

BookTok: ¿fenómeno viral o comunidad literaria?



Si bien hay contenidos de **TikTok** populares por sus vídeos de baile, recetas de cocina o “trends” virales, existe un **espacio** dedicado a lo **relacionado con la literatura** que gana terreno y que llaman **BookTok**.

Se trata de un **creciente rincón de esta app** que fue abordado en la **Feria Internacional del Libro Monterrey**. Creadores de contenido en **TikTok** se reunieron para **conversar sobre el peso del BookTok** en la experiencia de jóvenes lectores.

Tonatiuh Chan (@larousselatam), creador y encargado de la editorial Larousse Latam, aseguró que *BookTok* es una **iniciativa creada por los usuarios para fomentar la lectura** y explorar temas literarios que no se tratan a menudo.

“BookTok es una iniciativa que busca llegar a personas interesadas en la literatura a través de un hashtag que todos podemos utilizar y que a través de él llegaremos a una comunidad con miles de personas y contenido”, explicó.

Chan junto con otros **4 tiktokers mexicanos** participaron en el panel **BookTok y la lectura**. Comentaron que se trata de un espacio donde las **personas hablan de sus libros favoritos**, disecionan sus **últimas lecturas** e incluso **interactúan con autores o editoriales**.



/> width="630" loading="lazy">

#BookTok: fomentar la lectura compartida

Mariana Etchegaray ([@marianabooker](#)), booktoker y moderadora del panel señaló la importancia de entender que **BookTok** es un espacio digital que no se basa meramente en seguir las tendencias de la app de TikTok sino en **enganchar a través de gustos compartidos**.

Un aspecto fundamental para el éxito de este fenómeno, según Jorge Humberto Haro ([@bookofjorge](#)), es la capacidad que TikTok ha tenido para **transformar una actividad de naturaleza solitaria en un ejercicio compartido**.

*“Siento que la gran mayoría de las personas **disfrutan poder crear o formar parte de una comunidad** forjada alrededor de los libros que adoran y tener la facilidad a través de #BookTok de encontrarla es algo invaluable”,* externó.

La creación de una comunidad lectora que además se puede **subdividir en pequeños grupos**, dependiendo del tipo de lectura que uno disfruta más, es otro aspecto del fenómeno que Alejandra Solares ([@libroslibroslibros](#)) destacó

“#BookTok no es sólo es un hashtag de recomendaciones, es una comunidad que disfruta interactuar constantemente alrededor de los libros”.- Alejandra Solares.

“Para entender qué es **BookTok** hay que reconocer que **no sólo es un hashtag de recomendaciones** sino que estamos hablando de una familia que disfruta interactuar constantemente entre sí y alrededor de los libros”, argumentó.

Constanza Arroyuelo (@[consarroyuelo](#)), quién ya contaba con experiencia creando contenido alrededor de libros en otras plataformas, señaló a su vez que una gran parte del éxito de *BookTok* se debe a la naturaleza de la **app de TikTok**.

“El formato es más fácil de manejar y creo que **el algoritmo** también ayuda a que mi contenido le pueda **llegar a más personas** que están interesadas en lo mismo que yo”, dijo Arroyuelo.

Los panelistas también coincidieron en que **BookTok se ha caracterizado por abordar la literatura desde distintas perspectivas** haciendo del contenido ligero con chistes o memes de ciertos libros, parte vital de esta cultura.



/> width="630" loading="lazy">

Conectar con las audiencias lectoras y crear comunidad

Un punto importante que los creadores de contenido en **BookTok** enfatizaron es la **necesidad de mantener su contenido vigente** y con el suficiente nivel de *engagement* para evitar perder la relevancia en la plataforma.

Jorge Haro y Solares mencionaron que **utilizar el algoritmo de la aplicación** a la par de expresar su identidad dentro de su contenido son herramientas que les han ayudado **no sólo a viralizarse sino a conectar con su audiencia**.

*“Definitivamente hay que ser creativos, siempre buscando la manera de hacer las cosas diferente pero con **nuestra marca personal**, esa es la clave del éxito en BookTok”, compartió Solares.*

*“Tener una **marca personal** ayuda a destacar entre los demás pero también permite que la gente los conozca y escuche sus recomendaciones o reseñas”, recalcó Haro.*



/> width="630" loading="lazy">

A pesar que la **visibilidad que tienen en la app** les permite llegar a un mayor número de usuarios, los panelistas expresaron que el principal objetivo y reto de los booktokers es crear más lectores y **generar un interés genuino por la lectura**.

“No queremos vender libros en TikTok, queremos enseñarles a las personas que existen libros que pueden cambiar por completo sus vidas”, enfatizó Chan.

*Por su parte Constanza Arroyuelo comentó que como creadora **“BookTok no se trata sólo de las vistas sino de generar conversación, aprovechar a los lectores que hay en el país e incluso aumentar el número de personas que leen en México”.***

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR LEER: