



Estantería repleta de libros. L. R.

En la actualidad, las redes sociales han dado lugar a una nueva forma de divulgación del conocimiento a través de los 'influencers', creadores de contenido que comparten información y opiniones sobre temas específicos con su elevado número de seguidores. Concretamente, en el mundo de la lectura no son pocos los 'bookfluencers' que contagian su pasión por los libros mediante reseñas y recomendaciones, convirtiendo las redes sociales en un verdadero oasis para los amantes de la literatura.

Marta Magadán, gestora cultural experta en innovación y digitalización de la industria editorial y profesora del Máster Universitario en Gestión y Emprendimiento de Proyectos Culturales de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), explica que «el perfil de los 'bookfluencers' corresponde a chicos muy jóvenes, amantes de los libros, que utilizan las redes sociales para crear sus comunidades de seguidores, construir marcas personales y captar la atención tanto de lectores como de editores».

Para Magadán, el éxito de los 'bookfluencers' radica –muchas veces– en que «son jóvenes que

Los jóvenes que leen gracias a los 'bookfluencers'

Pasión por leer. Un estudio de UNIR analiza el papel de una nueva figura en las redes sociales: los amantes de los libros que promueven la lectura

SARA ZARZOSO

hablan el mismo lenguaje que sus seguidores y tienen unos referentes y unos códigos compartidos».

Por este motivo, declara, «sus seguidores se suelen sentir emocionalmente muy identificados con ellos». Asimismo, el hecho de que la población lectora comprendida entre los 14 y los 24 años se haya incrementado tanto en los últimos diez años, «puede estar muy relacionado con este nuevo

fenómeno de los influencers literarios».

El Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2022, elaborado por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), revela que «el 64,8% de la población española leyó algún libro por ocio durante el año pasado». Un porcentaje significativamente superior al registrado en 2012. En el informe lla-

ma especialmente la atención que «el tramo con mayor población lectora es el comprendido entre los 14 y los 24 años (74,2%)», con particular énfasis en los jóvenes entre los 10 y los 14 años, que reconocen «leer en su tiempo libre de forma frecuente (78,2%) u ocasional (7,4%)».

Investigación de UNIR

En este sentido, UNIR –a través de un cuestionario lanzado a usuarios de YouTube, Instagram, TikTok y por correo electrónico a estudiantes universitarios– ha realizado un estudio que tiene como objetivo analizar el papel que ocupan los 'bookfluencers' en la intención y la decisión de compra de libros y su capacidad de persuasión entre sus seguidores.

Para ello, se tomaron dos muestras de estudiantes de posgrado, con el mismo número de sujetos cada una, y se sometieron a los mismos estímulos: «seguir a seis 'bookfluencers' de cada una de las plataformas consideradas en este trabajo (YouTube, TikTok e Instagram) para, posteriormente, llevar a cabo una encuesta donde expresan sus impresiones».

Las conclusiones a las que ha llegado UNIR son claras: «Los re-

LA FRASE

Marta Magadán
Profesora de UNIR

«Los 'influencers' literarios triunfan porque hablan el mismo lenguaje que sus seguidores»



sultados obtenidos destacan que lo que más impacta en los seguidores de 'influencers' literarios es el contenido, seguido de la duración del mensaje y de la calidad de la información». Por su parte, características como la imagen, la voz, los efectos de sonido o los efectos visuales de las publicaciones quedan –para este tipo de contenidos– en un segundo plano.

Finalmente, se ha observado que «la persuasión entre los estudiantes seleccionados para este estudio fue esencialmente profunda, tanto para el 'engagement' como para la intención y decisión de compra». Por lo que, sin duda, los 'bookfluencers' ocupan un lugar decisivo en el auge de la lectura entre los más jóvenes.

«Al principio era un hobby, luego vi que podía llegar a mucho más»

Vanessa R. Migliore Bookstagrammer

S. Z.

LOGROÑO. Vanessa R. Migliore es escritora, tiene más de 70 mil seguidores en Instagram y es la segunda 'bookfluencer' mejor valorada en esta red social, se-

gún el estudio de UNIR.

– ¿Por qué comenzaste a hacer reseñas de libros en redes sociales?

– Los libros siempre han supuesto un elemento muy importante en mi vida. Una vez descubrí

que había gente que hablaba de libros en YouTube y, como yo en mi círculo más cercano no tenía a nadie que fuera tan apasionado de los libros, decidí empezar a hablar de ellos en esta red social.

– ¿Cuándo notaste un cambio?

– Al principio lo hacía por pasatiempo, sin ningún tipo de pretensión, luego me di cuenta de que había una comunidad muy grande, de que podría llegar a muchas más personas vinculando mi parte como escritora con mi faceta como lectora.



Vanessa R. Migliore. V. R. M.

– ¿Cuál es tu público?

– Casi toda mi comunidad se conforma por chicas de entre 17 y 35 años.

– ¿Crees que la figura de los 'bookfluencers' ha influido en el hecho de que los jóvenes lean más?

– Yo creo que sí, porque la manera de consumir, tanto en internet como en productos audiovisuales, ha cambiado. Y eso significa que la gente joven tiene otras maneras de llegar a las lecturas y otras maneras de descubrir nuevos libros.