

Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aprobación: octubre 2020
Fecha publicación: enero 2021

Potencialidades educativas y recursos videográficos para la educación fílmica y literaria

Blanca Ana Roig Rechou ⁽¹⁾ y
Rocío García Pedreira ⁽²⁾

Resumen: La red ofrece una serie ilimitada de recursos que no han sido creados con fines didácticos pero que resultan funcionales a nivel educativo. En el siguiente artículo se analizan los contenidos videográficos de la comunidad de *Booktube* y los *booktrailers* con el objetivo de identificar las potencialidades que ofrecen al docente en la planificación de la educación literaria y fílmica a partir de su utilización como medio de observación y/o medio de expresión.

Palabras clave: *BookTube* - *Booktrailer* - Educación fílmica - Educación literaria - Uso didáctico del vídeo.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 108]

⁽¹⁾ Profesora-Investigadora Ad Honorem de la Universidad de Santiago de Compostela. Coordinadora de la Red temática de investigación “Las Literaturas Infantiles y Juveniles del Marco Ibérico e Iberamericano” (LIJMI). Investigadora del Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Santiago e investigadora del Centro Ramón Piñeiro para a Investigación en Humanidades. ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0326-4311> blanca.roig@usc.es

⁽²⁾ Doctoranda en Estudios de la Infancia, especialidad de Literatura Infantil por la Universidade do Minho. Posee el grado de Educación Primaria, un Máster Oficial en Investigación Literaria y Teatral y un Máster Propio en Literatura Infantil y Juvenil. Pertenece al personal científico del Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Santiago de Compostela. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5102-5078> rociopedreira@outlook.

Introducción

La popularidad de las redes sociales propia de la era digital ha hecho surgir nuevas pedagogías colectivas que cambian la manera de entender las relaciones y, en consecuencia, el aprendizaje desligado de ellas. No obstante, se trata de ámbitos de aprendizaje informal y prácticas autodidácticas que, según Vizcaíno-Verdú, Contreras-Pulido y Guzmán-Franco

(2019, p. 96), eliminan las barreras de expresión cívica, artística y creativa a través de “ejercicios de mentoría informal fundamentados en la transmisión de experiencias y conocimientos entre iguales”.

El docente e investigador José Rovira Collado (2011) explica que el término LIJ 2.0 fue propuesto en 2008 para hacer referencia a la presencia de la Literatura Infantil y Juvenil en la web social a través de múltiples aplicaciones o medios. En un trabajo posterior donde realiza un análisis comparativo de algunos de los espacios de la LIJ 2.0, el mismo autor (Rovira Collado, 2016, p. 41) define la lectura social o lectura 2.0 como “una nueva realidad donde las labores de mediación lectora se transforman, o incluso se ven sustituidas por las posibilidades de conexión que ofrece Internet permitiendo la interacción entre lecturas y lectores”.

Dentro de la gran telaraña de conexiones que es la web, *YouTube* (<https://www.youtube.com/>)¹ es una de las plataformas más importantes que actúa a modo de red audiovisual donde las distintas comunidades, agrupadas por sus tipos de intereses, publican contenido audiovisual. Fue creada en 2005 y fue adquirida por Google un año más tarde. Además, también constituye una gran herramienta comercial para muchas marcas y un modo de subsistencia para muchos de los *youtubers* o creadores de contenido. El fenómeno *Booktube* consiste en una agrupación de canales literarios en los que los autodenominados *booktubers* (creadores de contenido sobre libros para *YouTube*) comparten gustos e intereses lectores a través de vídeo-reseñas y otro tipo de grabaciones en formato vídeo-blogs (*vlogs*)² centradas en obras principalmente literarias. Por otra parte, los *Booktrailers* son vídeos publicitarios cortos, impactantes y de calidad que presentan una obra literaria como si de una película se tratara, también accesibles a través de la misma web.

Cine y literatura no sólo confluyen en la creación de *trailers*, sino que es posible identificar la irrupción de producciones cinematográficas dentro de los focos de interés de los *booktubers*, especialmente en el caso de películas que se relacionan de manera más o menos directa con algún libro. En cualquier caso, todos los recursos presentados a lo largo del estudio utilizan el formato vídeo. Aunque no se trate de grabaciones que hayan nacido con un propósito didáctico, resultan muy provechosas para la educación fílmica y literaria. En este artículo se realizará una aproximación teórica a la comunidad de *BookTube* y al concepto de *booktrailers*, de modo que se pueda orientar su utilización en las planificaciones docentes de la educación fílmica y literaria. Además, se hará referencia a su existencia como productos videográficos y su proyección como materiales auténticos con potencial educativo.

La promoción de hábitos como objetivo de la educación fílmica y literaria

La creación y promoción de hábitos entre los más jóvenes es una de las tareas docentes más complicadas a nivel educativo, puesto que exige la transmisión de actitudes que transgredan los límites de la institución escolar y se asienten en los hogares. Se trata de crear la necesidad o interés suficiente como para que los estudiantes elijan invertir su tiempo de ocio en una actividad promovida desde el ámbito de la educación reglada y de la que

van a tener que ser evaluados no siempre mediante metodologías que resulten positivas para los sujetos y para el propio proceso de enseñanza-aprendizaje. Con este propósito, el mediador-docente necesita del apoyo de otros agentes de socialización como la familia y el grupo de iguales, a los que se suman también las propias producciones literarias y filmicas. En ellas se presentan personajes, situaciones y eventos con los que el receptor puede identificarse y se ofrecen modelos de imitación cuya importancia en el desarrollo de la persona es fundamental, siendo una de las modalidades más naturales de aprendizaje. A través del procesamiento de la información se guían los comportamientos del individuo que va construyendo su personalidad y autoconcepto. Por tanto, la lectura o visionado de películas como experiencia equiparable a la vital despliega ante el sujeto un escenario de múltiples realidades y personajes en alguna medida próximos a él, cuyos comportamientos pueden motivarlo a cambiar su conducta. Santiago Yubero (2005) destaca la importancia de la socialización como proceso por el cual un sujeto se adapta a la sociedad, pero también se posiciona críticamente ante ella, potenciando un cierto inconformismo que permite la destrucción de las estructuras socialmente injustas. Además, el autor llama la atención sobre la importancia de las narraciones audiovisuales en este proceso, puesto que parten de la predisposición positiva del alumno y lo sitúan en un estado emocional provechoso en la adquisición de conocimientos: “menospreciamos ingenuamente el poder socializador del entretenimiento, lo cual lo hace particularmente eficaz” (Yubero, 2005, p. 19).

