El internet y los libros

¿Cómo crear contenido literario, comunidades lectoras y entablar conversaciones sobre la industria editorial?

paola carola

Planteamiento inicial

El internet ha democratizado el acceso a la cultura y, específicamente, me gustaría analizar aquello que sucede en el espacio virtual alrededor de los libros. Existen diversos personajes en este ecosistema, casi igual que en la cadena del libro, pero me gustaría enfocarme en tres: la **industria editorial**, quienes **crean el contenido** y quienes **consumen el contenido**, que me gustaría asumir en esta ocasión que son o aspiran a ser **lectoras y lectores**.

Ante este escenario hay más personas interesadas en leer y eso está bien en cuanto a ventas, pero se vuelve un **nuevo reto para la industria editorial** tener que ver más allá de lo que solía ser **«lo más importante»**, pues se enfrentan a lectores más informados y a una colectivización de la lectura.

¿Cuáles son los beneficios y los retos de cada uno de estos personajes?

Personajes importantes

Industria editorial

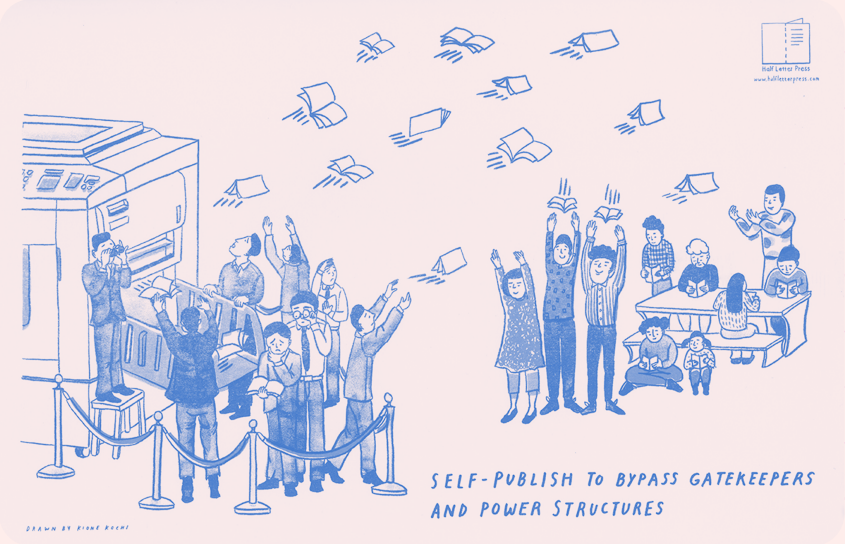
Creadores de contenido

Consumidores

↓

¿Lectoras y lectores?

El internet ha vuelto más accesible la lectura, la ha bajado del pedestal en el que estaba y eso no significa algo negativo, todo lo contrario, la vuelve colectiva. Esto sólo deja en claro la necesidad de un relevo generacional, de nuevas formas de hacer y consumir contenido, y fue aun más evidente a partir del 2020.



Tradicionalmente el «canal de comunicación» de los libros consistía en **editorial – librería – lectorxs.** Ahora que la participación de los **mediadores de lectura y creadores de contenido** se ha visibilizado y ha adquirido importancia a partir del internet, se han ganado otros **horizontes de expectativas** y se ha replanteado **cómo llega la información** a quienes leemos.



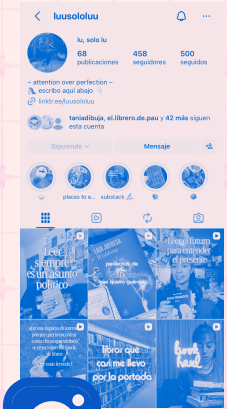
Crear contenido en el internet de los libros

BookTube, BookTok, Bookstagram

¿En qué se diferencia promover libros en el internet con respecto a lo que se hacía antes?







¿Quieres ser una marca personal o comercial?

