

Booktrailer y literatura juvenil. Una revisión sistemática

Booktrailer and youth literature. A systematic review

César Sánchez Ortiz

Universidad de Castilla-La Mancha

cesar.sortiz@uclm.es

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-1534-8822>

Laura Benedicto Melero

Universidad de Castilla-La Mancha

laura.bmelero@uclm.es

ORCID ID: <http://orcid.org/0009-0009-5698-9886>

DOI: 10.17398/1988-8430.42.7

Fecha de recepción: 22/09/2024
Fecha de aceptación: 25/11/2024

OPEN  ACCESS

Esta obra está publicada bajo una licencia Creative Commons



Sánchez Ortiz, C. y Benedicto Melero, L. (2025). Booktrailer y literatura juvenil. Una revisión sistemática. *Tejuelo*, 42, 7-30.

Doi: <https://doi.org/10.17398/1988-8430.42.7>

Resumen: Un fenómeno reciente en el mundo editorial, relacionado con la promoción del libro y la lectura, es el de los booktrailers. Un producto audiovisual que tiene su razón de ser en el ecosistema digital, sobre todo en las redes sociales, y que encuentra al público juvenil como su principal destinatario. Por su relativa novedad, no es mucha la literatura científica que se ha desarrollado sobre los mismos. Y la existente no lo hace siempre desde el mismo punto de vista, siendo frecuente encontrar artículos que se centran en sus posibilidades didácticas en el aula. Este trabajo tiene como objetivo analizar las publicaciones científicas sobre este tema y conocer las posibles tendencias de investigación que puedan darse, centrando la consulta en las bases de datos WOS, SCOPUS, LISA y Dialnet. La búsqueda ha identificado 59 documentos, los primeros del año 2016, lo que habla de lo actual de esta herramienta de promoción lectora en España, también lo es su presencia en revistas indexadas. Aun así, esta revisión sistemática nos ha permitido establecer tres enfoques diferentes desde los que se aborda esta realidad: la educación literaria, la promoción lectora y el marketing editorial.

Palabras clave: booktrailer; literatura; lectura; revisión sistemática.

Abstract: Booktrailers are a recent phenomenon in the publishing world, related with book promotion and, therefore, with reading. It's an audiovisual product that was born in the digital ecosystem, mainly in social media, and that is consumed mostly by young audiences. Due to its recent appearance, there's not many scientific literature about this topic. Articles that have been already published are more focused on booktrailers as a didactic tool at school than in any other purpose. For that reason, this article aims to analyse scientific literature about booktrailers to fix possible academic tendencies, looking for answers in WOS, SCOPUS, LISA and Dialnet databases. Research has identified 59 documents, just since 2016, which proves booktrailer is a recent topic. Booktrailer phenomenon is a brand new format as a reading promotion tool in Spain, so it is even sooner its appearance in academic articles indexed in scientific journals. Despite this fact, this Systematic review allows to find three different approaches to analyze booktrailers: Literary education, reading promotion and publishing marketing.

Keywords: booktrailer; literature; reading; systematic review.

I

ntroducción

Las editoriales de Literatura Infantil y Juvenil (en adelante, LIJ) han encontrado en el booktrailer¹ un gran aliado para llegar a los lectores jóvenes y adolescentes, un público que se maneja con naturalidad en el mundo de Internet y las redes sociales. Este formato de tráiler, habitual en el cine, pero novedoso en el mundo editorial, transforma el relato escrito en una producción audiovisual que cuenta con una serie de características estandarizadas.

El booktrailer emerge como un fenómeno novedoso dentro de la promoción lectora, “donde la comunicación digital es fundamental” (Rovira-Collado, 2017, p. 63). Rosa Tabernero-Sala lo define como “un instrumento de promoción de un libro en formato de vídeo (...) con la peculiaridad de que circula por internet, es decir, se difunde a través de las redes sociales” (Tabernero-Sala, 2013, p. 212). De esta manera se diferencia “de otras adaptaciones como los audiolibros, lecturas representadas, adaptaciones escolares o entrevistas a los autores” (Rovira Collado, 2022, p. 74). Los booktrailers integran “palabra,

¹ Aunque la FundéuRAE recomienda el uso de la palabra bibliotráiler, hemos preferido utilizar el término en inglés porque es el más habitual en la literatura científica en español, y el que se utiliza mayoritariamente en investigación en los ámbitos de la LIJ y similares, como en la didáctica de la lengua y la literatura.

imagen y sonido que las editoriales utilizan como herramienta de marketing, mientras que las escuelas lo utilizan como una forma de promocionar las lecturas” (Lluch y Sanz Tejeda, 2021, p. 51) en el entorno digital. Cuentan, por tanto, con una doble faceta comercial y educativa: su empleo como estrategia publicitaria por parte de las editoriales (creadoras de dicho contenido) y su llegada al aula como herramienta didáctica (Rovira-Collado, 2017). Por ello es cada vez mayor su relación con los lanzamientos literarios de LIJ que realizan las editoriales en España (Lluch, Tabernero-Sala y Calvo-Valios, 2015). Se justifica así que el booktrailer se utilice en este nicho de mercado, pues el público objetivo de la LIJ se mueve de forma natural en el entorno virtual (Rovira-Collado, 2022) y por ello son llamados los lectores del siglo XXI, caracterizados por una mayor presencia en internet (Tabernero-Sala, 2016).