La creación y promoción del hábito lector es uno de los objetivos fundamentales de la actual educación literaria (Fillola, 2004, 2010; Cerrillo, 2010, 2016; Roig Rechou, 2013) que deja atrás la perspectiva historicista y formalista para construirse sobre la idea del receptor/lector como agente activo en el proceso de comprensión e interpretación de una obra literaria y reivindica la importancia de planificar alrededor de su realidad, intereses, capacidades, conocimientos previos etc. Según Cerrillo y Senís (2005, p. 54), el problema fundamental de la consecución de este objetivo es que “leer no está de moda”, tratándose de una actividad muy poco valorada por muchos sectores de la sociedad o, en otros casos, es valorada pero no se practica. En este contexto, el docente cobra especial importancia como mediador desde una triple perspectiva: el docente como modelo de lector y conocedor de la literatura; el docente como incitador de la lectura mediante la selección consciente de obras; y el docente como planificador de la educación literaria.

No obstante, la correlación directa de los niveles psicológicos del lector con su grupo de iguales ofrece una de las posibilidades de mediación más provechosa. En comunidades lectoras, la propia actividad de leer es un nexo de unión y de establecimiento de relaciones sociales positivas que los más jóvenes disfrutan y llevan al ámbito informal de lo cotidiano. Así, las relaciones para-sociales que se establecen entre el *youtuber* y sus seguidores a nivel físico, psíquico y homofílico posibilita la expresión, el aprendizaje informal y la construcción de identidades (Vizcaíno-Verdú, Contreras-Pulido y Guzmán-Franco, 2019), entre ellas la de lector. En los ambientes virtuales especializados donde se produce la lectura social, cientos de jóvenes hablan diariamente de libros, lecturas y autores. Allí se reúnen personas que comparten el gusto por la lectura y la necesidad de poner en común lo que han leído. De este modo, las relaciones entre iguales se facilitan y, en palabras de Lluch (2014, p. 18), el hecho lector se transforma en conversación social:

Los espacios analizados son menos forzados y más cercanos que la escuela o la familia porque, como comentan en diferentes documentos, conectan con otros que tienen aficiones similares y que pueden convertirse en amigos. En este nuevo contexto, la lectura deja de ser una afición que provoca aislamiento para transformarse en un constructo de conversaciones que permite el intercambio, que les da visibilidad y que posibilita tejer relaciones afectivas.

En efecto, Lluch, Tabernero y Calvo-Valios (2015) explican que de este modo los jóvenes productores de contenido se transforman en “líderes de opinión”. La conversación social que establecen dentro de la comunidad genera espacios donde se crean lazos de pertenencia a un grupo con unas características comunes: son lectores, les gusta formar parte de este universo y les hace sentirse espaciales; comparten conocimientos sobre los libros que leen, editoriales, autores y campañas de promoción; y se ayudan, resuelven las dudas sobre la red o los propios libros.

En el caso de la educación fílmica³, ya se parte de una predisposición positiva por parte de los más jóvenes hacia el cine y sus producciones, pero el problema reside en la falta de concienciación sobre la necesaria formación del sujeto para la interpretación de estas obras y el alejamiento de modelos de audiencias pasivas y vulnerables. En un entorno carente de reciprocidad y reflexividad, la información se mueve de manera unidireccional pudiendo desencadenar diversos efectos nocivos como la interiorización de mensajes alejados de los valores morales deseables. Guichot Reina y Álvarez Domínguez (2002) explican que, pese a la conciencia social sobre la importancia de la alfabetización audiovisual, no existen desarrollos curriculares estables sobre la materia y su presencia en las aulas depende de la decisión personal y el trabajo autónomo del docente carente de formación específica. En efecto, es posible enumerar una serie de obstáculos: muchos profesores piensan que los medios de comunicación audiovisual no necesitan de un conocimiento teórico; el espacio que algunos centros dedican al cine y otros medios está fragmentado en distintas materias y tiene carácter de complemento; y la falta de formación y escasez de materiales didácticos y orientaciones metodológicas. De manera más sintética, Pérez Millán (2014) habla de dificultades individuales (la reticencia del alumnado a profundizar en la interpretación consciente del cine), profesionales (la preparación previa de los docentes), e institucionales (la indiferencia y despreocupación del gobierno a la hora de asegurar una alfabetización audiovisual de calidad).

La utilización conjunta y el trabajo comparativo sobre las producciones literarias y fílmicas ofrecen una serie de posibilidades de mejora con respecto a la situación de ambas en el contexto educativo y social del alumnado desligadas de las ventajas de la utilización del cine en la escuela:

- La predisposición positiva del alumnado ante las películas.
- La facilidad de descodificación del código audiovisual.
- La doble posibilidad de utilización pedagógica del cine como contenido educativo y como recurso (la educación a través del cine).

Los recursos descritos en apartados posteriores con el objetivo de promover la adquisición de hábitos lectores ayudan también en el aumento de la consideración sobre la importancia del tratamiento educativo del cine sin desligarlo del carácter lúdico y aprovechando al máximo las posibilidades que ofrece.

El fenómeno *booktube* y sus posibilidades educativas

El aprendizaje a través de YouTube responde a la idea de alfabetismo transmedia definido por Scolari (2015, 2016) como aquel que utiliza como soporte mediático las redes digitales, de carácter multimodal (medios interactivos), en la que el sujeto actúa como prosumidor y su objetivo es el desarrollo de juicios críticos, de carácter informal y fundamentado en las teorías de los estudios culturales y la ecología de los medios. Vizcaíno-Verdú, Contreras-Pulido y Guzmán-Franco (2019, p. 97) ofrecen una lista de destrezas que la alfabetización transmedia ofrece al sujeto: aprender haciendo lo que gusta; aprender mediante resolución de problemas; aprender por imitación o simulación; aprender mediante examinación o perfeccionamiento del trabajo propio o ajeno; aprender por medio de una enseñanza con la que el joven transmite y recibe conocimientos.

Booktube es una de las culturas nativas⁴ de YouTube cuya comunidad se dedica a la creación y publicación de contenidos audiovisuales sobre libros, especialmente aquellos dirigidos a un público juvenil. Sorensen y Mara (2014) lo definen como una “Networked Knowledge Community”, es decir, una comunidad de conocimiento en red. Aunque el fenómeno surgió en el ámbito anglosajón, en los últimos años ha subido en importancia y difusión en los países de habla hispana. Siguiendo a Luciana Monteblanco (2015, p. 57), gracias a *booktube* “los jóvenes comparten el mismo espacio de comunicación e interactúan en tiempo real, siendo al mismo tiempo, creadores y consumidores; emisores y receptores, lo que se traduce en nuevas formas de elaboración de conocimiento en forma colectiva”. Después de la búsqueda y visionado de distintos canales de *booktube* con un gran seguimiento (más de 50.000 suscriptores en septiembre de 2019)⁵ es posible ofrecer una clasificación de los distintos tipos de contenido realizado por los *booktubers* (algunos de ellos tienden a mantener la versión original inglesa del concepto, aunque su contenido sea creado en otro idioma), aparte de las grabaciones de reseñas de libros concretos más o menos extensas:

- *Wrap up*: el *booktuber* comenta de manera subjetiva y breve los libros leídos durante un período de tiempo determinado, normalmente mensual. También empiezan a ser habituales los vídeos creados sobre series o películas que se recomiendan a los seguidores por parte de *booktubers* y *youtubers* fuera de la comunidad literaria de *YouTube*.
- Mejores lecturas/peores lecturas: selección de las mejores y peores lecturas de un período de tiempo determinado realizadas por el *booktuber*, normalmente un año, que ya tienen presencia en el canal en algún otro vídeo. Suelen darse las razones por las cuales entran en esta lista y una pequeña reseña.

