

# BOOKTOKERS: GENERAR Y COMPARTIR CONTENIDOS SOBRE LIBROS A TRAVÉS DE TIKTOK

Nataly Guiñez-Cabrera y Katherine Mansilla-Obando

<https://doi.org/10.3916/C71-2022-09>

## INTRODUCCIÓN



**Comunidades virtuales,** las estadísticas son preocupantes, el incremento de los adolescentes en el uso de las redes sociales está en aumento, incentivando la lectura por medio de las plataformas de redes sociales entre los adolescentes.



**Lectura,** es lo que nos permite el aprendizaje y la comunicación, nos ayuda a comprender y aprender del mundo. La lectura recreativa de libros se asocia constantemente a los beneficios de la alfabetización



**Booktokers,** generan y comparten contenido sobre libros en la red social TikTok. Ellos crean una comunidad de lectores donde se permiten recomendaciones y discusiones de libros

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Explorar la aceptación y uso de TikTok para generar y compartir contenido sobre libros en esta red social siendo un booktoker

Metodología cualitativa

Entrevistas semiestructuradas

13 booktokers Latinoamericanos

Plataforma TikTok

Julio a agosto del 2021

Análisis temático (AT) propuesto por Braun y Clarke

## CONCLUSIONES



Este estudio destaca un nuevo fenómeno en las redes sociales. Específicamente, un nuevo SMI que genera y comparte contenido sobre libros en TikTok: los booktokers, quienes atraen a seguidores interesados en la lectura e influyen en la motivación a leer



Los hallazgos indicaron que los determinantes que explican la aceptación y uso de TikTok por los booktokers son: la expectativa de desempeño, la expectativa de esfuerzo, la influencia social, las condiciones facilitadoras, la motivación hedónica, el hábito, el precio y generar comunidad y redes



Este estudio es importante para la educación, ya que al conocer en mayor profundidad este nuevo fenómeno de los booktokers, puede alentar a los educadores, para trabajar en conjunto con los booktokers y fomentar e incentivar el hábito de la lectura en los adolescentes

# Comunicar

[www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)