Dado su vínculo inherente al entorno digital, el booktrailer como elemento narrativo es considerado un recurso transmedia. El término fue definido por Marsha Kinder (1991) y profundizado por Henry Jenkins en 2006. En su libro, *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Jenkins afirma que la narración transmediática es el arte de crear mundos. Para experimentar plenamente cualquier mundo de ficción, los consumidores deben asumir el papel de cazadores y recolectores, persiguiendo fragmentos de la historia a través de los canales mediáticos, intercambiando impresiones con los demás mediante grupos de discusión virtual, y colaborando para garantizar que todo aquel que invierta tiempo y esfuerzo logre una experiencia de entretenimiento más rica (2006, p. 31).

Más tarde, será Carlos Scolari, el teórico referente en España de este campo, quien defina la narrativa transmedia como “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (2013, p. 46). Pese a este crecimiento y a la múltiple autoría de estos formatos, una de sus características debe ser la de garantizar la continuidad del mundo narrativo, es decir, que la historia se comprenda siguiendo una línea común en este universo transmedia. Dicho principio se cumple al pasar

del libro al booktrailer. Dentro de esta narrativa, el libro sería el elemento principal del que nace el booktrailer, “ejemplo de expansión transmedia que relaciona cine y literatura” (Rovira-Collado, 2022, p. 66). Y es que esta estrategia transmedia protagonizada por el booktrailer no es más que otra forma de crear historias, pues “*the art of storytelling is not recent. Human being is an innate social individual and the construction of scenarios is intrinsic to its nature: what is new is the way it is done*” (Rivera Orbel et al., 2020, p. 318). En este sentido, su incursión en las aulas también se observa como una “oportunidad para que la educación tome conciencia de que la alfabetización transmedia ofrece la posibilidad de trabajar las plataformas mediáticas” (Ambròs-Pallarès, 2020, p. 14).

Esta estrategia de marketing editorial es un fenómeno reciente, sobre todo teniendo en cuenta que en España no se acuñó su definición hasta 2013 (Tabernero-Sala, 2013). Partiendo de esta premisa, hace apenas una década desde que esta forma de promocionar la lectura en el entorno digital ha sido estudiada por la academia. Su definición se ha vinculado desde el inicio al ámbito de la literatura, razón por la que se explica que teóricos e investigadores hablen del booktrailer como un paratexto (Rovira-Collado, 2022). Este término fue definido por Genette (2001) y adaptado y redefinido al presente como un epitexto público virtual (Lluch et al., 2015). De esta forma el booktrailer se presenta como una herramienta capaz de aunar el lenguaje analógico y escrito del libro con el digital y audiovisual del tráiler (Lluch et al., 2015).

No son aún demasiados los estudios que se centran en analizar este producto audiovisual como herramienta para la promoción de la lectura, desde cualquiera de los diferentes ámbitos de aproximación al mismo: animación lectura, promoción editorial, marketing, herramienta de educación literaria, posibilidades educativas, caracterización audiovisual... Por eso, en este artículo proponemos una revisión sistemática sobre las investigaciones realizadas en torno al booktrailer siguiendo el *framework* SALSA (Grand y Booth, 2009), consiguiendo así una panorámica más precisa y pertinente sobre la literatura científica relacionada con este fenómeno editorial audiovisual.

El objetivo principal que persigue esta investigación es revisar sistemáticamente la literatura científica existente sobre el booktrailer como herramienta para la promoción de la literatura juvenil, abordada desde el punto de vista transmedia y audiovisual.

1. Método

Partimos de la hipótesis de que la literatura científica que existe sobre el booktrailer es reciente y escasa. Pretendemos proporcionar un resumen exhaustivo de la misma, y para llevarlo a cabo con las máximas garantías de rigor se ha optado por realizar una revisión sistemática empleando el *framework* SALSA, definido por Grandt y Booth en 2009, que toma su nombre de las cuatro fases que rigen este tipo de revisión sistemática (*Search, Appraisal, Analysis y Synthesis*). De esta forma se consigue “una descripción general, con un enfoque analítico/crítico, de los principales trabajos publicados anteriormente en un ámbito de la ciencia o del conocimiento” (Codina, 2022, p. 9).

1. 1. Search / búsqueda

Esta primera fase consiste en planificar la búsqueda de documentos que posteriormente serán objeto de análisis. Para conformar el banco final de documentos (Yin, 2010), buscaremos en diversas fuentes y seleccionaremos y evaluaremos los documentos resultantes aplicando criterios de inclusión y exclusión que nos permitirán descartar aquellos recuperados en la primera fase de búsqueda que no se adecúen a los objetivos de la revisión.

En esta investigación fueron consultadas las bases de datos Web Of Science (WOS), Scopus, LISA y Dialnet. Estas bases, junto con la estrategia, la ecuación de búsqueda y los resultados obtenidos se recogen en la tabla 1.

Las palabras clave que se definieron fueron las siguientes: booktrailer; literatura juvenil; narrativa audiovisual y transmedia. Se introdujeron en las bases de datos tanto en castellano como en inglés

para ampliar los resultados. La búsqueda se realizó entre el 16 y el 22 de junio de 2024.

