintas redes sociales?
- ¿De qué manera influye el uso excesivo de TikTok en la salud mental?
- ¿Crees que existe una ‘epidemia’ de adicciones a redes sociales?
- ¿Cómo fomenta el algoritmo de TikTok la adicción y la sobreexposición al contenido?
- ¿Afecta la adicción a TikTok en la capacidad de concentración y productividad de los usuarios?
- ¿Puede esto derivar en tendencias como la lectura diagonal de libros?
- Vemos vídeos de influencers haciendo trends de “todos los libros que he leído en un mes” ¿cómo crees que reaccionan los usuarios de esta red ante este contenido?
- ¿Puede producirles estrés al verse bajo una avalancha de información e incluso sentirse abrumados por no haber logrado el mismo objetivo que sus referentes?
- ¿Se percibe de forma distinta este contenido en función del momento vital (infancia, adolescencia ...)?

Booktoker

- ¿Cómo definirías #booktok? [#booktok]
- ¿Qué crees que significa que exista esta forma de recomendar libros? [#booktok]
- ¿Cuándo empezaste? ¿Por qué? [perfil booktokers]
- ¿Cómo ha sido el viaje de creación de contenido? [perfil booktokers] [Vídeo]
- ¿Te dedicas a esto de forma exclusiva? [perfil booktokers]
- ¿Cómo definirías el perfil de un booktoker? ¿Cómo son los booktokers? [perfil booktokers]
- ¿Crees que la comunidad de #booktok es femenina? ¿Por qué crees que no hay hombres? [De mujeres para mujeres]
- ¿Cómo definirías los libros que se leen en #booktok? ¿Crees que son diferentes a los que se recomiendan de formas tradicionales (periódicos, revistas expertas...)? [Libros booktok]
- A la hora de leer un libro, ¿cuál es tu criterio de elección? [Libros booktok]
- ¿Te gustaría poder publicar un libro? [Libros booktok]
- ¿Es tu objetivo para continuar con estos vídeos?
- ¿La recomendación de libros que haces viene con una advertencia de la edad recomendada de lectura? [Erótica]
- Ante esto, ¿te sientes responsable de que tu público más joven lea algo que por edad no debería?
- Ha habido una polémica muy grande en relación al contenido erótico de ciertos libros con portadas con ilustraciones que parecen infantiles y catalogadas como juvenil: ¿Cuál es tu posición en esto?
- Las recomendaciones en redes sociales no comenzaron en TikTok, ya existían influencers en YouTube, ¿tú consumías ese contenido? [1ª Generación]
- ¿Hay algo que hayas mantenido de esos vídeos?

- ¿Cuál es tu público? [Los jóvenes no leen]
- ¿Qué opinas de la frase “los jóvenes no leen”? [Los jóvenes no leen]
- ¿Cómo trabajas con las editoriales? [Editoriales]
- ¿Crees que por haber creado una comunidad las editoriales van a favorecer que publiques un libro? [Editoriales]
- ¿Sientes que hay una competición para ver quién lee más? [el estrés de leer]
- ¿Crees que eso te afecta? ¿Cómo?
- Hay un estudio que habla de la lectura diagonal como algo que está de “moda”, desde tu perspectiva, ¿crees que es así? [el estrés de leer]

Editoriales

- ¿Cómo definirías #booktok? [#booktok]
- ¿Qué crees que significa para la sociedad que exista esta forma de recomendar libros? [#booktok]
- ¿Cuál es el perfil que buscáis para hacer una colaboración con un influencer? ¿Pertenece todos a la comunidad de #booktok o contactáis con creadores de contenido lifestyle? [Editoriales]
- ¿Crees que la comunidad de #booktok es femenina? ¿Por qué crees que no hay hombres? [De mujeres para mujeres]
- ¿Cómo trabajáis con estos influencers (es distinto a otros creadores de contenido)?
- ¿Cuál crees que es el rasgo de los libros que se recomiendan en #booktok? ¿Crees que son diferentes a los que se recomiendan de formas tradicionales (periódicos, revistas expertas...)? [Libros]
- Hay muchas booktokers que, después de recomendar libros, han publicado uno ¿se favorece que las escritoras tengan una comunidad detrás para su publicación?
- A la hora de promocionar un libro, ¿se fomenta que la persona que lo ha escrito tenga redes sociales?
- ¿Se promociona también en los canales oficiales de la editorial?
- ¿Cuál es el proceso por el que un libro de la editorial llega a #booktok? [libros]
- ¿En función de qué se cataloga un libro como juvenil? (¿Juvenil como sinónimo de young adult?)
- Hay una polémica acerca de libros que se recomiendan en #booktok con un alto contenido sexual que a veces no se cataloga como tal y desde la propia comunidad lo han expresado ¿ha habido un cambio en cómo se califican?
- ¿Se busca que el público de esa booktoker se alinee con el contenido del libro?
- ¿Crees que se hacen las advertencias necesarias en la distribución (portada, stands...)?
- Las recomendaciones en redes sociales no comenzaron en TikTok, ya existían influencers en YouTube, ¿ha cambiado la forma en la que se promocionan estos libros con los distintos formatos? [1ª Generación]
- ¿Cómo trabajas con los booktokers e influencers? [Editoriales]
- ¿Qué opinas de la frase “los jóvenes no leen”? [Los jóvenes no leen]
- ¿Qué tipo de libros publicáis?

Consumidora

- ¿Cómo definirías #booktok? [#booktok]
- ¿Desde cuándo lo consumes?[De mujeres para mujeres]
- Las recomendaciones que sigues, ¿en qué se basan (clichés o tropes, influencers)? [Libros]
- ¿Sigues algún otro tipo de recomendaciones?
- ¿Cuál es el género que más lees? [Libros]
- ¿Sientes que se menosprecia a la comunidad y a los libros que se recomiendan? [De mujeres para mujeres]
- ¿Qué opinas de la frase “los jóvenes no leen”?
- ¿Cómo definirías el perfil de booktoker promedio? [De mujeres para mujeres]
- ¿Qué opinas de las colaboraciones de las editoriales con los booktokers? [Editoriales]
- ¿Crees que te afecta que una escritora tenga una cuenta en redes sociales como para que te leas su libro o te resulte más fácil acceder a él? [Editoriales]
- Con trends como “libros que me he leído este mes” se fomenta el consumo masivo de literatura, ¿crees que vivimos en un momento en el que vale más cuantos más libros te lees? [el estrés de leer]
- ¿Te sientes presionada para leer más de lo que lo haces? [el estrés de leer]
- En relación a la polémica que se ha denunciado en TikTok de las portadas ilustradas y el contenido sexual explícito de los libros, ¿cuál crees que es el problema? [Erótica]



ANEXO V: Material complementario

En este anexo se incorporan las tablas de las bases de datos de elaboración propia de los *booktokers* (tabla A1) y de los libros de #BookTok, según la plataforma de GoodReads. Esta última está dividida en tres tablas, en la tabla A2 se encuentran los 100 primeros libros filtrados por la variable de estrellas, en la segunda (tabla A3), los 100 primeros libros en función de cuál tiene más *ratings* (lecturas); y, por último, en la tabla A4 los 100 libros con mayor número de lecturas al año (*ratings/year*).



