



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

**PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL
PARA LA DIFUSIÓN DE LITERATURA JUVENIL. CASO
PUBLICACIÓN INÉDITA “FUI MÁS QUE TUS RECUERDOS”**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, cultura y desarrollo sostenible

AUTORA:

Amabel Carolina Molina Cagua

TUTOR:

Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, Mgs.

2026

TEMA:

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA LA
DIFUSIÓN DE LITERATURA JUVENIL. CASO PUBLICACIÓN INÉDITA “FUI
MÁS QUE TUS RECUERDOS”.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, Amabel Carolina Molina Cagua, portador de la cédula de ciudadanía No. 1314101815, declaro que el presente trabajo de investigación, y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: Propuesta de estrategias de comunicación digital para la difusión de literatura juvenil. Caso publicación inédita “Fui más que tus recuerdos”, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.


Amabel Carolina Molina Cagua
C.I. 1314101815

CERTIFICADO DEL TUTOR

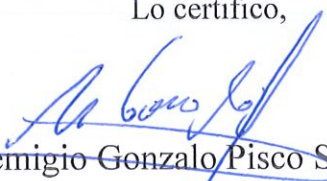
En calidad de docente tutor de la carrera de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación de la alumna Amabel Carolina Molina Cagua, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico 2024(1); cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de Proyecto de investigación, cuyo tema es: Propuesta de estrategias de comunicación digital para la difusión de literatura juvenil. Caso publicación inédita “Fui más que tus recuerdos”. Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, la estudiante en mención se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 21 Agosto de 2026

Lo certifico,



Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, Mgs.

DOCENTE TUTOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme salud, fortaleza y acompañarme durante este proceso, especialmente en aquellos momentos en los que sentí que no podía continuar. A la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por darme la oportunidad de ser parte de ella y brindarme un espacio en los salones de la carrera de comunicación.

A mis padres, Ramón Molina y Yolanda Cagua, porque sin ellos esta meta no se estuviera cumpliendo, gracias por su amor, apoyo incondicional y por nunca dejar de creer en mí. Gracias por ser mi motor y ser mi calma cuando más necesito.

A mis hermanos, Jesús, Ramón, Yessica, Cristina, Daniela y Andreina, por estar presentes y apoyarme cuando más los necesité. A mis sobrinos, por regalarme alegría y sonrisas en los momentos difíciles.

Quiero agradecer en especial a mi pequeño hermano Jesús por estar pendiente cuando me faltaba algo, por ayudarme y ser mi guía, aunque sea el menor, siempre ha sido mi protector y mi compañero.

A mis amigas Steffany e Ismary, gracias por acompañarme en momentos importantes de mi vida. A mis compañeros y amigos Nayeli, Meiby y Javier, gracias por compartir conmigo estos nueve semestres, por su apoyo, por estar conmigo cuando más necesite, gracias por brindarme su amistad y cada experiencia vivida durante esta etapa universitaria.

Mi querida Naye hago este apartado porque has sido parte importante en esta etapa, me abrazaste y creíste en mí cuando lo necesite, mi compañera de locuras, gracias por abrirme tu corazón y ser esa amiga que estuvo siempre para mí.

Mi Anthony, gracias por tu paciencia y apoyo incondicional, por creer en mí incluso más de lo que yo suelo creer en mí misma, por ser mi apoyo emocional, por cuidarme cuando estoy mal, por siempre buscar la manera de animarme en las metas que me propongo.

Finalmente, agradezco a mis docentes por sus enseñanzas y formación profesional, especialmente a mi tutor Gonzalo Pisco, por su guía y dedicación en el desarrollo de este proyecto, por ser paciente y ayudarme a crecer con sus enseñanzas, infinitamente gracias por ser mi tutor.

Al licenciado Carlos Cedeño, por ser una guía importante durante mi trayectoria universitaria, por corregirme y enseñarme, gracias por ser ese docente en el cual pude confiar, pude sentarme en su cubículo y contarle si me sentía mal, gracias por decirme “hija sigue adelante”, definitivamente me voy con el corazón contento porque conocí al docente que todos temen en una faceta de padre.

A todos, gracias por ser parte de este logro.

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a Dios.

A mi amada mamá Yolanda Cagua por ser mi todo y la mujer que me ayudo a ser la persona que actualmente soy. A mi querido papá Ramón Molina por ser mi vida y el hombre que más admiro, porque sin él no fuera posible este logro, porque dio su todo por su tesoro.

A Jesús Molina mi hermano, por todo lo bueno que es conmigo, por aguantarme durante todo este proceso y por ser parte esencial de mis logros.

A mi familia en general, mi abuela y mis hermanos.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción.....	14
Capítulo I – Fundamentos de la investigación.....	17
Planteamiento del problema.....	17
Formulación del problema.....	20
Objetivos.....	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	20
Justificación.....	20
Delimitaciones del estudio.....	22
Capítulo II – Marco teórico.....	24
Estado del arte.....	24
Bases teóricas.....	29
Comunicación Digital.....	29
Características de la literatura juvenil.....	30
Plataformas digitales de difusión literaria.....	32
Uso de las redes sociales para expandir la literatura juvenil.....	33
Estrategias de comunicación digital en la difusión de libros.....	34
Reseña “Fui más que tus recuerdos”.....	36
Capítulo III – Diseño metodológico.....	38
Enfoque de investigación.....	38
Tipo de estudio.....	39
Grupo de estudio / Población y muestra.....	40
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
Análisis de datos.....	44
Limitaciones.....	45
Capítulo IV - Resultados.....	48
Capítulo V.....	55
Propuesta de estrategia de comunicación digital para la difusión de la obra literaria Fui más que tus recuerdos.....	55
Público objetivo (Buyer Persona).....	55
Identidad visual de la campaña.....	57
Semana 1. Descubrimiento.....	62
Semana 2. conexión emocional.....	67
Semana 3. Construcción de comunidad.....	71

Semana 4. Difusión de la obra.....	75
Indicadores para la evaluación de la estrategia	75
Conclusiones.....	77
Anexos	83
Anexos de entrevistas y ficha de observación.....	83
Anexos de prueba de la estrategia	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	42
<i>Operacionalización de categorías de análisis</i>	42
Tabla 2	44
<i>Perfil de los participantes entrevistados</i>	44
Tabla 3	48
<i>Matriz de análisis cualitativo de entrevistas sobre estrategias de comunicación digital para difusión de literatura juvenil</i>	48
Tabla 4	51
<i>Matriz comparativa de las fichas de observación de las cuentas analizadas</i>	51
Tabla 5	56
<i>Se presenta el perfil del público objetivo</i>	56
Tabla 6	61
<i>Distribución semanal de las acciones de comunicación digital</i>	61
Tabla 7	62
<i>Publicación 1</i>	62
Tabla 8	64
<i>Publicación 2</i>	64
Tabla 9	65
<i>Publicación 3</i>	65
Tabla 10	66
<i>Publicación 4</i>	66
Tabla 11	67
<i>Publicación 5</i>	67
Tabla 12	68
<i>Publicación 6</i>	68
Tabla 13	69
<i>Publicación 7</i>	69
Tabla 14	70
<i>Publicación 8</i>	70
Tabla 15	71
<i>Publicación 9</i>	71
Tabla 16	72
<i>Publicación 10</i>	72
Tabla 17	73
<i>Publicación 11</i>	73

Tabla 18	74
<i>Publicación 12</i>	74
Tabla 19	75
<i>¿Por qué leer Fui más que tus recuerdos?</i>	75
Tabla 20	76
<i>Tabla de indicadores de la estrategia</i>	76

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo proponer una estrategia de comunicación digital para promocionar la obra literaria "Fui más que tus recuerdos", a partir de un análisis de las tendencias y formatos utilizados en plataformas digitales para la promoción de literatura juvenil. El estudio adoptó un enfoque cualitativo, con un alcance descriptivo y un diseño no experimental. La recolección de datos incluyó entrevistas semiestructuradas a cinco participantes entre ellos escritores emergentes, especialistas en comunicación digital y un lector de literatura juvenil, así como el uso de registros de observación para analizar cinco perfiles literarios activos en TikTok, Instagram durante un periodo de un mes.

El estudio reveló que los videos de formato breve, el contenido con carga emocional, la autenticidad y la interacción constante con los seguidores son las herramientas más eficaces para promocionar obras de literatura juvenil.

A partir de estos hallazgos, se desarrolló una estrategia de comunicación digital que incorpora la definición de un buyer persona, una identidad visual distintiva, la planificación de contenidos y un calendario de publicaciones para TikTok, Instagram y Wattpad. El objetivo principal es aumentar la visibilidad de las obras y fomentar la lectura en plataformas digitales.

Palabras claves: digital communication, young adult literature, social media, digital strategy, Wattpad.

Abstract

This research aimed to propose a digital communication strategy to promote the literary work "Fui más que tus recuerdos", based on an analysis of trends and formats used on digital platforms to promote young adult literature. The study employed a qualitative approach with a descriptive scope and a non-experimental design. Data collection involved semi-structured interviews with five participants—including emerging writers, digital communication specialists, and a young adult literature reader—as well as the use of observation logs to analyze five literary profiles active on TikTok and Instagram over a one-month period.

The study revealed that short-form videos, emotionally charged content, authenticity, and constant interaction with followers are the most effective tools for promoting young adult literary works. Based on these findings, a digital communication strategy was developed, incorporating a buyer persona, a distinct visual identity, content planning, and a posting schedule for TikTok, Instagram, and Wattpad. The primary objective is to increase the visibility of the works and encourage reading on digital platforms.

Keywords: digital communication, young adult literature, social media, digital strategy, Wattpad.