Tabla 1
Estrategia, la ecuación de búsqueda y los resultados

Base de datos/ Estrategia	Ecuación de búsqueda	Resultados
WOS	(AB=(BOOKTRAILER)) AND AB=(CHILDREN LITERATURE)	1
Búsqueda avanzada filtrada por “abstract”	(AB=(BOOKTRAILER)) AND AB=("AUDIOVISUAL NARRATIVE")	0
	(AB=(BOOKTRAILER)) AND AB=(TRANSMEDIA)	0
	(AB=(BOOKTRAILER)) AND AB=(LITERATURA JUVENIL)	0
	(AB=(BOOKTRAILER)) AND AB=(NARRATIVA AUDIOVISUAL)	0
SCOPUS	"BOOKTRAILER" AND "LITERATURA JUVENIL"	12
Búsqueda avanzada	"BOOKTRAILER" AND "NARRATIVA AUDIOVISUAL"	1
	"BOOKTRAILER" AND "TRANSMEDIA"	24
	"BOOKTRAILER" AND "CHILDREN LITERATURE"	17
	BOOKTRAILER AND "AUDIOVISUAL NARRATIVE"	0
LISA	"BOOKTRAILER" AND "LITERATURA JUVENIL"	0
Búsqueda avanzada “en cualquier campo”	"BOOKTRAILER" AND "NARRATIVA AUDIOVISUAL"	0
	"BOOKTRAILER" AND "TRANSMEDIA"	1
	"BOOKTRAILER" AND "CHILDREN LITERATURE"	0

	BOOKTRAILER AND "AUDIOVISUAL NARRATIVE"	0
DIALNET	"BOOKTRAILER" AND "LITERATURA JUVENIL"	0
Buscar documentos e introduciendo la ecuación en “contiene las palabras”	"BOOKTRAILER" AND "NARRATIVA AUDIOVISUAL"	0
	"BOOKTRAILER" AND "TRANSMEDIA"	3
	"BOOKTRAILER" AND "CHILDREN LITERATURE"	0
	BOOKTRAILER AND "AUDIOVISUAL NARRATIVE"	0

Fuente: elaboración propia

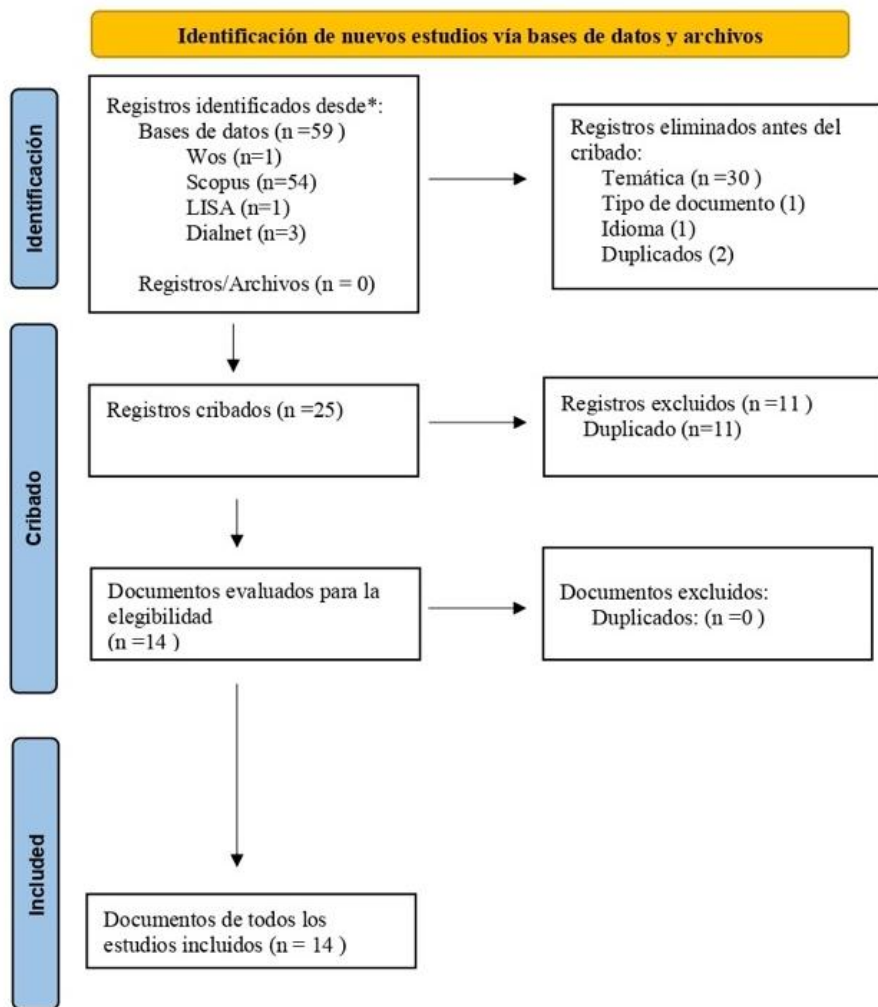
Se incluyen todos los documentos cuyo idioma sea español o inglés y que sean artículos de revistas, libros o capítulos de libros. Se excluyen aquellos que no se adecúen a la temática de esta investigación.

En la fase de búsqueda se han recuperado un total de 59 documentos (tabla 1). A continuación, se ha realizado el primer cribado, y tras la lectura del título y del *abstract* se han eliminado 30 documentos por no adecuarse a la temática, 1 por el tipo de documento, 1 por idioma y 2 por duplicados (figura 1).

1. 2 *Aphraisal/ evaluación*

En la segunda fase de cribado, se realizó la lectura completa de los documentos, quedando excluidos 11 de ellos por estar duplicados y resultando 14 incluidos (figura 1).