Personal

Eres tú y el internet, quizás con menos herramientas, pero la autenticidad y la cercanía están de tu lado.

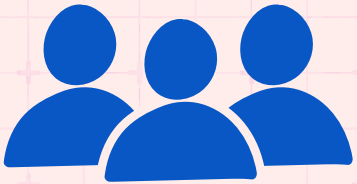
Comercial

Se trata de una empresa y debe tener una identidad específica: *branding*, tono de voz, periodicidad.

Pase lo que pase, conoce a tu audiencia.

Así como tienes que imaginar al tipo de lectorxs a los que van dirigidos tus libros, también debes conocer a tu audiencia inicial y a la que se va sumando.

- **Piensa en todo** – Desde a qué se dedican, qué hacen en su tiempo libre, hasta en qué momentos usan sus redes.
- **¿Qué otros productos culturales consumen?** – Identifica qué otros productos, marcas, creadores de contenido consumen para entender qué buscan.
- **Encuentra el punto medio entre esas personas y tú** – Ese es justamente el puente en el que transitarán.



Tener seguidores no es lo mismo que tener una comunidad. No es lo mismo que generar lectorxs y tampoco es lo mismo que tener ventas.

¿Te has preguntado qué buscas?

Sí, necesitas una estrategia de comunicación.



¿Qué?

Aquí piensa en el mensaje que quieres comunicar: reseñas de libros, datos curiosos, detrás de cámaras, *unboxings*.



¿Cómo?

Imagina tu contenido como si fuera una revista, piensa en tus temas y también en tus **pilares de contenido**

¿Pilares de contenido?

Imagina que son las secciones de una revista, desarrolla 3 o 4 y combínalas con tus temas de conversación



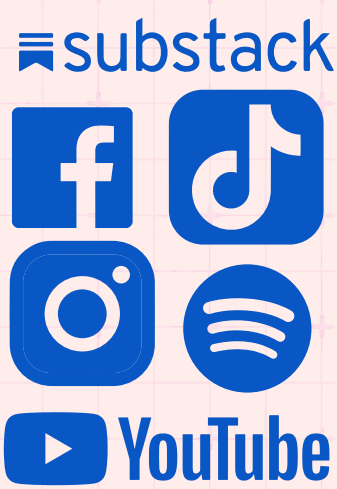
¿Dónde?

Cada red social tiene herramientas específicas que te permitirán potenciar y amplificar tu contenido.



¿Cuándo?

Difícilmente se vive de esto, así que dosifica tu contenido, no te quemes, ni sobresatures a tu audiencia.



La importancia de elegir tus redes sociales

1. Entender el objetivo de la red social en tu estrategia de comunicación.
2. Encontrar tu mensaje para que llegue claro.
3. Conectar con tu audiencia.
4. Conocer el algoritmo, sin perder la autenticidad.
5. Planificar y organizarte.

El uso de la inteligencia artificial y la creación de contenido

El contenido de libros en el internet se ha unificado: mismas tipografías, mismo tipo de gráficos e incluso el formato de los textos [listas, puntos importantes, resúmenes]. Evidentemente o hacemos libros o hacemos contenido, o leemos o subimos videos. El problema es la falta de tiempo y pareciera que la solución es «ganarlo» con el uso de las plataformas de IA, ¿realmente lo estamos ganando? ¿Le va mejor a nuestras publicaciones?

Vamos hacia un futuro en el que todo estará estandarizado, así que la imperfección vuelve a ser una tendencia, aquello realmente hecho por quienes trabajamos en los libros tiene un valor agregado.



Esto también es crear contenido...

El extraño caso de las reseñas



★★☆☆☆ April 19, 2021

Son varios los libros contemporáneos que leo y me encuentro con que solo son relatos de cuestiones totalmente cotidianas que me generan un mehh gigante. La escritura es linda si. Pero cuando leo un libro espero encontrarme con algo mas que simples relatos de una compra, un departamento y demas, que no llevan a ningun lado. Igual le daría otra oportunidad a la autora ya que, repito, la forma de escribir es linda.

