

TRANSFORMANDO EL HÁBITO LECTOR CON INSTAGRAM Y TIKTOK: EL CASO DE VALERIA ROSSI

Luis Camilo Ortigueira-Sánchez

lc.ortigueiras@up.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-0376-0166>

Universidad del Pacífico, Perú

Valeria Noemi Cárdenas Vicente

vn.cardenasv@alum.up.edu.pe

Universidad del Pacífico, Perú

Resumen:

Este estudio describe el surgimiento, crecimiento y la influencia de una creadora de contenido literario que, explotando plataformas de gran alcance como Instagram y TikTok, ha logrado un impacto significativo en la promoción de la lectura entre la población peruana y, en algunos casos, latinoamericana. El proyecto surgió con el propósito de acercar la literatura a los adolescentes durante la crisis sanitaria provocada por la pandemia de COVID-19, ofreciendo un espacio de calma y paz frente al desasosiego generado por la incertidumbre de la situación. Libros e historias que proporcionaron una poderosa fuente de inspiración y refugio emocional. En TikTok, el fenómeno conocido como *BookTok* impulsó la viralización de contenido literario mediante hashtags como *#LibrosEn60Segundos* y *#BookTok*, marcando un precedente para la nueva generación de creadores. Paralelamente, en Instagram, la comunidad *bookstagram* ya había comenzado a compartir reseñas y recomendaciones literarias mediante etiquetas específicas. No obstante, a partir de mediados de 2020, este movimiento experimentó un crecimiento exponencial, consolidándose como una tendencia clave para la promoción de la literatura juvenil.

Palabras clave: *promoción de la lectura, literatura juvenil, redes sociales, BookTok, bookstagram, pandemia, Instagram, TikTok*

TRANSFORMING THE READING HABIT WITH INSTAGRAM AND TIKTOK: THE CASE OF VALERIA ROSSI

Abstract:

This study examines the emergence, expansion, and influence of a literary content creator who, by leveraging widely accessible platforms such as Instagram and TikTok, has achieved significant impact in promoting reading among the Peruvian population and, in certain cases, across Latin America. The project originated with the aim of bringing literature closer to adolescents during the health crisis triggered by the COVID-19 pandemic, providing a space of calm and peace in response to the distress caused by the prevailing uncertainty. Books and their stories provided a powerful source of inspiration and emotional refuge. On TikTok, the phenomenon known as BookTok boosted the viral spread of literary content through hashtags like #LibrosEn60Segundos (#Bookson60seconds) and #BookTok, establishing a precedent for the emerging generation of creators. Simultaneously, the bookstagram community on Instagram had already begun sharing literary reviews and recommendations using specific tags. However, from mid-2020 onward, this movement experienced exponential growth, solidifying its role as a pivotal trend in the promotion of young adult literature.

Keywords: *reading promotion, young adult literature, social media, BookTok, bookstagram, pandemic, Instagram, TikTok*

1. Introducción

Como creadora de contenido literario, Valeria Noemí Cárdenas Vicente, conocida en redes sociales como Valeria Rossi, es una joven peruana de 19 años que se ha posicionado como una de las principales promotoras de la lectura en el país a través de su canal de TikTok y su cuenta de Instagram, @soyvaleriarossi. Con más de 19,000 seguidores, ha logrado contagiar su pasión por los libros a miles de jóvenes, quienes la siguen para descubrir sus recomendaciones, reseñas y consejos sobre cómo leer más.

Nacida en Lima en 2004, Valeria mostró desde pequeña un notable interés por la lectura. A los cuatro años ya sabía leer y, desde entonces, no ha dejado de hacerlo. A los doce, publicó su primer video en YouTube, en el que comentaba las novedades de la Feria Internacional del Libro de Lima y mostraba los libros que había conseguido. Posteriormente, en 2020, durante la pandemia, decidió crear una cuenta en TikTok para compartir su amor por los libros con otros jóvenes.

