

XX JORNADAS BIBLIOTECARIAS DE ANDALUCÍA

18 y 19 de octubre de 2019
Roquetas de Mar (Almería)

Marca: #bibliotec@

Mesa redonda:

Marca, Bibliotecas y Redes Sociales

Ponentes:

*Fernando Juárez Urquijo

Biblioteca Municipal de Muskiz. Bizkaia

*José Antonio Zurita Gómez

B.P.M. de Aznalcázar (Sevilla) y organizador de encuentros de Booktuber

*Laura López Palenzuela

Influencer

Presenta y modera:

*Manuel Sola Bernabé

B.P.M. de Purchena. Almería

Relator:

*José Juan Moreno Martínez

Universidad de Almería. Biblioteca

¿Marca Biblioteca?

FERNANDO JUÁREZ URQUIJO

Biblioteca Municipal de Muskiz. Bizkaia

La marca es el rastro que dejamos en el desarrollo de nuestra actividad. En las bibliotecas los profesionales dejamos una huella cuando interactuamos con otras personas. Ser conscientes de que cada biblioteca tiene su propia idiosincrasia nos permitirá cultivar y moldear nuestra propia marca.

Palabras clave: biblioteca, bibliotecaria, marca

¿LIBRARY BRAND?

Abstract: The brand is the trace that we leave in the progress of our activity. We, as professionals, leave a trace in libraries when we interact with other people. Awareness that each library has its own idiosyncrasies will allow us to grow and shape our own brand.

Keywords: library, librarian, brand

Las XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía son una invitación a reflexionar sobre la imagen de la biblioteca ante la sociedad. Se me ha invitado a participar en una mesa redonda sobre la #marca biblioteca: ¿Tenemos marca institucional reconocible? ¿Y marca personal como bibliotecario? ¿El branding profesional es necesario en bibliotecas?

No sabría definir qué es la marca biblioteca. La marca no es algo que tú tienes, es algo que tú dejas, marcar es dejar una profunda huella en las interacciones con los demás. Todos estamos en el espectro de lo normal, salir de la normalidad con nuestras actuaciones nos puede diferenciar, para bien (excelencia) o para mal (ridículo, horrible), por eso nos quedamos en nuestra zona de confort sin hacer nada.





MARCA: CONEXIÓN, ATENCIÓN Y RECUERDO

Desde finales de los ochenta mi vida profesional ha estado ligada a la biblioteca pública. Las bibliotecas en las que la mayoría empezamos a trabajar se parecían a la mía: mal dotadas, aisladas. La mía tenía otro problemilla: el bibliotecario no sabía casi nada sobre bibliotecas, algo que, como descubrí pronto, era muy común en todo tipo de bibliotecas.

Fuimos muchos los que para minimizar carencias acudimos a cursos de formación, talleres, jornadas, congresos; eventos para bibliotecarios en los que se contaban buenas prácticas que tenían que ver con la Biblioteca pero no con la biblioteca, buenas prácticas inalcanzables para la mayoría de los asistentes. Lo mismo sucedía con artículos y manuales, escritos desde un plano demasiado teórico, enfocados a la gestión de realidades bibliotecarias que nos eran ajenas. ¿Pero es que no hay nadie que cuente o escriba algo con lo que pueda empatizar? Si lo que se pretendía era formar y motivar, el resultado solía ser todo lo contrario: personalmente no conseguía acercarme al modelo de biblioteca que transmitían profesores y manuales. La situación me generaba problemas de identidad y de autoestima. Recuerdo un curso

en el que la ponente, sintiendo la desconexión del auditorio, preguntó si no nos interesaba el tema; se me ocurrió ilustrar la situación de escepticismo preguntando si el catálogo eran las cajas de zapatos en las que guardaba las fichas. Aún las conservo; me ayudan a no olvidar que en nuestras bibliotecas estamos acostumbrados a gestionar subsistencias y buscar soluciones.



Es difícil trabajar si no te reconoces en lo que la teoría dice que deberías hacer, si te invade el sentimiento de que no puedes alterar las cosas, de que no puedes moldear el futuro. En todas las bibliotecas se hacen grandes actividades que no tienen repercusión porque no se cuentan; y no se cuentan porque, además de que el día a día nos engulle, consideramos que lo realizado no tiene gran valor comparado con lo que habitualmente se escucha en cursos y congresos. Creo que hay que romper con esa combinación de falta de tiempo, humildad y baja autoestima. Hay que cambiar el enfoque: ¿quién ha dicho que ese modelo de biblioteca era/es el válido?, ¿acaso no podemos proponer/construir otro más acorde a nuestra escala y circunstancias?

LA BIBLIOTECA Y SUS MARCAS

No existen dos bibliotecas iguales, cada una tiene su propia idiosincracia determinada por la interacción de profesionales y usuarios, personas que comparten un espacio ciudadano de formación, información, cultura y ocio. Creo que cada uno de nosotros debería reflexionar, preguntarse cómo es, qué le gustaría ofrecer y actuar

en consecuencia. Esa alineación de intereses nos sitúa en el camino de la marca propia. En Muskiz hay una manera de entender y construir la biblioteca que nos hace diferentes:

Trabajar sin presión. No había tradición de biblioteca en el municipio y las expectativas eran mínimas.

El atrevimiento. Sin formación previa (¡ay, la ignorancia!) no sabíamos qué y cómo hacer en la biblioteca. Nos permitimos perder mucho tiempo experimentando con posibles nuevos servicios sin valorar si se alejaban de la ortodoxia profesional. Algunos han funcionado y muchos han fracasado. Hemos hecho bandera de nuestra mala praxis :-)

El alto grado de libertad para hacer cosas siempre que no supusiesen un gasto. También para dejar de hacer cosas imprescindibles en toda biblioteca que se precie. Sí, es mejor pedir perdón que permiso, equivocarse que rendirse.

Nuestra decidida apuesta por el empleo de las (ya no tan) nuevas tecnologías que nos ha permitido adquirir las necesarias competencias digitales.

Apuesta decidida por difundir nuestras inquietudes entre el resto de colegas.

En nuestra biblioteca no sabemos lo que tenemos que hacer y en esa certeza desarrollamos nuestras habilidades. Sin pretenderlo hemos consolidado un modelo de trabajo (estadio beta permanente que chirría con la tradicional forma de entender y ejercer nuestra misión) que está dejando una huella (no sabemos si para bien o para mal) que nuestros usuarios agradecen. ¿Será eso la marca de nuestra biblioteca?

Fomento de la lectura en la era digital: encuentros de jóvenes con *booktubers* en la red BiMA. la irrupción de influencers y musers

JOSÉ A. ZURITA GÓMEZ

B.P.M. de Aznalcázar (Sevilla) y organizador de encuentros de Booktuber

Las Bibliotecas actuales deben ser permeables respecto a los avances tecnológicos y a las nuevas tendencias sociales de la era digital para satisfacer las potenciales demandas de sus usuarios.

Especial atención requieren las inquietudes del sector juvenil, un público permanentemente conectado a Internet y sus “productos” derivados, como las redes sociales, de las cuales no podemos prescindir si queremos hacer visibles nuestros servicios.

Precisamente, fenómenos surgidos al albur de las redes sociales como BookTube y sus protagonistas; los booktubers, así como los influencers (en especial los musers) constituyen unos aliados muy útiles para conectar con los más jóvenes, a la vez que ambos nos sirven para conseguir uno de los objetivos de las Bibliotecas: fomentar el hábito lector.

En este sentido, hablaremos de los Encuentros de Jóvenes con Booktubers llevados a cabo en la Red de Bibliotecas Municipales del Aljarafe “BiMA”, concretamente en los municipios de Bormujos -2018- y Aznalcázar -2019-) y de la transformación de este tipo de evento en parte de un proyecto integral de fomento de la lectura entre la población juvenil a través de BookTube.

Para finalizar, tomaremos en cuenta nuestra experiencia en los Encuentros y el resultado de una encuesta planteada a los bibliotecarios de la provincia de Sevilla para abordar una de las interrogantes que se nos plantean en la mesa redonda

sobre “Marca, Biblioteca y Redes Sociales”: ¿hasta qué punto pueden beneficiar los booktubers y los influencers en el uso de los servicios bibliotecarios y a mejorar la imagen de marca de las Bibliotecas?

Palabras Clave: Fomento de la Lectura, BookTube, Booktuber, Influencer, Muser, BiMA, Marca y Biblioteca

THE PROMOTION OF READING IN THE DIGITAL ERA:
MEETINGS OF YOUNG PEOPLE WITH BOOKTUBERS IN THE BIMA
NETWORK. THE IRRUPTION OF INFLUENCERS AND MUSERS

Abstract: Today’s libraries must be open to technological progress and recent social tendencies in the digital era in order to satisfy their users’ potential demands.

Special attention must be paid to the concerns of the youth, who are permanently connected to the Internet and “by-products”, like social networks, which are essential for proper visibility of our public service.

Indeed, phenomena emerging from social media such as BookTube and its participants, booktubers and influencers (specially musers), are major allies to connect with the youngest and to help Libraries achieve one of their aims: the promotion of reading habits.

Accordingly, this paper describes the meetings of young people and Booktubers held in the “BiMA” Network, the Network of local Libraries of Aljarafe, specifically in Bormujos -2018- and Aznalcázar -2019-. The development of this type of event into part of a comprehensive project for the promotion of reading among the youth via BookTube is also discussed.

Our experience in the meetings is described, along with the results of a survey conducted on librarians from the province of Seville. The survey addressed one of the questions raised in the panel discussion on “Brand, Library and Social Media”: To what extent can booktubers and influencers contribute to the use of library resources and to the improvement of the Libraries brand image?