- Selecciones temáticas o funcionales: reseña de una serie de libros que se relacionan con una temática o fórmula concreta (como libros románticos recomendados, mejores sagas de fantasía, mejores libros LGTBI) o que el *booktuber* considera especialmente eficaces en un propósito o momento concreto (como libros para el verano, libros para superar un parón lector, libros para regalar, libros para leer antes de morir etc.).
- Anuncio y comentario de novedades editoriales: se trata de un tipo de vídeo menos explotado por la carga de trabajo previo que engloba y consiste en la recopilación y comentario básicos de distintas obras que han llamado la atención del *booktuber* y cuyo lanzamiento está próximo.
- *Unboxing*: vídeos donde se muestra al *booktuber* abriendo paquetes de libros ante la cámara, recogiendo primeras impresiones y reacciones. Puede tratarse de libros comprados o enviados por las editoriales en las labores de promoción.
- *Book haul*: recopilatorios de comentarios de libros que todavía no se han leído pero el *booktuber* tiene intención de hacerlo donde profundiza en las expectativas o sensaciones provocadas por las cubiertas y la información de la que dispone, así como las razones que lo han llevado a incluirlos en su lista de pendientes.
- *Bookshelf tour*: vídeo en el que el *booktuber* muestra todos los libros que tiene en su librería personal, mencionando únicamente el título y autor.
- *Book tag*: vídeo de preguntas y respuestas que se propone como un juego en el cual el *booktuber* profundiza en su perfil lector y acerca más contenido literario, pero también personal, a sus seguidores. Alguno de los ejemplos más típicos son el *booktag* de la vergüenza, donde el *booktuber* habla de algunos libros que han disfrutado pero que por distintas razones se “avergüenzan” de leer; el *booktag* de los clásicos, en el que se seleccionan distintos clásicos en función de los requisitos de las preguntas; o el *booktag* de las opiniones impopulares, donde se recogen una serie de libros que el *booktuber* no ha disfrutado pese a que tengan reseñas principalmente positivas a nivel público.
- *Book challenge*: reto literario amistoso que comporta un gran componente lúdico y se suele alejar del tratamiento concreto del contenido del libro que actúa como pretexto para el divertimento, como el reto de adivinar un libro por el tacto, adivinar un personaje literario que es asignado a un participante mediante preguntas, cuántos libros puedes comprar en un tiempo determinado, responder el máximo número de preguntas literarias o una cantidad concreta en un tiempo determinado, o el “si te ríes pierdes”, en el cual se leen fragmentos de un libro y quien reaccione a dicha lectura mediante la risa, pierde. La mayoría son adaptaciones de retos de *youtubers* de otros ámbitos de interés, se realizan en compañía de algún otro participante e implican una actividad física más allá de la utilización del discurso oral.
- *Booktalks*: conversaciones en torno a libros con otros *booktubers*.
- *Vlogs* de eventos literarios: grabaciones de fragmentos de la vida diaria del *booktuber* en su asistencia a eventos como ferias de libros, firmas, reuniones, presentaciones etc.
- Libro vs. Película: este tipo de contenido está siendo cada vez más trabajado y consiste en un análisis informal comparativo de una historia literaria reescrita en el celuloide a partir de criterios como el gusto personal o las expectativas con respecto a la producción.

La sencillez de realización de la mayoría de estos contenidos, así como el componente y la posibilidad de desarrollo de distintas habilidades sociales, lingüísticas y evidentemente literarias, hacen posible y provechoso el desarrollo de planificaciones didácticas cuyas actividades giren en torno a las realizadas por los *booktubers*. No obstante, no es necesario grabar, aunque la creación de una comunidad similar en contexto educativo se perfila como una buena manera de innovar en educación literaria y aplicar la utilización de las tecnologías de la información y de la comunicación en el desarrollo de la competencia literaria. Además, en su labor como mediador, el propio docente también puede contribuir a la creación de contenido para sus alumnos.

Con respecto a la transmisión de conocimientos historiográficos, *YouTube* ofrece una serie de vídeos de contenidos literarios que tratan temas como las historias reales detrás de una ficción, la vida de autoras y autores de especial interés, y los hipotextos literarios u origen de una narrativa. En efecto, se presentan como recursos idóneos y muy provechosos pero que, al tratarse de contenido creado por sujetos que no son expertos en la materia, que han recopilado información de fuentes no siempre contrastadas, sin fundamento teórico y cuya intencionalidad principal no es educativa, deben ser filtradas y analizadas previamente por el docente.

Muchos de ellos siguen el estilo de los vlogs, en los cuales el creador de contenido se sienta ante la cámara y habla, aunque utilice en algún momento un refuerzo visual, como el *booktuber* y escritor de novelas infantiles y juveniles Javier Ruescas (<https://www.youtube.com/user/ruescasj>) en su serie de vídeos sobre la historia detrás de las reescrituras filmicas de Disney de cuentos populares (como *La Bella Durmiente de Disney / Historia real y oscura*⁶ o *La Cenicienta de Disney / Historia real y terrible*⁷), obras de autor (como *Peter Pan de Disney / Historia real*⁸), leyendas y mitos (*Mulán de Disney / Historia real y origen*⁹ o *Hércules de Disney / Mito real*¹⁰), o historias de personas que existieron realmente (*Pocahontas de Disney / Historia real*¹¹). El mismo *booktuber* también tiene subida una serie de vídeos sobre las relaciones intertextuales entre películas y libros que se inicia con *Películas que tienen libro y no lo sabes*¹².

No obstante, hay una gran cantidad de vídeos que sobresalen por tratarse de propuestas artísticas más elaboradas que se construyen sobre un *storyboard* o secuenciación del contenido siguiendo una fórmula narrativa lineal de introducción, nudo y desenlace. A partir de distintas técnicas de animación básicas, el dibujo suele ir acompañando visualmente la historia, narrada por una voz en off. Algunos de los ejemplos en español más paradigmáticos de esta modalidad se encuentran en el canal “Pascu y Rodri” (<https://www.youtube.com/user/rodrigoseptienprod>)¹³, a través de los vídeos a modo de capítulos independientes que componen la serie “Destripando la historia”. De la autoría de los músicos y cantantes madrileños Rodrigo Septién y Álvaro Pascual, este último con una habilidad de dibujo notoria, las grabaciones se presentan como parodias musicales que profundizan en la historia de los cuentos clásicos, mitos, franquicias audiovisuales o festividades, basándose en las de versiones contenidas principalmente en libros y películas, elementos gráficos que hacen referencia a la cultura pop y música y letra creadas por ellos mismos, las cuales transitan por los distintos géneros. Sus vídeos no están dirigidos a un público infantil y algunos de ellos tienen secuencias que pueden no ser adecuadas para los más pequeños, con grandes dosis de humor macabro y lenguaje coloquial. Además, otro aspecto carac-

terístico y recurrente es la inclusión de los propios autores en los vídeos como narradores testigos de los eventos, caracterizados en función de la contextualización dada a cada obra. Uno de los primeros que han realizado fue *La Bella y la Bestia*¹⁴, en el que hacen explícito que van a basarse en la historia escrita por Jeanne Marie Leprince de Beaumont y publicada en 1756, la versión más conocida del cuento y utilizada como hipotexto en la mayoría de reescrituras posteriores. No obstante, los dos artistas deciden incluir referencias visuales, de contenido y sonoras con respecto a la versión cinematográfica de Disney, e incluso un final alternativo. El estilo utilizado en este y otros vídeos de una fase inicial muestran en la imagen la mano del propio ilustrador según va realizando la narración gráfica, reforzada con la escrita de ciertas palabras o frases, a veces incluso diálogos en bocadillos. Además, los efectos añadidos en la edición del vídeo le dan más dinamismo. En otros cuentos clásicos también han recurrido parcialmente a las versiones de sus recopiladores más famosos o autores como en *Rapunzel*¹⁵, (Hermanos Grimm), *La Bella Durmiente*¹⁶ (Jean-Baptiste Basile), *La Sirenita*¹⁷ (Hans Christian Andersen) o reescrituras concretas posteriores como en *Blancanieves Rusa*¹⁸ (a partir de la reescritura realizada por el poeta romántico ruso Alexander Pushkin en 1833) o *La Cenicienta China*¹⁹ (a partir de la versión contenida en el capítulo 21 de una recopilación de historias realizada en China por Duan Chengshi en el siglo IX). Este mismo estilo lo mantuvieron en sus primeros vídeos sobre novelas de autor, como las tres primeras partes de la serie sobre el joven mago Harry Potter de J. K. Rowling (*Harry Potter y la Piedra Filosofal*²⁰, *Harry Potter y la Cámara Secreta*²¹, *Harry Potter y el Prisionero de Azkaban*²²) o el clásico *El Libro de la Selva*²³ (Rudyard Kipling). Posteriormente, el estilo cambió mediante la utilización del soporte digital para la creación de la animación. Las transiciones entre los fotogramas se hicieron mucho más sofisticadas y aumentaron la utilización de colores, sin perder la esencia de los primeros vídeos. Este fue el caso de *Barba Azul*²⁴ (a partir de la versión recopilada por Charles Perrault), y de otros vídeos sobre libros de autor como *Pinocho*²⁵ (novela del italiano Carlo Collodi) o la historia real de *Anastasia*²⁶, muy distinta a la de la conocida película de Disney o el famoso musical. La evolución de la propuesta siguió evolucionando hasta los más recientes vídeos sobre personajes originarios de la mitología nórdica (*Loki*²⁷), griega (*Zeus*²⁸ o *Hades*²⁹), o héroes protagonistas de historietas estadounidense en plena vigencia por las recientes películas estrenadas en salas de cine como *Capitán América*³⁰. La evolución puede verse en los siguientes fotogramas:



Figuras 1, 2, 3 (de izquierda a derecha). Fotogramas de inicio de los vídeos de *Harry Potter y la Piedra Filosofal*, *Barba Azul* y *Zeus* del canal de “Pascu y Rodri”.

Las posibilidades educativas de *trailers* y *booktrailers*

El *booktrailer* nace de la utilización de la estrategia publicitaria del cine conocida como *trailer* en la promoción de libros. En uno de los pocos estudios específicos sobre el *trailer* cinematográfico escrito por Jon Dornaletche Ruíz titulado *Definición y naturaleza del Trailer cinematográfico* (2007), el autor explica que se trata de un tipo de publicidad específica que toma forma como anuncio audiovisual de corta duración con el objetivo de posicionar el producto en el mercado. Por tanto, se trata de una manifestación de la publicidad de ocio y entretenimiento en formato audiovisual. Dornaletche (2007, p. 103) los define como “discursos audiovisuales utilizados para vender historias narradas por otros discursos audiovisuales para y por los cuales existen”. Los *trailers* cinematográficos adoptan la forma del producto que promocionan como código expresivo y se estructuran en torno a una narración. Su fin último es generar o fomentar una necesidad de consumo que derive en el visionado del filme.

Con respecto al fenómeno de los *booktrailers*, no existe material audiovisual previo sobre el que trabajar para la creación del vídeo, puesto que el producto que se va a promocionar es un libro. Por esta razón, se relacionaría con la tipología de los *creative trailer*³¹. No obstante, en el caso de los libros con ilustraciones, se suele partir de estas imágenes para la creación de sencillas animaciones o secuencias. Diversos autores (Rovira Collado, Llorens García, Fernández Tarí y Mendiola Oñate, 2016; Rovira Collado, 2017) hacen referencia a los elementos y características del *booktrailer* a partir de la información recogida en <https://www.booktrailersweb.es/>:

- Elementos del *booktrailer*:
 - Entradilla de presentación y editorial.
 - Textos seleccionados del libro original, bien escritos o narrados.
 - Imágenes: ilustraciones del propio libro o, si no las tiene, se puede recurrir a otras imágenes para crear una idea figurada.
 - Información sobre el autor.
 - Información sobre la fecha de lanzamiento y los puntos de venta.
- Características del *booktrailer*:
 - Poca duración.
 - Gran intensidad.
 - Funciona como un avance sucinto.
 - Trata de enganchar al público y promover la compra y lectura del material.
 - Proporciona información: autoría y fechas de presentación.