En sus videos, comenta sobre una amplia variedad de lecturas, desde clásicos hasta novelas juveniles. Además, ofrece consejos para mejorar los hábitos de lectura, como organizarse mejor, encontrar libros que se ajusten a los gustos personales y crear un hábito lector.

Valeria ha logrado construir una comunidad de jóvenes lectores que encuentran en su contenido una fuente de inspiración para continuar leyendo. Ha cultivado, además, un espacio que algunos de sus seguidores describen como -un espacio seguro-, término con el que destacan su capacidad para transmitir tranquilidad, calma y reflexión a quienes aman la literatura y el arte.

En 2022, Valeria Rossi fue seleccionada como una de las embajadoras de la Feria Internacional del Libro de Lima (FIL Lima). Durante este evento, participó en diversas actividades para fomentar la lectura, entre ellas charlas, talleres y presentaciones de libros. Un año después, en 2023, volvió a ser designada embajadora de la feria, con una participación destacada que inspiró a miles de jóvenes a seguir leyendo y aprendiendo, gracias a su entusiasmo y carisma.

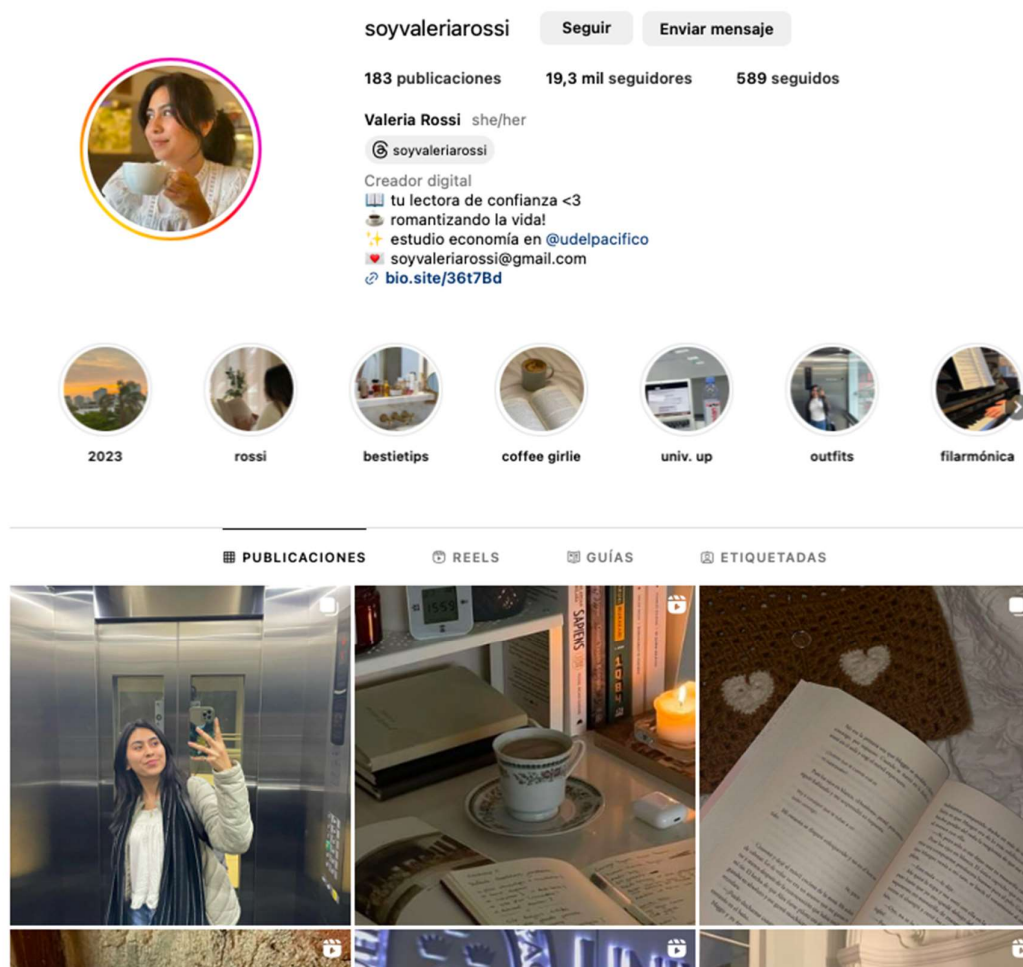
En esta segunda ocasión, Valeria entrevistó al presidente de la Cámara Peruana del Libro (CPL), Wilfredo del Pozo, y al gerente general, Antonio Moretti, ampliando su impacto en la comunidad literaria. Asimismo, ha participado en otras iniciativas culturales, como la Feria Lima LEE de 2021, donde presentó a la reconocida escritora juvenil Flor Salvador, autora de *Boulevard*. También formó parte de la Feria del Libro del Bicentenario 2021, donde lideró el Encuentro *Bookstagram*: el impulso digital a la lectura, acompañada de diversas creadoras de contenido literario.