Introducción

La incorporación de las tecnologías digitales a los procesos de producción, circulación y consumo cultural ha generado transformaciones en las formas de acceso e interacción con los contenidos literarios. En este contexto, las plataformas digitales y las redes sociales se han convertido en espacios que permiten complementar las formas tradicionales de difusión de las obras y establecer nuevas posibilidades de interacción entre autores y lectores. Castells (2009) y Jenkins (2008) han analizado estas transformaciones como parte de un proceso más amplio de digitalización de la cultura, caracterizado por nuevas dinámicas de participación, circulación y producción de contenidos.

En el ámbito de la literatura juvenil, estas transformaciones han adquirido particular relevancia debido al desarrollo de comunidades digitales vinculadas con la lectura y la escritura. Plataformas como Wattpad permiten la publicación y circulación de textos literarios, mientras que espacios como TikTok e Instagram han favorecido la creación de contenidos relacionados con libros, autores y experiencias lectoras. En estas dinámicas se encuentran prácticas como BookTok y Bookstagram, en las que los usuarios comparten recomendaciones, reseñas, fragmentos y contenidos audiovisuales vinculados con sus lecturas. De esta manera, la experiencia literaria puede desarrollarse también mediante formas de participación e interacción propias de los entornos digitales.

La participación de los lectores en estos espacios también modifica las formas en que las obras pueden alcanzar visibilidad. Los usuarios no se limitan a consumir contenidos, sino que pueden comentar, recomendar y compartir publicaciones, contribuyendo a la circulación de determinadas obras dentro de

comunidades digitales. En este sentido, Scolari (2013) plantea que las dinámicas participativas de los medios digitales generan nuevas formas de relación entre las audiencias, los contenidos y los productores culturales.

Estas transformaciones representan, a su vez, nuevos desafíos para los autores independientes, particularmente para aquellos que buscan difundir sus obras sin contar con el respaldo de una editorial o de estructuras profesionales de comunicación. La presencia de una obra en plataformas digitales no garantiza por sí misma su alcance, por lo que adquieren importancia aspectos como la planificación de contenidos, la selección de plataformas, la construcción de una identidad comunicacional y la interacción con las audiencias.

En este escenario se ubica la presente investigación, titulada “Propuesta de estrategias de comunicación digital para la difusión de literatura juvenil. Caso: publicación inédita Fui más que tus recuerdos”, cuyo propósito es diseñar una propuesta de comunicación digital orientada a la difusión de esta obra literaria mediante plataformas digitales. El estudio parte de la necesidad de analizar las tendencias de comunicación utilizadas para la promoción de contenidos literarios y las características de los formatos y plataformas empleados para establecer vínculos con públicos lectores.

Para ello, la investigación aborda el uso de plataformas como TikTok, Instagram y Wattpad, considerando las posibilidades que ofrecen para la circulación de contenidos literarios y la interacción con las audiencias. Asimismo, se consideran las experiencias y perspectivas obtenidas mediante entrevistas semiestructuradas y la observación de perfiles relacionados con la difusión de literatura en medios digitales.

Estos elementos permiten establecer criterios para el desarrollo de una propuesta comunicacional coherente con las características del objeto de estudio.

El proyecto se estructura en cinco capítulos. El Capítulo I presenta los fundamentos de la investigación, incluyendo el planteamiento del problema, la formulación del problema, los objetivos, la justificación y las delimitaciones del estudio. El Capítulo II desarrolla el marco teórico y el estado del arte relacionados con la comunicación digital, la literatura juvenil y la difusión de contenidos literarios en plataformas digitales. El Capítulo III expone la metodología empleada para la recopilación y análisis de la información. El Capítulo IV presenta los resultados obtenidos mediante las técnicas de investigación aplicadas. Finalmente, el Capítulo V desarrolla la propuesta de estrategias de comunicación digital para la difusión de la obra *Fui más que tus recuerdos*.

Capítulo I – Fundamentos de la investigación

Planteamiento del problema

Los procesos comunicacionales han experimentado notables cambios, particularmente en la literatura juvenil. La circulación de obras literarias ya no depende únicamente de medios tradicionales como librerías, ferias o editoriales, sino que ha encontrado en las plataformas digitales un espacio alternativo para su difusión, donde los lectores ya no solo consumen obras, además interactúan, recomiendan y forman comunidades activas.

Los autores independientes que no cuentan con respaldo editorial, suelen utilizar las redes sociales de forma creativa, pero en algunos casos sin una planificación definida, lo que puede limitar el alcance y la participación en comunidades lectoras. Esto genera una brecha entre creación literaria y la promoción digital, situación que se acentúa durante la etapa de planificación y definición de estrategias de comunicación.

Cada vez son más las editoriales tradicionales que consideran la presencia y actividad en redes sociales como un criterio relevante a la hora de publicar un libro. Como señaló Pjeldnæs (2022), “nunca publicaríamos a un autor que no esté activo en redes sociales”.

En Latinoamérica, estas tendencias toman características propias. La incorporación de las redes sociales y los recursos digitales al ámbito literario ha generado nuevas formas de acercamiento entre los jóvenes y los contenidos literarios. En México, Carrillo (2024) analiza la integración de las redes sociales en la enseñanza de la literatura y destaca la importancia de vincular los contenidos literarios con los intereses de los adolescentes y con los recursos digitales propios de

su entorno. Este planteamiento evidencia que las plataformas digitales pueden constituirse en espacios de acercamiento y difusión de contenidos literarios entre las audiencias jóvenes

Aunque existen iniciativas relacionadas con la lectura y la literatura en entornos digitales, todavía resulta necesario profundizar en las estrategias de comunicación utilizadas para promocionar obras de autores emergentes y conectar sus contenidos con las audiencias juveniles. Esta situación plantea la necesidad de analizar cómo las plataformas digitales y sus diferentes formatos pueden ser aprovechados para fortalecer la difusión de obras literarias dirigidas a públicos jóvenes.

En el contexto ecuatoriano, esta situación también adquiere relevancia, ya que las redes sociales constituyen espacios utilizados para la difusión y visibilidad de contenidos vinculados con la lectura. Un estudio realizado por Suárez-Chuquín et al. (2026) sobre la difusión de las bibliotecas ecuatorianas en redes sociales analizó la presencia y las publicaciones de 59 universidades y escuelas politécnicas del país en Facebook, Instagram, Twitter y TikTok. Los resultados evidenciaron que, aunque 49 instituciones contaban con páginas de sus bibliotecas en redes sociales, únicamente 18 realizaron publicaciones durante el periodo analizado. Los autores concluyeron que existe la necesidad de mejorar la gestión de contenidos y publicaciones para fortalecer la visibilidad en estos espacios digitales.

Si bien este estudio se concentra en bibliotecas y no específicamente en autores literarios, sus resultados permiten reconocer la importancia de la gestión estratégica de contenidos para mejorar la visibilidad de iniciativas relacionadas con la lectura en el entorno digital. Sin embargo, se identifica la necesidad de

profundizar en el estudio de cómo los autores juveniles independientes en Ecuador utilizan las plataformas digitales para promocionar sus obras, particularmente en cuanto a los formatos, estrategias de comunicación e interacción con sus potenciales lectores. Esta ausencia de evidencia específica constituye un vacío de investigación que permite abordar el problema desde el caso de una obra literaria juvenil inédita.

A partir de este vacío de investigación, la problemática se concreta en el caso de la obra inédita *Fui más que tus recuerdos*, escrita por una autora joven que busca insertarse en el ámbito de la literatura juvenil ecuatoriana. La obra está dirigida a adolescentes y adultos jóvenes y constituye un caso pertinente para analizar las posibilidades que ofrecen las plataformas digitales para la promoción de contenidos literarios dirigidos a públicos juveniles.

A partir de este caso, surge la necesidad de identificar qué estrategias de comunicación digital, formatos narrativos y plataformas pueden contribuir a fortalecer la difusión de una obra literaria juvenil inédita y favorecer la interacción con sus potenciales lectores. De esta manera, el estudio busca vincular la creación literaria con estrategias de comunicación acordes con las dinámicas de las plataformas digitales y las características de las audiencias juveniles.

Por lo expuesto, resulta necesario analizar las tendencias y estrategias de comunicación digital aplicables a la difusión de literatura juvenil y, a partir de los resultados obtenidos, diseñar una propuesta de comunicación digital para la obra inédita *Fui más que tus recuerdos*, orientada a fortalecer su visibilidad y difusión en plataformas digitales.

Formulación del problema

¿Qué estrategias de comunicación digital resultan pertinentes para la difusión de la obra juvenil inédita *Fui más que tus recuerdos*, a partir del análisis de las prácticas y formatos empleados en plataformas digitales?

Objetivos

Objetivo General

- Diseñar una propuesta de estrategia de comunicación digital para la difusión de literatura juvenil, tomando como objeto estratégico la publicación inédita “*Fui más que tus recuerdos*”.

Objetivos Específicos

- Describir las tendencias actuales en comunicación digital y formatos narrativos utilizados en la promoción de contenidos literarios.
- Analizar las estrategias de difusión en plataformas digitales y redes sociales para promover una obra literaria.
- Proponer un plan comunicacional que integre distintos formatos narrativos y plataformas para la difusión de la obra literaria “*Fui más que tus recuerdos*”

Justificación

El presente estudio se justifica por la necesidad de abordar las transformaciones que han experimentado los procesos comunicativos en la literatura juvenil, especialmente en contextos latinoamericanos como Ecuador, donde la circulación de obras literarias ha incorporado progresivamente las plataformas digitales como espacios para su difusión. Como señalan Castells (2009) y Jenkins (2008), este fenómeno forma parte de un proceso más amplio de digitalización de la

cultura que ha transformado las dinámicas de producción, distribución y consumo de contenidos simbólicos.

En este escenario, los lectores jóvenes no solo consumen contenidos literarios, sino que también interactúan activamente con ellos, los recomiendan y forman comunidades digitales de interés común, convirtiéndose en participantes de los procesos de consumo cultural (Scolari, 2013). Desde esta perspectiva, el estudio busca aportar al análisis de la relación entre comunicación digital y difusión de literatura juvenil, considerando las características de las plataformas digitales, los formatos narrativos y las nuevas formas de interacción entre autores y lectores. Asimismo, permitirá fortalecer la comprensión de las dinámicas de difusión de contenidos literarios en espacios digitales.