Figura 1
Diagrama de flujo



Fuente: elaboración propia a partir de Page et al. (2022)

Para evaluar la calidad de los estudios cualitativos incluidos en el corpus de la revisión, se aplicó al banco de documentos la lista de verificación del Critical Appraisal Skills Program (CASP), utilizando la versión en castellano de Cano Arana et al. (2010) “10 preguntas CASPe para ayudarte a entender un estudio cualitativo”. Aunque el corpus se compone de 14 documentos, se evaluaron 13 ya que uno de ellos

presenta una metodología cuantitativa. Cada documento se evaluó de forma independiente y por duplicado entre ambos autores, quedando los desacuerdos resueltos mediante consenso.

A continuación, se presentan los resultados estructurados en los tres aspectos generales que considera la lista: en lo relativo al *rigor*, en el 69,23% de los estudios analizados se definen claramente los objetivos de la investigación y se utilizan métodos de investigación adecuados para lograrlos. Respecto a la *credibilidad*, es decir, “la capacidad que tienen los resultados de representar el fenómeno de estudio desde la subjetividad de los participantes” el 69,23% de los documentos aclaran la selección de participantes y demuestran consistencia entre los datos recogidos y los resultados, utilizando técnicas de recogida de datos consecuentes con las preguntas de investigación. El 92,31% de los documentos consultados no refleja la reflexibilidad ni los aspectos éticos. Finalmente, en el 61,54% de los documentos se realizó un análisis riguroso de los datos, exponiendo los resultados de forma concisa resultando los hallazgos relevantes para nuestra investigación. Las últimas fases de la metodología correspondientes a la síntesis y al análisis de documentos se desarrollan en el siguiente punto.

2. Resultados

Synthesis, analysis / Síntesis, análisis

Tabla 2

Síntesis de los documentos

Referencia	Resumen	Metodología	Conclusiones
1. Fraga Azevedo, F. J., Selfa Sastre, M. y Balça, Á. (2016)	Aborda los cambios que Internet ha producido en la lectura de textos juveniles y en su promoción a partir de epitextos públicos virtuales como blogs, los foros de lectura y los booktrailers.	Estudio de caso	Las nuevas formas de lectura permiten tanto al autor y al lector del texto difundir sus experiencias de lectura e interpretación de diversos modos. Se puede hablar de un cambio de época que afecta a los nuevos modos de lectura: el lector puede concebir y gustar la lectura de un texto literario a partir de la interacción en diferentes epitextos virtuales, que le permiten comentar, difundir, ampliar y compartir el mensaje literario que está consumiendo con otros usuarios.
2. Romero Oliva et al. (2022)	Análisis del perfil de los epitextos virtuales que aparecen en cuatro plataformas editoriales de ámbito educativo para la promoción del libro.	Cualitativa	Las plataformas editoriales educativas han incorporado nuevos lenguajes en consonancia con la sociedad en la que se desarrollan las prácticas letradas de primeros lectores y adolescentes.
3. Taberner Sala, R., y Colón Castillo, M.J. (2023)	Explora cómo los epitextos virtuales, tales como reseñas en línea, blogs, y redes sociales, pueden fomentar la lectura crítica de libros ilustrados para niños.	Cualitativa	Los epitextos virtuales promocionales crean significado y proponen, desde el paradigma digital, una forma de lectura que fomenta el aspecto analógico esencial de la lectura profunda, el cual es clave para el pensamiento crítico.
4. Rovira-	Describe el booktrailer y el fenómeno booktube, plantea sus	Análisis de prácticas	Consideración de ambos elementos como “estribillos transmedia” de la lectura. Se pueden aprovechar

	Collado, J., Llorens R. F., Fernández Tarí, S., Mendiola P. (2016)	ventajas e inconvenientes y las múltiples posibilidades de implantación en el ámbito didáctico para trabajar la comprensión lectora.	realizadas en el aula	tanto antes, como durante o después de la obra literaria.
5.	Rovira- Collado, J. (2022)	Hace un recorrido por booktrailers de varias sagas fantásticas, para destacar su importancia en la difusión transmedia de una obra literaria junto a adaptaciones cinematográficas, ampliaciones y extensiones a cómics, fanfictions, juegos de rol o videojuegos.	Análisis de booktrailers de sagas	El booktrailer relaciona la lectura literaria con el lenguaje audiovisual y se diferencia de otras adaptaciones como los audiolibros, lecturas representadas, adaptaciones escolares o entrevistas a los autores. También tiene características transmedia puras como el Fanfiction y el Remix, con considerable influencia de las adaptaciones cinematográficas.
6.	Amo- Sánchez- Fortún, J. M., Baldrich- Rodríguez, K. y Domínguez- Oller, J. C. (2023)	Explora el fenómeno de la promoción de la lectura de los libros de no ficción en los espacios virtuales más relevantes.	Cualitativa de corte etnográfico en contextos digitales	Importancia de las estrategias de intermediación lectora. En relación con las dinámicas de interacción comunicativa en las comunidades virtuales centradas en la lectura, la participación de los nuevos prescriptores de lectura en estos espacios permite profundizar en el carácter social de esta, potenciando espacios de diálogo para presentar sus experiencias y claves interpretativas.
7.	Gómez Domingo, M. y Bárcena	Conocer las percepciones de un grupo de alumnos de primaria sobre los beneficios del uso booktrailers en el aula para	Cuantitativa	La preparación de booktrailers en el aula es percibida como una práctica altamente motivadora por parte de los estudiantes, que revelan haber adquirido nuevos aprendizajes que han contribuido al desarrollo de su