Rosa Tabernero-Sala (2013, 2016) considera el *booktrailer* el principal epitexto³² virtual público que adquiere entidad artística propia, un modo de promoción muy cercano al lector del siglo XXI, asiduo a las redes sociales y acostumbrado a recibir información en soportes multimedia de naturaleza hipertextual. La autora también hace una clasificación en función del formato que contempla la existencia de tres tipos de *booktrailer*: la presentación en Issuu de una selección de páginas o dobles páginas que obedecen a una síntesis de los aspectos más destacables del libro, constituyendo documentos muy próximos al relato

en forma de libro cuya animación reside únicamente en el paso de página (como la multitud de ejemplos que ofrece la cuenta de la editorial Kalandraka en Issuu sobre distintas obras infantiles y juveniles: <https://issuu.com/kalandraka.com>); el *booktrailer* de técnica cinematográfica, el más próximo al *trailer* cinematográfico, que consiste en un vídeo muy corto que adelanta la exposición de la historia construyéndose de la misma forma que un microrrelato (por ejemplo, el *booktrailer* publicado en el canal de *YouTube* de Anaya Infantil y Juvenil de la obra *La voz del árbol*³³ [2014]), ganadora del XI Premio Anaya de LIJ; o el subido al canal de Literatura Sm España de la novela infantil *La niña invisible*³⁴ [2018], ganadora del Premio Barco de Vapor 2018); y el cortometraje animado basado en relatos ilustrados o álbumes (como sucede con las más recientes propuestas de la editorial OQO que se anima con la producción de cortometrajes audiovisuales de entre cinco y quince minutos de duración aproximadamente y creados a partir de sus álbumes ilustrados, disponibles en su canal https://www.youtube.com/channel/UCEfA7SyrMlfXAXF_-tp1uVQ). Además, con respecto al segundo grupo, hace referencia a tres tipos de propuestas: las que parten de la elipsis y la suspensión como procedimiento de construcción basado en la intertextualidad; los que exponen un fragmento literal de la obra como muestra; y las que ofrecen un minicuento de carácter hipertextual sobre la base de un libro.

El uso didáctico del formato vídeo de los *booktubers* y los *booktrailers*

Diferentes autores han hablado sobre el uso educativo y/o didáctico del vídeo (Fandos Igado, 1994; Ferrés i Prats, 1988, 1992; Corpas, 2004; García Matamoros, 2014; Duarte y Mojarro, 2014, 2015; Domínguez Jurado, 2018), diferenciando dos tipologías distintas: el vídeo didáctico, creado expresamente para la actividad docente, y los vídeos como materiales auténticos o reales³⁵, que son utilizados en las planificaciones escolares, pero han sido creados fuera del ámbito educativo. Además, también es posible sintetizar las principales ventajas del uso didáctico de las grabaciones audiovisuales: la versatilidad en sus funciones y formas de uso, así como la posibilidad de ofrecer informaciones de fenómenos de difícil observación; introducen variedad, facilitan la atención y aumentan la motivación, debido a su capacidad de transmitir conocimientos de forma distendida y lúdica; es un soporte cercano a los más jóvenes que han nacido y crecido inmersos en la cultura de la imagen como nativos digitales; desarrollan la comprensión, facilitando el acceso a los significados; ofrecen la posibilidad de repetición sin esfuerzo; y desarrollan la imaginación y la intuición. Por otra parte, las principales desventajas hacen referencia a la complejidad lingüística de algunos vídeos, el aumento del trabajo previo y de preparación por parte del docente que debe examinar detenidamente los vídeos y trabajar sobre ellos en el proceso de planificación y al hecho de que pueden crear pasividad en el alumno que asimila informaciones de manera indiscriminada.

Ferrés i Prats (1988, 1992) delimitó una serie de funciones del vídeo que siguen vigentes en la actualidad: la función informativa, la función motivadora, la función expresiva, la función evaluativa, la función investigadora, la función lúdica y la función metalingüística. En efecto, el vídeo puede ser utilizado como medio para la observación o como medio

expresivo, por parte del alumnado y/o del docente. Las dos posibilidades conceptuales son susceptibles de ser aplicadas en el trabajo en el aula de los modelos de vídeo creados por los *booktubers* y los *booktrailers*. Es decir, se puede utilizar todo el contenido creado y subido a *YouTube* como parte de las programaciones didácticas, o que el docente o el alumnado creen ese contenido a partir de unos intereses particulares como recurso para el aula o como actividad en sí misma.

Si optamos por utilizar el contenido ya existente y subido a la web, es necesario examinar cada grabación y comprobar que cumplen tres requisitos básicos: hacen referencia a obras con unos mínimos de calidad artística; el contenido se adecúa al alumnado en forma y fondo; y promueven la consecución de los objetivos delimitados. Por otra parte, en los casos donde el docente o el alumno son quienes crean el material videográfico, se debe decidir previamente en qué momento va a ser visualizado el contenido y cómo se relaciona con los distintos elementos de programación: ¿se va a visualizar durante el tiempo en el aula, antes de la sesión o a posteriori?; ¿se va a utilizar como actividad motivacional, para el asentamiento del contenido o como recurso para la evaluación? Además, la clasificación ofrecida sobre los tipos de vídeos creado por los *booktubers* funciona como punto de referencia a la hora de proponer al alumnado que cree su propio contenido, siempre destacando la importancia de darles espacio para presentarlo y compartirlo con el grupo de iguales y fomentando el trabajo colaborativo y cooperativo.

Por otra parte, la creación de *trailers* en la planificación de la educación filmico-literaria se puede realizar a partir de los recursos visuales y textuales de las producciones literarias o los fotogramas y fragmentos de las películas. De este modo, la actividad conlleva un proceso de interpretación y análisis de ambos productos y de la manera en la que una reescritura filmica trabaja con la información del hipotexto y se aleja en mayor o menor medida por motivos técnicos o la decisión personal del grupo de profesionales implicados. Además, los *trailers* pueden ser utilizados como una manera de demostrar la comprensión e interpretación del mensaje o la posición y opinión crítica del alumnado. Por otra parte, se deben ofrecer los recursos e indicaciones necesarias para que puedan seleccionar la técnica o modo de representación que prefieran: grabación de personas y escenarios reales, animaciones en volumen, animación con dibujos, narración con imágenes fijas, con sombras etc. Rovira Collado (2016) resalta las potencialidades del *booktrailer* como medio expresivo cuando afirma que, aunque nacieron como una propuesta publicitaria de las editoriales, su contribución más interesante en la formación lectora es la explotación didáctica y la creación de nuevos ejemplos por parte del alumnado de distintas edades. En un estudio posterior realizado desde el área de Didáctica de la Lengua y la Literatura con estudiantes universitarios que se forman para ser docentes de distintos niveles, Rovira-Collado y Llorens García (2017) proponen el concepto de epitexto digital didáctico para hacer referencia a los epitextos digitales que son creados con un fin pedagógico para la formación del profesorado y que van más allá del ámbito de lo “virtual”, ya que algunos son versiones digitales de textos tradicionales (reseñas, guías docentes o pósters). De este modo, los autores hacen evidente las diferencias de su propuesta con otro tipo de epitextos que no pertenecen al ámbito educativo (como los virtuales públicos propios de editoriales y lectores), ya que añaden un componente de reflexión sobre el texto literario y amplían la formación del lector.