Esta transformación también plantea nuevos desafíos para los autores jóvenes independientes, especialmente en relación con la difusión y visibilidad de sus obras dentro de un ecosistema digital caracterizado por la amplia circulación de contenidos y la presencia de actores con mayores recursos económicos y simbólicos. En este escenario, puede generarse una brecha entre la creación literaria y su difusión efectiva, lo que plantea la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación acordes con las dinámicas de los entornos digitales (García Canclini, 2010).

En este sentido, desde el ámbito metodológico, la investigación empleará un enfoque cualitativo basado en la observación de cinco perfiles literarios activos y en cinco entrevistas semiestructuradas realizadas entre mayo y junio de 2026. La información obtenida permitirá identificar prácticas, formatos y estrategias de comunicación utilizadas en la difusión de contenidos literarios, cuyos resultados servirán como fundamento para el diseño de la propuesta.

Desde una perspectiva práctica, el estudio permitirá diseñar una estrategia de comunicación digital para la difusión orgánica de la obra inédita *Fui más que tus recuerdos*. La propuesta integrará plataformas digitales, formatos narrativos, acciones de comunicación y una planificación de contenidos orientada a las características del público juvenil y joven adulto. Aunque la propuesta se desarrolla específicamente para el caso estudiado, algunos de sus elementos podrían ser susceptibles de adaptación a las necesidades y características de otros autores jóvenes independientes que se encuentren en contextos similares.

Finalmente, desde una perspectiva social, la investigación busca contribuir a la difusión de la literatura juvenil y al fortalecimiento de los espacios digitales como medios de acercamiento entre autores y lectores jóvenes. De esta manera, se pretende aportar alternativas de comunicación para proyectos literarios independientes que buscan generar presencia e interacción con sus audiencias mediante recursos digitales y estrategias de difusión orgánica. La propuesta no pretende constituirse en un modelo replicable para todos los autores o contextos, sino ofrecer una alternativa de comunicación diseñada específicamente para el caso de *Fui más que tus recuerdos*, en función de las características identificadas durante el desarrollo de la investigación.

Delimitaciones del estudio

El estudio se enfoca en el diseño de una propuesta de estrategia de comunicación digital para la difusión orgánica de la obra inédita *Fui más que tus recuerdos*, de la escritora Amabel Carolina Molina Cagua.

Esta propuesta se basa exclusivamente en el uso de plataformas digitales gratuitas, principalmente TikTok, Instagram y Wattpad. Asimismo, no contempla ningún tipo de publicidad pagada ni herramientas que impliquen costos económicos.

La estrategia tiene un enfoque cualitativo y se fundamenta en la observación de cinco perfiles literarios activos, así como en cinco entrevistas semiestructuradas realizadas entre mayo y junio de 2026. Estos elementos permiten contextualizar el análisis dentro de un marco temporal y cultural específico.

El estudio está dirigido al público juvenil y joven adulto, comprendido entre los 18 y 28 años, de Ecuador y de países de habla hispana interesados en poesía y narrativas emocionales. Además, se enfoca exclusivamente en métodos de difusión orgánica y en la construcción de comunidades digitales. No aborda aspectos editoriales tradicionales, distribución impresa ni análisis de ventas.

Finalmente, algunos elementos de la propuesta podrían ser susceptibles de adaptación por autores jóvenes independientes que se encuentren en contextos similares. Sin embargo, la investigación no pretende constituirse en un manual completo de marketing digital ni aplicarse de manera uniforme a todos los contextos culturales o plataformas existentes. Estas delimitaciones permiten mantener el estudio enfocado y acorde con los objetivos y condiciones establecidos para la investigación.

Capítulo II – Marco teórico

Estado del arte

Las plataformas dedicadas a la literatura han creado grandes comunidades virtuales de lectores. Esto ha dado paso a nuevos mediadores como los booktubers, bloggers y bookstagrammers (conocidos como la comunidad BBB), que están configurando un nuevo panorama literario en la era digital.

Uno de los antecedentes más relevante es el estudio de (Cuestas, 2021), desarrollado en Argentina, cuyo objetivo fue analizar las nuevas formas de lectura entre los jóvenes y su relación con las transformaciones del sector editorial. La investigación empleó un enfoque cualitativo y combinó la observación etnográfica con entrevistas en profundidad a jóvenes lectores, integrantes de la comunidad BBB y actores vinculados con el ámbito editorial. Entre sus principales hallazgos, se identificó que los jóvenes mantienen prácticas lectoras mediadas por entornos digitales participativos y que los BBB se han consolidado como mediadores culturales con capacidad de influir en las dinámicas editoriales. Asimismo, se reconoció el uso de formatos como los booktrailers y las colaboraciones en redes sociales. Este antecedente aporta al presente estudio elementos para comprender el papel de los mediadores digitales y los formatos participativos en la difusión de contenidos literarios dirigidos a públicos juveniles.

En relación con la presencia de la literatura juvenil en los espacios digitales (Martín Becerro, 2017), analizó la presencia y el tratamiento de la literatura infantil y juvenil en plataformas de distribución y venta de libros electrónicos. El estudio empleó un enfoque descriptivo y comparativo, mediante una revisión bibliográfica en bases de datos y blogs especializados, además del análisis de 20 plataformas y

diferentes indicadores. Entre sus resultados se identificó que la oferta de títulos infantiles y juveniles presentaba una menor presencia en comparación con otras categorías; sin embargo, las tecnologías digitales, las redes sociales, los sistemas de recomendación y las herramientas de marketing digital generaban oportunidades para ampliar su visibilidad. Este antecedente contribuye a comprender la importancia de los recursos digitales para fortalecer la presencia de la literatura juvenil en los nuevos espacios de circulación.

Por su parte, Dávila-Morán (2024) estudió el impacto de las redes sociales en la promoción de la lectura entre jóvenes universitarios peruanos. El objetivo fue establecer la relación entre el uso de plataformas como YouTube e Instagram y aspectos vinculados con la motivación, actitud y hábitos lectores de los estudiantes. La investigación presentó un enfoque cuantitativo, de carácter aplicado y explicativo, con un diseño no experimental y una muestra de 168 jóvenes seleccionados mediante un muestreo por conveniencia. Los resultados mostraron un nivel alto de uso de redes sociales (42,26 %), mientras que la promoción de la lectura se ubicó principalmente en un nivel medio (40,48 %). Asimismo, se identificó una mayor preferencia por YouTube frente a Instagram y un predominio del formato audiovisual para compartir contenidos relacionados con la lectura. Este antecedente aporta información sobre la importancia de los formatos audiovisuales y las plataformas digitales en las prácticas de promoción de la lectura entre públicos jóvenes.

Neira Rodas (2022) abordó el fenómeno de Wattpad como plataforma digital de lectura y escritura, considerada un espacio híbrido entre la literatura tradicional y la cibercultura. El estudio, de carácter descriptivo y analítico, tuvo como objetivo examinar el funcionamiento de Wattpad como una nueva forma de literatura por

entregas en línea. La metodología se basó en una revisión crítica de fuentes teóricas relacionadas con la literatura digital y la ciberliteratura, complementada con el análisis del funcionamiento de Wattpad como red social y espacio de producción colaborativa. Entre sus principales hallazgos se señala que Wattpad transforma la relación entre autores y lectores al permitir la interacción mediante comentarios, votos y otras formas de participación. El estudio plantea que la plataforma constituye una forma contemporánea del folletín, adaptada a un público joven y participativo. Este antecedente resulta relevante para la presente investigación debido a que permite considerar Wattpad como una plataforma de interacción y difusión de contenidos literarios juveniles.

A su vez Blanco (2023) centró su investigación en el fenómeno de BookTok como estrategia de comunicación y promoción literaria. El estudio, de carácter cualitativo y exploratorio, tuvo como objetivo describir y analizar la figura de los booktokers y su participación en las dinámicas de promoción de la literatura. La metodología incluyó entrevistas en profundidad semiestructuradas a cuatro booktokers argentinas, complementadas con un análisis de contenido de videos publicados en TikTok. Los resultados permitieron reconocer a los booktokers como actores capaces de movilizar comunidades digitales e influir en determinadas tendencias de lectura juvenil. Este antecedente aporta al presente estudio elementos relacionados con el uso de TikTok, el formato audiovisual y la capacidad de los creadores de contenido para generar interacción alrededor de los libros.

En relación con el uso de contenidos audiovisuales para fomentar la lectura, Johanna (2025), estudió la utilización del formato booktuber como estrategia metodológica para promover el plan lector en niños de tercer año de educación básica del Instituto Particular Abdón Calderón durante el período 2023-2024. La

investigación tuvo un enfoque cuantitativo y de carácter experimental, orientado a integrar videos con reseñas literarias en las actividades educativas. Para ello, se trabajó con 18 estudiantes y se desarrollaron actividades inspiradas en el modelo booktuber. Los resultados señalaron una actitud positiva hacia esta estrategia y una valoración de los creadores de contenido literario como referentes para la selección de libros. El estudio aporta al presente proyecto evidencia sobre el potencial del formato audiovisual para generar acercamiento y participación en torno a la literatura, aunque su aplicación se desarrolla en un contexto educativo y con una población infantil diferente al público objetivo de esta investigación.

En la misma línea, Szabó y Dani (2024) se enfocaron en el papel de los book influencers y promotores de lectura en su relación con las bibliotecas. El estudio, de carácter cualitativo y exploratorio, tuvo como objetivo examinar cómo los influencers literarios pueden colaborar con las bibliotecas para fomentar la lectura en la era digital. La metodología empleó el método walkthrough en cuatro plataformas y entrevistas estructuradas a 23 influencers, permitiendo identificar sus actividades, motivaciones y experiencias relacionadas con la promoción de la lectura. Los resultados señalaron que las redes sociales y los influencers pueden complementar las estrategias de promoción lectora de las bibliotecas y contribuir a la construcción de comunidades lectoras.