Keywords: Promotion of Reading, BookTube, Booktuber, Influencer, Muser, BiMA, Brand and Library

GESTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Durante décadas, hemos venido desarrollando actividades que pueden denominarse como clásicas (clubes de lectura, cuentacuentos, encuentros con escritores, etc.) con el objetivo de aumentar el hábito lector. Sin descartar la utilidad de esta metodología tradicional para lograrlo, queríamos poner en marcha nuevas formas de llegar al público juvenil.

En 2017, la Red de Bibliotecas BiMA decidió emprender una nueva estrategia para conseguirlo. Uno de las ventajas de pertenecer a BiMA es la puesta en común de conocimientos, información, experiencias, etc. En este marco colaborativo, la bibliotecaria de Isla Mayor, Vanesa Espert Simó, compartió una noticia sobre el fenómeno *BookTube*, la cual incluía un listado con los *booktubers* más importantes de España.

Desde el proyecto de Iniciativas Culturales Comunes, del que formábamos parte tanto Vanesa Espert como el que suscribe, tomamos buena nota de esta tendencia y creímos oportuno acometer algún tipo de actividad que englobara las nuevas tecnologías y los libros. Fue éste el embrión de los proyectos con *BookTube* que venimos desarrollando en las Bibliotecas BiMA y que, a continuación, resumimos.

El primer paso que dimos fue buscar la financiación necesaria para realizar un encuentro con *booktubers*. Precisamente, viendo un vídeo de la *booktuber* May R. Ayamonte, supe que el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte tenía un programa de subvenciones para llevar este tipo de actividad a los Institutos de Enseñanza Secundaria. Concretamente, a través del Área de Promoción de la Lectura, los centros educativos estaban celebrando Encuentros con *Booktubers*, y pensamos que una iniciativa de esta naturaleza podía ser interesante para nuestras Bibliotecas.

Es por ello que, con el visto bueno de BiMA, presenté un proyecto solicitando ayuda al MECD, titulado: “Encuentro Comarcal de Jóvenes con *Booktuber*”, cuyo índice contenía los siguientes puntos:

1. Red BiMA
 - 1.1. ¿Qué es BiMA?
 - 1.2.- Objetivos, misión y visión
2. Justificación del proyecto: Bibliotecas BiMA y el MECD: “Unidos por el fomento de la lectura”.
3. Descripción del encuentro
 - 3.1. El fenómeno *booktuber*
 - 3.2. Propuesta de *booktubers* participantes
 - 3.3. Dinámica del encuentro
 - 3.4. Gastos previstos

Proyecto: Encuentro comarcal de jóvenes con booktubers

A continuación desgranamos alguno de los apartados del proyecto:

Red BiMA

¿Qué es BiMA?

Es un proyecto de la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe que nació en 2005 con idea de dinamizar y potenciar la lectura, y la cultura en general, a través de las Bibliotecas Municipales del Aljarafe.

En la red BiMA participan los Ayuntamientos de Almensilla, Aznalcázar, Bollullos de la Mitación, Bormujos, Espartinas, Gelves, Gines, Huévar del Aljarafe, Isla Mayor, Olivares, Salteras, Sanlúcar la Mayor, Santiponce, Tomares y Valencina de la Concepción, cuyas bibliotecas conforman una red interbibliotecaria modélica de gestión técnica-cultural en Andalucía.

Objetivos, misión y visión

Un equipo formado por bibliotecarios, asesores externos y técnicos de Mancomunidad trabajan para lograr los principales OBJETIVOS del proyecto BiMA:

- I. Desarrollar programas comunes que mejoren la calidad de los servicios bibliotecarios a disposición de los ciudadanos, mediante la elaboración y puesta en marcha de estrategias y proyectos.
- II. Establecer mecanismos de colaboración en la gestión de los servicios bibliotecarios, con el fin de optimizar recursos.
- III. Apostar por la formación y contribuir a la mejora de la cualificación profesional del personal de las bibliotecas municipales, como paso necesario para conseguir la excelencia en la prestación de servicios a los ciudadanos.
- IV. Facilitar el acceso de los ciudadanos a los recursos bibliográficos del conjunto de las bibliotecas adscritas al proyecto.
- V. Acrecentar los hábitos lectores de toda la población, en especial de los más jóvenes, que nos permitan formar a individuos preparados, libres, en permanente evolución y crecimiento personal, personas con actitud crítica y criterio propio.
- VI. Contribuir al fortalecimiento de las señas de identidad de la comarca del Aljarafe entre los ciudadanos, especialmente entre la infancia y la juventud.
- VII. Desarrollar una cultura de la solidaridad y de la tolerancia, del respeto a lo diferente; mostrando las ventajas de la interculturalidad y multiculturalidad, combinando equilibradamente el conocimiento de la cultura interna y de la externa.

Misión de BiMA

Convertir a sus bibliotecas en el eje de la planificación cultural y social del Aljarafe mediante la formación y el acceso a la información de sus usuarios, favoreciendo la sostenibilidad económica, social y medioambiental de la comarca, en colaboración con la red bibliotecaria andaluza y otras instituciones.

Visión

Transformar BiMA en una red cultural de referencia, tanto por los servicios y la gestión que ofrecen sus Bibliotecas, como por su responsabilidad y compromiso social.

Proyecto: I Encuentro Comarcal de Jóvenes con Booktubers de la Red BiMA

Nuestra estrategia se va a centrar en los jóvenes de los 15 municipios del Aljarafe sevillano que conforman la Red BiMA. Todos ellos suman una población de 150.000 habitantes, de los cuales un tercio comprende la franja de edad del sector juvenil. Concretamente, el público al que se destinará esta actividad será el alumnado de 3o y 4o de E.S.O. y de 1o y 2o de Bachillerato.

Justificación del proyecto: Bibliotecas y el MECD: “Unidos por el fomento de la lectura”

Las Bibliotecas Municipales de la Red BiMA y el MECD tienen objetivos comunes, siendo uno de ellos el fomento de la lectura. Concretamente, en el Convenio de colaboración entre la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe con los Ayuntamientos que conforman la Red BiMA, se recoge la “puesta en valor, y promoción de la lectura, el estudio, la formación y las artes escritas para los habitantes de la comarca del Aljarafe”.

Por su parte, el MECD tiene en marcha un Plan de Fomento de la Lectura 2017-2020, cuyo eslogan es “Leer te da vidas extras”. Precisamente, una de sus líneas de actuación tiene a los jóvenes como objetivo prioritario. En el punto 1.2 de la campaña de promoción de la lectura entre la población infantil y juvenil determina varias premisas que entroncan con la filosofía de nuestro proyecto de Encuentro comarcal de jóvenes del Aljarafe con *Booktubers*:

- “El éxito de estas medidas dependerá de la capacidad de las instituciones implicadas de adaptarse a los nuevos modos, lenguajes, inquietudes y necesidades de los más jóvenes, por lo que se prestará particular atención a los entornos digitales”.

- “La promoción de los hábitos lectores mediante al apoyo a eventos propiamente literarios y, más en general acciones que tengan lugar en el mundo del deporte, el ámbito universitario, en municipios de menos de 50.000 habitantes, etc.”
- “El refuerzo del papel de las bibliotecas en el acceso a la lectura. Las bibliotecas públicas constituyen la red de acceso que mejor promueve la igualdad en el acceso a la lectura, de tal forma que las medidas relativas a esta línea estratégica se vertebrarán en dos ejes: la difusión del servicio de biblioteca pública y la mejora al acceso a la lectura a través de bibliotecas.”

Propuesta de *booktubers* participantes

Para conseguir el mayor interés posible de los jóvenes en el Encuentro, propusimos a tres *booktubers* de talla nacional, los cuales tenían en sus respectivos canales de BookTube más de 100.000 suscriptores cada uno:

- Josu Lorenzo Grilli, más conocido como “Josu Diamond”.
- Andrea Izquierdo, cuyo seudónimo es “Andreo Rowling”. -María Ramírez González conocida como “May R. Ayamonte”.

DE LA IDEA A LA PRÁCTICA: MEMORIA I ENCUENTRO COMARCAL DE JÓVENES CON *BOOKTUBERS* DE LA RED BiMA (BORMUJOS, 2018)

Tras comentar ciertos puntos del proyecto que remitimos al MECD para conseguir una subvención que nos ayudara a realizar esta actividad, es el momento de comentar ciertos aspectos del Encuentro.

Fecha y lugar

El Encuentro tuvo lugar la tarde del 6 de abril de 2018 en Bormujos (Sevilla), uno de los municipios integrantes de BiMA. Concretamente, se desarrolló en el Parque Municipal “Los Álamos”, compartiendo espacio con la Feria del Libro de esta localidad, la cual comenzó también ese mismo día.

Cartel y merchandising

Se hicieron una pancarta de bienvenida, un cartel del Encuentro así como chapas conmemorativas con el Foto: Jóvenes accediendo al I Encuentro con *Booktubers* mismo diseño para los asistentes.



Jóvenes accediendo al I Encuentro con Booktubers

Difusión

La difusión del Encuentro se hizo a través de cartelería y mediante las redes sociales. Además, se remitió una carta dirigida a los Centros Educativos solicitando colaboración en la promoción del acto entre el alumnado.

El diario ABC de Sevilla promocionó el evento con el titular: “Bormujos reunirá, por primera vez, a tres famosos booktubers nacionales el 6 de abril”. (https://sevilla.abc.es/provincia/aljarafe/sevi-bormujos-reunira-primera-tres-famosos-booktubers-nacionales-6-abril-201803061311_noticia.html).

Booktubers participantes y programa del Encuentro

Los *booktubers* que propusimos al Ministerio de Cultura en nuestro proyecto fueron los mismos que finalmente intervinieron en el Encuentro: Josu Diamond, Andrea Izquierdo y May R Ayamonte.

El programa que siguieron, en coordinación con nosotros, fue el siguiente:

17:30 Bienvenida y presentación de los booktubers.

17:45 Empezamos: Somos #booktubers / #instabook, ¡tú también puedes serlo!