En ambos eventos, la convocatoria superó ampliamente las expectativas. La Feria Lima LEE reunió a más de 4,000 jóvenes y completó su aforo desde tempranas horas, evidenciando el creciente interés por la lectura juvenil impulsado por figuras como Valeria.

Valeria Rossi ejemplifica cómo las redes sociales pueden utilizarse para promover causas positivas. Su trabajo ha despertado el interés de un número creciente de jóvenes por la lectura, un aspecto esencial para el desarrollo cultural del Perú.

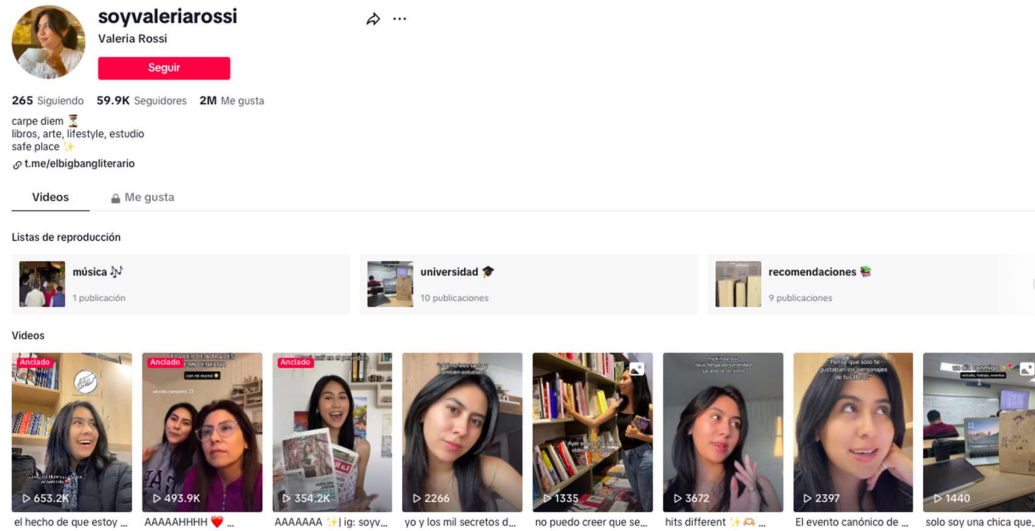
En la figura 1 se observa el impacto de la presencia de Valeria Rossi en Instagram, reflejado en su número de seguidores (19,300). Tal como se describe en el contenido de su página, Valeria no se limita a publicar reseñas literarias, sino que busca ofrecer una experiencia completa en torno a la lectura. Su propuesta incluye la recomendación de espacios propicios para leer, además de la incorporación de aspectos personales que humanizan su presencia y la acercan a su comunidad. Al compartir momentos de su vida cotidiana, como sugerencias de vestimenta o consejos para gestionar el estrés académico, Valeria fortalece la conexión con sus seguidores y amplía su impacto positivo con la inclusión elementos que inciden sobre aspectos emocionales.

Figura 1. Página principal de Valeria Rossi en Instagram



Fuente: Instagram (s.f.).

De igual modo en la figura 2 se observa la página principal del canal de TikTok, en la que distingue como elemento diferenciador de la propuesta, un estilo de vida asociado a un hábito de lectura constante.