Por último, Santa María (2024) abordó las experiencias juveniles de socialización literaria en espacios digitales. El estudio, de carácter cualitativo y fenomenológico interpretativo, buscó comprender cómo las emociones y los afectos vinculados con la lectura impulsan a los jóvenes a participar en espacios digitales. Para ello, se realizaron entrevistas en profundidad a lectores frecuentes de entre 13 y 23 años provenientes de Chile, España y Bélgica. Los resultados evidenciaron que

los jóvenes valoran los espacios digitales como medios para elegir, compartir y discutir sus lecturas, destacando la importancia de las experiencias emocionales y sociales vinculadas con la literatura. Este antecedente resulta relevante para la presente investigación porque permite considerar la dimensión emocional y participativa de las audiencias juveniles al momento de plantear contenidos destinados a la difusión de literatura en plataformas digitales.

Los antecedentes revisados permiten reconocer que las tecnologías digitales han transformado las formas de acceso, circulación y participación en torno a la literatura juvenil.

En conjunto, estos estudios permiten comprender que la difusión literaria en entornos digitales no depende de una única plataforma o formato, sino que se relaciona con las características de las audiencias, las formas de interacción, los recursos audiovisuales y las dinámicas propias de cada espacio digital. Sin embargo, los antecedentes revisados se concentran principalmente en los hábitos lectores, las comunidades digitales, los mediadores literarios, el uso de plataformas específicas y las experiencias de los lectores, mientras que existe menor desarrollo de investigaciones orientadas al diseño de estrategias de comunicación digital orgánica para la difusión de una obra literaria juvenil inédita de autoría emergente en el contexto ecuatoriano.

Esta brecha resulta relevante porque, aunque existe conocimiento sobre el uso de BookTok, Bookstagram, Wattpad, los mediadores digitales y otros recursos para la promoción de la lectura, todavía es necesario trasladar estos aportes al diseño de una propuesta concreta que articule plataformas, formatos narrativos,

planificación de contenidos e interacción con audiencias juveniles en torno a una obra inédita. En este sentido, la presente investigación busca aportar al diseño de una estrategia de comunicación digital para la difusión de *Fui más que tus recuerdos*, tomando como fundamento los hallazgos obtenidos mediante las entrevistas y la observación de perfiles literarios, y adaptándolos a las características de la obra y de su público objetivo.

Bases teóricas

Comunicación Digital

La comunicación digital se puede definirse como la serie de intercambios comunicativos que son medidas por herramientas digitales y la red, lo que permite la transmisión de información de manera rápida y en múltiples direcciones. A diferencia de la comunicación convencional, que se caracteriza por su unidireccionalidad y la pasividad del receptor, la comunicación digital se caracteriza por la participación activa de los usuarios. Según Castells (2009), en el entorno digital los usuarios no se limitan recibir información, sino que también la crean, comparten, reinterpretan y le otorgan nuevos significados dentro de un flujo constantes de intercambios simbólicos.

Hoy en día, internet y la digitalización están cambiando radicalmente la manera de contar y construir historias. Mientras que la escritura llevó la comunicación al ámbito visual, lo digital conectado amalgama diferentes sentidos (como el oído, la vista y el tacto), rompiendo las barreras en una extensión del ser humano hacia mundos virtuales y realidades híbridas entre lo físico y lo digital.

A partir de estas transformaciones, surgen nuevas modalidades de contar historias, promocionar y difundir contenidos culturales y literarios, sobre todo entre

audiencias jóvenes que están profundamente conectadas a las redes sociales. Estas dinámicas transforman la manera en que se genera y se disfrute la cultura, lo que origina nuevas maneras de validar y hacer visible. Con la ayuda de las plataformas digitales, se facilita la formación de comunidades en líneas de individuos con intereses similares, lo que fomenta una comunicación continua entre quienes generan y quienes reciben el contenido.

Para finalizar, la comunicación a través de medios digitales no solo es un progreso en la tecnológico, sino cultural y social. Está alterando nuestras formas de relacionarnos, cómo generamos significados y como se reparte el poder en los medios contemporáneos.

En el ámbito de la promoción de la literatura destinada a los jóvenes, se convierte en un recurso fundamental, puesto que facilita la educación de los mensajes a los estilos, formatos y manera de consumo de las generaciones más recientes.

Características de la literatura juvenil

La literatura juvenil utiliza narrativas que tratan temas como la identidad, los sentimientos, los dilemas personales, las relaciones sentimentales y el desarrollo personal.

Las historias suelen contarse desde un punto de vista juvenil, creando una conexión con los lectores de su mismo ámbito. Esta es una forma sencilla de establecer una relación emocional entre el lector y la historia. También, las narrativas tienden a ser directas y fáciles de entender.

Un tema recurrente en las novelas dirigidas a jóvenes es la exploración de la identidad de la identidad personal. Los protagonistas generalmente se encuentran en un proceso de autodescubrimientos, cuestionados quienes son y definiendo su identidad. Esto permite que los lectores jóvenes se identifiquen fácilmente, ya que situaciones y dudas que ellos mismos enfrentan en su día a días.

Otras características importantes son el uso de protagonistas adolescentes o jóvenes y la exploración de temas que les resultan cercanos, tales como amor, las amistades, las pérdidas, la autoestima y la búsqueda de significado personal.

Muchos de estos personajes intentan reconstruir su identidad tras momentos complicados, como rupturas amorosas. En ese proceso, suelen encontrar consuelo en poesías o relatos que les ayudan a procesar lo que han vivido. Un ejemplo esto es la obra “El arte de deprender”, que se popularizó en wattpad bajo el usuario @UnicornReys.

El estilo y el vocabulario son clave para que las novelas juveniles conecten con el público adolescente. Estas obras se caracterizan por su claridad y por ser fáciles de leer, lo que ayuda a captar y mantener la atención de los jóvenes. Sin embargo, esto no significa que sean superficiales; al contrario, pueden tratar temas profundos sin perder esa accesibilidad.

Dentro de este marco, la literatura juvenil ha diversificado sus formas de expresión, adaptándose a plataformas que favorecen la publicación por capítulos, la interacción directa con los lectores y una retroalimentación continua. Esto ha fortalecido la relación entre los autores y su público, establece la literatura juvenil como un género dinámico y participativo.

Plataformas digitales de difusión literaria

En la era actual, poner libros gratis a disposición del público se ha vuelto algo completamente posible para gran cantidad de escritores. Más allá de facilitar la publicación, estas plataformas permiten a los autores contar sus relatos con mayor libertad, sin las restricciones y filtros habituales de las editoriales tradicionales.

Hay varias plataformas que permiten a los autores lanzar sus libros sin costo alguno. Algunas de las más conocidas son Smashwords, que significa la distribución de eBooks a diversas librerías y servicios; Amazon Kindle Direct Publishing (KDP), que da la opción a los escritores de ofrecer promociones temporales con libros gratuitos; y Wattpad, que no solamente funciona como un espacio de publicación, sino que también actúa como una comunidad donde los autores pueden recibir opiniones de sus lectores.

Cada una de estas plataformas ofrece herramientas y características diferentes, lo que ayuda a los escritores a aumentar su visibilidad y a conectar de manera más efectivas con su público ideal.

Este fenómeno ha sido explorado a través del concepto de plataformización cultural, el cual describe cómo las plataformas digitales no solo distribuyen contenido, sino que también moldean su forma y consumo.

Un estudio significativo en este ámbito es el realizado por Spjeldnæs (2022), investiga cómo la literatura y la industria editorial se han ajustado al mundo digital. El autor argumenta que estas herramientas se han vuelto actores clave en la difusión literaria, ya que miden la conexión entre escritores y lectores, lo que ayuda a la visibilidad de las obras y las tácticas de promoción editorial de manera efectiva.

Uso de las redes sociales para expandir la literatura juvenil

Una de las mayores ventajas de las redes sociales es su capacidad para llegar audiencias globales de forma casi instantánea. Mientras que los métodos tradicionales suelen estar limitados geográficamente, las redes sociales permiten a autores y editoriales conectar con lectores de cualquier parte del mundo.

Plataformas como Instagram, tiktok, Facebook y x han impulsado además nuevos formatos de difusión literaria, como microcuentos, poesía visual, reseñas breves y lectura en videos.

En particular, fenómenos como bookstagram y booktok han demostrado el enorme poder de estas plataformas para viralizar libros, fomentar el hábito de la lectura y dar visibilidad a nuevos autores frente a audiencias jóvenes.

Mediante grupos de Facebook, hashtags en x y restos literarios en tiktok, los autores pueden crear un verdadero sentido de comunidad que mantiene a los lectores comprometidos. Este tipo de interacción constante es clave para construir una base de seguidores que no solo compren el libro, sino que se conviertan en activos promotores de la obra, este fenómeno se ha reflejado en la industria editorial.

Entre 2024 y 2025, las tendencias de BookTok provocaron un boom de ventas, con decenas de millones de libros vendidos en todo el mundo. Libros que habían sido publicados hace varios años volvieron a las listas de best sellers, mostrando cómo la viralidad en redes puede revitalizar obras y cambiar por completo las reglas del éxito editorial.

Esto resulta especialmente beneficioso para los escritores juveniles emergentes. Las redes les ofrecen ventajas muy importantes: les ayudan a construir

su identidad como escritores, a interactuar directamente con sus lectores y recibir retroalimentación inmediata.

Esta cercanía fortalece el vínculo entre autor y audiencia, despierta mayor interés por la lectura y estimula la participación creativa. Además, las plataformas permiten la creación de comunidades literarias en las que se comparten textos, se organizan lecturas colectivas y se promueven causas sociales a través de la literatura.