★☆☆☆☆ May 9, 2021

Un poco cansada ya de argentines que cuentan cosas cotidianas como si fueran gran cosa y en realidad no

★★☆☆☆ December 29, 2021

Los ricos también sufren

23 likes

★☆☆☆☆ April 19, 2021

Relatos incongruentes sobre una misma temática, no la llamaría novela. Tiene algún destello interesante/entretenido pero en líneas generales no llega a tocar ninguna fibra sensible. Simple, superflua, fugaz y olvidable. En lo personal, siento que lo peor son los pocos recursos narrativos, pareciera que la autora ni siquiera se esfuerza en intentar adornar la historia que de por sí, no dice nada. Leer chetos que no tienen nada para decir sobre nada más que intentar generar una profundidad inexistente me parece un calvario.

53 likes • 1 comment

★☆☆☆☆ May 13, 2021

Relatos inconexos, escritos con interlineado doble y letra grande como cuando haces una monografía para el colegio y necesitas rellenar. Lo único que te queda claro es que la piba se compró un depto, está bien de guita por una indemnización en USD y en una época le daba a la merca. Un desperdicio de papel que podría haber sido un par de posteos wannabe profundos en IG.

El empoderamiento que implica estar detrás de un teclado y escribir cosas que no dirías de frente. Evidenciar que creemos que todo es responsabilidad de quienes escriben y no de quienes publican.



Las autoras y autores en redes sociales

Estamos frente a un momento distinto para quienes publican, leen y escriben. Y nada va a regresar a ser como antes. [Para bien y para mal, según lo vean] ¿Qué implicaciones tiene esto?

Y todo esto es gracias al internet, pues leemos lo que las y los autores piensan más allá de sus libros, pero también las respuestas de quienes leen en tiempo real. Todo esto evidencia que nos cuesta trabajo aquello que es diferente a lo que nos dijeron que era LA literatura, o incluso LA o EL escritor. **Vale la pena replantear lo que significan esos conceptos en este momento.**

Los clubes de lectura en el internet



A partir del 2020 hubo una explosión de clubes de lectura de todo tipo.
La búsqueda de colectividad a partir del confinamiento hizo que lectoras y lectores salieran del «clóset lector» para interactuar con otras personas con intereses afines y aprender nuevas formas de entender las historias, pues en estos espacios se logra profundizar en esas conversaciones que casi siempre se quedan en la superficie.

Si las redes buscan la socialización, entonces estos espacios también forman parte de este panorama.



Bookmate

Las plataformas de lectura

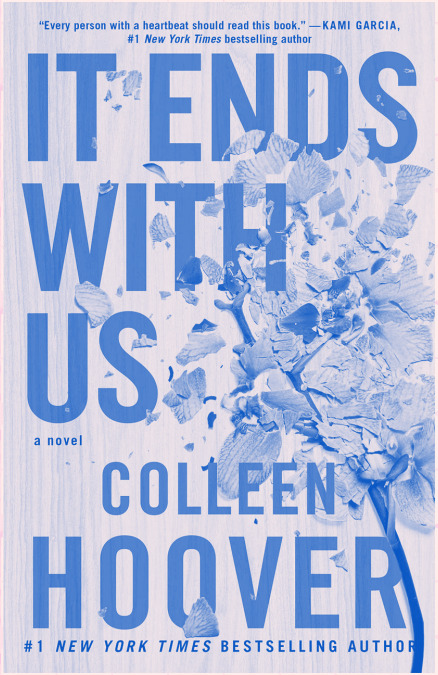
La transformación de la literatura que he planteado aquí no sólo incluye la «socialización» de esta en el internet, también en sus formatos de lectura y en la aparición de plataformas que han reconceptualizado aquello que creíamos que era leer [y no me refiero a la eterna discusión sobre los libros digitales y en audio], pues estas plataformas proponen modelos de suscripción, interacciones sociales [comentarios, likes] y, por supuesto, la presencia de un algoritmo para curar las lecturas de quienes las utilizan.