No obstante, también existe una serie de problemas específicos con respecto a los recursos videográficos existentes en la web que hacen referencia, principalmente, a la calidad del contenido, la superficialidad de las reseñas o la falta de crítica objetiva. Álvarez Ramos y Romero Oliva (2018) evidencian la capacidad de los *booktubers* de conseguir un interés en su audiencia hacia los libros que pocas instituciones y editoriales han conseguido a partir de una comunicación 360º, que consiste en la gestión de forma estratégica de diversos criterios como la información, la persuasión, la creación de una comunidad o las muestras de sentimiento y estados de ánimo con el objetivo de “enganchar” a sus audiencias y “fidelizarlos” a su contenido. Según los investigadores,

El formato audiovisual y el cariz emotivo y personal que envuelve estas prácticas literarias internáuticas ampara e incluso perdona pecados ‘veniales’ de la Gramática, de la Retórica (en cuanto a ciencia de la construcción del discurso) y de la Teoría de los géneros. La supremacía del qué frente al cómo, de la *res* ante la *verba*, del *ingenium* frente al *ars*, nos lleva a trabajos un tanto escolares, que deleitan con una enseñanza pretendida. Así, el espectador se enfrenta a una vacua explicación del argumento del libro reseñado, apoyada en presupuestos de afinidad o preferencia” (Álvarez Ramos y Romero Oliva, 2018, p. 76).

En todo caso, estos mediadores de lectura informales consiguen con relativa facilidad la ardua tarea de crear hábitos lectores y fomentar el gusto por la lectura entre las audiencias más jóvenes, uno de los objetivos fundamentales de las planificaciones de la educación literaria que desespera a muchos docentes. No se trata de dar por recursos válidos simplemente por la predisposición positiva que tiene el alumnado hacia ellos, sino de analizar las estrategias que utilizan para lograrlo y trabajarlos en contexto educativo a partir de su inclusión en propuestas didácticas ordenadas, pensadas, coherentes y de calidad.

Conclusiones

Los más jóvenes (aunque también los adultos) están cada vez más influenciados por otros individuos en redes sociales, transformando a los creadores de contenido en modelos de imitación de los que se aprende por dependencia y/o afinidad. Esta realidad del día a día necesita ser interpretada en el aula con el objetivo de dotar al alumnado de la capacidad de analizar críticamente las informaciones que recibe y posicionarse ante ellas, especialmente en el caso de la infinidad de contenidos web de fácil acceso. En este contexto, lo importante ya no es la información, sino la capacidad de procesarla, interpretarla y seleccionarla.

Las principales conclusiones resultantes del estudio desarrollado en los distintos apartados del artículo hacen referencia a las potencialidades educativas del material videográfico de *BookTube* y los *booktrailers*, tanto en su utilización como medio de observación, así como medio de expresión. Además, la producción de contenido por parte del alumnado presenta una multiplicidad de posibilidades dependiendo de los objetivos que se haya planteado el docente: como elemento motivador, como actividad de síntesis y comprensión, como

herramienta de evaluación, como experiencia para la socialización etc. El único límite es la imaginación del propio docente y las potencialidades son infinitas. En síntesis, se trata de traer la realidad del alumnado al contexto escolar y trabajar a partir de sus gustos y conocimientos previos, al mismo tiempo que lo formamos para la sociedad más allá de los límites de la institución escolar, en la cual debe integrarse a partir de la comprensión y la cual debe cambiar a partir de un ejercicio de crítica y reflexión. No obstante, también existen una serie de contraindicaciones del uso indiscriminado de materiales, por lo que cobra especial importancia el docente como mediador para el filtraje y la temporalización de la multitud de informaciones contenidas en los recursos videográficos analizados. En todo caso, no es posible obviar el potencial de estos recursos y la falta de exploración sobre las posibilidades educativas de los materiales audiovisuales en contexto aula.

Notas

1. Todos los enlaces con respecto a vídeos contenidos en la plataforma YouTube que se recogen a lo largo del trabajo han sido comprobados a fecha 01/09/2019.
2. Se entiende por videoblog o vlog a la grabación del sujeto hablando de frente a la cámara mientras realiza un monólogo sobre un tema o evento concreto cuyo discurso es adaptado a un público determinado y el cual se publica en red posteriormente, después de un proceso más o menos laborioso de edición.
3. Entendida como el proceso cuyo objetivo principal es el desarrollo de la competencia filmica: conjunto de conocimientos que se activan ante estímulos audiovisuales ficcionales con valor estético e intencionalidad discursiva para su correcta identificación, descodificación e interpretación.
4. Gabriela Sued (2016, p. 99) explica que las culturas nativas creadas en YouTube se originan por la combinación de tres variables: la actividad de los usuarios productores de contenidos, la producción de contenidos originales y las prácticas propias de las audiencias participativas.
5. Andreo Rowling (<https://www.youtube.com/user/andreorowling>), 164000 suscriptores; Javier Ruescas (<https://www.youtube.com/user/ruescasj>), 287000 suscriptores; El coleccionista de mundos (<https://www.youtube.com/user/channelcoleccionista>), 248000 suscriptores; Nube de palabras (<https://www.youtube.com/user/Nubedepalabras>), 85200 suscriptores; Iris Grimm (https://www.youtube.com/channel/UCXh_CDX0Itm35Y5VoWrGd3g), 65300 suscriptores; Clau Reads Books (<https://www.youtube.com/user/GraviEchizen>), 451000 suscriptores; Las palabras de Fa (<https://www.youtube.com/user/laspalabrasdefa>), 358000 suscriptores; El librero de Valentina (<https://www.youtube.com/channel/UCTcQSLAq8Vx3G9tD3Uu6UbQ>), 57300 suscriptores; Bicheando libros (<https://www.youtube.com/channel/UCSZMUj4kz0Nksa2ZZftuirw>), 95900 suscriptores; MiaNauca (<https://www.youtube.com/user/alairi1>), 66200 suscriptores; Fly like a butterfly (<https://www.youtube.com/channel/UC9uguSJrkYmIlgzUGkeKUSg>), 184000 suscriptores; Raquel Bookish (https://www.youtube.com/channel/UCuUL13ETm_8sR03Q1IC1l6g), 97200 suscriptores; LittleRedRead (<https://www.youtube.com/channel/UCMBRVrA8pCZ9NXc>

Kc8_R6qA), 52000 suscriptores; Mayrayamonte (<https://www.youtube.com/user/mayrayamonte>), 121000 suscriptores; Josu Diamond (https://www.youtube.com/results?search_query=josu+diamond), 192000 suscriptores; MartitaraBookVlogs (<https://www.youtube.com/user/martitarabookvlogs>), 80800 suscriptores.

6. <https://www.youtube.com/watch?v=z6xcvWB-dKM>.

7. <https://www.youtube.com/watch?v=jnsLqK8DrqQ>.

8. https://www.youtube.com/watch?v=_t3_6tY6nAw.

9. <https://www.youtube.com/watch?v=kM46rnF0Ska>.

10. https://www.youtube.com/watch?v=_0enI_YyOxw.

11. <https://www.youtube.com/watch?v=EclP6alx61Y>.

12. <https://www.youtube.com/watch?v=jajZfa7gjDY>.