ANEXO V: Tabla A1 BOOKTOKERS

		2.022		16/09/2024		09/03/2025	
	Usuaría/o	Seguidores0	Likes0	Seguidores1	Likes1	Seguidores2	Likes2
M	@ir_zulryna	1.400.000	70.600.000	1.900.000	117.400.000	1.900.000	124.100.000
M	@maryam.and.books	1.400.000	16.800.000	1.900.000	33.600.000	1.900.000	34.700.000
M	@mar.flz	252.100	4.600.000	237.900	6.500.000	231.300	6.500.000
M	@letiziaalg21	201.800	9.000.000	219.600	12.200.000	211.600	12.100.000
H	@josudiamond	161.800	4.300.000	171.600	6.200.000	182.600	7.300.000
M	@puchiibooks	127.000	4.100.000	142.900	5.800.000	140.000	5.900.000
M	@booksbymaria_	121.100	3.800.000	124.900	5.800.000	121.400	5.800.000
M	@esperanzalruz	88.100	5.000.000	126.000	9.000.000	128.400	9.400.000
M	@patriciabema	66.700	861.500	62.500	900.000	61.600	905.000
M	@andreorowling	49.000	539.000	102.600	1.400.000	101.300	1.400.000
M	@be.betweenbooks	42.800	857.500	49.600	1.500.000	48.800	1.500.000
M	@vanessarmigliore	28.300	374.300	1.104	13.100	32.900	680.500
M	@fantasyliterature	23.400	469.600	24.800	28.600	113.800	2.800.000
M	@anhelbooks	21.500	1.000.000	72.200	3.900.000	71.000	4.000.000
M	@talibookclub	19.100	602.400	77.300	5.500.000	75.300	5.600.000
M	@adeladombooks	15.600	256.600	15.500	306.400	15.600	309.300
M	@lialioz			1.100.000	40.600	1.200.000	53.800
M	@patriciafedz			450.200	13.700.000	481.100	16.100.000
M	@albazamoraexpo			207.600	13.400.000	209.100	14.100.000
M	@tawiebooks			202.400	9.200.000	213.400	10.400.000
H	@alvaromateu			200.300	5.600.000	208.700	6.000.000
M	@ciinderer			152.500	4.600.000	170.800	5.800.000
M	@esperanzalruz			126.100	9.000.000	128.400	9.400.000
M	@sisoylectora			114.900	5.900.000	205.800	12.000.000
M	@eva.logon			90.700	4.500.000	95.200	5.000.000
M	@ainhoabravooo			45.100	1.500.000	47.200	1.700.000
M	@biancaanor			44.000	2.400.000	65.900	3.400.000
H	@carlosazooo			41.500	1.100.000	40.800	1.100.000
M	@alba_writes			41.300	906.600	60.500	1.500.000
M	@lauhousedo			39.900	2.200.000	50.900	3.200.000
M	@lecturaconmarta			39.200	542.300	57.000	960.700
M	@judithbookss			29.000	3.300.000	39.200	4.300.000
M	@books.paau			29.000	1.800.000	32.000	2.300.000
M	@booksbycris			28.600	3.000.000	34.400	3.600.000
M	@diarys.books			18.500	1.200.000	18.100	1.200.000
M	@laia.hes			9.690	1.200.000	10.000	1.200.000
M	@pcora_			8.186	506.400	8.537	513.000
M	@monica.reads.stories			7.992	368.600	52.100	2.500.000
M	@cheemarttnz			7.967	280.400	9.700	421.300
H	@_aguusbookss_			6.180	107.000	18.800	271.000
M	@estanteriaromantica			2.697	88.500	7.141	255.100
M	@lamiablod			1.583	38.800	2.067	48.600
M	@mataraulector_			983	16.900	1.384	55.700
M	@lauhyrule			859	8.779	888	9.440