	Toyos, P. (2022).	fomentar la lectura y desarrollar su competencia digital.		competencia digital al haber aumentado su interés por la lectura.
8.	López-Pérez, M., de la Maya, G. (2023)	Análisis del perfil lector y las prácticas literarias online de los futuros docentes de Educación Primaria que cursan estudios en la Facultad de Educación de la Universidad de Extremadura.	Cuestionario y análisis estadístico	La lectura por necesidad es la que mayor interés despierta entre los futuros docentes, ya sea por motivos de estudio o de información. En cuanto a la lectura por placer, más de la mitad de los encuestados afirman que leen poco o nada, y que es un tipo de lectura que realizan mayoritariamente de forma semanal o mensual. Sólo el 13% de ellos lee por placer a diario.
9.	Rovira-Collado, J. (2016)	Analiza cómo el booktrailer y el booktuber funcionan como elementos clave en la narrativa transmedia, especialmente en el contexto de sagas de literatura fantástica.	Estudios de caso (no emplea metodología cualitativa)	Tanto el booktrailer como el booktuber son elementos fundamentales en la narrativa transmedia moderna, especialmente dentro del género de la literatura fantástica. Su capacidad para expandir el universo narrativo y crear comunidades de fans demuestra su importancia en el ecosistema actual de la promoción literaria. Ambos elementos ofrecen enormes posibilidades didácticas.
10.	Tabernero Sala, R., et al. (2024)	Analiza cómo los booktrailers pueden mejorar la comprensión y el interés por la lectura de libros infantiles entre los estudiantes universitarios.	Cualitativa	El booktrailer se entiende como uno de los pilares sobre los que puede gravitar la educación de los lectores en el siglo XXI. El estudio pone de manifiesto la relevancia de esta herramienta que transita entre los paradigmas de lectura analógica y digital. En los registros de observación se descubrió que gran parte de los estudiantes tendían a invertir el orden de las actividades propuestas en la tarea (1. Análisis del libro; 2. Creación de su booktrailer) de forma natural. De esta manera, se desarrolla primero el booktrailer para acometer después -o de forma

			paralela al mismo- el análisis en profundidad de la obra.
11.	Tabernero-Sala, R., Colón-Castillo, M. J., Sampériz-Hernández, M., & Campos-Bandrés, I. O. (2022)	Estudio sobre las características del <i>booktrailer</i> de libros ilustrados de no ficción dirigidos a la infancia.	Estudio exploratorio y análisis de contenido
			Concluye que el booktrailer del libro ilustrado de no ficción evidencia un lector implícito curioso y reflexivo en consonancia con las necesidades que la sociedad digital del siglo XXI plantea en materia de lectura.
12.	Romero Oliva, M.F., Heredia Ponce, H. y Sampériz, M. (2019)	Análisis del grado en que el booktrailer, facilita la promoción y la adquisición de la competencia literaria en la formación inicial de maestros.	Cualitativa
			El booktrailer facilita la promoción lectora de las obras literarias infantiles y juveniles – figura 4–, generando así el desarrollo de la competencia literaria en los alumnos.
13.	Ibarra-Rius, N., & Ballester-Roca, J. (2018)	Análisis del potencial de la narración digital en la formación docente como herramienta para la adquisición y desarrollo de competencias básicas, la promoción de la creatividad y la adquisición de la alfabetización multimodal de los estudiantes.	Experiencia de aula
			El booktrailer puede ser útil para cumplir una serie de objetivos y despertar el interés de futuros profesores y niños por los textos literarios, pero no debemos olvidar que el objetivo final es el de crear hábitos de lectura estables y la placer de leer.

14. Ibarra-Rius, N. y Ballester- Roca, J. (2016)	Estudio de las posibilidades del book tráiler para la educación lectora y literaria en educación infantil y primaria a partir de una experiencia de investigación e innovación llevada a cabo con futuros maestros de la Universidad de Valencia.	Experiencia de investigación e innovación docente	El booktrailer nos ha ofrecido una atractiva posibilidad metodológica en el seno de las narrativas digitales en las que se han conjugado la investigación y la innovación la creación de materiales multimodales para las etapas de educación infantil y primaria a partir de la formación de los futuros maestros.
---	---	---	---

Fuente: elaboración propia

Si el empleo del booktrailer como herramienta de promoción lectora en España es novedoso, más lo es su estudio desde el punto de vista de la academia. Tabernero-Sala no solo se ha encargado de delimitar este término, sino también de estudiarlo en base a la LIJ. En 2013 publicó su primera investigación en la que, además de definir y asentar las características del booktrailer, exponía una clasificación de estos según su forma (Tabernero-Sala, 2013). La importancia del booktrailer se debe a que este formato virtual es cada vez más primordial en la difusión de libros, lo que justifica que la autora continuara profundizando en el mismo tema hasta elaborar un modelo de análisis del booktrailer que aplica en un estudio de caso con el booktrailer *Le merveilleux Vedu-Dodu-Petit* (Tabernero-Sala, 2016). De esta forma, estableció las características principales para identificar booktráileres de calidad. Lo hizo tras analizar una muestra de 80 obras seleccionadas, de las que dedujo que todas compartían la precisión, la persuasión, el ser sugerentes y la brevedad.