18:30 Descanso: Sorteo de libros, juegos, etc. a cargo de dos jóvenes vinculadas al mundo BookTube: Susana Quirós y Beatriz Morillo.

19:00 Continuamos: Somos escritores. Los libros que nos gustan (sagas, personajes, géneros). La edición de un libro.

19:45 Despedida: Firma de libros y fotos. Cócteles literarios.

Inscripciones, desplazamientos y asistencia.

*Destinado a los alumnos y alumnas de 3º y 4º de ESO y 1º y 2º de Bachillerato.

6 ABRIL 2018

I ENCUENTRO DE JÓVENES CON BookTubers

PROGRAMACIÓN 17:30h. Bienvenida y presentación de los BookTubers // ¡Empezamos! Somos #booktubers / #instabook, ¡tú también puedes serlo! // Descanso: Sorteo de libros, juegos, etc. // ¡Continuamos! Somos escritores. Los libros que nos gustan (sagas, personajes, géneros). La edición de un libro. // Despedida. Firma de libros y fotos. Aperitivos y cócteles literarios.

INSCRIPCIONES EN TU BIBLIOTECA MUNICIPAL ¡Apúntate!

ORGANIZAN: Ayuntamiento de Bormujos

COLABORA: bima

PROYECTO SUBVENCIONADO POR: LEER+

Cartel del IEJB. Autor: Adrián Rodríguez (Ayto de Bormujos)

Para dar a conocer el evento y promover la participación, repartimos inscripciones en las Bibliotecas, Institutos y Centros Juveniles. Los jóvenes debían entregarlas firmadas por sus padres o tutores legales en la Biblioteca de su municipio. Al ser una actividad destinada a menores de edad, se hizo necesario pedir autorización paterna para que pudieran trasladarse en los autobuses.

Respecto a la asistencia, cabe destacar que en este I Encuentro con Booktubers participaron más de 200 personas, entre jóvenes, bibliotecarios y cargos políticos de distintos municipios.

Gastos del Encuentro

Los gastos de Josu, Andrea y May (honorarios, desplazamiento y dietas) corrieron a cuenta del MECD. La Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe sufragó los autobuses en los que se desplazaron los jóvenes desde sus respectivas localidades.

Por su parte, el Ayuntamiento de Bormujos se encargó del alquiler de la carpa y su equipamiento (sillas, escenario, sonido, decoración, etc.), del merchandising (loneta colgante, chapas, carteles, etc.) y así como del aperitivo final.

En total, se invirtieron casi 6.000€ en la organización de este evento.



Josu, Andrea, May y asistentes en el I EJB

Valoración del Encuentro

La experiencia fue muy positiva. En un principio teníamos dudas sobre la expectación que generaría esta actividad entre los jóvenes, pero al final, resultó un éxito de asistencia. Fue gratificante contemplar a casi 200 jóvenes reunidos en torno a un acto relacionado con la lectura y los libros.

Creemos que gran parte del éxito de este I Encuentro se debió a la novedad que causó la celebración de un primer evento de esta naturaleza en la comarca del Aljarafe y al concurso en el mismo de tres de los *booktubers* más importantes del país.

El Encuentro tuvo una gran repercusión a nivel informativo. Al acto asistieron las cámaras de Canal Sur para hacer un reportaje del evento, el cual se emitió por televisión en los informativos regionales y se compartió por las redes sociales (<https://www.facebook.com/aytobormujos/videos/767338123463509/>).

MEMORIA DEL II ENCUENTRO COMARCAL DE JÓVENES CON BOOKTUBERS EN LA RED BiMA (AZNALCÁZAR, 2019)

Tras evaluar los resultados del I Encuentro con *booktubers*, en BiMA acordamos darle continuidad al proyecto con una segunda edición. Igualmente, decidimos solicitar de nuevo una subvención al Área de Promoción de la Lectura del MECD para repetir esta actividad en febrero de 2019.

A diferencia del año anterior, en esta ocasión no conseguimos la ayuda del MECD, así que optamos por asumir los gastos haciendo uso del presupuesto BiMA; una modesta cantidad (6.000€) que se emplea para múltiples actividades (organización del Encuentro de Clubes de Lectura, talleres de escritura infantil, compra de lotes bibliográficos, etc.).

Esta limitación económica nos obligó a minimizar los costes por lo que redujimos la participación de los *booktubers* de tres a dos. Cabe decir que, tanto por obligación como por estrategia, creímos oportuno contar con una *booktuber* de reconocido prestigio a nivel nacional (en cuanto a número de suscriptores) pero también hacer partícipe del evento a una *booktuber* local que estuviera dando sus primeros pasos.

Antes de hablar de los pormenores del II Encuentro queremos comentar algunas actividades previas que se llevaron a cabo con *booktubers* y el mundo *BookTube* a título individual en algunas Bibliotecas BiMA

Actividad dinamizadoras previas al II Encuentro

Como novedad este año, cinco de las dieciséis Bibliotecas de la Red BiMA hicimos actividades vinculadas con *BookTube* antes del II Encuentro.

En la Biblioteca Pública Municipal “Ignacio y Francisco Mora” de Aznalcázar, nos aliamos con la ONG Musol para poner en marcha un proyecto de sensibilización ciudadana respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (promovidos por la ONU en su Agenda 2030) con un programa de actividades financiadas por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Consejería de Igualdad y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía), el cual podéis ver en las siguientes fotografías.



INFORMÁTICA PARA NIÑOS
16 DE ENERO. DE 17 A 19H.

En este taller se impartirán nociones básicas para la creación de sencillos programas informáticos, así como videogeos en los que se abordarán temas como el Desarrollo Sostenible.

PÚBLICO: 8-12 AÑOS
INSCRIP.: BIBLIOTECA

ROBÓTICA E IMPRESIÓN 3D PARA JÓVENES
17 DE ENERO. DE 17 A 19H.

Este taller tendrá dos partes: una teórica (acerca del funcionamiento de la tecnología y aplicaciones) y otra práctica utilizando impresoras 3D.

PÚBLICO: 13-19 AÑOS
INSCRIP.: BIBLIOTECA

EXPOSICIÓN: "CAMBIO CLIMÁTICO".
22 DE ENERO. 19H.

Una representante de MUSOL, habiéndose de esta ONG, y de cómo las Bibliotecas se erigen en Instituciones básicas para la consecución de la Agenda 2030, como centros primarios en el acceso a la información, la cultura y la formación.

CUENTACENTOS SOLIDARIOS

2 SESIONES (25 plazas / sesión)
JUEVES, 24 DE ENERO.

17:30-18:00h. Niños de 4-5 AÑOS
18:00-18:30h. Para Niños de 6-8 AÑOS
INSCRIPCIÓN PREVIA: BIBLIOTECA

Patrocina Financia



VIAJE CULTURAL "TESOROS DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA".

30 DE ENERO. 16:00h.

Visita guiada y salida en bus.

Conocerás verdaderos tesoros, como por ejemplo la Biblia de Gutenberg, editada por el inventor de la imprenta (s.XV). Salida en bus: 16:00h. Parada "Los Búcaros". Adultos: 5€ De 14 a 17 años: 3€ Inscripción: Biblioteca.



TALLER DE BOOKTUBER PARA JÓVENES

1 DE FEBRERO. 12:00h. IES Olontigi. 13-19 AÑOS.

Impartido por la booktuber @May R. Ayamonte. Habrá una parte teórica (YouTube, Grabación, etc) y otra práctica (pruebas de vídeos) - INFO: Tel. 950730738 biblioteca.aznalcazar@gmail.com



ENCUENTRO CON DOS "LIBROS HUMANOS".
19 DE FEBRERO. 19H. BIBLIOTECA MUNICIPAL. Dos refugiadas (una siria y otra venezolana) nos traerán sus testimonios de vida, muy en consonancia con la trama de la novela TIERRA SONÁMBULA, del escritor Mia Couto, leído por el Club de Lectura.

Programa de actividades de sensibilización ciudadana a través de los ODS. Autor: JAZG

Dentro del programa de actividades previstas con motivo de nuestro VIII Aniversario, contemplábamos un taller de *booktuber* para jóvenes en el IES “Olontigi”, el cual fue impartido por May R Ayamonte el día 1 de febrero de 2019. Durante las dos horas que duró los jóvenes pudieron conocer personalmente esta famosa *Booktuber*, la cual compartió con ellos sus inicios en su canal de *BookTube*, su trayectoria literaria, experiencias con las editoriales, etc.



May dio también consejos a los jóvenes para convertirse en *booktubers*, haciéndoles ver que si querían también podían adquirir destreza en el montaje y edición de vídeos de forma autodidacta, a través de tutoriales de *Youtube* como ella mismo hizo en sus inicios [i].



Taller de Booktuber con May R. Ayamonte en Aznalcázar. Autor: JAZG

Además, el taller tuvo una parte práctica, durante la cual los jóvenes realizaron un vídeo a modo de *booktubers* recomendando libros relacionados con los ODS (<https://www.youtube.com/channel/UCG1EhVdXY4o2Z9XLHgY0zCA>).

i Para más información: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>. Especial mención tiene el apartado del Club de Lectura de los ODS: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sdgbookclub/>



Editando vídeos con la booktuber May R. Ayamonte en el IES Olontigi de Aznalcázar (Sevilla). JAZG.

El resultado de esta actividad fue satisfactorio. Los alumnos se implicaron mucho en la dinámica del taller y aprendieron que dentro de *Youtube* no solo hay música sino canales como *BookTube* dedicados a los libros. Igualmente, descubrieron que la lectura puede convertirse en un complemento más en sus vidas y que a través de los libros pueden experimentar realidades, inquietudes, vivencias parecidas a las que les rodean cada día.

En la Biblioteca percibimos el impacto de este taller, puesto que algunos chicos y chicas que participaron en ella, se interesaron en los libros de May R. Ayamonte, con lo cual se materializó uno de los objetivos previstos con este proyecto; el fomento de la lectura.