ANEXO V: Tabla A2. ESTRELLAS

autora	nombre	estrellas	ratings	reviews	pag	premio	fecha	ratings_year	edicion	genero
Chanel-Miller	Know-My-Name	4,7	228406	31642	384	SI	2019	38068	ebook	Nonfiction
Brandon-Sanderson	The-Way-of-Kings	4,67	583315	45037	1007	NO	2010	38888	Hardcover	Fantasy
Sarah-J.-Maas	A-Court-of-Mist-and-Fu	4,65	2690094	222040	626	SI	2016	298899	Kindle-Edition	Fantasy
Chloe-Walsh	Redeeming-6	4,64	106817	14737	1066	NO	2023	53409	Kindle-Edition	Romance
SenLinYu	Manacled	4,64	118658	22144	925	NO	2019	19776	Hardcover	Fantasy
Krista-Ritchie	Some-Kind-of-Perfect	4,62	28447	4700	664	NO	2016	3161	ebook	Romance
Rebecca-Yarros	Fourth-Wing	4,58	2669133	318021	498	SI	2023	1334567	Hardcover	Romantasy
S.T.-Abby	Paint-It-All-Red	4,56	237813	24040	177	NO	2016	26424	Kindle-Edition	Romance
Cassandra-Clare	Clockwork-Princess	4,55	462723	41568	567	SI	2013	38560	Paperback	Fantasy
Chloe-Walsh	Keeping-13	4,52	231197	28259	938	NO	2018	33028	ebook	Romance
Patrick-Rothfuss	The-Name-of-the-Wind	4,52	1025000	57809	662	NO	2007	56944	Hardcover	Fantasy
S.T.-Abby	All-the-Lies	4,52	232030	16087	141	NO	2016	25781	Kindle-Edition	Romance
Andy-Weir	Project-Hail-Mary	4,5	736201	92222	476	SI	2021	184050	Hardcover	Science-Fiction
Rebecca-Yarros	The-Last-Letter	4,5	215128	31196	426	NO	2019	35855	Paperback	Romance
Rina-Kent	God-of-Fury	4,5	87157	12392	624	NO	2023	43579	Paperback	Romance
Jennifer-L.-Armentrout	A-Light-in-the-Flame	4,49	131235	10092	615	NO	2022	43745	Paperback	Fantasy
Alice-Oseman	Heartstopper:-Volume-f	4,48	172290	21107	336	SI	2023	86145	Paperback	Romance
Liz-Tomforde	Play-Along	4,48	166985	20580	384	SI	2024	166985	ebook	Romance
Zoulfia-Katouh	As-Long-as-the-Lemon-1	4,48	79990	14517	417	SI	2022	26663	Hardcover	Fiction
Chloe-Walsh	Saving-6	4,47	130489	16801	725	NO	2023	65245	ebook	Romance
Tara-Westover	Educated	4,47	1695439	119966	352	SI	2018	242206	Hardcover	Nonfiction
Yaa-Gyasi	Homegoing	4,47	371239	40132	305	SI	2016	41249	Hardcover	Fiction
Angie-Thomas	The-Hate-U-Give	4,46	962553	77644	447	SI	2017	120319	Kindle-Edition	Romance
Jennette-McCurdy	I'm-Glad-My-Mom-Died	4,45	1255529	126576	320	SI	2022	418510	Kindle-Edition	Nonfiction
Alice-Oseman	Heartstopper:-Volume-(4,44	818318	79290	288	NO	2018	116903	Paperback	Romance
Khaled-Hosseini	A-Thousand-Splendid-St	4,44	1633948	84450	372	NO	2007	90775	Hardcover	Fiction
Krista-Ritchie	Long-Way-Down	4,44	34906	4711	641	NO	2015	3491	ebook	Romance
Kristin-Hannah	The-Great-Alone	4,44	972023	86949	435	SI	2018	138860	Kindle-Edition	Fiction
Liz-Tomforde	Caught-Up	4,43	214988	24070	408	NO	2023	107494	Kindle-Edition	Romance
M.L.-Wang	Blood-Over-Bright-Have	4,43	32160	7848	430	NO	2023	16080	Hardcover	Fantasy
Krista-Ritchie	Addicted-After-All	4,42	46454	5804	534	NO	2014	4223	Kindle-Edition	Romance
Marissa-Meyer	Winter	4,42	296858	33240	827	SI	2015	29686	Hardcover	Science-Fiction
Rachel-Gillig	Two-Twisted-Crowns	4,42	302467	41267	437	NO	2023	151234	Paperback	Fantasy
Carmen-Maria-Machac	In-the-Dream-House	4,41	144873	21987	251	SI	2019	24146	Hardcover	Nonfiction
Paul-Kalanithi	When-Breath-Becomes-	4,41	736281	56981	208	SI	2016	81809	Kindle-Edition	Nonfiction
Taylor-Jenkins-Reid	The-Seven-Husbands-of	4,41	3603604	312475	434	SI	2017	450451	Kindle-Edition	Fiction
Tiffany---McDaniel	Betty	4,41	45884	8285	480	SI	2020	9177	Hardcover	Fiction
Marissa-Meyer	Cress	4,4	388079	35154	552	SI	2014	35280	Hardcover	Fantasy
T.L.-Swan	The-Takeover	4,4	128409	10685	477	NO	2020	25682	Kindle-Edition	Romance
Clarine-Jay	The-Truth-Untold:-Are-y	4,39	10451	1286	634	NO	2021	2613	Kindle-Edition	Romance
S.T.-Abby	Scarlet-Angel	4,39	241210	15516	139	NO	2016	26801	Kindle-Edition	Romance
Abby-Jimenez	Just-for-the-Summer	4,38	667491	87479	432	SI	2024	667491	Paperback	Romance
Bessel-van-der-Kolk	The-Body-Keeps-the-Sc	4,38	233816	18460	464	NO	2014	21256	Hardcover	Nonfiction
Cassandra-Clare	Chain-of-Gold	4,38	113757	15545	582	SI	2020	22751	Hardcover	Fantasy
Delia-Owens	Where-the-Crawdads-Si	4,38	3355625	215983	384	SI	2018	479375	ebook	Fiction
Fredrik-Backman	A-Man-Called-Ove	4,38	1123825	118297	337	NO	2012	86448	Hardcover	Fiction
Shelby-Van-Pelt	Remarkably-Bright-Crea	4,38	881864	104926	368	SI	2022	293955	Hardcover	Fiction
R.F.-Kuang	The-Dragon-Republic	4,37	159371	25702	654	SI	2019	26562	Hardcover	Fantasy
Raven-Kennedy	Gleam	4,37	156857	12884	674	NO	2021	39214	Kindle-Edition	Romance
Brandon-Sanderson	Tress-of-the-Emerald-Se	4,36	205738	30674	443	SI	2023	102869	Kindle-Edition	Fantasy
Cassandra-Clare	Lady-Midnight	4,36	237163	22924	688	SI	2016	26351	Hardcover	Fantasy
Emma---Scott	Full-Tilt	4,36	34719	5705	298	NO	2016	3858	Kindle-Edition	Romance
Krista-Ritchie	Fuel-the-Fire	4,36	41057	5020	558	NO	2015	4106	ebook	Romance
S.T.-Abby	Sidetracked	4,36	253769	18785	115	NO	2016	28197	Kindle-Edition	Romance
Colleen-Hoover	Reminders-of-Him	4,35	1426998	92005	335	SI	2022	475666	Kindle-Edition	Fiction
Kennedy-Ryan	Before-I-Let-Go	4,35	86413	14292	391	NO	2022	28804	Paperback	Romance
Khaled-Hosseini	The-Kite-Runner	4,35	3321927	105240	371	NO	2003	150997	Paperback	Fiction
Ruta-Sepetys	Salt-to-the-Sea	4,35	234012	28017	391	SI	2016	26001	Hardcover	Fiction
Samantha---Shannon	A-Day-of-Fallen-Night	4,35	43698	7288	868	SI	2023	21849	Hardcover	Fantasy
James-Baldwin	Giovanni's-Room	4,34	200010	25030	178	NO	1956	2899	Paperback	Fiction
James-Clear	Atomic-Habits:-An-Easy	4,34	1094599	66677	319	SI	2018	156371	Kindle-Edition	Nonfiction
Jay-Kristoff	Empire-of-the-Vampire	4,34	61414	11805	739	NO	2021	15354	Hardcover	Fantasy
Lauren-Asher	Redeemed	4,34	77690	8298	482	NO	2021	19423	Kindle-Edition	Romance
Min-Jin-Lee	Pachinko	4,34	544524	52940	496	SI	2017	68066	Kindle-Edition	Fiction
Nyla-K.	For-the-Fans	4,34	46945	6851	546	NO	2023	23473	Kindle-Edition	Romance
Suzanne-Collins	Catching-Fire	4,34	3832366	132610	391	NO	2009	239523	Hardcover	Fantasy
Suzanne-Collins	The-Hunger-Games	4,34	9268575	231495	374	NO	2008	545210	Hardcover	Fiction
Caroline-Peckham	Fated-Throne	4,33	137200	9844	823	NO	2020	27440	Kindle-Edition	Fantasy
Caroline-Peckham	The-Reckoning	4,33	206693	13636	561	NO	2019	34449	Kindle-Edition	Fantasy
Jordan-Ifueko	Raybearer	4,33	29801	5794	343	SI	2020	5960	Hardcover	Fantasy