Esta última está estrechamente unida a lo que Scolari (2020) ha denominado la cultura *snack* y a su adaptación a su único canal de difusión: las redes sociales, que conforman un “universo de mensajes que viene caracterizado por la «miniaturización» del relato y la brevedad del mensaje” (Romero Oliva et al., 2023, p. 2).

Partiendo de los estudios de Tabernero y centrándonos ya en la síntesis de los documentos recuperados, otros modelos de análisis han ido emergiendo, aunque más centrados en su función didáctica que en su potencial audiovisual. Siendo su público objetivo el lector infantil y juvenil, parece inherente estudiar la injerencia del booktrailer en el aula. Ibarra-Rius y Ballester-Roca (2016, 2018) se centran en este recurso para conocer su potencial educativo, pues el booktrailer se convierte en una manera de introducir las tecnologías de la información para la formación de los lectores y, por ende, de los profesores en este ámbito de la narrativa digital. En el estudio, no solo el alumnado de infantil y primaria aprendía a elaborar un booktrailer, sino que también era evaluado por su aprendizaje y manejo del lenguaje audiovisual y la ejecución del proyecto desde un punto de vista técnico y comunicativo (Ibarra-Rius y Ballester-Roca, 2016). Todo ello sin perder de vista la

promoción de la lectura, que es el objetivo que persigue el booktrailer. Su interés rebasa las fronteras nacionales y en Portugal también se hacen eco de esta hibridación artística y publicitaria. Así lo recoge *La literatura juvenil publicada en Portugal: de las grandes tiradas comerciales a la interacción en la web 2.0* (Fraga et al., 2016), aunque el estudio del booktrailer en este caso es residual y no se analiza en profundidad.

Como avanzábamos, son varios los estudios en los que la temática principal tiene que ver con el uso de este recurso audiovisual en el aula. Así, en 2019 encontramos publicaciones relacionadas tanto con la formación del profesorado para el trabajo con booktráileres (Romero, et al., 2019), como con las nuevas propuestas docentes que mezclan el lenguaje literario y el audiovisual (Rovira Collado, 2016; Rovira-Collado, J., Llorens R. F., et al., 2016; Rovira-Collado, 2019, 2017; Rovira-Collado, 2022). Aunque las investigaciones en edad infantil y primaria son las más habituales, el foco de dicha promoción lectora a través del booktrailer también se sitúa en los estudiantes universitarios. Es el caso de *The Use of Audiovisual Booktrailer to Promote Reading Among University Students*, que concluyó lo siguiente:

The realization of literary promotion material known as booktrailer is an innovative and very powerful tool to reach young people in the middle era dominated by the visual world (...), which should go to find their primary source: the book (Rivera Orbe, et al., 2020, p. 325).

Más recientemente, ya en 2022 existe un ligero aumento de la producción de investigaciones centradas en el booktrailer. Entran en juego otras líneas que ya se centran en los responsables de su producción y creación, las editoriales. Tabernero-Sala, Colón-Castillo, Sampériz y Campos-Bandrés (2022) certifican el aumento exponencial de la producción de booktráileres en los últimos años. En este mismo estudio también se empieza a hacer hincapié en las plataformas de difusión y, por ende, en las redes sociales, un paso al frente para seguir explorando este formato que, hasta el momento, solo había buceado de

manera profunda en el campo didáctico. Además, añaden otras características comunes al análisis que realizan sobre booktráileres, como el arte y la materialidad, la fragmentariedad, la hibridación, la interactividad, la solvencia y el aprendizaje y su capacidad de concienciación. Como recurso transmedia, su extensión conlleva que los propios usuarios creen booktrailerers. Así lo recoge José Rovira-Collado en *Evolución del booktrailer como epitexto transmedia de sagas cinematográficas y literarias* (2022). Esto también significa que el estudio del booktrailer ya no se centra tanto en su función didáctica y de promoción lectora, sino en el booktrailer como estrategia para el desarrollo de “habilidades de los alumnos referentes al manejo y aplicación de herramientas digitales para la elaboración de recursos multimedia a través de *softwares*” (Gómez-Domingo y Bárcena-Toyos, 2022, p. 80).

Las investigaciones más recientes siguen en la línea de analizar y poner en valor el potencial del booktrailer como elemento de la narrativa transmedia. Es el caso de *Promoción de la lectura y transmedia. De la creación editorial al booktrailer como epitexto ficcional* (Romero Oliva et al., 2023), que se diferencia de todo lo publicado hasta el momento. Por primera vez se incluye como objeto de estudio a las editoriales que apuestan por esta herramienta de promoción y se introduce el lenguaje audiovisual en el análisis del booktrailer. Lo hace añadiendo a los criterios asentados por Tabernero-Sala (2016) otro apartado de recursos cinematográficos como la elipsis, el *zoom* o la música (Romero Oliva et al., 2023). Toda la literatura científica existente hasta la fecha permite que en la actualidad esta herramienta digital se analice no solo desde el punto de vista de su utilidad didáctica, sino teniendo en cuenta otra serie de factores primordiales como “the visibility of the author, the removal of the boundaries between reality and fiction, the experiential connection between the author, the reader and their environment, and the enhancement of the material aspects of the discourse” (Tabernero-Sala y Colón-Castillo, 2023, p. 14).

