



Libraries, publishing houses and children's literature on the net: an analysis from the perspective of reading promotion [

Ediciones Complutense,
2022-04-01

[info:eu-repo/semantics/article](https://info.eu-repo/semantics/article)

[info:eu-repo/semantics/publishedVersion](https://info.eu-repo/semantics/publishedVersion)

Analítica

This paper offers a quantitative/qualitative comparison of the interaction that libraries and publishers of children's literature establish with child and young readers through social networks. A quantitative analysis of their presence on social networks is accompanied by a qualitative description of the predominant trends in the use that these institutions, as promoters of reading, make of social networks. It studies the presence on social networks of the 15 publishers included in the directory of publishers of children's literature of the National Library of Spain, as well as 19 Spanish public libraries -one for each autonomous region and city- whose presence on social networks is active, with profiles including activities and information aimed at children and adolescents. Examples of both good and improvable practices are pointed out

This paper offers a quantitative/qualitative comparison of the interaction that libraries and publishers of children's literature establish with child and young readers through social networks. A quantitative analysis of their presence on social networks is accompanied by a qualitative description of the predominant trends in the use that these institutions, as promoters of reading, make of social networks. It studies the presence on social networks of the 15 publishers included in the directory of publishers of children's literature of the National Library of Spain, as well as 19 Spanish public libraries -one for each autonomous region and city- whose presence on social networks is active, with profiles including activities and information aimed at children and adolescents. Examples of both good and improvable practices are pointed out

This paper offers a quantitative/qualitative comparison of the interaction that libraries and publishers of children's literature establish with child and young readers through social networks. A quantitative analysis of their presence on social networks is accompanied by a qualitative description of the predominant trends in the use that these institutions, as promoters of reading, make of social networks. It studies the presence on social networks of the 15 publishers included in the directory of publishers of children's literature of the National Library of Spain, as well as 19 Spanish public libraries -one for each autonomous region and city- whose presence on social networks is active, with profiles including activities and information aimed at children and adolescents. Examples of both good and improvable practices are pointed out

Título: Libraries, publishing houses and children's literature on the net: an analysis from the perspective of reading promotion electronic resource]

Editorial: Ediciones Complutense 2022-04-01

Tipo Audiovisual: social network library publisher children's literature reading promotion red social biblioteca editorial literatura infantil y juvenil fomento lector réseau social bibliothèque éditeur littérature jeunesse promotion de la lecture

Variantes del título: Bibliotecas, editoriales y LIJ en la red: análisis bajo el prisma del fomento lector
Bibliothèques, maisons d'édition et littérature de jeunesse sur le net: une analyse sous le prisme de la promotion de la lecture

Documento fuente: Didáctica. Lengua y Literatura; Vol. 34 (2022); 183-195

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: Derechos de autor 2022 Didáctica. Lengua y Literatura

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Didáctica. Lengua y Literatura; Vol. 34 (2022); 183-195 Didáctica. Lengua y Literatura; Vol. 34 (2022); 183-195 Didáctica. Lengua y Literatura; Vol. 34 (2022); 183-195 1988-2548 1130-0531

Otras relaciones: <https://revistas.ucm.es/index.php/DIDA/article/view/81361/4564456560415> /*ref*/Aguado Guadalupe, Guadalupe y García García, Alberto (2009). Del Word-of-Mouth al Marketing viral: aspectos claves de la comunicación a través de redes sociales. Revista Comunicación y Hombre, 5, 4-13 /*ref*/Álvarez Ramos, Eva; Heredia Ponce, Hugo y Romero Oliva, Manuel F. (2019). La Generación Z y las Redes Sociales. Una visión desde los adolescentes en España. Revista Espacios, 40(20), 1-13. <http://hdl.handle.net/10498/21358> /*ref*/Ballesteros Guerra, Juan Carlos y Picazo Sánchez, Laura (2018). Las TIC y su influencia en la socialización de adolescentes. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. https://www.fad.es/wp-content/uploads/2019/05/investigacion_conectados_2018.pdf /*ref*/Biblioteca Nacional de España (2021): Directorio de editoriales especializadas en literatura infantil y juvenil. http://www.bne.es/es/Micrositios/Guias/Literatura_Infantil/EditorialesLibrerias/EditorialesEspecializadas /*ref*/Blanco Martínez, Alfredo y López Fernández, Rosalía (2017). La posibilidad pedagógica de la red social Instagram para aproximar a los estudiantes al género poético. En Julio Ruiz-Palmero, José Sánchez-Rodríguez y Enrique Sánchez-Rivas (eds.). Innovación docente y uso de las TIC en educación (pp. 1-10). Málaga: UMA Editorial /*ref*/Boté, Juan José (2019). Vídeo para las redes sociales. Guía de iniciación en la publicación y difusión. Barcelona: Editorial UOC /*ref*/Gama, Lynn R. (2003). Jogos eletrônicos e violência: Desvendando o imaginário dos screenagers. Revista da FAEEBA, 18 (11), 437-446 /*ref*/García-Roca, Anastasio (2020). Los influencers españoles de lectura en Goodreads: participación, experiencia y canon propuesto. Journal of New Approaches in Educational Research, 9(2), 153-166. <https://doi.org/10.7821/naer.2020.7.453> /*ref*/García-Roca, Anastasio (2021). Nuevos mediadores de la LIJ: Análisis de los booktubers más importantes de habla hispana. Cuadernos.Info, 48, 94-114. <https://doi.org/10.7764/cdi.48.27815> /*ref*/Heredia Ponce, Hugo (2016). Twitter y Facebook como recursos para fomentar la lectura en los adolescentes de Enseñanza Secundaria Obligatoria. En Ana Isabel Callejas, José Vicente Salido y Óscar Jérez (coords.). Competencia digital y tratamiento de la información: Aprender en el siglo XXI (pp. 309-313). Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha /*ref*/Heredia Ponce, Hugo y Amar Rodríguez, Víctor (2018). Twitter y fomento lector: dinamizando la lectura en el aula. Lenguaje y Textos, 48, 59-70. <https://doi.org/10.4995/lyt.2018.10119> /*ref*/Heredia Ponce, Hugo; Romero-Oliva, Manuel F. y Amar Rodríguez, Víctor (2018). Facebook, un espacio para compartir la lectura. Una experiencia en un aula de educación obligatoria secundaria en España. Revista Educação em Foco, 23(1), 201-224 /*ref*/Hernández Plaza, Alejandra (2021). Píldoras históricas en TikTok. Explorando una nueva forma de enseñanza en la era de las redes. Revista UNES. Universidad, Escuela Y Sociedad, 10, 92-99. <https://doi.org/10.30827/unes.i10.17808> /*ref*/IAB Spain (2020). Presentación Estudio Redes Sociales 2020. <https://iabspain.es/presentacion-estudio-redes-sociales-2020> /*ref*/Lluch, Gemma (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. Ocnos. Revista De Estudios Sobre Lectura, 11, 7-20. https://doi.org/10.18239/ocnos_2014.11.01 /*ref*/López López, María de Lourdes (2017). Booktubers y literatura. Revista