Fuente: Tiktok (s.f.).

De igual modo, la presencia de Valeria en canales tradicionales de difusión (figura 3) refuerza la imagen de la influencer otorgando mayor credibilidad como referente de contenido, al tiempo que proporciona una adicional de promoción.

Figura 3. Valeria en el canal de televisión Exitosa



Fuente: Canal de Youtube @soyvaleriarossi

2. Desarrollo del caso

La pandemia de COVID-19 transformó profundamente la dinámica de la lectura, encontrando en las redes sociales un espacio propicio para su evolución. Según Sáez (2022), la literatura ha experimentado una transición desde los lectores convencionales hacia la aparición de influencers literarios en plataformas como BookTube, Bookstagram y BookTok. En este contexto hipermediatizado, estos creadores de contenido generan espacios digitales donde comparten contenido literario, atraen seguidores y, en muchos casos, se profesionalizan dentro de la industria editorial. Las redes sociales les permiten construir vínculos emocionales en torno a la lectura y asumir roles como portavoces, promotores y difusores de libros. Sin embargo, también deben enfrentar las dinámicas de competencia que cuantifican el alcance y la visibilidad de sus publicaciones. Estos nuevos actores no solo comparten su pasión por la lectura, sino que desempeñan un papel fundamental en la circulación y promoción de obras literarias, utilizando estrategias comunicativas innovadoras.

Pretel Jiménez et al. (2019) destacan la relevancia del influencer literario en YouTube, analizando en detalle la estrategia comunicativa empleada en dicha plataforma. El estudio subraya que las redes sociales, especialmente YouTube, se han consolidado como el medio preferido por los jóvenes para relacionarse, mantenerse informados y compartir contenido. Asimismo, resalta cómo las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en particular Internet, han dado lugar a nuevas prácticas y enfoques en torno a la literatura y la lectura. El texto también introduce el concepto de ciberculturas juveniles, descritas como espacios virtuales donde los jóvenes se conectan, comparten contenido y construyen nuevas formas de interacción cultural.

El foco principal de este estudio es la comunidad de *booktubers*, un grupo compuesto, en su mayoría, por jóvenes que comparten comentarios y reseñas sobre libros en YouTube. Estos creadores de contenido emergen como nuevos líderes de opinión, con el propósito de difundir el placer de la lectura de manera accesible y atractiva. El análisis destaca la relevancia de este fenómeno en los ámbitos educativo y cultural, especialmente en un contexto de transformación en las formas de acceso a la lectura entre los jóvenes españoles.

El estudio busca ofrecer un primer acercamiento a la figura emergente del *booktuber* como influenciador y prescriptor literario, considerándolo un agente clave en el desarrollo de estrategias de comunicación para fomentar la lectura. Asimismo, la investigación profundiza en el análisis de la estructura y el contenido de este perfil, que promueve el hábito lector entre un público mayoritariamente adolescente, a menudo poco interesado en la lectura.

En este contexto, la lectura se ha convertido en un fenómeno viral. Ottolenghi (2022) destaca cómo las prácticas de lectura y escritura han ganado popularidad en plataformas digitales, impulsando nuevas formas de consumo literario.

La convergencia entre literatura y redes sociales, especialmente en BookTok, ha propiciado la creación y difusión masiva de contenido literario en TikTok. Como sugieren Cabrera y Obando (2022), este fenómeno ha consolidado la influencia de los booktokers, quienes desempeñan un papel clave en la promoción y visibilización de la lectura entre públicos diversos.

El texto aborda la importancia de fomentar la lectura entre los adolescentes, destacando la disminución de su motivación por leer, según las estadísticas. Frente a este panorama, resalta la oportunidad de utilizar las redes sociales, especialmente TikTok, como herramienta para incentivar el hábito lector en los jóvenes.

Asimismo, introduce el concepto de Social Media Influencer (SMI), con un enfoque específico en aquellos creadores que comparten contenido relacionado con libros. A partir de esta definición, se presenta la figura del booktoker, un SMI especializado en la promoción literaria a través de la plataforma TikTok.