De más actualidad son los trabajos de Amo Sánchez-Fortún et al. (2023) y Tabernero Sala et al. (2024). Los primeros realizan un

análisis exploratorio del fenómeno de la promoción de la lectura de los libros de no ficción en los espacios virtuales más relevantes. En el trabajo de Tabernero Sala et al. se analiza cómo los booktrailers pueden mejorar la comprensión y el interés por la lectura de libros infantiles entre los estudiantes universitarios, poniendo de manifiesto la relevancia de esta herramienta que transita entre los paradigmas de lectura analógica y digital.

Así, tras revisar toda la literatura recogida de manera sistemática, se evidencia que el booktrailer representa un campo todavía por explorar, debido a la escasez de artículos de investigación existentes sobre su fondo y forma. Se ha estudiado con mayor ahínco desde el punto de vista didáctico, desde la promoción lectora y como estrategia de venta, pero no se ha hecho desde una perspectiva puramente audiovisual.

Conclusiones

En la era digital, el consumo y difusión de contenido ha evolucionado drásticamente, y la literatura no ha quedado al margen de estos cambios. Los booktrailers han emergido como una herramienta innovadora y poderosa en la promoción de la literatura juvenil. El booktrailer se constituye de manera específica como un paratexto digital (Tabernero-Sala, 2016), también llamado epitexto público virtual y definido como “elemento paratextual que se crea con las herramientas y plataformas de internet” (Lluch et al., 2018). Gemma Lluch y Aránzazu Sanz Tejeda (2021) establecen una serie de características para definir estos epitextos públicos virtuales, cumpliendo el booktrailer con todas ellas: se publica en internet, es un documento de vídeo que puede incluir hipervínculos que amplían información, tiene una autoría que corresponde a un particular o a un colectivo y sus destinatarios se multiplican; su finalidad comunicativa es la de “comentar, difundir, promocionar, modificar y ampliar contenido relacionado con todo el ecosistema de la lectura” (Lluch y Sanz Tejeda, 2021, p. 48). De hecho, “el principal epitexto virtual público que adquiere entidad artística

propia es el tráiler de libros, o *booktrailer*” (Tabernero-Sala, 2016, p. 22).

Centrándonos en el objetivo principal de ese trabajo, se confirma nuestra hipótesis de partida, es decir, las publicaciones centradas en el *booktrailer* son escasas y recientes. El punto de partida de nuestra revisión es Tabernero (2013) y los documentos revisados datan de entre 2016 y la actualidad. Precisamente para realizar las búsquedas no se utilizó ningún filtro para acotar las fechas para conocer cuándo y dónde se empieza a publicar sobre esta temática.

La literatura científica existente sobre esta temática puede clasificarse en tres grandes ejes, de acuerdo a la finalidad de las diferentes investigaciones:

- desde el punto de la educación literaria: materializado a través de experiencias didácticas con alumnos de diversas facultades de Educación de nuestro país.
- desde la promoción lectora: y su difusión y promoción a partir de epitextos públicos virtuales como blogs, los foros de lectura y los *Booktrailers*.
- desde la perspectiva del marketing: como estrategia de venta incluyendo en el análisis un agente fundamental en la elaboración de esta herramienta como son las editoriales.

Se ha tratado así de aportar un nuevo enfoque a la literatura existente, tratando de revisar los trabajos publicados para identificar las líneas de investigación que se vienen trabajando e identificar futuras líneas que todavía están por explorar. Una de ellas podría ser poniendo en valor su perspectiva puramente audiovisual; otra, analizar la importancia de los *booktrailers* desde el punto de vista de la recepción, centrando el objetivo en las audiencias, así como en el papel que estas juegan en el auge de estos productos audiovisuales. Y viceversa, pues posiblemente las comunidades de fans de determinadas sagas están también en el pensamiento de las productoras y las editoriales, ya que -como indica Establés (2016, p. 492)- no podemos negar que “los fenómenos fandom están adquiriendo una gran importancia a la hora de

expandir las narrativas y aplicar ciertas competencias y habilidades en otros ámbitos más allá del entretenimiento”.

Referencias bibliográficas

Amo-Sánchez-Fortún, J. M., Baldrich-Rodríguez, K. y Domínguez-Oller, J. C. (2023). Estrategias virtuales de promoción lectora en libros de no ficción: un estudio netnográfico. *Revista Colombiana de Educación*, 89, 252-274. <https://doi.org/10.17227/rce.num89-17433>

Ambròs-Pallarès, A. (2020). Cine transmedia y educación: relatos en pantalla. *REIRE Revista d'Innovació y Recerca en Educació*, 13 (1), 1-18. <https://doi.org/10.1344/reire2020.13.128644>.

Cano-Arana, A., González-Gil, T., y Cabello-López, J. B. (2010). Plantilla para ayudarte a entender un estudio cualitativo en J. B. Cabello-López (Ed.), *Guías CASPe de Lectura Crítica de la Literatura Médica* (cuaderno III, pp. 3-8). CASPe.

Codina, L. (2022). *Revisiones de la literatura con aproximación sistemática*. <https://www.lluiscodina.com/wp-content/uploads/2022/10/Revisiones-de-la-literatura-ammc-mexico-2022.pdf>.

Establés, M. J. (2016). Entre fans anda el juego: audiencias creativas, series de televisión y narrativas transmedia. *Opción. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 31, 11, 476-497. <http://hdl.handle.net/10230/33260>

Fraga Azevedo, F. J., Selfa Sastre, M. y Balça, Â. (2016). La literatura juvenil publicada en Portugal: de las grandes tiradas comerciales a la interacción en la Web 2.0. *Revista chilena de literatura*, 94, 103-118. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22952016000300006>

Genette, G. (2001). *Umbrals*. Siglo XXI editors.