La responsabilidad social en el internet

¿Cuál es la relación entre el creador de contenido y la industria editorial?

- Quienes crean contenido cubren espacios importantes de difusión que además van dirigidos a públicos específicos o nichos: audiencias cautivas a las que una editorial no siempre puede acceder de manera tan puntual.
- La mayoría de los creadores de contenido son marcas personales, por lo tanto su comunicación puede parecer «orgánica», aquí es importante lo que se pone en juego: honestidad, ética, respeto a la audiencia.
- Estamos hablando de productos culturales, de ideas y pensamientos, saber cómo comunicarlos, a quién dirigirlos o qué no publicar, es parte de la responsabilidad que tenemos con nuestra audiencia. El internet es un lugar muy frágil.
- El intercambio no necesariamente es monetario, puede llegar a serlo, pero también hay mucha precarización.



Caso de estudio: *It Ends with Us*

Un libro publicado en 2016 y que en su momento ganó el premio Goodreads Choice Awards en el género romance. Lo sorprendente es que en enero de 2022 debutó como el libro número uno de la lista de libros más vendidos del *The New York Times*. En seis meses vendió 925,221* ejemplares en Estados Unidos. Todo esto a partir del fenómeno BookTok que, desde 2021, comenzó a viralizarlo de manera orgánica.

*Según el NPD BookScan ahora Circana BookScan.

¿Qué implica esto en la industria editorial? ¿Ventas o lectores? ¿Cuál es la responsabilidad de quienes crean contenido con respecto a quienes lo leerán? ¿Se beneficia México de la viralización que este título tiene en Estados Unidos? ¿Se problematiza una historia como esta antes de ser publicada en otro mercado?

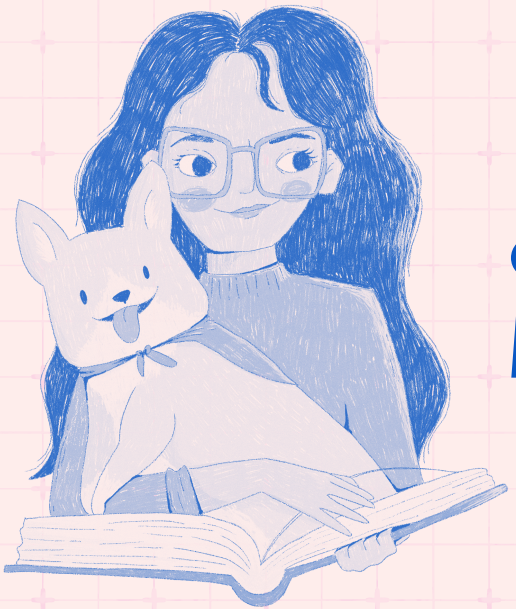
Sigamos pensando...

[Es lo más revolucionario que podemos hacer en estos tiempos]

Algo que nos ha dejado muy claro el internet es que a las personas nos gusta conocer los procesos que hay detrás de aquello que nos interesa. La industria editorial pareciera ser uno de esos secretos que sólo unos cuantos saben y en la disponibilidad de ese conocimiento también se generan nuevas responsabilidades que urgen como lectoras y lectores [y como editoras y editores], sobre todo al estar conscientes del futuro de los libros.

Ante todo esto, cierro con estas preguntas:

¿A qué retos nos enfrentamos como editores ante los cambios que ha puesto sobre la mesa el internet? ¿Y como creadores de contenido? ¿Se pueden ambas cosas? ¿Qué tenemos que ver más allá de lo que solemos pensar que es «lo más importante»? ¿Qué papel juega la creación del contenido de libros en redes?



¡Gracias!