Participantes del taller de Booktuber en Aznalcázar (Sevilla) junto a May R. Ayamonte posan con los iconos de los ODS. Autor: JAZG

Este mismo taller de *Booktuber* de Aznalcázar, se llevó a cabo en otras bibliotecas de la Red BiMA y también en colaboración también ONG Musol, como fueron las de Almensilla, Bollullos de la Mitación, Isla Mayor y Valencina de la Concepción. En estos dos últimos municipios los talleres formaron parte de sendos proyectos que promovieron el hábito de la lectura a través del mundo *BookTube*:

- a) Vanesa Espert lo puso en marcha en Isla Mayor con éxito. Y lo consiguió gracias a una buena planificación previa y a la colaboración del centro educativo de la localidad (contando con la implicación de los profesores, de la biblioteca escolar, etc.) y Guadalinfo (que se encargó de la parte técnica; edición de vídeos, manejo de *Youtube*, etc.).

Este proyecto #BooktuberIslaMayor de la Biblioteca Municipal “Alfonso Grosso” se desarrolló durante los meses de marzo y abril de 2019, como una actividad más en torno al Día del Libro. Se materializó en un proceso de fomento de la lectura a través de la edición de vídeos en *Youtube* por parte de los distintos cursos del CEIP “Félix Hernández”. Todos ellos participaron en un concurso para seleccionar al mejor vídeo recomendando libros y se realizó una entrega de diplomas a todos los participantes en la Biblioteca (<https://www.youtube.com/user/biblioisla>).

El curso ganador recibió como premio participar en el II Encuentro Comarcal de Jóvenes con *Booktubers* en Aznalcázar.



#BooktuberIslaMayor. Autor: VES

b) El segundo proyecto al que hacíamos referencia fue el desarrollado en la Biblioteca Municipal de Valencina de la Concepción, por parte de la compañera Yolanda Muñoz Míguez, y se denominó “Más allá de las palabras”. En él se conjugaron acciones tradicionales de fomento de la lectura con otras más innovadoras como sesiones semanales de elaboración de vídeos y blogs en colaboración, entre otras personas, con la *booktuber* Susana Quirós Lagares. Una vez comentadas las actividades dinamizadoras previas al II Encuentro comarcal de jóvenes con *booktubers*, es el momento de hacer un repaso al desarrollo del mismo.

Fecha y lugar

El II Encuentro comarcal con *booktubers* de BiMA tuvo lugar la tarde del 3 de mayo de 2019. La previsión de asistentes, teniendo en cuenta la experiencia del año anterior, era de unas 200 personas, pero el local de mayor capacidad del municipio, el salón de actos de la Biblioteca, tenía un aforo para 144 personas. Esta circunstancia, sumada a la intención de evitar los costes que hubiera supuesto tener que alquilar una carpa para el evento nos llevó a elegir para su desarrollo los pinares de Aznalcázar (Sevilla), un espacio abierto y en plena naturaleza que pensamos que supondría un atractivo extra para el público.

Cartel y merchandising

El cartel fue diseñado por Alberto Fuentes Ruiz, bibliotecario municipal de Espartinas, el cual se encarga de realizar, con gran maestría, la mayor parte de la cartelería de la Red BiMA. Además, se preparó una pancarta de bienvenida y se dieron marcápáginas a los asistentes.

La publicidad del acto se realizó, presencialmente, con la impresión de carteles y el reparto de inscripciones en los Centros Educativos y Juveniles, así como su promoción en las redes sociales y medios de comunicación [ii] (radio, Internet, etc.).

Inscripciones, desplazamientos y asistencia al II Encuentro

Respecto al primer I Encuentro, ampliamos la edad mínima del público que podía asistir (de 3.º a 1.º de la E.S.O.), tras tomar en consideración la propuesta que nos hicieron llegar jóvenes menores de 14 años para participar en el evento.

ii <http://www.bormujos.es/actualidad/noticias/APUNTATE-AL-II-ENCUENTRO-DE-BOOKTUBERS-TE-LLEVAMOS-EN-BUS/>
<http://www.solucarradio.es/captacion-de-jovenes-sanluquenos-para-el-ii-encuentro-con-booktubers-en-aznalcazar/>
<https://bibliotecaaznalcazar.blogspot.com/2019/04/ii-encuentro-de-jovenes-con-booktubers.html>



3 MAYO 2019 A LAS 18 H.

II ENCUENTRO DE JÓVENES CON

BookTubers

SARA CANTADOR
'NUBE DE PALABRAS'

SUSANA QUIRÓS
@UNADEVORALIBROS

AZNALCÁZAR (CAMPING DEHESA NUEVA)
MÚSICA CON DJ + APERITIVOS PARA TOD@S + BUSES GRATIS (ida y vuelta)

AYUNTAMIENTO DE AZNALCÁZAR **AZNALCÁZAR** **MANCOMUNIDAD DE DESARROLLO Y FOMENTO DEL ALJARAFE** **bima** **AYUNTAMIENTO DE ALJARAFE**

INSCRÍBETE EN TU BIBLIOTECA MUNICIPAL!

Cartel del II EJB. Autor: Alberto Fuentes Ruiz Difusión y promoción del II Encuentro.

Como en la edición anterior volvimos a solicitar inscripción previa, la cual llevaba implícita una autorización paterna respecto a la asistencia, grabación de imágenes y traslados de los menores de edad. Los desplazamientos desde las distintas localidades hasta Aznalcázar se hicieron en autobús gracias, una vez más, al apoyo de la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe.

En cuanto a la asistencia a este II Encuentro, acudieron al acto unas 140 personas, entre jóvenes, bibliotecarios y responsables políticos.



*Asistentes al II EJB. Pinares de Aznalcázar (Sevilla).
Autor: BiMA Booktubers participantes en el II Encuentro*

Las *booktuber* invitadas al II Encuentro Comarcal de Jóvenes con *Booktubers* fueron Sara Cantador y Susana Quirós. Sara Cantador, conocida en *BookTube* como “Nube de Palabras”, forma parte del elenco de *booktubers* españoles más relevantes (con 85 mil seguidores en *Youtube*). Por su parte, Susana Quirós “Érase una devoralibros”, es una joven *booktuber* sevillana que hace poco comenzó su andadura en este sector y que conocimos a raíz de su colaboración en nuestro I Encuentro. Durante sus intervenciones dieron distintos puntos de vista y consejos a los jóvenes acerca de cómo se puede llegar a ser *booktuber* y cómo hacer de la lectura un hábito placentero.

Gastos del II Encuentro

Gracias a las medidas de ahorro anteriormente expuestas conseguimos reducir los gastos al 50%. Concretamente, el II Encuentro supuso una inversión de 3.000€, de los cuales algo más de 2.000€ corrieron a cargo del presupuesto particular de BiMA y de otras partidas del presupuesto general de la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe. El resto fue sufragado por el Ayuntamiento de Aznalcázar, como institución anfitriona del acto.

Valoración del II Encuentro

La participación no cumplió las expectativas. La asistencia con respecto al año anterior bajó un 30%; de superar las 200 personas pasó a estar por debajo de 150. En teoría, contábamos con una mayor previsión de público que el año anterior, ya que se ofertó esta actividad, como hemos dicho, a todo los cursos de Educación Secundaria y Bachillerato. Además para esta ocasión la Red BiMA pasó de 15 a 16 municipios, ya que a principios de 2019 se incorporó Foto: Inauguración del II Encuentro Coria del Río (con una población Aznalcázar (Sevilla), Manuela Cabello y del Presidente de la MDFA, 30.000 habitantes).



Inauguración del II Encuentro a cargo de la alcaldesa de Aznalcázar (Sevilla), Manuela Cabello y del Presidente de la MDFA, Raúl Castilla. Autor: JAZG

Esta menor participación no se debió a una peor difusión (que fue similar a la del año anterior) ni a la falta de implicación de los bibliotecarios (la mayoría de acudimos a los Institutos para promover la participación). El transporte tampoco fue excusa, ya que repetimos la oferta de autobuses gratis para los jóvenes.

Además, para captar la atención de los menos interesados y/o indecisos, contratamos, como novedad, una sesión de DJ para ambientar musicalmente la merienda posterior al evento.



Actividades complementarias (música y merienda) del II EJB. Autor: JAZG

Causas de la menor asistencia al II Encuentro con booktubers

- Hubo circunstancias personales (bajas) e impedimentos logísticos (falta de colaboración de algunos Institutos) que incidieron en una merma de la promoción del Encuentro en algunos municipios (cuatro de ellos no aportaron asistentes).
- La baza del efecto “novedad” de esta actividad ya no la teníamos tras la celebración del I Encuentro en 2018: potenciales interesados ya cubrieron la necesidad de vivir esta experiencia otra vez.
- Un cartel con menos booktubers invitados: de tres situados entre los diez de mayor relevancia en España, pasamos a realizar el Encuentro con dos, y solo uno de reconocido prestigio.
- Faltó una dinamización generalizada previa al II EJB: solo hubo algunas actividades puntuales (talleres con booktubers) y solo dos intervenciones de mayor calado sobre el mundo BookTube.

¿UN III ENCUENTRO CON BOOKTUBERS? RECONVERSIÓN EN UN PROYECTO INTEGRAL DE FOMENTO DE LA LECTURA A TRAVÉS DEL MUNDO BOOKTUBE

En vista de lo aprendido en nuestros Encuentros con *booktubers* hemos decidido no organizar esta actividad de forma aislada, sino como una más dentro de un proyecto integral de fomento de la lectura para jóvenes a través del mundo *BookTube*.

Los jóvenes son nativos digitales, son muy hábiles con las redes sociales y manejan las nuevas tecnologías con facilidad. Teniendo en cuenta estas premisas, no debemos descartar estas herramientas si no queremos que identifiquen a la biblioteca como una institución anquilosada o del pasado, ciertamente no podemos permitirnos el lujo de transmitir esa imagen a una parte sustancial de nuestros potenciales usuarios.