Estrategias de comunicación digital en la difusión de libros

Diversos estudios académicos coinciden en que el marketing y la comunicación digital ya no se tratan solo de vender cosas, sino de usar las herramientas digitales de forma inteligente para conectar con la gente, entregarles valor real y hacer que se sientan parte de algo. Después de revisar miles de artículos indexados en Scopus, llego a la conclusión de que el boom del marketing digital está muy ligado al crecimiento explosivo de las redes sociales, al contenido que invita a participar (no solo a mirar) y a esa comunicación de ida y vuelta que ahora es lo normal (Faruk, 2021)

Esto ha cambiado por completo la forma en que se promociona los libros, considerando que ya no se presenta únicamente como un producto que se ofrece en una tienda o plataformas, más bien como una experiencia que los lectores compartan, comenten y disfruten en una comunidad.

En ese panorama, las redes sociales se han vuelto el canal estrella para hablar de libros. Plataformas como Instagram (con sus Reels y carruseles llenos de frases bonitas), YouTube (booktube en pleno auge) y sobre todo TikTok han revolucionado la forma en que los jóvenes descubren y se enganchan con la lectura.

En lugar de depender únicamente de una sinopsis formal, ahora atrae un video de 15 segundos mostrando la portada con música emotiva, una reseña llorando de emoción con texto llamativos como: no existe un poema que duela tanto.

Existen investigaciones recientes sobre social media marketing “La gente confía muchísimo más en las recomendaciones de otros lectores que en cualquier anuncio pagado” (Shaheen, 2025).

Como ejemplo más claro es BookTok, una comunidad gigante donde un solo video viral puede hacer que un libro inédito pase de cero a miles de ventas en semanas, especialmente entre adolescentes y jóvenes adultos.

Por eso mismo, en el mundo editorial cada vez apuestan más por estrategias comunicacionales con tendencia actuales en las redes sociales. Estas estrategias ya no solo se quedan en una sola red, se combina (Instagram + TikTok + un blog o newsletter + un perfil bien optimizado en Google (SEO) + quizás hasta WhatsApp o Telegram), para grupos de lectura.

La idea es estar presente en varios lugares al mismo tiempo, pero respetar el tono y mensaje coherente, para que el lector sienta que el libro “lo persigue” de forma natural y no invasiva. Los estudios sobre estrategias digitales integradas demuestran que cuando usas varios canales bien conectados, el engagement sube bastante y logras crear relaciones más duraderas con la audiencia. Algo clave cuando hablamos de literatura que no es un “best seller instantáneo” significa alcanzar rápidamente los primeros lugares de ventas, pero si lograr una comunicación más cercana con la audiencia.

Otro pilar fundamental es el marketing de contenidos. Ya no solo se trata de publicar: “compra mi libro”, sino de crear cosas que realmente aporten: fragmentos

que den ganas de seguir leyendo, reseñas honestas (con spoilers bien avisados, obvio), entrevistas cortas al autor contando cómo se le ocurrió la historia, flayers aesthetics con frases del libro, playlists que evocan la vibra de la novela, todo eso genera un valor emocional y simbólico alrededor de la obra.

La literatura académica sobre comunicación digital insiste mucho en que el contenido auténtico, relevante y que se siente “hecho por humanos” es el que más se comparte de forma orgánica. Y en el caso de los libros, donde la conexión emocional es casi todo, esto se vuelve aún más poderoso.

Finalmente, no se puede hablar de difusión digital actual sin mencionar a los influencers y bookstagrammers/booktokers. Estos creadores de contenido actúan como los nuevos mediadores culturales: hacen el papel que antes cumplían los críticos literarios de los suplementos culturales, pero ahora con un lenguaje mucho más cercano, visual y directo. Ejemplo un influencer que mencione en sus videos frase como: “este libro me rompió el corazón en el capítulo 5”, puede generar más ventas que cualquier campaña tradicional. Los análisis bibliométricos más recientes sobre marketing digital muestran que el influencer marketing es una de las áreas que más crece en cantidad de publicaciones científicas, justamente porque se ha demostrado que influye muchísimo en las decisiones de compra y en cómo se esparcen los contenidos culturales (Shaheen, 2025).

Reseña “Fui más que tus recuerdos”

Toda historia de amor, incluso la más dolorosa, merece ser contada. Esta es la mía: no con la intención de buscar lástima, sino con el deseo de dejar testimonio de lo que significa amar hasta perderse y aprender, a la fuerza, a volver a encontrarse. Aquí comienza mi relato, entre cicatrices y recuerdos.

El libro *Fui más que tus recuerdos* de Amabel Molina es una obra profundamente íntima que se mueve entre la narrativa confesional y la poesía lírica. Trata de facetas del amor: ilusión amorosa, la entrega apasionada, la vulnerabilidad que surge al abrirse al otro, y finalmente el dolor de la pérdida y la necesidad de reconstruirse.

La autora convierte su experiencia personal en poemas emocional que se despliega con honestidad y crudeza. No busca idealizar el amor ni presentarlo como un concepto perfecto, sino mostrarlo en su complejidad.

Amabel busca llegar a los lectores con su experiencia de un amor que la desgarró, mientras pasaba los días de su superación escribía como se iba sintiendo por eso considera que sus poemas tendrían una cercanía con los lectores.

Capítulo III – Diseño metodológico

Enfoque de investigación

La investigación es de carácter exploratorio y descriptivo. Tiene un alcance exploratorio debido a que aborda un fenómeno reciente en la comunicación digital. La creación y difusión de obras literarias por parte de jóvenes autores en plataformas virtuales, al existir aun pocos antecedentes en nuestro entorno, se busca un primer acercamiento para comprender mejor esta realidad.

Como señalan Hernández Sampieri et al. (2014), los estudios exploratorios son útiles cuando se investiga un problema poco estudiado o del que existen escasas referencias, ya que ayudan a obtener una visión inicial y a generar un mejor entendimiento del fenómeno.

El estudio tiene un carácter descriptivo, porque busca detallar las características, prácticas, estrategias y dinámicas que utilizan los escritores jóvenes para crear, promocionar sus obras e interactuar con sus audiencias en el entorno digital. De esta forma, es posible identificar patrones de comportamiento, las herramientas que emplean y las diferentes formas de interacción que se dan en estos espacios.

El estudio tiene un carácter descriptivo, porque busca detallar las características, prácticas, estrategias y dinámicas que utilizan los escritores jóvenes para crear, promocionar sus obras e interactuar con sus audiencias en el entorno digital. De esta forma, es posible identificar patrones de comportamiento, las herramientas que emplean y las diferentes formas de interacción que se dan en estos espacios.

Tipo de estudio

La investigación es de carácter exploratorio y descriptivo. Tiene un alcance exploratorio debido a que aborda un fenómeno relacionado con la comunicación digital aplicada a la difusión de obras literarias juveniles inéditas, sobre el cual existe limitada evidencia específica en el contexto ecuatoriano. Por ello, se busca realizar un acercamiento que permita comprender las prácticas y tendencias de comunicación empleadas en plataformas digitales para la difusión de contenidos literarios.

Asimismo, presenta un carácter descriptivo, debido a que busca identificar y detallar las características, prácticas, formatos y estrategias de comunicación utilizadas para la promoción y difusión de contenidos literarios en plataformas digitales. De esta manera, se pretende reconocer las dinámicas de interacción y los recursos empleados por los perfiles analizados, con el propósito de fundamentar posteriormente una propuesta de estrategia de comunicación digital para la obra *Fui más que tus recuerdos*.

Como señala Hernández Sampieri et al. (2014), los estudios exploratorios son pertinentes cuando se aborda un problema poco estudiado o del que existen escasos antecedentes, mientras que los estudios descriptivos permiten especificar las características y propiedades de un fenómeno determinado.

Diseño de investigación

La investigación adopta un diseño cualitativo aplicado, orientado al análisis de las prácticas y estrategias de comunicación digital utilizadas para la difusión de contenidos literarios en plataformas digitales. Este diseño permite recopilar e interpretar información obtenida mediante la observación de perfiles literarios y entrevistas semiestructuradas, con el propósito de identificar tendencias, formatos y

recursos comunicacionales pertinentes para la difusión de la obra inédita Fui más que tus recuerdos.

El carácter aplicado del estudio se relaciona con la elaboración de una propuesta de estrategia de comunicación digital, construida a partir de los resultados obtenidos durante el proceso de investigación. De esta manera, los hallazgos no se limitan a la descripción del fenómeno, sino que sirven como fundamento para plantear acciones comunicacionales acordes con las características de la obra, las plataformas digitales y el público al que se dirige.

Importante: aquí ya no pongas “fenomenológico”, ni vuelvas a poner “observacional” o “transversal” como clasificación del diseño. La observación y el período de 30 días los dejamos para la parte de técnicas/procedimiento.

Grupo de estudio / Población y muestra

La población estuvo conformada por escritores jóvenes y creadores de contenido literario con presencia activa en plataformas digitales, así como por especialistas en literatura, escritura creativa, comunicación digital y promoción cultural. Estos actores fueron considerados pertinentes para la investigación debido a que contaban con experiencia en la creación y difusión de contenidos en entornos digitales, lo que permitió obtener información relevante para analizar el fenómeno objeto de estudio.

Al tratarse de una investigación con enfoque cualitativo, la selección de los participantes no respondió a criterios estadísticos, sino a su pertinencia y capacidad para proporcionar información significativa y contextualizada. En este sentido, Creswell (2014) señala que las investigaciones cualitativas priorizan la riqueza y profundidad de la información obtenida por encima del tamaño de la muestra, debido

a que buscan comprender los fenómenos desde las experiencias y perspectivas de los participantes.

Como criterios de inclusión se establecieron: ser escritor joven con presencia activa en plataformas digitales; crear y publicar contenido literario de manera constante; contar con experiencia relacionada con la literatura, la comunicación digital o la promoción cultural; y manifestar disposición para participar en el estudio.

Por su parte, se excluyeron perfiles inactivos o con publicaciones esporádicas, participantes sin relación directa con el objeto de estudio y cuentas cuyo contenido no estuviera vinculado con la creación, difusión o promoción de obras literarias.