Nicholas-Sparks	The-Wish	4,33	165191	15609	387	SI	2021	41298	Hardcover	Romance
Angeline-Boulley	Firekeeper's-Daughter	4,32	179877	23654	496	SI	2021	44969	Hardcover	Mystery
Caroline-Peckham	Cursed-Fates	4,32	155433	12956	886	NO	2020	31087	Kindle-Edition	Fantasy
Daniel----Black	Perfect-Peace	4,32	10256	1389	352	NO	2010	684	Hardcover	Fiction
Jeannette-Walls	The-Glass-Castle	4,32	1292074	67498	288	NO	2006	68004	Paperback	Nonfiction
Rachel---Schneider	Metal-Slinger	4,32	34280	7330	495	NO	2024	34280	Paperback	Fantasy
Shantel-Tessier	The-Sacrifice	4,32	103447	7320	644	NO	2023	51724	Kindle-Edition	Romance
Ashley-Jade	The-Words	4,31	62465	7191	676	NO	2022	20822	Kindle-Edition	Romance
Colleen-Hoover	Verity	4,31	3311951	271819	336	SI	2018	473136	ebook	Thriller
Evan-Winter	The-Rage-of-Dragons	4,31	40179	5807	535	NO	2017	5022	Hardcover	Fantasy
Hannah-Bonam-Young	Out-on-a-Limb	4,31	109794	20899	397	NO	2023	54897	ebook	Romance
Madeline-Miller	The-Song-of-Achilles	4,31	1747266	186477	408	NO	2011	124805	Paperback	Fantasy
Mary-E.-Pearson	Vow-of-Thieves	4,31	97764	10828	480	NO	2019	16294	Hardcover	Romance
Octavia-E.-Butler	Kindred	4,31	244132	26862	288	NO	1979	5307	Paperback	Fiction
Rick-Riordan	The-Lightning-Thief	4,31	3247315	111313	416	NO	2005	162366	Paperback	Fantasy
Scott-Lynch	The-Lies-of-Locke-Lamo	4,31	316980	22455	752	NO	2006	16683	Kindle-Edition	Fantasy
Shantel-Tessier	Carnage	4,31	65796	5622	628	NO	2023	32898	Kindle-Edition	Romance
T.L.-Swan	The-Casanova	4,31	102399	7135	507	NO	2021	25600	Kindle-Edition	Romance
Holly--Jackson	A-Good-Girl's-Guide-to-	4,3	1491989	154554	433	NO	2019	248665	Paperback	Thriller
K.A.-Tucker	The-Simple-Wild	4,3	136418	16958	390	SI	2018	19488	Paperback	Romance
Rebecca-Yarros	The-Things-We-Leave-U	4,3	275769	29716	400	NO	2021	68942	Paperback	Romance
RuNyx	The-Reaper	4,3	82375	9928	420	NO	2020	16475	ebook	Romance
Tracy-Deonn	Bloodmarked	4,3	68598	11900	576	SI	2022	22866	Hardcover	Fantasy
Victoria-E.-Schwab	A-Conjuring-of-Light	4,3	178369	22897	624	SI	2017	22296	Hardcover	Fantasy
Elle-Thorpe	Start-a-War	4,29	25204	1491	362	NO	2022	8401	Kindle-Edition	Romance
Fredrik-Backman	Beartown	4,29	508513	59848	432	NO	2016	56501	ebook	Fiction
Jane-Austen	Pride-&-Prejudice	4,29	4496635	128464	400	NO	1813	21211	Hardcover	Fiction
Mariana-Zapata	Wait-for-It	4,29	106013	11264	418	SI	2016	11779	Kindle-Edition	Romance
Penelope-Douglas	Nightfall	4,29	109807	10612	752	NO	2020	21961	Kindle-Edition	Romance
Frank-Herbert	Dune	4,28	1516849	75947	658	NO	1965	25281	Hardcover	Science-Fiction