Gómez Domingo, M. y Bárcena Toyos, P. (2022). Percepciones de los estudiantes sobre el uso de "booktrailers" para fomentar el hábito lector y desarrollar la competencia digital en la educación primaria. *Investigaciones Sobre Lectura*, 17(1), 67-82. <https://doi.org/10.24310/isl.vi17.14304>

Grant, M. J. y Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information and Libraries Journal*, 26 (2), 91-108, <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>

Ibarra-Rius, N., & Ballester-Roca, J. (2018). Digital Storytelling in Teacher Training: Development of Basic Competences, Creativity and Multimodal Literacy Through Book Trailers. *Teaching Language and Teaching Literature in Virtual Environments*, 241–254. doi:10.1007/978-981-13-1358-5_13

Ibarra-Rius, N. y Ballester-Roca, J. (2016). Booktrailer en Educación Infantil y Primaria: adquisición y desarrollo de las competencias comunicativa, digital y literaria a través de narrativas digitales. *Digital Education Review*, 30, 76-93.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television and video games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.

López-Pérez, M., de la Maya, G. (2023). Reading practices in the network of trainee teachers in Primary Education. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, 16, 1-14. <https://doi.org/10.1590/1983-3652.2023.41886>

Lluch, G., et al. (2018). *Claves para promocionar la lectura en la red*. Síntesis.

Lluch, G., Tabernero-Sala, R., Calvo-Valios, C. (2015). Epitextos virtuales públicos como herramientas para la difusión del libro. *El profesional de la información*, 24 (6), 797-804. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.nov.11>.

Lluch, G. y Sanz Tejeda, A. (2021). *Analizar relato #LIJ*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S. Moher, D. (2022). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

Rivera Orbe, C. et al. (2020). The Use of Audiovisual Booktrailer to Promote Reading Among University Students en A. Basantes-Andrade et al. (Eds.). *Technology, Sustainability and Educational Innovation (TSIE). Advances in Intelligent Systems and Computing*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-37221-7_26.

Romero Oliva, M.F., Heredia Ponce, H. y Sapériz, M. (2019). El booktrailer como herramienta digital en la formación lectora de los futuros docentes. Un estudio de caso. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 8 (2), 92-128.

Romero Oliva, M. F., Heredia Ponce, H., Romero Claudio, C. (2023). Promoción de la lectura y transmedia. De la creación editorial al booktrailer como epitexto ficcional. *Texto libre: Linguagem e Tecnologia*, 16, 1-18. <https://doi.org/10.1590/1983-3652.2023.42047>

Rovira-Collado, J., Llorens R. F., Fernández Tarí, S., Mendiola P. (2016). Nuevas perspectivas en la didáctica de la literatura infantil y juvenil: booktuber y booktrailer. En R. Roig et al. (Coords.) *Investigación e Innovación Educativa en Docencia Universitaria: Retos, propuestas y acciones* (pp. 1755-1771). Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/60518>

Rovira-Collado, J. (2016). El booktrailer y el booktuber como estribillos transmedia de sagas fantásticas. En E. Encabo, M. Urraco y A. Martos (coords.) *Sagas, distopías y transmedia: ensayos sobre ficción fantástica* (pp. 59-74). Universidad de León.

Rovira-Collado, J. (2017). Booktrailer y Booktuber como herramientas LIJ 2.0 para el desarrollo del hábito lector. *Investigaciones Sobre Lectura*, 7, 55-72. <https://www.redalyc.org/journal/4462/446251130004/446251130004.pdf>

Rovira-Collado, J. (2022). Evolución del booktrailer como epitexto transmedia de sagas cinematográficas y literarias. *Quaderns*, 18, 65-76. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/126525/1/Quaderns-de-Cine_18_06.pdf .

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. DEUSTO.

Tabernero-Sala, R. (2013). El book trailer en la promoción del relato. *Quaderns de Filologia. Estudis literalis*. 18, 211-222.

<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/45681/5136152.pdf?sequence=1>.

Tabernero-Sala, R. (2016). Los epitextos virtuales en la difusión del libro infantil: Hacia una poética del *booktrailer*. Un modelo de análisis. *Ocnos*, 15 (2), 21-36. https://doi.org/10.18239/ocnos_2016.15.2.1125

Tabernero-Sala, R., Colón-Castillo, M. J., Sampériz-Hernández, M., & Campos-Bandrés, I. O. (2022). Promoción de la lectura en la sociedad digital. El booktrailer del libro ilustrado de no ficción como epitexto virtual en la definición de un nuevo discurso. *Profesional de la información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.13>

Tabernero-Sala, R., y Colón-Castillo, M. J. (2023). The promotion of critical reading through the digital environment: A study on the virtual epitexts used to promote children's picturebooks. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1154513>

Tabernero Sala, R., Campos Bandrés, I., Colón Castillo, M., & Laliena Cantero, D. (2024). Learning how to read children's books in the digital society: Book trailers as an educational tool in higher education. *Journal of Technology and Science Education*, 14(1), 224-243. <https://doi.org/10.3926/jotse.2530>

Yin, R. K. (2010). *Qualitative Research from Start to Finish*. Guilford Press.