La muestra estuvo conformada por cinco perfiles de escritores jóvenes seleccionados para la aplicación de la guía de observación y cinco participantes para las entrevistas semiestructuradas, entre escritores y especialistas relacionados con el objeto de estudio. La selección fue de carácter intencional, considerando la experiencia, participación y relación de los participantes con la creación y difusión de contenidos literarios en entornos digitales. Esta cantidad se consideró suficiente para los propósitos de la investigación, debido a que permitió obtener información pertinente y diversa para el análisis cualitativo del fenómeno estudiado.

Tabla 1

Operacionalización de categorías de análisis

Categoría	Dimensiones	Indicadores	Ítems o aspectos a analizar	Técnica / instrumento
Comunicación digital aplicada a la literatura juvenil	Tendencias de comunicación digital	Plataformas utilizadas, frecuencia de publicaciones y formas de interacción	¿Qué plataformas utilizan para promocionar contenido literario? ¿Con qué frecuencia publican? ¿Cómo interactúan con su audiencia?	Observación no participante
	Formatos narrativos y de contenido	Videos cortos, imágenes, reseñas, storytelling, audios y contenido emocional	¿Qué formatos utilizan para promocionar contenido literario? ¿Qué tipo de contenido favorece la difusión de una obra literaria?	Entrevista semiestructurada
Estrategias de difusión de literatura juvenil	Estrategias de promoción	Promoción de la obra, construcción de la imagen del autor, recomendaciones y participación de la audiencia	¿Qué estrategias utilizan para dar visibilidad a una obra? ¿Qué acciones favorecen la cercanía con los lectores?	Entrevista semiestructurada
	Interacción y comunidad	Comentarios, historias, respuestas, participación de seguidores y	¿Cómo se mantiene la interacción con los lectores? ¿Qué	Observación no participante y entrevista semiestructurada

		comunidad digital	acciones ayudan a construir una comunidad digital?	
	Uso de plataformas digitales	TikTok, Instagram y Wattpad	¿Qué función cumple cada plataforma en la difusión de contenido literario? ¿Qué características de cada plataforma favorecen la visibilidad?	Observación no participante y entrevista semiestructurada

Nota. Elaboración propia.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para recopilar la información se utilizaron dos técnicas cualitativas: la observación no participante y la entrevista semiestructurada. Esta combinación permitió obtener una visión más completa del fenómeno, al contrastar la información observada directamente con las experiencias y opiniones de los participantes.

Mediante la observación no participante se realizó el seguimiento durante treinta días a cinco escritores jóvenes que publican contenido literario de forma regular en plataformas digitales. Sin intervenir en sus actividades, se observó la frecuencia con la que publican, los tipos y formatos de contenido que utilizan, las estrategias de difusión que emplean y el nivel de interacción que mantienen con sus seguidores. Esta técnica permitió identificar patrones de comportamiento en el entorno digital relacionados con la difusión de contenido literario.

Por su parte, se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas con escritores jóvenes y especialistas. Cada entrevista contó con cinco o seis preguntas: tres de

ellas fueron comunes para todos los participantes, lo que facilitó la comparación de las respuestas, mientras que las restantes se adaptaron al perfil y experiencia de cada entrevistado.

Las entrevistas tuvieron una duración de entre 20 y 30 minutos y se llevaron a cabo de manera presencial o virtual, según la disponibilidad de cada participante.

Como instrumentos se emplearon una guía de observación y una guía de entrevista, ambas diseñadas de acuerdo con los objetivos del estudio y revisadas para asegurar su claridad y pertinencia

Tabla 2

Perfil de los participantes entrevistados

Nombre	Ocupación
Francisco Albarello	Profesor e investigador especializado en comunicación digital.
Harberly Vega	Estudiante de Literatura, escritora y creadora de contenido literario; ha publicado varias obras en Wattpad.
Steffany Leones	Estudiante y lectora de literatura juvenil.
Janella Dolores	Estudiante de Comunicación, escritora y autora de una obra publicada en Amazon en formato digital.
Tatiana Mendoza	Profesora y escritora con obras publicadas en editoriales

Nota. Elaboración propia

Análisis de datos

El análisis de los datos se realizó a partir de la información obtenida mediante las entrevistas semiestructuradas y la guía de observación aplicada a perfiles de escritores y creadores de contenido literario en plataformas digitales. Una vez recopilada la información, las respuestas se organizaron y clasificaron según las

categorías de análisis definidas a partir de los objetivos específicos de la investigación.

En el caso de las entrevistas, se realizó una lectura detallada de las respuestas de cada participante para identificar similitudes, diferencias y elementos recurrentes vinculados con las tendencias de comunicación digital, los formatos narrativos utilizados para promover contenidos literarios y las estrategias empleadas para difundir obras en plataformas digitales.

Respecto a la guía de observación, se analizaron aspectos como la frecuencia de publicación, los formatos de contenido utilizados, el nivel de interacción con la audiencia, las estrategias de comunicación implementadas y el uso de plataformas como TikTok, Instagram y Wattpad para la difusión de contenido literario.

Posteriormente, la información fue interpretada de manera conjunta y se establecieron relaciones entre las categorías de análisis y los objetivos específicos de la investigación. Este procedimiento permitió comprender las tendencias actuales en la comunicación digital aplicada a la literatura juvenil, identificar un modelo aproximado de difusión en plataformas digitales y fundamentar la propuesta de estrategia de comunicación para la difusión de la obra “Fui más que tus recuerdos”.

Como parte del proceso, se realizó una aplicación inicial de las estrategias planteadas en la propuesta de comunicación digital, cuya evidencia se presenta en los anexos mediante capturas de los contenidos publicados.

Limitaciones

Durante el desarrollo de la investigación se presentaron limitaciones propias del proceso de recolección de información. En primer lugar, el acceso y la

disponibilidad de los participantes se vieron condicionados por sus actividades académicas, laborales o proyectos personales, lo que dificultó la coordinación de horarios para las entrevistas. Asimismo, no todos los creadores de contenido literario contactados cumplían estrictamente con los criterios de selección establecidos o contaban con el tiempo necesario para participar.

En segundo lugar, la naturaleza dinámica de las plataformas digitales representa una limitación inherente al estudio. Las tendencias, los formatos de contenido, los algoritmos y las formas de interacción evolucionan de manera continua; por lo tanto, los resultados obtenidos corresponden específicamente al contexto y al período en que se recolectaron los datos.

Por otra parte, se reconoce como una limitación metodológica que la muestra fue seleccionada de manera intencional, con base en la pertinencia y experiencia de los participantes. Aunque los entrevistados provenían de diferentes contextos geográficos, incluyendo Ecuador, Cuba y Argentina, el sesgo de selección y el contacto digital pudieron limitar la diversidad de perspectivas, factor que debe considerarse al interpretar los hallazgos.

Finalmente, se debe señalar la naturaleza autopromocional del caso de estudio. Dado que la propuesta de comunicación digital se elaboró para la difusión de la obra inédita “Fui más que tus recuerdos”, vinculada directamente con la autora de la investigación, esta relación pudo influir en la priorización de determinados elementos de la propuesta. Por ello, las estrategias responden a las particularidades de dicha obra y no pretenden generalizarse automáticamente a toda la literatura juvenil.

No obstante, estas limitaciones no comprometieron el cumplimiento de los objetivos planteados, puesto que la información recopilada permitió analizar las tendencias actuales de la comunicación literaria digital y fundamentar la propuesta final.

Capítulo IV - Resultados

Ambos instrumentos permitieron recopilar información relevante sobre las tendencias actuales de la comunicación digital y los formatos narrativos empleados para la difusión de literatura juvenil en plataformas digitales.

La combinación de estas técnicas dio la posibilidad de contrastar las opiniones de escritores, especialistas y lectores con las estrategias implementadas por perfiles literarios activos en redes sociales.

Se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas dirigidas a escritores emergentes, especialistas en comunicación digital y una lectora activa. A cada participante se le aplicó un cuestionario base, complementado con preguntas específicas de acuerdo con su perfil y experiencia. El propósito fue identificar los formatos digitales más efectivos y las estrategias de comunicación que actualmente favorecen la difusión de obras literarias en entornos digitales.

Tabla 3

Matriz de análisis cualitativo de entrevistas sobre estrategias de comunicación digital para difusión de literatura juvenil

Categoría	Subcategoría	Informante	Cita textual
Comunicación digital	Formato de contenidos	Francisco Abarello	“Los usuarios valoran de manera significativa que el creador de contenido aparezca hablando directamente a cámara...”
Comunicación digital	Formato de contenidos	Haberly Vega	“Las adaptaciones audiovisuales y las imágenes facilitan el acercamiento de

			los jóvenes a la literatura...”
Estrategias de difusión literario	Identidad e interacción	Stefany Leones	“Una identidad visual clara, contenido constante y una conexión emocional con el público.”
Plataformas digitales	Adaptación de contenido	Janella Dolores Endara Viteri	“Instagram y TikTok funcionarían como canales de promoción mediante historias y videos...”
Estrategias de difusión literario	Humanización del autor	Tatiana Mendoza	“El proceso creativo, la autenticidad del autor y una presencia constante para fortalecer la relación con los lectores.”

Nota. Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a los cinco informantes clave.

En relación con los formatos digitales más efectivos, la autora cubana Haberly Vega manifestó que las imágenes llamativas y los audios narrados generan mejores resultados, especialmente en Instagram, debido a su capacidad para captar rápidamente la atención del usuario y despertar interés emocional por una obra (H. Vega, comunicación personal, 15 de mayo de 2026).

Por su parte, la escritora ecuatoriana Tatiana Mendoza señaló que la efectividad de una estrategia depende de la red social utilizada y del público al que se desea llegar. Además, destacó que no solo debe promocionarse la obra literaria, pero también fortalecer la imagen del autor y compartir su proceso creativo, con el

propósito de generar cercanía y confianza con la audiencia (T. Mendoza, comunicación personal, 28 de mayo de 2026).