ANEXO V: Tabla A3. RATINGS

autora	nombre	estrellas	ratings	reviews	pag	premic	fecha	ratings_year	edicion	genero
Suzanne-Collins	The-Hunger-Games	4,34	9268575	231495	374	NO	2008	545210	Hardcover	Fiction
Stephenie-Meyer	Twilight	3,66	6971535	138626	498	NO	2005	348577	Paperback	Fantasy
Jane-Austen	Pride-&-Prejudice	4,29	4496635	128464	400	NO	1813	21211	Hardcover	Fiction
Veronica-Roth	Divergent	4,14	4199514	124112	487	SI	2011	299965	Paperback	Fantasy
Colleen-Hoover	It-Ends-with-Us	4,12	4199156	291607	386	SI	2016	466573	Kindle-Edition	Fiction
Suzanne-Collins	Catching-Fire	4,34	3832366	132610	391	NO	2009	239523	Hardcover	Fantasy
Taylor-Jenkins-Reid	The-Seven-Husbands-of	4,41	3603604	312475	434	SI	2017	450451	Kindle-Edition	Fiction
Sarah-J.-Maas	A-Court-of-Thorns-and-F	4,17	3540209	271113	432	SI	2015	354021	Hardcover	Fantasy
Suzanne-Collins	Mockingjay	4,1	3440398	137318	390	NO	2010	229360	Hardcover	Fantasy
Delia-Owens	Where-the-Crawdads-Si	4,38	3355625	215983	384	SI	2018	479375	ebook	Fiction
Khaled-Hosseini	The-Kite-Runner	4,35	3321927	105240	371	NO	2003	150997	Paperback	Fiction
Paulo-Coelho	The-Alchemist	3,92	3315876	132900	182	NO	1988	89618	Paperback	Fiction
Colleen-Hoover	Verity	4,31	3311951	271819	336	SI	2018	473136	ebook	Thriller
Gillian-Flynn	Gone-Girl	4,14	3282653	161861	415	SI	2012	252512	Paperback	Fiction
Rick-Riordan	The-Lightning-Thief	4,31	3247315	111313	416	NO	2005	162366	Paperback	Fantasy
Paula-Hawkins	The-Girl-on-the-Train	3,96	3129289	131625	336	SI	2015	312929	Hardcover	Fiction
Sarah-J.-Maas	A-Court-of-Mist-and-Fur	4,65	2690094	222040	626	SI	2016	298899	Kindle-Edition	Fantasy
Rebecca-Yarros	Fourth-Wing	4,58	2669133	318021	498	SI	2023	1334567	Hardcover	Romantasy
Colleen-Hoover	Ugly-Love	4,01	2131446	138608	330	SI	2014	193768	Kindle-Edition	Romance
Matt-Haig	The-Midnight-Library	3,99	2130604	214694	288	SI	2020	426121	Hardcover	Fiction
Madeline-Miller	The-Song-of-Achilles	4,31	1747266	186477	408	NO	2011	124805	Paperback	Fantasy
Oscar-Wilde	The-Picture-of-Dorian-G	4,13	1704485	83014	253	NO	1890	12626	Paperback	Fiction
Tara-Westover	Educated	4,47	1695439	119966	352	SI	2018	242206	Hardcover	Nonfiction
Taylor-Jenkins-Reid	Daisy-Jones-&-The-Six	4,2	1693651	195927	368	SI	2019	282275	Hardcover	Fiction
John-Green	Looking-for-Alaska	3,96	1685319	79224	221	NO	2005	84266	Paperback	Fiction
Sally-Rooney	Normal-People	3,81	1647685	164462	273	NO	2018	235384	Hardcover	Fiction
Khaled-Hosseini	A-Thousand-Splendid-St	4,44	1633948	84450	372	NO	2007	90775	Hardcover	Fiction
Frank-Herbert	Dune	4,28	1516849	75947	658	NO	1965	25281	Hardcover	Science-Fictic
Holly-Black	The-Cruel-Prince	4,02	1511517	135709	370	SI	2018	215931	Hardcover	Fantasy
Holly-Jackson	A-Good-Girl's-Guide-to-I	4,3	1491989	154554	433	NO	2019	248665	Paperback	Thriller
Colleen-Hoover	Reminders-of-Him	4,35	1426998	92005	335	SI	2022	475666	Kindle-Edition	Fiction
Emily-Henry	Beach-Read	3,99	1401422	143857	400	SI	2020	280284	Paperback	Romance
Emily-Henry	People-We-Meet-on-Vac	3,86	1380132	130986	400	SI	2021	345033	Paperback	Fiction
Emily-Henry	Book-Lovers	4,12	1332568	150006	377	SI	2022	444189	Hardcover	Romance
Gail-Honeyman	Eleanor-Oliphant-Is-Cor	4,23	1328105	105095	390	SI	2017	166013	Paperback	Fiction
Ana-Huang	Twisted-Love	3,72	1323145	114941	343	NO	2021	330786	Paperback	Romance
Jeannette-Walls	The-Glass-Castle	4,32	1292074	67498	288	NO	2006	68004	Paperback	Nonfiction
Victoria-E.-Schwab	The-Invisible-Life-of-Ad	4,18	1291812	164510	448	SI	2020	258362	Hardcover	Fantasy
Jennette-McCurdy	I'm-Glad-My-Mom-Died	4,45	1255529	126576	320	SI	2022	418510	Kindle-Edition	Nonfiction
Celeste-Ng	Little-Fires-Everywhere	4,07	1251258	80202	338	SI	2017	156407	Hardcover	Fiction
E.-Lockhart	We-Were-Liars	3,66	1231187	118632	242	SI	2014	111926	Kindle-Edition	Mystery
Rainbow-Rowell	Eleanor-&-Park	3,93	1220800	79738	328	NO	2012	93908	Hardcover	Romance
Madeline-Miller	Circe	4,23	1206815	118730	352	SI	2018	172402	Paperback	Fantasy
Emily-Henry	Happy-Place	3,97	1192156	137846	400	SI	2023	596078	Hardcover	Romance
Lucy-Foley	The-Guest-List	3,81	1156632	93811	319	SI	2020	231326	Kindle-Edition	Mystery
Gillian-Flynn	Sharp-Objects	4,01	1141122	73264	254	NO	2006	60059	Paperback	Mystery
Casey-McQuiston	Red,-White-&-Royal-Blu	4,07	1131632	121887	448	SI	2019	188605	Paperback	Romance
Fredrik-Backman	A-Man-Called-Ove	4,38	1123825	118297	337	NO	2012	86448	Hardcover	Fiction
James-Clear	Atomic-Habits:-An-Easy	4,34	1094599	66677	319	SI	2018	156371	Kindle-Edition	Nonfiction
Sylvia-Plath	The-Bell-Jar	4,06	1091051	70954	296	NO	1963	17598	Hardcover	Fiction
Freida-McFadden	The-Housemaid's-Secre	4,22	1072442	71974	318	SI	2023	536221	Kindle-Edition	Thriller
Tahereh-Mafi	Shatter-Me	3,85	1067710	105523	338	NO	2011	76265	Paperback	Fantasy
Laura-Dave	The-Last-Thing-He-Told-	3,83	1058684	68672	307	SI	2021	264671	Hardcover	Mystery
Freida-McFadden	Never-Lie	4,09	1031954	84654	286	NO	2022	343985	Kindle-Edition	Thriller
Patrick-Rothfuss	The-Name-of-the-Wind	4,52	1025000	57809	662	NO	2007	56944	Hardcover	Fantasy
Donna-Tarrt	The-Goldfinch	3,96	984468	82847	771	SI	2013	82039	Hardcover	Fiction
Jenny-Han	To-All-the-Boys-I've-Lov	4,04	981731	52283	355	SI	2014	89248	Paperback	Romance
Kristin-Hannah	The-Great-Alonge	4,44	972023	86949	435	SI	2018	138860	Kindle-Edition	Fiction
Angie-Thomas	The-Hate-U-Give	4,46	962553	77644	447	SI	2017	120319	Kindle-Edition	Romance
Lucy-Score	Things-We-Never-Got-O	4,14	960345	71977	527	SI	2022	320115	Paperback	Romance
Suzanne-Collins	The-Ballad-of-Songbirds	3,98	916899	105827	541	SI	2020	183380	Kindle-Edition	Fantasy
Donna-Tarrt	The-Secret-History	4,17	890287	102793	559	NO	1992	26978	Paperback	Fiction