Por eso, queda en manos de los bibliotecarios encauzar las posibilidades que nos ofrece la actual revolución digital en pro de nuestros intereses, uno de los cuales sigue siendo que los jóvenes lean, que vean los libros como una diversión, que sea un tema de conversación entre ellos, que lo tomen como una forma más de compartir experiencias y vivencias, que les sean útiles para su formación personal y académica, etc.

En la Red de cooperación bibliotecaria BiMA, entendemos que un III Encuentro de jóvenes con *Booktubers* será una vía útil para alcanzar dichos objetivos. Esta actividad formará parte de un proyecto en el que estableceremos una serie de objetivos (fomento de la lectura, adquisición de competencias digitales, lingüísticas y comunicativas, así como la promoción del libro, entre la conocida como generación Z). Para alcanzarlos impulsaremos una serie de acciones concretas (taller de edición de libros, clases teóricas y prácticas sobre *Youtube*, iniciación al mundo de los libros, concursos, talleres y encuentros con *booktubers* etc.) las cuales serán desarrolladas por diversos protagonistas (jóvenes, *booktubers*, docentes, bibliotecarios, dinamizadores de Guadalinfo, etc.).

De este modo queremos empoderar a nuestras bibliotecas, las cuales dejarán de ser meras anfitrionas de este tipo de eventos para pasar a comandar el citado proyecto. Parte del mismo se resume en un tríptico que elaboré a modo de folleto divulgativo y para darlo a conocer en los centros educativos:

Cabe recalcar que este proyecto integral de fomento de la lectura a través del mundo *BookTube* tiene puesto el foco en una estrecha colaboración con los centros educativos, lugar en el que se concentran los lectores del futuro. Por esta razón, Bibliotecas y Colegios estamos destinados a trabajar, codo con codo, en todo lo posible para que el hábito de la lectura se desarrolle entre los escolares.

Nuestra intención es llevar este proyecto a los centros educativos para que lo incluyan en los respectivos Planes de Centro de los Colegios de la Red BiMA. Para ello, tomamos como marco normativo justificativo de nuestro proyecto el artículo 4.1. de la Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas: “Los planes de fomento de la lectura considerarán la lectura como una herramienta básica para el ejercicio del derecho a la educación y a la cultura, en el marco de la sociedad de la información y subrayarán el interés general de la lectura en la vida cotidiana de la sociedad, mediante el fomento del hábito lector. Los planes de fomento de la lectura tendrán especial consideración con la población infantil y juvenil”.

PROYECTO DE FOMENTO DE LA LECTURA A TRAVÉS DE BOOKTUBE

Siendo conscientes del gusto de las nuevas generaciones por el entorno digital, buscamos emprender una estrategia creativa para socializar la lectura creando una **comunidad de jóvenes lectores** apoyándonos en **Youtube**, un sitio web con el que están muy familiarizados @s ni@s.

Teniendo en cuenta esta premisa, queremos llevar a cabo junto con los COLEGIOS un PROYECTO DE FOMENTO DE LA LECTURA A TRAVÉS DE **BOOKTUBE**.

Mediante diversas **actividades** (taller trabajo en el aula y encuentro con booktubers) revitalizaremos **el hábito de la lectura** entre los jóvenes con la ayuda de medios tecnológicos, pero tomando como protagonista el mundo de los libros.

¿QUÉ ES BIMA?

Es un proyecto de la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento que nació en 2006 con idea de dinamizar y potenciar la lectura, y la cultura en general, a través de las **Bibliotecas Municipales del Aljarafe**. En la red interbibliotecaria y de gestión cultural BIMA participan los Ayuntamientos de Almensilla, Aznalcázar, Bollullos de la Mitación, Bormujos, Coria del Río, Espartinas, Gelves, Gines, Huelvar del Aljarafe, Isla Mayor, Olivares, Salteras, Sanlúcar la Mayor, Santiponce, Tomares y Valencina de la Concepción, que en conjunto suman **188.000 habitantes**.

ALIANZAS

Desde BIMA buscamos generar mecanismos de **colaboración** con entidades públicas y privadas. Nuestro propósito es buscar alianzas que nos ayuden a desarrollar proyectos encaminados a formar, generar capacidad de reflexión y mejorar nuestra calidad de vida a través de la lectura. En esta línea, entendemos que los Centros Educativos son una de las instituciones que mejor pueden ayudarnos a conseguir estas metas.

BIBLIOTECAS Y CENTROS EDUCATIVOS "UNIDOS POR EL FOMENTO DE LA LECTURA"

Entre las finalidades de los Centros Educativos, está 'potenciar la comprensión lectora desde todas las áreas del currículo, desarrollando la capacidad de atención y de concentración, para de esta forma adquirir una mayor autonomía, logrando que el alumnado descubra **la lectura como un elemento de disfrute personal**'.

OTROS PROYECTOS BIMA

Encuentros de Clubes de Lectura
Talleres de Escritura
Espacios Creativos del Aljarafe
Concursos creativos (Cuentos, Relatos, Cortos, Cómics y Bookface)




PROYECTO DE FOMENTO DE LA LECTURA A TRAVÉS DE BOOKTUBE

Entre los creadores de contenido en YouTube encontramos a @s **Booktubers**, es decir, chic@s de entre 10 y 30 años amantes de la literatura y de las nuevas tecnologías que se graban para subir vídeos a YouTube. En ellos hablan de **libros**, utilizando un lenguaje coloquial y familiar muy próximo a los jóvenes.

Podríamos decir que **BookTube** es un **club de lectura**, un punto de encuentro donde hablar de su pasión (los libros). En los **vídeos** de los booktubers encontramos opiniones sobre novedades, recomendaciones, retos, etc. con miles de visualizaciones.

Creemos que conocer a estos booktubers y sus habilidades puede ser una forma atractiva de impulsar el **placer de leer** a una **edad temprana**.

DESTINATARIOS

Alumnos/-as de 6º de Primaria.

CALENDARIO

De Octubre de 2019 a marzo de 2020, en función de cada municipio.

PARTICIPANTES

Alumnado, profesores, bibliotecarios y



ACTIVIDADES DEL PROYECTO

1º Charla informativa en los CEIP sobre el proyecto. Inclusión del mismo en el Plan de Centro. Curso 2019/2020.

2º Taller: ¿Qué es BookTube? ¿Puedo ser un booktuber? ¿Cómo se consigue? "Empiezo por ser el booktuber de tu biblioteca".

3º Trabajo en el aula: Grabación de vídeos con recomendaciones literarias que se colgarán en el canal YouTube de la Biblioteca, del Colegio y de BIMA, optando a premios.

4º Asistencia de los participantes al III Encuentro de Jóvenes con Booktubers, que se organizará por la Red de Bibliotecas Municipales del Aljarafe.

Tríptico divulgativo del proyecto de fomento de la lectura a través de BookTube. Autor: JAZG

BOLETÍN DE LA ASOCIACIÓN ANDALUZA DE BIBLIOTECARIOS



BOOKTUBERS E INFLUENCERS ¿BENEFICIAN EN TODO PARA MEJORAR EL USO Y LA IMAGEN DE MARCA DE LAS BIBLIOTECAS?

Este es uno de los asuntos capitales de la mesa redonda “Marca, Bibliotecas y Redes Sociales” de la XX Jornada de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios.

Antes de expresar nuestra opinión acerca de la citada cuestión, abordaremos algunas consideraciones teóricas sobre los conceptos *booktuber* e *influencer*, nos apoyaremos en una encuesta acerca del impacto de estos fenómenos en las Bibliotecas y tendremos en cuenta el resultado de los Encuentros con *Booktubers* que hemos organizado en la Red BiMA.

BookTube y Booktubers:

Hoy en día, la mayoría de los jóvenes tienen una gran afición por compartir, a través de las redes sociales, imágenes sobre sus vidas. En este contexto, *Youtube* se ha convertido en un gran repositorio en el que se suben vídeos de diversa naturaleza (musicales, tutoriales, películas, escenas cotidianas, etc.).

En esta red social audiovisual, sus usuarios pueden ser consumidores y/o creadores de contenido. Para lo primero, solo hace falta tener conexión a Internet, mientras que para lo segundo se requiere tener una cuenta, a partir de la cual puede crearse un canal de *Youtube*. En este “rincón personal” es donde cada usuario puede alojar sus vídeos.

Dentro de *Youtube* encontramos el mundo *BookTube*, el cual es una comunidad de suscriptores y/o visualizadores que siguen a unos creadores de contenido audiovisual llamados *booktubers*. Estos vídeos se centran en una temática especial: el libro (de ahí el nombre de *BookTube*: Book=Libro + Tube=Canal). Una frase de Rovira-Collado conjuga muy bien ambas realidades, para él *BookTube* surgió “cuando el vídeo encontró al libro [iii]”.

Los *booktubers* son jóvenes amantes de la lectura que emplean *YouTube* como escaparate para hablar de libros haciendo uso de recursos técnicos en sus *booktrailers*: un tipo de saludo que les identifica, lenguaje coloquial, avance de contenido, imágenes superpuestas de las portadas de los libros, efectos audiovisuales, tomas falsas, etc.

iii ROVIRA-COLLADO, José (2015). “Booktrailer y Booktuber como herramientas LJJ 2.0 para el desarrollo del hábito lector”. En <https://civel2015.compreensionlectora.es/comunicaciones/1%20Lunes%2014/Rovira%20Booktuber%20y%20booktrailer%20para%20habito%20lector%20CIVEL2015%20ROVIRA%20DEFpdf> [Consulta: 4 de julio de 2019].