Mientras Janella Dolores Endara Viteri coincidió en que los videos cortos constituyen uno de los formatos más efectivos para difundir literatura juvenil, ya que captan rápidamente la atención del público y transmiten de manera dinámica la esencia de una obra. Asimismo, señaló la importancia de complementar la difusión en redes sociales con actividades presenciales, como firmas de libros, y mantener una publicación constante mediante historias y contenido de interés para conservar la atención de los lectores (J. Endara, comunicación personal, 7 de junio de 2026).

Desde una perspectiva más analítica, Francisco Abarello resaltó el impacto de plataformas como TikTok en la difusión literaria, señaló que los formatos audiovisuales breves, dinámicos y cargados de contenido emocional han transformado la manera en que las obras llegan al público juvenil. En su opinión, este tipo de contenido facilita una conexión más orgánica con los usuarios y favorece la viralización de las publicaciones (F. Abarello, comunicación personal, 3 de junio de 2026).

Finalmente, desde la perspectiva de la audiencia, Stefany Leones manifestó que se siente especialmente atraída por publicaciones breves, frases impactantes, videos con narración emocional y contenido visualmente atractivo. Según indicó, estos elementos influyen directamente en su decisión de conocer y explorar nuevas obras literarias (S. Leones, comunicación personal, 6 de junio de 2026).

En conjunto, las entrevistas evidenciaron una clara coincidencia entre los participantes, quienes consideran que los formatos audiovisuales breves, el contenido

visual atractivo y las narrativas emocionales constituyen los recursos más efectivos para captar y mantener la atención del público juvenil.

Con respecto a las fichas de observación, se analizaron cinco perfiles literarios activos durante un período de un mes, comprendido entre el 7 de mayo y el 7 de junio de 2026. El objetivo fue identificar las estrategias de comunicación utilizadas para difundir contenido relacionado con la literatura juvenil. Para ello se consideraron variables como la frecuencia de publicación, el tipo de contenido, los formatos narrativos empleados, el nivel de interacción y el engagement generado con la audiencia.

Los perfiles seleccionados fueron @Poemariias, @Itsdanivel, @Checomdzatv, @Ari Godoy y @Albar Salvatore, elegidos por mantener una gran cantidad de visualizaciones y seguidores activos principalmente a través de TikTok e Instagram.

Tabla 4

Matriz comparativa de las fichas de observación de las cuentas analizadas

Categoría	Subcategoría	Cuenta analizada	Hallazgo principal
Contenido literario	Tipo de contenido	Poemariias	Poesía y textos reflexivos con alta carga emocional.
Contenido literario	Tipo de contenido	Itsdanivel	Contenido reflexivo y emocional dirigido a públicos jóvenes.
Contenido literario	Tipo de contenido	Ari Godoy	Publicaciones relacionadas con lectura, escritura y literatura juvenil.
Contenido literario	Tipo de contenido	Albar Salvatore	Promoción directa de obras literarias mediante contenido visual y audiovisual.
Contenido literario	Tipo de contenido	Checomdzatv	Poesía y textos reflexivos adaptados a videos cortos.
Narrativa digital	Formato	Poemariias	Narración oral e interpretación emocional.

Narrativa digital	Formato	Itsdanivel	Videos breves, textos en pantalla y recursos audiovisuales.
Narrativa digital	Formato	Ari Godoy	Fotografías, composiciones gráficas y publicaciones literarias.
Narrativa digital	Formato	Albar Salvatore	Imágenes promocionales y videos sobre sus obras.
Narrativa digital	Formato	Checomdzatv	Interpretación oral, música y recursos visuales.
Difusión literaria	Promoción de obras	Poemariias	Difunde producción poética propia.
Difusión literaria	Promoción de obras	Itsdanivel	No presenta promoción directa de una obra inédita.
Difusión literaria	Promoción de obras	Ari Godoy	Utiliza Wattpad e Instagram para difundir producciones literarias.
Difusión literaria	Promoción de obras	Albar Salvatore	Promociona directamente sus obras literarias.
Difusión literaria	Promoción de obras	Checomdzatv	Comparte producciones y expresiones literarias propias.

Nota. Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a los cinco informantes clave.

Durante el período de observación se evidenció que no todos los perfiles publican con la misma frecuencia. Algunos realizan publicaciones de manera esporádica. También se pudo evidenciar que el aspecto más relevante radica en la calidad del contenido, el cual se caracteriza por ser visualmente atractivo, emocional y adaptado al formato de cada plataforma, generando una respuesta favorable por parte de la audiencia.

De igual manera, se constató que todos los perfiles analizados cuentan con una comunidad consolidada de seguidores, aspecto que fortalece su visibilidad y favorece la difusión de contenidos literarios dentro de las redes sociales.

Poemariias se caracteriza por compartir contenido poético cargado de emociones, predominando los videos cortos y publicaciones con frases reflexivas

que conectan rápidamente con la audiencia mediante experiencias personales y sentimientos cotidianos.

Por parte de, Itsdanivel publica principalmente poesía narrada y reflexiones breves en formato audiovisual, manteniendo una interacción constante con sus seguidores, quienes participan activamente compartiendo experiencias y emociones en la sección de comentarios.

En el caso de Checomdzatv, predominan los videos narrativos con mensajes reflexivos dirigidos a un público juvenil. Su contenido combina narración oral, recursos audiovisuales y elementos emocionales que logran captar la atención y mantener el interés de la audiencia.

Ari Godoy presenta una estrategia de comunicación con una identidad visual definida, utilizando reels, carruseles y publicaciones promocionales que fortalecen la imagen de la autora y hacen que su contenido resulte atractivo y profesional.

Finalmente, Albar Salvatore orienta su contenido hacia la promoción de obras literarias mediante recursos visuales llamativos y publicaciones diseñadas para fortalecer la conexión emocional con sus lectores.

De manera general, la observación permitió confirmar que TikTok e Instagram constituyen actualmente las principales plataformas para la difusión de literatura juvenil.

En síntesis, los resultados obtenidos mediante las entrevistas semiestructuradas y las fichas de observación permitieron identificar las principales tendencias de comunicación digital utilizadas para la difusión de literatura juvenil en plataformas digitales. Asimismo, evidenciaron la importancia de los formatos audiovisuales breves, el contenido emocional, la interacción con la audiencia y la

constancia en las publicaciones como elementos que favorecen el posicionamiento de obras literarias en entornos digitales.

Estos hallazgos permitieron dar respuesta a los objetivos específicos planteados en la investigación y constituyen la base para la elaboración de la propuesta de estrategia de comunicación digital que se presenta en el capítulo siguiente.

Capítulo V

Propuesta de estrategia de comunicación digital para la difusión de la obra literaria *Fui más que tus recuerdos*

A partir de los hallazgos obtenidos, se diseñó una estrategia de comunicación digital orientada a la promoción de la obra "*Fui más que tus recuerdos*", tomando en consideración las características del público objetivo y las dinámicas de interacción presentes en las principales plataformas digitales.

La propuesta se basa en la creación de contenido planificado, auténtico y emocional, capaz de generar cercanía entre la autora y sus lectores. Más que promocionar una obra literaria, la estrategia busca construir una comunidad interesada en la literatura juvenil, compartiendo el proceso creativo, las experiencias que inspiraron los poemas y los mensajes que dan sentido a "*Fui más que tus recuerdos*".

Para lograr este propósito, la estrategia incorpora herramientas del marketing digital y de la comunicación en redes sociales, como la definición de un buyer persona, la construcción de una identidad visual, la planificación de contenidos y un cronograma de publicaciones orientadas a fortalecer la presencia de la obra en TikTok, Instagram y Wattpad.

Público objetivo (Buyer Persona)

Este buyer persona representa las características, intereses y hábitos de consumo del público al que se dirige la estrategia, permitiendo diseñar contenidos acordes con sus preferencias y con las plataformas digitales que utiliza con mayor frecuencia.

Tabla 5

Se presenta el perfil del público objetivo

Aspecto	Descripción
Nombre	Maura
Edad	18 a 28 años.
Ocupación	Estudiante o profesional
Ubicación	Ecuador y otros países de habla hispana.
Nivel de educación	Bachillerato e universitarios.
Ventajas	Le gusta la literatura en ella están las poesías, las novelas románticas, el desarrollo personal, la escritura creativa, la músicas, la fotografías y todo contenido relacionado con emociones y crecimientos personal.
Comportamiento de digital	Usa tiktok e Instagram todos los días para descubrir nuevas lecturas, seguir escritores de poesías y comparte publicaciones con la que se identifica emocionalmente.
Interese en contenido digital	Videos cortos con frases, reels sobre amor, nostalgia y superación personal, poemas narrados, relatos de autores y recomendaciones de libros.
Necesidades emocionales	Busca historias con las que pueda identificarse, reflexionar sobre relaciones personales, despedidas, amor propio y procesos de crecimiento o sanación emocional.
¿Por qué leer la obra	Puede sentirse identificada con la obra, ya que transmite sentimientos de lo que alguna vez fue un amor que le costó soltar.

Relación con la estrategia	Este perfil orienta el diseño de la estrategia de comunicación digital, permitiendo definir el tono del mensaje, las plataformas de difusión, los formatos de contenido y las emociones que se transmitirán en cada publicación para conectar con el público objetivo.
-----------------------------------	--

Nota. Elaboración propia basado en los resultados hallados (2026)

Identidad visual de la campaña

La identidad visual representa el eje comunicacional de la estrategia digital, ya que permite construir una imagen coherente y fácilmente reconocible en todas las plataformas donde se difundirá la obra *Fui más que tus recuerdos*. Todos los elementos visuales buscan transmitir las emociones que están presentes en los poemas del libro, reforzando vínculo emocional entre la autora y su público.