Elle-Kennedy	Spelet	4,22	885098	66328	407	SI	2015	88510	Paperback	Romance
Shelby-Van-Pelt	Remarkably-Bright-Crea	4,38	881864	104926	368	SI	2022	293955	Hardcover	Fiction
Ana-Huang	Twisted-Hate	4,09	878278	74410	448	NO	2021	219570	Paperback	Romance
Lisa-Jewell	Then-She-Was-Gone	4,05	842990	63635	359	NO	2017	105374	Paperback	Thriller
A.J.-Finn	The-Woman-in-the-Winc	3,95	839399	62917	455	SI	2018	119914	Kindle-Edition	Thriller
Lisa-Jewell	None-of-This-Is-True	4,1	824679	84884	390	SI	2023	412340	Hardcover	Thriller
Alice-Oseman	Heartstopper:-Volume-C	4,44	818318	79290	288	NO	2018	116903	Paperback	Romance
Adam-Silvera	They-Both-Die-at-the-En	3,75	812732	94079	389	SI	2017	101592	Hardcover	Romance
Sally--Thorne	The-Hating-Game	3,87	778450	73984	365	SI	2016	86494	Paperback	Romance
R.F.-Kuang	Yellowface	3,75	774820	102486	329	SI	2023	387410	Kindle-Edition	Fiction
Kazuo-Ishiguro	Never-Let-Me-Go	3,85	773390	62154	288	NO	2005	38670	Paperback	Fiction
Rupi-Kaur	milk-and-honey	3,97	760449	47688	204	NO	2014	69132	Paperback	Nonfiction
Elena--Armas	The-Spanish-Love-Dece	3,81	756462	79532	487	SI	2021	189116	ebook	Romance
Freida-McFadden	The-Inmate	4,03	746029	62926	388	NO	2022	248676	Kindle-Edition	Thriller
Paul-Kalanithi	When-Breath-Becomes-	4,41	736281	56981	208	SI	2016	81809	Kindle-Edition	Nonfiction
Andy-Weir	Project-Hail-Mary	4,5	736201	92222	476	SI	2021	184050	Hardcover	Science-Fictic
Daniel-Keyes	Flowers-for-Algernon	4,22	733638	39313	311	NO	1966	12435	Mass-Market-Pap	Fiction
Becca-Fitzpatrick	Hush,-Hush	3,92	727436	31045	391	NO	2009	45465	Hardcover	Fantasy
Fredrik-Backman	Anxious-People	4,17	713111	87423	336	NO	2019	118852	Hardcover	Fiction
Christina-Lauren	Love-and-Other-Words	4,24	709307	80071	432	NO	2018	101330	Hardcover	Romance
Jamie-McGuire	Beautiful-Disaster	4	699971	35145	432	SI	2011	49998	Kindle-Edition	Romance
B.A.-Paris	Behind-Closed-Doors	3,98	685024	52974	293	SI	2016	76114	Hardcover	Thriller
Haruki-Murakami	Norwegian-Wood	4	667737	52247	296	NO	1987	17572	Paperback	Fiction
Abby-Jimenez	Just-for-the-Summer	4,38	667491	87479	432	SI	2024	667491	Paperback	Romance
Richelle-Mead	Vampire-Academy	4,11	666118	27551	332	NO	2007	37007	Paperback	Fantasy
Nicola-Yoon	Everything,-Everything	3,97	655113	50599	312	SI	2015	65511	Hardcover	Romance
Ana-Huang	Twisted-Games	3,97	651564	53047	500	SI	2022	217188	Paperback	Romance
Nita-Prose	The-Maid	3,76	639847	60825	304	SI	2022	213282	Hardcover	Mystery
Julia-Quinn	The-Duke-and-I	3,79	633610	47441	384	NO	2000	25344	Mass-Market-Pap	Romance
Lucy-Foley	The-Paris-Apartment	3,65	632164	52678	360	SI	2022	210721	Hardcover	Mystery
Colleen-Hoover	Heart-Bones	4,22	620264	43494	338	NO	2020	124053	Kindle-Edition	Romance
Mary-Kubica	Local-Woman-Missing	4,13	617734	51021	356	SI	2021	154434	Paperback	Thriller
Laurie-Halse-Ander	Speak	4,05	613898	32704	224	NO	1999	23611	Hardcover	Fiction
John-Green	Turtles-All-the-Way-Dow	3,88	611159	54691	290	SI	2017	76395	Hardcover	Fiction
Rebecca---Ross	Divine-Rivals	4,17	607638	95912	357	SI	2023	303819	Hardcover	Romance
Jenny-Han	It's-Not-Summer-Witho	3,77	593277	40064	275	NO	2010	39552	Hardcover	Romance
Celeste-Ng	Everything-I-Never-Told-	3,84	584419	51937	297	SI	2014	53129	Hardcover	Fiction
Brandon-Sandersor	The-Way-of-Kings	4,67	583315	45037	1007	NO	2010	38888	Hardcover	Fantasy