Además, crean una amplia variedad de *booktrailers*, en función de su contenido:

- Comentarios sobre un libro, pero no al estilo de reseñas de críticos literarios, sino de un modo más sencillo: citan brevemente la trama, hablan de los personajes principales y finalmente recomiendan el libro con mayor o menor entusiasmo en función de sus gustos personales. Lo valoran conforme a los sentimientos que les despiertan, hablando de igual a igual a sus seguidores con un lenguaje coloquial (quizás sea este parte del éxito de los *booktubers* entre los jóvenes).
- Poniendo el foco en todos los libros que han leído durante un tiempo determinado o sobre una temática concreta.
- Haciendo una lista o ranking con sus mejores libros de suspense, aventuras, etc.
- Desarrollando, ante las cámaras, libros que les han regalado.
- Enseñando sus últimas adquisiciones.
- Haciendo un recorrido por las estanterías de sus bibliotecas.
- Mostrando retos literarios planteados por sus seguidores y/o con otros *booktubers*. (Por ej.: <https://www.youtube.com/watch?v=EdztnKrtQY>).

Influencers

Según el diccionario de Cambridge, *influencer* es “alguien que influye o cambia la forma en que otras personas se comportan, por ejemplo, mediante el uso de las redes sociales”. En este entorno cuentan con comunidades numerosas de seguidores, entre otras razones por su atractivo personal y/o el interés del contenido que encuentran en sus perfiles de *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *Tik Tok*, etc.

Booktubers vs. Influencers

La mayor afinidad entre los influencers y los booktubers está en que ambos son expertos comunicadores en las redes sociales, las cuales utilizan como escaparates personales de sus vidas (principalmente los primeros) e intereses y aficiones (tanto unos como otros). Esta actividad les reporta –al menos a los más destacados– beneficios económicos, tanto directos (por el número de visualizaciones, publicidad alojada en sus redes sociales, etc.) como indirectos (caché profesional, venta de productos con su imagen, promoción de marcas, etc.).

CUESTIONES	BOOKTUBERS	INFLUENCERS
¿Centrados en los libros y la lectura?	Sí	No
¿Sus seguidores siguen sus canales, principalmente, por asuntos relacionados con la lectura?	Sí	No

CUESTIONES	BOOKTUBERS	INFLUENCERS
¿Edades?	10-30 años	Todas las edades
¿Qué redes sociales utilizan?	Youtube	Todas
¿Manejan un lenguaje audiovisual atractivo?	Sí	Sí
¿Les gusta leer?	Sí, a todos	No a todos
Seguidores en Internet (España)	Se cuentan por miles El booktuber español más importante, cuantitativamente hablando es Javier Ruescas, con 285 mil suscriptores.	Se cuentan por millones El canal de MikelTube tiene 4,1 millones de suscriptores en Youtube.
¿Escriben libros?	Sí, frecuentemente dan el salto de las pantallas al papel, escribiendo novelas. Su vinculación con el mundo de los libros les permite a muchos trabajar en o para editoriales.	Sí, pero en muchos casos es solo un producto más que venden aprovechando sus numerosos potenciales consumidores. A veces las editoriales les ayudan a dar forma a sus libros. Léase la entrevista al influencer juvenil Naim Darrechi: https://www.ultima hora.es/noticias/sociedad/2019/03/28/1068347/naim-darrechi-influencer-tuve-epoca-bastante-tonta-pero-pasado.html

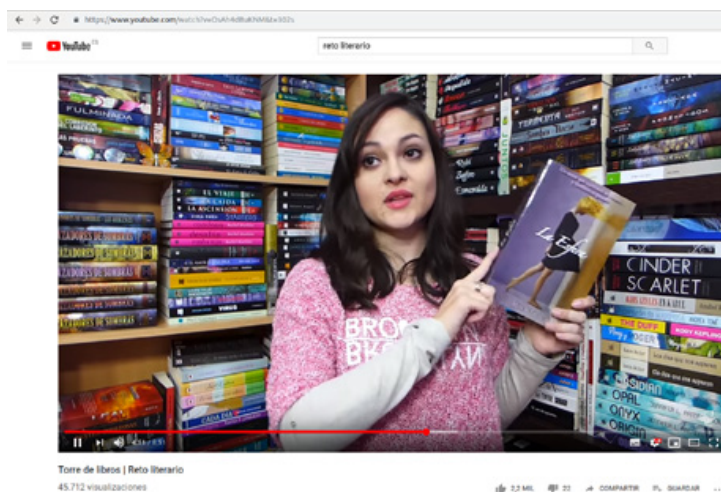
Booktubers e influencers como aliados de las Bibliotecas

Es evidente que los *booktubers* son unos aliados magníficos para las Bibliotecas. Su valía como promotores de la lectura juvenil es innegable. En estos tiempos en los que se glorifica lo digital y se denosta lo analógico, estos personajes han revalorizado el papel (nunca mejor dicho) de los libros físicos. De hecho, sus vídeos tienen una decoración basada en los libros, están todo el tiempo mostrándolos, haciendo juegos con ellos... son su emblema y razón de ser.

Además, el fenómeno *BookTube* no solo es un recurso para los jóvenes lectores a nivel individual, sino también en el plano colectivo. Puede decirse que han transformado la lectura en una “actividad social [iv]” entre la juventud.

Los *booktubers* han convertido sus canales en verdaderos clubes de lectura aprovechando “las dinámicas de participación de la Web 2.0 para transmitir la literatura de maneras distintas a las que se habían conocido hasta ahora, dándose estas dinámicas principalmente en un público infantil y juvenil” (Rovira-Collado, 2015).

Desde el punto de vista de los bibliotecarios, la visualización de sus vídeos tiene mucha utilidad, puesto que son una interesante fuente de información para seleccionar novedades para nuestras Bibliotecas, ya que los *booktubers* están al día de las últimas novelas y sagas juveniles del mercado.



La booktuber Fly like a butterfly en su canal de Youtube, rodeada de libros

En definitiva, teniendo en cuenta las particularidades de los *booktubers* e *influencers* respecto a los libros, resulta obvio que el rol de los primeros es el que más concuerda con la filosofía y con uno de los objetivos de las bibliotecas como es fomentar la lectura. Pero, más allá del valor cualitativo de unos y de otros, es necesario realizar

iv DOMÍNGUEZ CORREA, Beatriz: “Análisis del fenómeno BookTube en España”. TFG. Grado de Comunicación Audiovisual. Universidad Politécnica de Valencia. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/75319/DOM%C3%8DNGUEZ%20-%20An%C3%A1lisis%20del%20fen%C3%B3meno%20de%20BookTube%20en%20Espa%C3%B1a.pdf?sequence=3> [Consulta: 8 de junio de 2019].

una estimación cuantitativa del impacto de ambos en los hábitos de lectura entre los usuarios de las bibliotecas.

Si tomamos como referencia lo que viene sucediendo al respecto en la Biblioteca Municipal de Aznalcázar, se hace patente que los libros de los *influencers* están atrayendo cada día a más usuarios infantiles y juveniles. En cambio, los interesados en novelas de *booktubers* son muchos menos (a pesar de los encuentros y el taller que hicimos con ellos).

Haciendo un repaso a las sugerencias de compras de los últimos meses en la Biblioteca Municipal de Aznalcázar, cabe destacar un repunte significativo del número de desideratas por parte de jóvenes y niños acerca de libros de *influencers* que siguen en diversas redes sociales, tales como: *Youtube* (sagas como las de “El Club de Ela”, de Elashow (Elaia Martínez), “La diversión de Martina”, de Martina de D’Antiochia, Lady Pecas, El mundo de Clodett, “Los mundos de Nico”, de Nicolás Segura, los cómics de *Miketube*, etc.), en *Instagram* (Dulceida) y en otras menos conocidas, como por ejemplo *Tik Tok* -anteriormente llamada Musical.ly- (Naim Darrechi, Lola Moreno con “Nunca dejes de bailar”, Mónica Morán; “Diario de una Muser”, Sofía Surferss; “La magia de una canción”, Lucía Bellido; “Never Give Up: Secretos de una Muser”, Ariann Music; “El poder de una canción”, Lola Moreno “Nunca dejes de bailar” o el caso de nuestra compañera en esta mesa redonda, Laura López y su saga “Follow your dreams”).



Canal de MikelTube en Youtube de los hermanos Leo y Mikel. Tienen 4,1 millones de suscriptores y recientemente han publicado Cómics, donde son los protagonistas de las aventuras

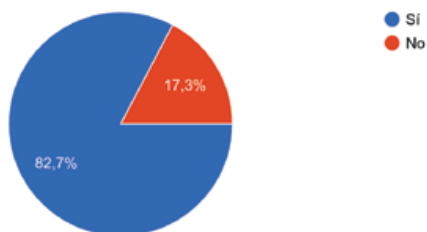
Para saber si esta tendencia local era extrapolable más allá de nuestras fronteras y para testar el grado de trascendencia de booktubers e influencers en otras bibliotecas, hicimos una encuesta a través de un formulario de Google, la cual fue remitida a todas las Bibliotecas sevillanas por mediación de Silvia Puertas Bonilla (Jefa del Departamento de Servicios Bibliotecarios Provinciales), a quien le agradecemos su colaboración, así como a todos los compañeros que respondieron a la misma.

Encuesta sobre el mundo booktube-booktubers y los influencers, y su impacto en el fomento de la lectura en las Bibliotecas sevillanas

En esta encuesta participaron 52 Bibliotecas, de las cuales un 31% pertenecían a BiMA. Este factor puede incidir en los porcentajes de las respuestas, ya que en esta Red Bibliotecaria ya hemos realizado Encuentros y Talleres con *Booktubers*.

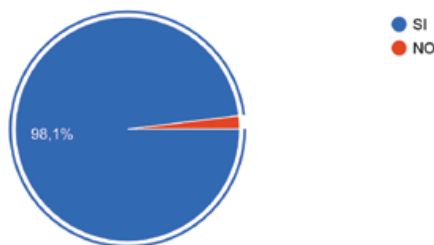
¿Has oído hablar alguna vez de BookTube o de los booktubers?