El artículo destaca la escasez de investigaciones académicas sobre los booktokers y su papel en el fomento de la lectura. Aunque se mencionan algunos estudios previos que exploran el fenómeno de la comunidad BookTok, se subraya la necesidad de ampliar la investigación en esta área, especialmente en contextos de países emergentes como Latinoamérica. La pregunta de investigación planteada se enfoca en comprender los motivos por los cuales los booktokers eligen TikTok como plataforma para generar y compartir contenido literario. Los hallazgos de Cabrera y Obando (2022) revelan como determinantes del uso de TikTok los siguientes: percepción de mayor efectividad para alcanzar una audiencia, facilidad de uso, influencia social, disponibilidad de recursos, motivación hedónica, estar habituados a su uso y la gratuidad de la aplicación.

Por su parte, Albert Segura (2022) y Martínez Berruezo (2022) exploran en profundidad la relación entre los libros y las redes sociales, destacando el impacto de las estrategias comunicativas en BookTok y analizando el marketing de influencers en el ámbito editorial. Ambos estudios subrayan la importancia de comprender y aprovechar el potencial de las plataformas digitales para promover la lectura, especialmente durante la pandemia. Los autores evidencian que la convergencia entre literatura e influencia digital ha desempeñado un papel fundamental en la preservación del hábito lector en tiempos desafiantes.

3. Preguntas/cuestiones para la discusión

Cuestión 1. *¿Por qué se dice que los jóvenes ya no leen?*

La percepción de que los jóvenes ya no leen puede vincularse con diversos factores. Entre ellos destaca el desarrollo tecnológico, que actúa como un elemento distractor, así como la "falta de tiempo" asociada a un estilo de vida más acelerado. También influye el enfoque, a menudo rígido y poco atractivo, con el que se presenta la lectura en la infancia o dentro del plan lector escolar. Además, el cambio en el consumo de contenido ha llevado a que se prefieran formatos breves, como videos cortos o resúmenes, en lugar de textos extensos.

Asimismo, la presión académica puede hacer que los jóvenes asocien la lectura exclusivamente con el estudio, relegando su valor como actividad de ocio. Sin embargo, aunque esta percepción apunta a una disminución de la lectura tradicional, es importante reconocer que, especialmente desde la pandemia, los jóvenes han comenzado a participar de manera más activa en iniciativas literarias, descubriendo nuevos géneros, como la literatura juvenil. Actualmente, se observa una mayor participación en formatos contemporáneos de lectura, como blogs, redes sociales y clubes de lectura, integrados en su mayoría por personas de entre 15 y 25 años.

Cuestión 2. *¿Cuál sería la mejor aproximación a la literatura juvenil? ¿Cómo combatir el estigma hacia ella?*

Es fundamental destacar la diversidad de títulos existentes en esta categoría literaria, así como los beneficios que genera en los jóvenes. La literatura juvenil fomenta el desarrollo de la empatía al presentar historias con personajes contemporáneos y situaciones con las que los lectores pueden identificarse fácilmente, lo que fortalece la conexión con la lectura.

Esta nueva aproximación literaria ha permitido la incorporación de autores que abordan temas poco explorados en los libros clásicos, como los trastornos emocionales, el acoso escolar, los estereotipos, la identidad de género, el empoderamiento y la conciencia ambiental. Reconocer el valor de este tipo de literatura y promover espacios de lectura que resalten su importancia resulta esencial para formar una nueva

generación de lectores comprometidos y críticos.

Cuestión 3. *¿Cómo incentivar el hábito de la lectura?*

El hábito lector puede desarrollarse desde la infancia mediante el acompañamiento y la imitación. Los niños tienden a replicar las conductas de sus padres o referentes cercanos, por lo que es fundamental crear un entorno familiar que valore la lectura. Esto puede lograrse a través de momentos compartidos con libros y, a medida que el niño crece, permitirle seleccionar sus propias lecturas. Este enfoque no solo fortalece los lazos familiares, sino que también empodera al niño a través del conocimiento y aumenta su entusiasmo por la literatura.