Publicando, 4(13.2), 963-974. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/980> /ref*/Maqueda Cuenca, Eugenio; Felipe Morales, Andrea y Caldevilla-Domínguez, David (2019). La red social TikTok como herramienta didáctica en el aula de Lengua y Literatura. En M^a del Carmen Pérez-Fuentes (ed.). Innovación Docente e Investigación en Ciencias de la Educación y Ciencias Sociales (pp. 1191-1200). Madrid: Dykinson /ref*/Martí Climent, Alicia y García Vidal, Pilar (2018). Redes sociales en la enseñanza superior. En Virginia Vega Carrero y Eduardo Vendrell Vidal (coords.). In-Red 2018: IV Congreso Nacional de Innovación Educativa y Docencia en Red (pp. 141-154). Valencia: Universitat Politècnica de València. <http://ocs.editorial.upv.es/index.php/INRED/INRED2018/paper/viewFile/8623/4187> /ref*/Medina, Faustino (2020). Instagram como recurso didáctico para desarrollar la escritura creativa: caso microrrelato. Cuaderno De Pedagogía Universitaria, 17(33), 84-93. <https://doi.org/10.29197/cpu.v17i33.380> /ref*/Mejía Llano, Juan Carlos (2021). Estadísticas de redes sociales 2021: usuarios de Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, Twitter, TikTok y otros. <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia> /ref*/Montaner Villalba, Salvador (2019). Instagram como herramienta para fomentar la expresión escrita en lengua inglesa: investigación-acción. En Karina Gabriela Ramírez Paredes (coord.). Recursos educativos para el aula del siglo XXI (pp. 130-137). Eindhoven: Adaya Press /ref*/Quintana, Yolanda (2016). Generación Z: vuelve la preocupación por la transparencia online. Revista de Estudios de Juventud, 114, 127-142 /ref*/Rovira Collado, José (2015). Redes sociales de lectura: del libro de caras a la LIJ 2.0. Investigaciones sobre Lectura, 3, 106-122 /ref*/Rovira Collado, José (2016). Del blog de LIJ 2.0 al booktuber en la promoción del hábito lector. Revista de Estudios Socioeducativos. ReSed, 4, 37-51 /ref*/Rovira Collado, José (2017). Booktrailer y booktuber como herramientas LIJ 2.0 para el desarrollo del hábito lector. Investigaciones sobre Lectura, 7, 55-72 /ref*/Sánchez-García, Patricia; Hernández-Ortega, José y Rovira-Collado, José (2021). Leyendo al lector social: evolución de la literatura infantil y juvenil española en Goodreads. Ocnos. Revista de Estudios sobre Lectura, 20 (1), 7-22. https://doi.org/10.18239/ocnos_2021.20.1.2446 /ref*/The Social Media Family (2021). Estudio sobre el uso de redes sociales en España. <https://www.epdata.es/datos/usuarios-redes-sociales-espana-estudio-iab/382> /ref*/Torralba Miralles, Gloria (2018). Los futuros maestros se convierten en booktubers. Una práctica de fomento lector en el Grado en Maestro de Educación Primaria. Lenguaje y Textos, 47, 13-24. <https://doi.org/10.4995/lyt.2018.7986>

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es