ANEXO V: Tabla A4. RATINGS/YEAR

autora	nombre	estrellas	ratings	reviews	pag	premio	fecha	ratings_year	edicion	genero
Rebecca-Yarros	Fourth-Wing	4,58	2669133	318021	498	SI	2023	1334567	Hardcover	Romantasy
Abby-Jimenez	Just-for-the-Summer	4,38	667491	87479	432	SI	2024	667491	Paperback	Romance
Emily-Henry	Happy-Place	3,97	1192156	137846	400	SI	2023	596078	Hardcover	Romance
Suzanne-Collins	The-Hunger-Games	4,34	9268575	231495	374	NO	2008	545210	Hardcover	Fiction
Freida-McFadden	The-Housemaid's-Secret	4,22	1072442	71974	318	SI	2023	536221	Kindle-Editor	Thriller
Sarah-J.-Maas	House-of-Flame-and-Shado	4,2	513919	57071	835	SI	2024	513919	ebook	Fantasy
Delia-Owens	Where-the-Crawdads-Sing	4,38	3355625	215983	384	SI	2018	479375	ebook	Fiction
Colleen-Hoover	Reminders-of-Him	4,35	1426998	92005	335	SI	2022	475666	Kindle-Editor	Fiction
Colleen-Hoover	Verity	4,31	3311951	271819	336	SI	2018	473136	ebook	Thriller
Colleen-Hoover	It-Ends-with-Us	4,12	4199156	291607	386	SI	2016	466573	Kindle-Editor	Fiction
Taylor-Jenkins-Re	The-Seven-Husbands-of-Eve	4,41	3603604	312475	434	SI	2017	450451	Kindle-Editor	Fiction
Emily-Henry	Book-Lovers	4,12	1332568	150006	377	SI	2022	444189	Hardcover	Romance
Matt-Haig	The-Midnight-Library	3,99	2130604	214694	288	SI	2020	426121	Hardcover	Fiction
Jennette-McCurd	I'm-Glad-My-Mom-Died	4,45	1255529	126576	320	SI	2022	418510	Kindle-Editor	Nonfiction
Lisa-Jewell	None-of-This-Is-True	4,1	824679	84884	390	SI	2023	412340	Hardcover	Thriller
R.F.-Kuang	Yellowface	3,75	774820	102486	329	SI	2023	387410	Kindle-Editor	Fiction
Sarah-J.-Maas	A-Court-of-Thorns-and-Rose	4,17	3540209	271113	432	SI	2015	354021	Hardcover	Fantasy
Stephenie-Meyer	Twilight	3,66	6971535	138626	498	NO	2005	348577	Paperback	Fantasy
Emily-Henry	People-We-Meet-on-Vacatio	3,86	1380132	130986	400	SI	2021	345033	Paperback	Fiction
Freida-McFadden	Never-Lie	4,09	1031954	84654	286	NO	2022	343985	Kindle-Editor	Thriller
Ana-Huang	Twisted-Love	3,72	1323145	114941	343	NO	2021	330786	Paperback	Romance
Lauren-Roberts	Reckless	4,07	330488	55597	396	SI	2024	330488	Kindle-Editor	Fantasy
Lucy-Score	Things-We-Never-Got-Over	4,14	960345	71977	527	SI	2022	320115	Paperback	Romance
Paula-Hawkins	The-Girl-on-the-Train	3,96	3129289	131625	336	SI	2015	312929	Hardcover	Fiction
Rebecca-Ross	Divine-Rivals	4,17	607638	95912	357	SI	2023	303819	Hardcover	Romance
Veronica-Roth	Divergent	4,14	4199514	124112	487	SI	2011	299965	Paperback	Fantasy
Sarah-J.-Maas	A-Court-of-Mist-and-Fury	4,65	2690094	222040	626	SI	2016	298899	Kindle-Editor	Fantasy
Shelby-Van-Pelt	Remarkably-Bright-Creature	4,38	881864	104926	368	SI	2022	293955	Hardcover	Fiction
Taylor-Jenkins-Re	Daisy-Jones-&-The-Six	4,2	1693651	195927	368	SI	2019	282275	Hardcover	Fiction
Amy-Tintera	Listen-for-the-Lie	4,1	282075	34540	352	SI	2024	282075	Hardcover	Mystery
Emily-Henry	Beach-Read	3,99	1401422	143857	400	SI	2020	280284	Paperback	Romance
Ali-Hazelwood	Love,-Theoretically	4,09	531628	70488	389	SI	2023	265814	Paperback	Romance
Laura-Dave	The-Last-Thing-He-Told-Me	3,83	1058684	68672	307	SI	2021	264671	Hardcover	Mystery
Britney-Spears	The-Woman-in-Me	3,84	517702	56395	287	SI	2023	258851	Kindle-Editor	Nonfiction
Victoria-E.-Schwa	The-Invisible-Life-of-Addie-L	4,18	1291812	164510	448	SI	2020	258362	Hardcover	Fantasy
Gillian-Flynn	Gone-Girl	4,14	3282653	161861	415	SI	2012	252512	Paperback	Fiction
Freida-McFadden	The-Inmate	4,03	746029	62926	388	NO	2022	248676	Kindle-Editor	Thriller
Holly-Jackson	A-Good-Girl's-Guide-to-Mur	4,3	1491989	154554	433	NO	2019	248665	Paperback	Thriller
Tara-Westover	Educated	4,47	1695439	119966	352	SI	2018	242206	Hardcover	Nonfiction
Suzanne-Collins	Catching-Fire	4,34	3832366	132610	391	NO	2009	239523	Hardcover	Fantasy
Elsie-Silver	Wild-Love	4,05	236204	28290	402	SI	2024	236204	Kindle-Editor	Romance
Sally-Rooney	Normal-People	3,81	1647685	164462	273	NO	2018	235384	Hardcover	Fiction
Lucy-Foley	The-Guest-List	3,81	1156632	93811	319	SI	2020	231326	Kindle-Editor	Mystery
Suzanne-Collins	Mockingjay	4,1	3440398	137318	390	NO	2010	229360	Hardcover	Fantasy
Ann-Napolitano	Hello-Beautiful	4,15	446009	42015	416	SI	2023	223005	Kindle-Editor	Fiction
Ana-Huang	Twisted-Hate	4,09	878278	74410	448	NO	2021	219570	Paperback	Romance
Ana-Huang	Twisted-Games	3,97	651564	53047	500	SI	2022	217188	Paperback	Romance
Riley-Sager	The-Only-One-Left	4,14	434087	57390	383	SI	2023	217044	Hardcover	Thriller
Holly-Black	The-Cruel-Prince	4,02	1511517	135709	370	SI	2018	215931	Hardcover	Fantasy
Nita-Prose	The-Maid	3,76	639847	60825	304	SI	2022	213282	Hardcover	Mystery
Lucy-Foley	The-Paris-Apartment	3,65	632164	52678	360	SI	2022	210721	Hardcover	Mystery
Ali-Hazelwood	Not-in-Love	3,64	198882	32466	384	SI	2024	198882	Kindle-Editor	Romance
Colleen-Hoover	Ugly-Love	4,01	2131446	138608	330	SI	2014	193768	Kindle-Editor	Romance
Elena-Armas	The-Spanish-Love-Deceptio	3,81	756462	79532	487	SI	2021	189116	ebook	Romance
Casey-McQuiston	Red,-White-&-Royal-Blue	4,07	1131632	121887	448	SI	2019	188605	Paperback	Romance
Ana-Huang	Twisted-Lies	4,18	558186	47574	560	NO	2022	186062	Paperback	Romance
Andy-Weir	Project-Hail-Mary	4,5	736201	92222	476	SI	2021	184050	Hardcover	Science-Fictio
Suzanne-Collins	The-Ballad-of-Songbirds-and	3,98	916899	105827	541	SI	2020	183380	Kindle-Editor	Fantasy
Brynne-Weaver	Leather-&-Lark	4	181882	24433	416	SI	2024	181882	Paperback	Romance
Lauren-Roberts	Powerful	4,11	175866	33267	272	NO	2024	175866	Kindle-Editor	Fantasy
Madeline-Miller	Circe	4,23	1206815	118730	352	SI	2018	172402	Paperback	Fantasy
Stacy-Willingham	A-Flicker-in-the-Dark	3,99	508526	43969	357	SI	2022	169509	Hardcover	Thriller