En el ámbito escolar, se pueden implementar estrategias como clubes de lectura extracurriculares y eventos culturales que transformen la lectura en una experiencia positiva y lúdica, alejándola de la percepción de obligación. Estas iniciativas pueden complementarse con el uso de redes sociales, el acceso a literatura internacional y la incorporación de audiolibros. Además, la influencia de creadores de contenido literario en plataformas digitales ha contribuido significativamente a la masificación del hábito lector al llegar a un público joven en constante crecimiento.

Cuestión 4. *¿En qué medida el desarrollo de la tecnología influye en el fomento de lectura?*

El avance tecnológico ha tenido un impacto dual en el fomento de la lectura. Por un lado, la sobreexposición a la información y la competencia con plataformas de entretenimiento puede dificultar la consolidación del hábito lector. Sin embargo, por otro lado, la tecnología también ha facilitado el acceso a contenidos literarios de manera inmediata.

Herramientas como Kindle y otras aplicaciones de lectura digital se han convertido en aliadas para quienes prefieren dispositivos electrónicos. Además, los avances en el entorno virtual han dado lugar a formatos innovadores, como los libros digitales interactivos, que brindan experiencias inmersivas al lector.

En esta misma línea, han surgido comunidades virtuales dedicadas a la lectura, como los clubes literarios en Instagram y aplicaciones especializadas como Goodreads, que permiten llevar un registro de las lecturas y recibir recomendaciones personalizadas. También destacan plataformas de audiolibros como Storytel y Audible, que han ampliado aún más las opciones para fomentar la lectura en la era digital.

Cuestión 5. *¿Se puede formar una comunidad de lectores en la virtualidad?*

Sin duda, es posible formar comunidades lectoras en entornos virtuales, ya que estos espacios permiten conectar a personas de diferentes partes del mundo con intereses literarios similares. Plataformas como Instagram, TikTok y YouTube han sido clave para la creación de una identidad literaria colectiva, donde influencers comparten recomendaciones, entrevistan a autores y promueven retos de lectura.

Un ejemplo destacado es el club Constelación Literaria, fundado por Valeria Rossi, que reúne a más de treinta mil miembros de todo el mundo a través de un grupo de Telegram. En este espacio, los participantes organizan reuniones virtuales por Zoom para realizar lecturas en voz alta y ver adaptaciones cinematográficas de libros. Además, se establece un plan de lectura conjunta con reuniones periódicas, permitiendo a cada miembro avanzar a su propio ritmo. Este tipo de iniciativas evidencia que la virtualidad, lejos de ser un obstáculo, puede convertirse en una poderosa herramienta para fomentar la lectura y crear comunidades literarias comprometidas.

4. Conclusión

Las nuevas formas de consumo de entretenimiento, aunque frecuentemente señaladas como una amenaza para la concentración y el hábito lector, pueden ser estratégicamente aprovechadas como herramientas para fomentar la lectura, reunir comunidades de lectores e incentivar el interés por la literatura. Este caso ilustra cómo plataformas como Instagram y TikTok, a menudo criticadas por su contenido superficial, han demostrado tener un potencial significativo para generar impacto positivo, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

El éxito de Valeria Rossi no solo radica en su pasión por la literatura, sino también en su habilidad para comprender y adaptar las dinámicas de las redes sociales a un propósito cultural y educativo. Su capacidad para construir un espacio de confianza y afinidad, donde se comparten experiencias personales y literarias, ha creado una comunidad vibrante que ve en la lectura no solo un refugio emocional, sino también un medio de autoexpresión y crecimiento personal.

Este caso reafirma que el éxito de iniciativas similares dependerá en gran medida de la capacidad de integrar elementos de interés común, fomentar la interacción y promover una narrativa inclusiva que conecte con los valores y necesidades del público objetivo. Además, subraya la importancia de desarrollar estrategias sostenibles que trasciendan las plataformas digitales y cultiven el hábito lector como una práctica esencial en el desarrollo cultural y emocional de las nuevas generaciones.