52 respuestas



¿Y de un influencer?

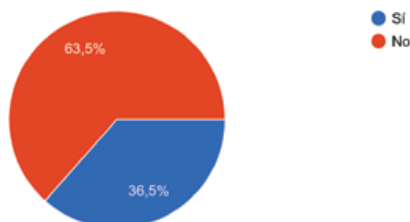
52 respuestas



Comentario: Respecto a estas dos primeras cuestiones, matizar que nos parece excesivo que el 17,3% de los profesionales bibliotecarios desconozcan *BookTube* y los *booktubers* (tan vinculados a los libros) frente a un conocimiento casi pleno de los *influencers*.

¿Has realizado algún Encuentro con un booktuber o un taller de Booktube?

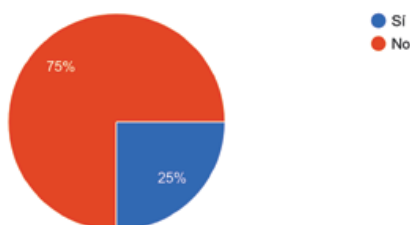
52 respuestas



Comentario: La realización de este tipo de actividad es muy baja (apenas supera el 5% fuera del ámbito de la Red BiMA).

¿Algún/-a usuario/-a te ha pedido que compres algún libro de un booktuber?

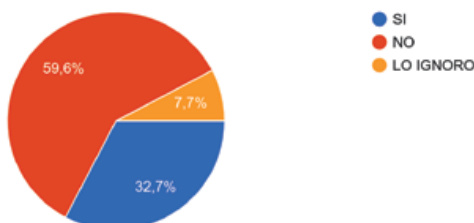
52 respuestas



Comentario: La demanda de libros de *booktuber* no ha cubierto ni siquiera el porcentaje correspondiente a las Bibliotecas BiMA (31% respecto al total de las encuestadas) y solo alcanza el 25%.

¿Tienes libros de algún booktuber (May R. Ayamonte, Andrea Izquierdo, Josu Lorenzo, Sara Cantador, etc.) en el catálogo de tu Biblioteca?

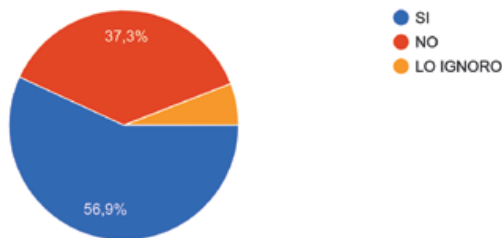
52 respuestas



Comentario: Hay poca presencia de libros de *booktubers* en los fondos de las Bibliotecas encuestadas. La mitad de estos ejemplares están en la Red BiMA.

¿Tienes libros de influencers (como Lady Pecas, Mikeltube, Elashow, Martina, Mónica Morán -"Diario de una... etc.) en el catálogo de tu Biblioteca?

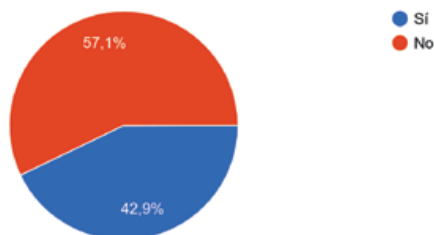
51 respuestas



Comentario: Es significativo la mayor presencia de libros de *influencers* (56,9%) que de *booktubers* (32,7%) en las Bibliotecas. No es de extrañar, porque los primeros son más en todo: número, seguidores y apoyo de las editoriales (que ven en ellos un potente reclamo para vender “libros”).

¿Algún/-a usuario/-a te ha pedido que compres algún libro de un influencer?

49 respuestas



Comentario: Es evidente que los usuarios demandan más libros de los *influencers* que de los *booktubers*.

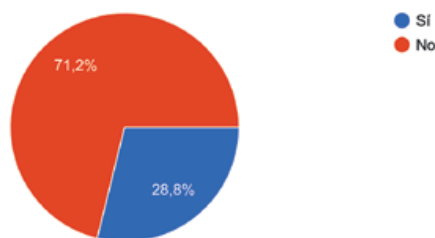
En definitiva, los resultados de esta encuesta calcan la tendencia del caso concreto de la Biblioteca Municipal de Aznalcázar y se confirma que los *influencers* están cautivando a sus seguidores y llevándolos hasta nosotros en busca de sus cuentos, novelas y biografías. Y lo más importante, son ellos los que están generando nuevos usuarios de la Biblioteca y transformando en asiduos lectores los que ya lo eran.

Unos influencers muy especiales: los *musers* o *tiktokers*

Nuestra encuesta tenía una última pregunta:

¿Conoces la red social Tik Tok, antes conocida como Musical.ly?

52 respuestas



Comentario: Menos de un tercio de los bibliotecarios conocían esta red social.

Muchos de vosotros os preguntaréis ¿qué tiene que ver esta cuestión con el tema que estamos tratando? ¡Pues, mucho! La mayor parte de los jóvenes *influencers* que acaban escribiendo son conocidos por sus peripecias en Musical.ly; una red social nacida en 2014 y que en 2017 pasó a llamarse en *TikTok* cuando fue comprada por la compañía tecnológica china ByteDance.

Los usuarios de esta app para móviles inteligentes (principalmente menores de 20 años, llamados *tiktokers*) interactúan visualizando y/o grabando vídeos musicales que luego comparten en otras redes sociales. De hecho, la afición por la música les lleva a autodenominarse como *musers*.

En los últimos meses están atrayendo al público infantil y juvenil a las bibliotecas, a donde van interesados por sus libros. Las editoriales vienen apoyando con fuerza sus publicaciones, conscientes del gran tirón comercial que poseen entre sus miles de seguidores, muy por encima de los que tienen los *booktubers*.

En cuanto al contenido y/o título de los libros de los *influencers*, suelen estar relacionados con la red social Musical.ly / Tiktok o con el término *muser*. Veamos dos ejemplos:

- El libro infantil (recomendado para 7 años en adelante) de Elashow que inició la saga del El Club de Ela, “Un concurso en Musically”. Sinopsis: “Las chicas del Club de Ela tienen su sueño al alcance de la mano: ¡bailar con el guapísimo Jey T! Para eso deberán preparar un baile espectacular en la conocida red social Musical.ly y ganar el concurso de baile de su escuela...”. <https://www.planetadelibros.com/libro-elashow-un-concurso-en-musically/267456>.



- El libro juvenil (para mayores de 12 años) de Valeria Monerri, “Lo que nunca te conté”. Sinopsis: “Todos los secretos para alcanzar el éxito en Musical.ly e Instagram. Valeria Monerri nos cuenta en este libro todas las anécdotas, las curiosidades y las historias más locas que le han sucedido desde que comenzó a subir sus vídeos bailando sus canciones favoritas a Musical.ly. Pero además de hablar de la faceta más divertida de la vida de una *muser* y contar todos sus secretos para lograr su estilo tan personal, explica sus trucos y consejos para sacarle el máximo partido a la cámara y alcanzar el éxito en esta red social”. <https://www.planetadelibros.com/libro-lo-que-nunca-te-conte/290127#soporte/290127>.

Durante todo este punto hemos ido aportando argumentos para responder a la pregunta ¿los *booktubers* e *influencers* benefician en todo para mejorar el uso y la imagen de marca de las Bibliotecas?

En primer lugar, cabe decir que ambos están mejorando el uso de las bibliotecas. Por ejemplo, en relación al fomento de la lectura (los *booktubers* desde un punto de vista cualitativo y los *influencers* en un plano cuantitativo) están siendo verdaderos dinamizadores del hábito lector en la actualidad a la vez que vienen atrayendo a

nuevos usuarios hasta nosotros. Gracias a ellos los jóvenes se acercan a las bibliotecas porque encuentran elementos de su interés, principalmente libros de *influencers*. En suma, nos han ayudado a dar una buena imagen entre estos usuarios.

Pero no todo es beneficioso para la imagen de marca de la biblioteca. Por ejemplo, pueden afectar negativamente en la configuración de nuestros fondos bibliográficos, los cuales son una de nuestras señas de identidad y del servicio que ofrecemos. A los bibliotecarios se nos presenta, en este sentido, un dilema no solo como gestores de recursos sino también ético, respecto a la adquisición, en concreto, de los libros de los *influencers*, que en su mayoría repiten un mismo mantra: el éxito personal y profesional es proporcional al número de seguidores y de “me gusta” en las redes sociales, es decir, “todo por y para la fama”. Frente a ello, podemos optar por promocionar libros de los *influencers* con cariz y/o utilidad social que, aunque en menor medida, están empezando a ver la luz, como es el caso de “Sonríe aunque te cueste”, escrito con tan solo 17 años por la *instagramer* y *tiktoker* Ángela Mármol, en la cual afronta temas de gran repercusión como el acoso escolar y la bulimia.

Con este caso queremos dejar claro que no tenemos un concepto negativo a nivel general sobre los *influencers*. De hecho, durante estas Jornadas tuve la oportunidad y grata experiencia de conocer a una de las *influencers* más importantes del país como es Laura López (Almería, 2001). De su testimonio pude comprender el grado de exigencia que la fama que alcanzan en las Redes Sociales les supone desde tan jóvenes a nivel personal, académico, profesional y emocional. Laura es un ejemplo de que no todo lo que les rodea es necesariamente banal. Prueba de ello es que ha empezando a crear contenido cultural en su canal de *Youtube*, como por ejemplo un vídeo sobre la Guerra Civil (<https://www.youtube.com/watch?v=Yue7hRrYdyI>).

CONCLUSIÓN

La realización de encuentros con *booktubers* en las bibliotecas es una forma más de adaptarnos a los tiempos actuales, donde parte del ocio y el negocio, y de la información y el conocimiento llegan a través de Internet. Organizando esta clase de actividad transmitimos una imagen como institución moderna y receptiva a los cambios.