13. Los propios creadores del canal, que ya supera los 2 millones de seguidores, hablan más en profundidad de su experiencia en un vídeo de preguntas y respuestas en youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=EDoTn4RWtic>), y una entrevista colgada en la página web de www.caninomag.es (<https://www.caninomag.es/entrevista-rodrigo-septien-y-alvaro-pascual-nos-parece-que-destripando-la-historia-es-divertido-para-hacerlo-con-cualquier-cosa/>).

14. https://www.youtube.com/watch?v=5JA07af-_Qs&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=37.

15. <https://www.youtube.com/watch?v=YzbCizaN8CE&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=29>.

16. <https://www.youtube.com/watch?v=2cITLh2wqcM&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=32>.

17. <https://www.youtube.com/watch?v=ucDGMr2Z3Lo&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=36>.

18. <https://www.youtube.com/watch?v=0H89zyHxbFY&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=33>.

19. <https://www.youtube.com/watch?v=VzKNUgvIorw&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=35>.

20. <https://www.youtube.com/watch?v=nUV0l7VGXjk&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=34>.

21. <https://www.youtube.com/watch?v=2VlxJtX4I0g&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=28>.

22. <https://www.youtube.com/watch?v=qKyVWmBK3iY&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=17>.

23. <https://www.youtube.com/watch?v=re4TwtTjZjg&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=13>.

24. https://www.youtube.com/watch?v=bf_57mIFwxo&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=6.

25. https://www.youtube.com/watch?v=g5_NVwmNhhQ&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=9.

26. <https://www.youtube.com/watch?v=LlCsGdYTK-M&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbdD0&index=5>.

27. <https://www.youtube.com/watch?v=5mkketnxB34&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbD0&index=3>.
28. <https://www.youtube.com/watch?v=o2W3jfvZU4w&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbD0&index=2>.
29. <https://www.youtube.com/watch?v=bzfG5LR0jWI&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbD0&index=1>.
30. <https://www.youtube.com/watch?v=wSe58HjZj70&list=PLrTAsBj5W6oXAs2ifhqGPu2cpd6djtbD0&index=4>.
31. Dornaletche (2007, p. 110) propone una clasificación de los tipos de tráiler en la cual el *creative trailer* es definido como “todo *trailer* que no utiliza material prestado de la película que promociona, por lo que trae consigo la creación de material propio”.
32. El término epitexto virtual público fue propuesto por Lluch, Tabernero y Calvo (2015, p. 798) a partir del concepto de epitexto público de Genette (1987) para hacer referencia a los elementos paratextuales de múltiples tipos que no están anexados al texto y circulan por internet, con funciones comunicativas como comentar, difundir, modificar y ampliar que son creadas para la venta de libros y la promoción de la lectura. Además, las investigadoras destacan que la promoción es el eslabón de la cadena del libro que más se ha sentido afectado por la revolución de internet en general y los epitextos públicos virtuales adquieren cada vez más importancia, entre otras razones, porque son baratos, permiten dirigirse directamente al lector, actualizan de manera fácil los contenidos y permiten la interacción con los usuarios y conocer sus opiniones.
33. <https://www.youtube.com/watch?v=3U5Ui9FnwFw>.
34. <https://www.youtube.com/watch?v=dQ9dK7jhdyE>.
35. Dentro de la enseñanza de la lengua extranjera existen dos tipos de materiales: los materiales con fines didácticos, que son creados específicamente para el proceso de enseñanza-aprendizaje, como los libros de texto, y los materiales auténticos o reales, cuyo origen no responde a propósitos pedagógicos pero que el docente utiliza en sus planificaciones. Siguiendo a Mochón Ronda (2005), es posible identificar cuatro tipos de materiales reales: en imágenes fijas o filmicas, escritos, de audio y objetos de la vida cotidiana. Además, Andrijevic (2010) expone varias características destacables de los materiales auténticos: aunque no hayan sido creados con fines educativos específicamente, son didácticamente funcionales; son imágenes de usos lingüísticos reales en diversos contextos; preferentemente están ligados a la actualidad; muestran la realidad de una cultura; muestran a los alumnos una lengua en su estado sincrónico, una lengua que es reflejo de una determinada época, lugar, intencionalidad etc., deben estar acordes a los intereses de los alumnos; y no deben ser manipulados ni transformados para que no pierdan su identidad y veracidad.

Referencias bibliográficas

- Álvarez Ramos, E. y Romero Oliva, M. F. (2018). “Epitextos milénicos en la promoción lectora: morfologías multimedia de la era digital”. *Letral*, 20, 71-85. DOI <http://dx.doi.org/10.30827/RL.v1i20.7830>

- Andrijević, M. (2010). “Reflexiones en torno al uso de los materiales auténticos en la enseñanza de lenguas extranjeras”. *Colindancias*, 1, 157-163. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <https://colindancias.uvt.ro/index.php/colindancias/article/view/113>
- Cerrillo, P. (2010). *Literatura Infantil y Juvenil y educación literaria*. Barcelona: Octaedro.
- Cerrillo, P. (2016). *El lector literario*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Cerrillo, P. y Senís, J. (2005). “Nuevos tiempos, ¿nuevos lectores?”. *Ocnos*, 1, 19-33. DOI https://doi.org/10.18239/ocnos_2005.01.02
- Corpas, J. (2014). “La utilización del vídeo en el aula de ELE. El componente cultural”. RedEle. *Revista electrónica de didáctica del español como lengua extranjera*, 1. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://www.educacionyfp.gob.es/educacion/mc/redele/revistaredele/numerosanteriores/2004/segunda.html>
- Dominguez, N. (2018). “Vídeo para sensibilizar el aula”. *Aula de Innovación Educativa*, 278, 37-40. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <https://www.grao.com/es/producto/video-para-sensibilizar-el-aula-au27894375>
- Dornaletche Ruíz, J. (2007). “Definición y naturaleza del trailer cinematográfico”. *Pensar la Publicidad*, 1(2), 99-116. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0707220099A>
- Duarte, A. y Mojarro, A. (2014). “El vídeo educativo (Educlip) como recurso para la alfabetización mediática”. *Comunicación y Pedagogía*, 273/274, 93-98. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://www.centrocp.com/comunicacion-y-pedagogia-273-274-competencia-mediatica/>
- Duarte, A. y Mojarro, A. (2015). “Educlips: análisis del vídeo como herramienta de apoyo a la enseñanza universitaria”. *Educação, Cultura e Sociedade*, 5 (2), 41-53. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/15300>
- Fandos Igado, M. (1994). “El vídeo y su papel didáctico en Educación Primaria”. *Comunicar*, 2, 90-93. DOI <https://doi.org/10.3916/c02-1994-13>
- Ferrés, J. (1988). *Cómo integral el vídeo en la escuela*. Barcelona: CEAC.
- Ferrés, J. (1992). *Vídeo y educación*. Barcelona: Paidós.
- García Matamoros, M. A. (2014). “Uso Instruccional del vídeo didáctico”. *Revista de Investigación*, 38 (81), 43-68. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4731936.pdf>
- Guichot Reina, V. y Domínguez Álvarez, P. (2002). “Infancia y Cine: Algunas reflexiones sobre el papel que han de desempeñar la familia y la escuela”. En García Molina, M. C. (Coord.), *Familia, Comunicación y Educación* (pp. 371-378). Sevilla: Diputación de Sevilla.
- Lluch, G. (2014). “Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red”. *Ocnos*, 11, 7-20. DOI https://doi.org/10.18239/ocnos_2014.11.01
- Lluch, G., Tabernero-Sala, R. y Calvo-Valios, V. (2015). “Epitextos virtuales públicos como herramientas para la difusión del libro”. *El profesional de la información*, 24 (6), 797-804. DOI <https://doi.org/10.3145/epi.2015.nov.11>
- Mendoza Fillola, A. (2004). *La educación literaria: bases para la formación de la competencia lecto-literaria*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Mendoza Fillola, A. (2010). “La competencia literaria entre las competencias”. *Lenguaje y textos*, 32, 21-34. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://www.>