Carissa-Broadber	The-Ashes-&-the-Star-Curse	4,11	337883	31620	618	SI	2023	168942	Kindle-Editor	Fantasy
Sally-Rooney	Intermezzo	3,94	168441	30839	454	SI	2024	168441	Hardcover	Fiction
Liz-Tomforde	Play-Along	4,48	166985	20580	384	SI	2024	166985	ebook	Romance
Gail-Honeyman	Eleanor-Oliphant-Is-Comple	4,23	1328105	105095	390	SI	2017	166013	Paperback	Fiction
Rebecca---Ross	Ruthless-Vows	4,01	326122	45832	420	SI	2023	163061	Hardcover	Fantasy
Rick-Riordan	The-Lightning-Thief	4,31	3247315	111313	416	NO	2005	162366	Paperback	Fantasy
Ana-Huang	King-of-Sloth	4	156557	16099	466	SI	2024	156557	Kindle-Editor	Romance
Celeste-Ng	Little-Fires-Everywhere	4,07	1251258	80202	338	SI	2017	156407	Hardcover	Fiction
James-Clear	Atomic-Habits:-An-Easy-&-F	4,34	1094599	66677	319	SI	2018	156371	Kindle-Editor	Nonfiction
Mary-Kubica	Local-Woman-Missing	4,13	617734	51021	356	SI	2021	154434	Paperback	Thriller
Elsie-Silver	Powerless	4,06	304329	29955	504	SI	2023	152165	Kindle-Editor	Romance
Rachel-Gillig	Two-Twisted-Crowns	4,42	302467	41267	437	NO	2023	151234	Paperback	Fantasy
Hannah--Grace	Daydream	3,96	151068	22558	433	SI	2024	151068	Paperback	Romance
Khaled-Hosseini	The-Kite-Runner	4,35	3321927	105240	371	NO	2003	150997	Paperback	Fiction
Jason-Rekulak	Hidden-Pictures	4,16	433672	45294	372	SI	2022	144557	Hardcover	Horror
Carley-Fortune	Meet-Me-at-the-Lake	3,69	288908	26355	336	SI	2023	144454	Paperback	Romance
Laurie-Gilmore	The-Pumpkin-Spice-Café	3,36	285970	39659	373	NO	2023	142985	Kindle-Editor	Romance
Emilia-Hart	Weyward	4,07	285894	32490	392	SI	2023	142947	Paperback	Fiction
Holly--Jackson	The-Reappearance-of-Rach	4,1	140619	25191	448	SI	2024	140619	Hardcover	Mystery
Kristin-Hannah	The-Great-Alone	4,44	972023	86949	435	SI	2018	138860	Kindle-Editor	Fiction
Laura-Nowlin	If-Only-I-Had-Told-Her	3,88	135833	16755	416	SI	2024	135833	Paperback	Romance
Jennifer-Lynn-Bar	The-Hawthorne-Legacy	4,19	532228	52063	380	SI	2021	133057	Hardcover	Mystery
Gillian-McAllister	Wrong-Place-Wrong-Time	3,98	395051	39698	416	SI	2022	131684	Hardcover	Mystery
Jennifer-Lynn-Bar	The-Final-Gambit	4,11	389561	41255	400	SI	2022	129854	Kindle-Editor	Mystery
Michelle-Zauner	Crying-in-H-Mart	4,25	511370	60061	239	SI	2021	127843	Hardcover	Nonfiction
Madeline-Miller	The-Song-of-Achilles	4,31	1747266	186477	408	NO	2011	124805	Paperback	Fantasy
Colleen-Hoover	Heart-Bones	4,22	620264	43494	338	NO	2020	124053	Kindle-Editor	Romance
Angie-Thomas	The-Hate-U-Give	4,46	962553	77644	447	SI	2017	120319	Kindle-Editor	Romance
A.J.-Finn	The-Woman-in-the-Window	3,95	839399	62917	455	SI	2018	119914	Kindle-Editor	Thriller
Riley-Sager	The-House-Across-the-Lake	3,59	356902	44485	369	NO	2022	118967	ebook	Thriller
Fredrik-Backman	Anxious-People	4,17	713111	87423	336	NO	2019	118852	Hardcover	Fiction
Elsie-Silver	Hopeless	4,11	235663	23716	486	NO	2023	117832	Kindle-Editor	Romance
Alice-Oseman	Heartstopper:-Volume-One	4,44	818318	79290	288	NO	2018	116903	Paperback	Romance
Ana-Huang	King-of-Greed	3,92	226593	23688	352	NO	2023	113297	Kindle-Editor	Romance
R.F.-Kuang	Babel	4,17	336984	64016	544	SI	2022	112328	Hardcover	Fantasy
E.-Lockhart	We-Were-Liars	3,66	1231187	118632	242	SI	2014	111926	Kindle-Editor	Mystery
Sarah-Penner	The-Lost-Apothecary	3,76	434414	43373	301	SI	2021	108604	Hardcover	Fiction
Liz-Tomforde	Caught-Up	4,43	214988	24070	408	NO	2023	107494	Kindle-Editor	Romance