Siendo conscientes de que otro fenómeno procedente también de las redes sociales, como el de los *influencers*, viene irrumpiendo con fuerza y causando un mayor impacto e interés entre los usuarios de las Bibliotecas, desde BiMA apostaremos de nuevo por la celebración de encuentros con *booktubers*. Pero como ya hemos comentado, lo haremos dándole un nuevo enfoque e integrando esta actividad en un proyecto integral de fomento de la lectura basado en el mundo *BookTube*, puesto que la experiencia nos ha demostrado que este tipo de evento es insuficiente, por si solo, para crear hábito lector.

Es evidente que tanto *booktubers* como *influencers* están incidiendo positivamente en el mayor uso de las Bibliotecas, pero debemos pensar el modo de interactuar con cada uno de ellos en pro de nuestros intereses y nuestra imagen de marca, ya que ambos pueden ser unos aliados a tener en cuenta.

La revolución auspiciada por la era digital está acelerándolo todo, también el mundo de las Bibliotecas. Prueba de ello es que en esta vorágine, el éxito editorial encabezado por los *musers* ha cogido a muchos bibliotecarios por sorpresa. Esto nos es más que un “aviso a navegantes”, una alerta para nuestro colectivo de que sin implicación profesional, sin adquisición de nuevas habilidades, sin formación continua ni cooperación bibliotecaria podremos ofrecer un servicio de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- DOMÍNGUEZ CORREA, Beatriz (2016): “Análisis del fenómeno BookTube en España”. TFG. Grado de Comunicación Audiovisual. Universidad Politécnica de Valencia. En <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/75319/DOM%C3%8DNGUEZ%20-%20An%C3%A1lisis%20del%20fen%C3%B3meno%20de%20BookTube%20en%20Espa%C3%B1a.pdf?sequence=3> [Consulta: 8 de junio de 2019].
- ROVIRA-COLLADO, José (2015): “Booktrailer y Booktuber como herramientas LII 2.0 para el desarrollo del hábito lector”. En <https://civel2015.compreesionlectora.es/comunicaciones/1%20Lunes%2014/Rovira%20Booktuber%20y%20book-trailer%20para%20habito%20lector%20CIVEL2015%20ROVIRA%20DEF.pdf> [Consulta: 4 de julio de 2019].

Marca, Bibliotecas y Redes Sociales

LAURA LÓPEZ PALENZUELA
Influencer

“Influencer” es una palabra actual y curiosa por todas las emociones que puede crear en la persona que la escucha: desde desconocimiento en personas mayores hasta sorpresa y admiración en los más jóvenes.

Es peculiar, porque se suele relacionar con algo negativo, superfluo y superficial, pero considero que es todo lo contrario de hecho cambiaría la palabra por “Inspiradores”, ya que considero como “influencer” a una persona que trata de inspirar a los demás a partir de sus contenidos.

En mi caso yo trabajo mucho la originalidad, la innovación y la transparencia con mis seguidoras.

Soy bastante constante y trato de aportar todo lo que puedo a las personas que me ven, intento que aprendan conmigo y entretenerles. Comprendo que cada persona tiene su modo de vida, su propio tiempo y sus problemas, y lo último que quieren ver, es el ideal de vida perfecta que muchas veces se suele asociar a este término.

Con esto, me remito a que somos personas que hemos adquirido un espacio bastante importante en la vida de los adolescentes, concretamente en niños y niñas de un rango de edad de entre 8 y 20 años.

Es por ello que las bibliotecas y los *Influencers* no podemos ser considerados como contrincantes, puesto que somos por así decirlo el intermediario entre el público y la marca Biblioteca, puesto que esos seguidores nos ofrecen su confianza.

Así que, somos esenciales y no debemos crear fronteras entre nosotros, todo lo contrario considero que debemos unirnos y complementarnos para conseguir seguidores o clientes.

A mí me dieron la oportunidad de escribir mi propio libro, por ello traté de llamar la atención no solamente de mis seguidores sino también de lectores que no me conocen, e incluso lo mejor para mí, era que podía conectar con ellos de una forma diferente, que es la lectura.



Lo curioso es que es algo recíproco, con la lectura ellos aprenden de mí y yo de ellos, eso me encanta.

Es cierto que somos pocos los *influencers* que escribimos una trama diferente a lo que solemos hacer en nuestras redes, (como suele decir alguna gente).

Considero que somos afortunados los *influencers* ya que tenemos la oportunidad de dar no solo consejos, sino también de intentar inspirar en nuestros seguidores nuevos valores y transmitirles emociones, sensaciones y que aprendan y también que puedan aprender con nuestros libros y fomentar el hábito de la lectura fuera y dentro de las bibliotecas.

Independientemente de la trama que se trate, pienso que no debemos ser atacados ni vistos como personajes raros, que se han adentrado en un nuevo mundo diferente al que hacemos cotidianamente.

No solo nos beneficiamos nosotros, pues nuestro público puede conocer y experimentar un mundo nuevo, la lectura.

Los libros de los *Influencers* pueden ser una primera toma de contacto para después llegar a grandes escritores. Nosotros podríamos ayudar a ampliar el rango y número de lectores.

Os cuento una experiencia bastante gratificante para mí, una seguidora mía, que vino a mi firma de libros me contó que gracias a mi libro había descubierto su *hobby*, la lectura, pero es que no acaba aquí. Ella sin darse cuenta estaba descubriéndose a si misma, y es que se dio cuenta que mi libro le había ayudado y le había guiado para escribir el suyo propio. Es una niña que ha empezado con la lectura y ha publicado su libro hace nada y eso es increíble.

Debemos de tener en cuenta esta nueva faceta de los *influencers* como autores de libros, porque de una u otra forma estamos haciendo que los mas jóvenes dediquen más tiempo a la lectura que es un valor enriquecedor para sus vidas.

Preguntas propuestas por la Organización de las Jornadas y respondidas por Laura López Palenzuela

Hola soy Laura López, actualmente estudio Grado en Historia y me han invitado a esta mesa para hablar de mis experiencias en mis redes sociales y cómo puedo trasladar estos conocimientos para mejorar la “Marca Biblioteca” o en su caso que os sirva alguna de mis experiencias.

También quiero agradecer a la organización de que me hayan invitado a este evento.

Llevo cuatro años dentro de la redes sociales como *Instagramer*, *YouTuber*, *Influencer*, *Muser* y utilizando aplicaciones como *TikTok*.

Sobre todo mis seguidores son público juvenil y adolescente.

Primera pregunta: *¿Como mejora el uso de la redes sociales la imagen de las instituciones y empresas?*

Respuesta: Las redes sociales hacen llegar su mensaje, su marca y su producto al público deseado. Primero la empresa debe de marcarse un objetivo y luego analizar qué tipo de redes sociales va a utilizar.

Actualmente la redes sociales utilizadas por las empresas son principalmente *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, *Google*, *WhatsApp*, etc. La red social que yo más utilizo es *Instagram* seguida de otra aplicación que se llama *TikTok*.

Otro paso a seguir es la planificación de la actividad que vamos a realizar en la red y a qué público nos vamos a dirigir. En mi caso mi público suelen ser jóvenes adolescentes, en el caso de las bibliotecas es un público más variado en edad.

El siguiente paso consiste en nombrar a alguien o equipo para realizar las publicaciones y promociones de la biblioteca. En mi caso mi manager es mi padre, mi madre y mi hermano.

En definitiva, la redes aparte de informar de eventos y servicios de la biblioteca, su principal objetivo debe ser crecer su audiencia y sus clientes. En mi caso aumentar el número de seguidores o fans.

Con Internet ayudamos a que las bibliotecas y todo el que utilice redes sociales, nos exterioricemos y lleguemos a aquellas personas que por alguna razón no pueden ir a ellas, por motivos horarios por ejemplo.

Segunda pregunta: *¿Crees que tu actividad ayuda a crear nuevas formas de llegar al público joven y mejorar nuestra imagen de la biblioteca?*

Respuesta: Mediante los *INFLUENCERS* locales, o nacionales, las bibliotecas podrían llegar a un acuerdo de colaboración con estos *Influencers* para que hiciesen promoción de su biblioteca a través de su *Instagram*, *YouTube*, *Stories*, etc. y así llegar a un grandísimo número de seguidores.

Con una buena campaña de colaboración, incluso la posibilidad de la presentación y firma de libros de *Influencers* en dependencias de la biblioteca se podrían atraer más personas a la biblioteca.

Tercera pregunta: *¿Cómo Influencer crees que todo beneficia al uso y mejora de marca biblioteca?*

Respuesta: Yo me inspiro, en varias palabras que siempre me beneficia, que son:

Ser innovador, original y decir la verdad. Los clientes en mi caso los fans o seguidores valoran muy bien las empresas que marcan la diferencia con acciones originales en las redes.

En cuanto a decir la verdad hay que promocionar de modo que no se produzcan descontentos y frustración en el cliente y mantener un nivel de transparencia lo mejor que se pueda.

Podríamos tener en cuenta:

1. Buscar mensajes atractivos y formatos atractivos.
2. Fomentar la participación.
3. Responder si es preciso de forma personalizada, interactuando con cliente o en mi caso seguidores.
4. Siempre, al final de la publicación y que haya pasado algunos días o varias semanas, hay que medir y evaluar las estadísticas y cifras de lo que hemos publicado. Digitalmente todo lo que hacemos en la red queda grabado en datos y así valoramos si en efecto hemos llegado al público deseado.

Yo trabajo con marcas comerciales nacionales e internacionales de muchos gremios promocionando sus productos, también con cantantes, festivales, películas, etc y siempre cuando acabo la promoción me piden las cifras estadísticas de todas las publicaciones que hago es decir: *likes*, edad de los participantes, países de origen, número de reproducciones, comentarios etc.

He tratado de hacer una similitud entre lo que yo hago y lo que se podría hacer.

Muchas gracias.