- sedll.org/sites/default/files/journal/la_competencia_literaria_entre_las_competencias._mendoza_a.pdf
- Monteblanco, L. (2015). “Comunidades en red en la Sociedad de la Información: informan, comunican, conectan. El fenómeno Booktube”. *Informatio*, 20 (1), 49-63. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://informatio.eubca.edu.uy/ojs/index.php/Infor/article/view/167>
- Paterna Roda, A. (2018). “La comunidad Booktube como propuesta para trabajar la animación a la lectura”. En López-Meneses, E., Cobos Sanchiz, D., Martín Padilla, A. H., Molina García, L. y Jaén Martínez, A. (Coords.), *Experiencias pedagógicas e innovación educativa: Aportaciones desde la praxis docente e investigadora* (pp. 987-998). Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <https://rio.upo.es/xmlui/handle/10433/6411>
- Perez Millán, J. A. (2014). *Cine, enseñanza y enseñanza del cine*. Madrid: Ediciones Morata.
- Roig Rechou, B-A. (2013). *Educação literária e literatura infantojuvenil / Educación literaria e literatura infantil e xuvenil*. Porto: Tropelias.
- Ronda, M. (2005). “Los materiales reales en la formación y docencia del profesorado para la enseñanza de la lengua y cultura española”. *Biblioteca virtual redELE*, número especial mayo. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://redined.mecd.gob.es/xmlui/handle/11162/80536>
- Rovira-Collado, J. (2011). “Literatura infantil y juvenil en internet: de la Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas para su estudio y difusión”. *Ocnos*, 7, 137-151. DOI https://doi.org/10.18239/ocnos_2011.07.11
- Rovira-Collado, J. (2016). “Del blog de LIJ 2.0 al booktuber en la promoción del hábito lector”. *Revista de Estudios Socioeducativos*, 4, 37-51.
- Rovira-Collado, J. (2017). “Booktrailer y Booktuber como herramientas LIJ 2.0 para el desarrollo del hábito lector”. *Investigaciones Sobre Lectura*, 7, 55-72. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <https://www.comprensionlectora.es/revistaIsl/index.php/revistaISL/article/view/180>
- Rovira-Collado, J. y Llorens García, R. (2017). “Epitextos digitales como estrategia LIJ 2.0 para la formación integral en Didáctica de la Lengua y la Literatura”. En Roig-Vila, R. (Ed.), *Investigación en docencia universitaria. Diseñando el futuro a partir de la innovación educativa* (pp. 733-743). Barcelona: Octaedro. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/71194>
- Rovira-Collado, J., Llorens García, R. F., Fernández Tarí, S. y Mendiola Oñate, P. (2016). “Nuevas perspectivas en la didáctica de la literatura infantil y juvenil: booktuber y booktrailer”. En Roig-Vila, R., J. E. Blasco Mira, A. Lledó Carreres, N. Pellín Buades (Eds.), *Investigación e Innovación Educativa en Docencia Universitaria. Retos, Propuestas y Acciones* (pp. 1755-1771). Alicante: Universidad de Alicante. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://hdl.handle.net/10045/60518>
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2016). “Alfabetismo transmedia. Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación”. *Telos*, 103. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero103/estrategias-de-aprendizaje-informal-y-competencias-mediaticas-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion/>

- Sorensen, K. y Mara, A. (2014). "Booktubers as a Networked Knowledge Community". En Limbu, M. y B. Gurung (Eds.), *Emerging Pedagogies in the Networked Knowledge Society: Practices Integrating Social Media and Globalization* (pp. 87-100). Hershey, PA: IGI Global. DOI <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4757-2.ch004>
- Sued, G. (2016). "Formas distantes de ver youtube: una exploración por la comunidad booktube". *Virtualis*, 7 (14), 91-111. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/189>
- Tabernero-Sala, R. (2013). "El book trailer en la promoción del relato". *Quaderns de Filologia. Estudis literaris*, XVIII, 211-222. Consultado el 1 septiembre de 2019. Disponible en <http://hdl.handle.net/10550/45681>
- Tabernero-Sala, R. (2016). "Los epitextos virtuales en la difusión del libro infantil: Hacia una poética del book-trailer. Un modelo de análisis". *Ocnos*, 15 (2), 21-36. DOI https://doi.org/10.18239/ocnos_2016.15.2.1125
- Vizcaíno-Verdú, A., Contreras-Pulido, P. y Guzmán-Franco, M.-D. (2019). "Lectura y aprendizaje informal en YouTube: El Booktuber". *Comunicar*, 59, 95-104. DOI <https://doi.org/10.3916/c59-2019-09>
- Yubero, S. (2005). "Socialización y aprendizaje social". En Páez Rovira, D., I. Fernández Sedano, S. Ubillos Landa, E. Mercedes Zubieta (Coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 819-844). Madrid: Pearson.

Abstract: The Web offers an unlimited series of resources which have not been created for educational purposes but they are functional at an educational level. This article analyses the video content in BookTube and the booktrailers with the aim of identifying the potentialities given to teachers for the literary and film education from its use as medium of observation and medium of expression.

Keywords: BookTube - Booktrailer - Film education - Literary education - Didactic use of video.

Resumo: A rede oferece uma série ilimitada de recursos que não foram criados para fins didáticos, mas que são funcionais a nível educacional. No artigo seguinte, são analisados os conteúdos videográficos da comunidade Booktube e dos booktrailers, a fim de identificar as potencialidades oferecidas ao professor no planeamento da educação literária e cinematográfica a partir de sua utilização como meio de observação e / ou meio expressão.

Palavras chave: BookTube - Booktrailer - Educação cinematográfica - Educação literária - Uso didático de vídeo.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