En síntesis, la experiencia de Valeria Rossi demuestra que la tecnología y las redes sociales, lejos de ser enemigas de la lectura, pueden convertirse en poderosos aliados para revitalizarla y democratizar el acceso a la literatura, generando un impacto duradero en la construcción de comunidades lectoras.

Bibliografía

- Saez, V. (2022). De lectores a “influencers”. Booktubers, bookstagrammers y booktokers y la circulación de la literatura en redes sociales en Argentina. *Revista Pilquen-Sección Ciencias Sociales*, 25(2), 020-046.
- Pretel Jiménez, M., de Frutos, B., & Sánchez-Valle, M. (2019). El influencer literario a través de YouTube: análisis de la estrategia comunicativa. *Obra Digital*, (17), 9–18. <https://doi.org/10.25029/od.2019.223.17>
- Cabrera, N. G., & Obando, K. M. (2022). Booktokers: Generar y compartir contenidos sobre libros a través de TikTok. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (71), 119-130.
- Albert Segura, M. (2022). Libros y redes sociales: el poder de las estrategias de comunicación en BookTok.
- Martínez Berruezo, S. (2022). Análisis del marketing de influencers del sector editorial.
- Ottolenghi, D. (2022). Leer se volvió viral: Prácticas de lectura y escritura en plataformas digitales. Tilde editora.
- Pérez, E. D. P. J., Sandoval, A. C., & Guirao, P. G. (2023). Booktubers como influencers literarios: una herramienta en las aulas para el hábito lector y la competencia lectoral. In *La educación lectora: ciencia para la sociedad* (p. 421). Octaedro.
- Mesa Modica, A. (2022). La comunidad de bookstagram como nueva comunicación literaria.
- Gálvez Chirón, J. I., & Ezama Gil, M. Á. Wattpad como plataforma literaria entre los jóvenes.
- Balsera Masot, B. (2022). La literatura en la cultura de masas. Análisis del fenómeno Booktube.
- García-Marín, D., & Herrero-Torrente, C. (2022). Plataformas digitales y literatura. Anatomía del fenómeno ‘booktuber’ de habla hispana. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (58), 89-108.
- Redondo, I. L., & Fernández-Barrero, Á. (2023). Nuevos formatos y nuevas audiencias para la crítica literaria: El fenómeno Bookstagram. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunizazio Ikasketen Aldizkaria*, 28(54), 101-120.
- Uria-Triguero, A. (2023). Proyección del bookinfluencer en el fomento de la lectura: Una propuesta didáctica para la sociedad postdigital.

- Moreno Rodríguez, S. D. (2023). Un lugar de enunciación para la creación colectiva: Wattpad como espacio de escritura, dialogo y difusión literaria.
- Cuestas, P., Pates, G., & Saez, V. (2022). El fenómeno booktok y la lectura en pandemia: jóvenes, pantallas, libros y editoriales. *Austral Comunicación*, 11(1).
- Mashiyane, D. (2022). From the horse's mouth: BookTok as a collection development strategy in academic libraries. *College & Research Libraries News*, 83(10), 459.
- Reddan, B. (2022). Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. *Synergy*, 20(1).
- Chiovelli, C., & Cameron, K. (2023). As Seen on BookTok: Exploring Interactions between TikTok and Public Library Collection Development. *Contemporary Issues in Collection Management*.
- Jerasa, S. E. (2023). Welcome To BookTok: Understanding the Impact of TikTok on Reading Motivation (Doctoral dissertation).
- Collado, J. R., Lafoz, M. A. R., & Ortega, J. H. (2022). Instagram y TikTok como innovación de la Internet de la imagen en clase de lengua y literatura. In *El profesorado, eje fundamental de la transformación de la docencia universitaria* (pp. 294-305). Octaedro.
- Ferraz, R., & Rodríguez, G. (2023). Estudio del fenómeno de los influencers literarios en las plataformas digitales y su vínculo con las editoriales en Uruguay, Montevideo.