En función de estos hallazgos, la estrategia desarrolla una identidad visual propia que refleja sentimientos como el amor, la nostalgia, la superación y la esperanza, elementos que caracterizan el contenido de la obra.

Concepto creativo

"Los recuerdos permanecen, pero las palabras tienen el poder de transformarlos."

Este concepto guía toda la campaña y está presente en cada publicación, video e historia compartida en redes sociales, permitiendo que la audiencia identifique rápidamente la esencia de la obra.

Paleta de colores

La campaña utilizará una paleta de colores suaves que transmiten tranquilidad, cercanía y sensibilidad.

- **Blanco:** representa nuevos comienzos, paz y sinceridad.
- **Beige:** comunica calidez y cercanía.
- **Rosa palo:** simboliza el amor, la nostalgia y la delicadeza presentes en la obra.
- **Gris claro:** representa los recuerdos y el proceso de transformación emocional.

La aplicación constante de estos colores fortalece el reconocimiento visual de la campaña las plataformas digitales.

Tipografía

La identidad gráfica combinará dos tipografías que aportan elegancia y legibilidad.

- **Playfair Display** para títulos y frases principales, reforzando el estilo literario de la obra.
- **Poppins** para textos informativos y publicaciones, facilitando la lectura en dispositivos móviles.

Esta combinación mantiene un equilibrio entre una estética moderna y la esencia emocional del libro.

Estilo visual

Las publicaciones incluirán escenarios naturales, cuadernos, libres, café, flores y espacios tranquilos de lectura. Los videos usarán planos cercanos de la autora para transmitir emocionales de forma auténtica, junto con fragmentos del libro y detalles del proceso creativos.

Tono de comunicación

La comunicación tendrá un tono cercano, humano y reflexivo. Cada publicación busca generar identificación a través de experiencias personales, fragmentos del libro y preguntas directas a la audiencia. La estrategia más que promocionar un libro, busca crear espacios donde los lectores puedan compartir emociones, recuerdos y vivencias relacionadas con los temas de la obra.

Personalidad de la campaña

- Estrella.
- Empática.
- Inspiradora.
- Sensible.
- Auténtica.
- Reflexiva.

Cada pieza gráfica y audiovisual mantiene estos atributos para consolidar una identidad sólida y coherente durante todo el desarrollo de la estrategia digital.

Plan de acción de la estrategia digital

La estrategia digital se desarrollará durante un período de un mes y estará organizada en cuatro semanas de trabajo. Cada semana responde a un objetivo comunicacional específico que permitirá construir una relación progresiva entre la autora y los lectores. En lugar de enfocarse solo en promocionar obras, la campaña busca crear una experiencia emocional que despierte interés, fomente la interacción y motive a los lectores a que lean “Fui más que tus recuerdos en wattpad”

La estrategia se ejecutará los días lunes, miércoles, viernes y domingo, considerando que se hará en una frecuencia constante, esto favorece la permanencia de la obra en redes sociales.

Cada publicación combinará recursos audiovisuales, storytelling, interacción y fragmentos literarios, permitiendo que el público conozca no solo el contenido del libro, sino las emociones que la autora tuvo a la hora de escribirla.

La campaña se estructura en cuatro etapas: **descubrimiento, conexión, comunidad y difusión**, de manera que cada semana cumpla un propósito diferente dentro del proceso de comunicación digital.

Tabla 6

Distribución semanal de las acciones de comunicación digital

Semana	Etapas	Formato predominante	Plataformas	Objetivo
Semana 1	Descubrimiento	Video de presentación y Reel	TikTok e Instagram	Dar a conocer a la autora y la historia detrás de <i>Fui más que tus recuerdos</i> .
Semana 2	Conexión emocional	Reels, carruseles e historias	TikTok e Instagram	Generar identificación emocional mediante fragmentos de la obra y contenido audiovisual.
Semana 3	Construcción de comunidad	Videos, historias interactivas y lectura de fragmentos	TikTok, Instagram y Wattpad	Fortalecer la interacción con los lectores y construir una comunidad alrededor de la obra.
Semana 4	Difusión de la obra	Infografías informativas, carruseles y videos cortos	TikTok, Instagram y Wattpad	Incrementar las lecturas de <i>Fui más que tus recuerdos</i> y fortalecer su posicionamiento digital.

Nota. Elaboración propia (2026).

Semana 1. Descubrimiento

Tabla 7

Publicación 1

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Detrás de cada recuerdo existe una historia.
Etapas	Descubrimiento.
Objetivo	Presentar a la autora y dar a conocer el origen de la obra <i>Fui más que tus recuerdos</i> , generando curiosidad e identificación emocional con la audiencia.
Plataformas	TikTok e Instagram (Reel).
Día	Lunes.
Hora de publicación	19:00.
Duración	45 a 60 segundos.
Formato	Video vertical.
Emoción que busca transmitir	Curiosidad, nostalgia y cercanía.

Guion audiovisual	Escena 1: Plano medio de la autora sosteniendo una libreta o el libro. Narración: “Dicen que escribir ayuda a sanar. Yo no lo entendía hasta que comencé a redactar.” Escena 2: Imágenes escribiendo, hojas del cuaderno, café o un lugar tranquilo. Narración: “Cada poema que forma parte de <i>Fui más que tus recuerdos</i> nació de experiencias, emociones y momentos que marcaron una etapa importante de mi vida.” Escena 3: Primer plano de la portada del libro. Narración: “No escribí este libro para contar únicamente mi historia. Lo escribí con la esperanza de que alguien más pudiera sentirse identificado con cada página.” Escena 4: Pantalla con la portada del libro y logo de Wattpad. Narración: “<i>Fui más que tus recuerdos</i> ya está disponible en Wattpad. Te invito a leerlo y descubrir cada una de las emociones que inspiraron esta obra.”
Copy para Instagram	Hay recuerdos que nunca desaparecen; simplemente aprenden a vivir con nosotros. <i>Fui más que tus recuerdos</i> nació de emociones reales, de momentos que decidí convertir en palabras para compartirlas con quienes alguna vez también tuvieron que aprender a soltar. La obra ya está disponible en Wattpad. ¿Cuál ha sido ese recuerdo que más ha cambiado tu vida? Te leo en los comentarios.
Llamado a la acción (CTA)	Lee <i>Fui más que tus recuerdos</i> en Wattpad y cuéntame cuál fue el primer poema con el que te identificaste.
Hashtags	#FuiMasQueTusRecuerdos #Wattpad #BookTok #Bookstagram #LiteraturaJuvenil #Poesía #Lectura
Resultado esperado	Dar a conocer a la autora. Generar reconocimiento de la obra. Incrementar las visitas al perfil. Motivar las primeras lecturas en Wattpad.

Nota. Elaboración propia (2026)

Tabla 8

Publicación 2

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Todo libro comienza con un amor que nunca funciona.
Etapas	Descubrimiento.
Objetivo	Despertar la curiosidad del público mediante un fragmento de la obra que refleje su esencia emocional.
Plataformas	TikTok e Instagram (Reel).
Día de publicación	Miércoles
Hora de publicación	19:30.
Duración	30 a 45 Segundo
Formato	video de voz en off de algún fragmento de la obra
Emoción que busca transmitir	Identificación con la obra
Guion	Escena 1: Plano cercano mientras se pasan lentamente las páginas del libro. Narración: Hay historias que no necesitan grandes finales para quedarse con nosotros. Escena 2: Se muestra un fragmento del libro mientras la autora lo lee en voz suave. Narración: Cada página guarda una emoción diferente: algunas hablan de amor, otras de despedidas y muchas de volver a empezar. Escena 3: Plano de la autora cerrando el libro y mirando directamente a cámara. Narración: Tal vez una de estas páginas también forme parte de tu historia. Escena 4: Pantalla final con la portada de la obra. Narración: «Puedes leer Fui más que tus recuerdos gratis en Wattpad».
Copy para Instagram	<i>No todas las historias necesitan parecerse para hacernos sentir exactamente lo mismo. Quizás entre estas páginas encuentres una emoción que también ha formado parte de tu vida. Disponible en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	¿Te atreverías a descubrir qué historia esconden estas páginas?
Hashtags	#BookTok #Poesía #Lectura #Wattpad #FuiMasQueTusRecuerdos #EscribirParaSanar
Resultado esperado	Incrementar la curiosidad por la obra, aumentar las reproducciones del video y dirigir lectores hacia la publicación en Wattpad.

Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 9

Publicación 3

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Una historia nace de un recuerdo.
Etapas	Descubrimiento
Objetivo	Revelar la esencia detrás de “fui más que tus recuerdos” , en historias emocionales.
Plataformas	TikTok e Instagram (Reel).
Día de publicación	viernes.
Hora de publicación	19:30.
Duración	30 a 45 segundos.
Formato	Video con imágenes de voz en off
Emoción que busca transmitir	Nostalgia
Guion	Escena 1: Planos de una libreta, pluma y páginas con escritos en un ambiente tranquilo. Narración: Antes de convertirse en una historia, cada palabra nació de un sentimiento, de un recuerdo y de una emoción difícil de olvidar. Escena 2: Se muestran fragmentos del proceso de escritura, notas, frases destacadas y páginas del manuscrito. Narración: <i>Fui más que tus recuerdos</i> nace de esos momentos que permanecen en nuestra memoria, incluso cuando todo parece haber cambiado. Escena 3: La autora escribe o lee una parte del libro. Narración: Porque algunas personas se van, pero las historias que dejaron en nosotros permanecen para siempre. Escena 4: Pantalla final mostrando la portada de la obra. Narración: Descubre en Wattpad una historia que podría recordarte a alguien.
Copy para Instagram	<i>Hay recuerdos que el tiempo no logra borrar y emociones que encuentran su lugar entre las páginas de un libro. Fui más que tus recuerdos es una historia creada desde sentimientos que muchos hemos vivido alguna vez. Disponible en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	¿Qué recuerdo crees que nunca podrías olvidar?
Hashtags	#BookTok #LecturaJuvenil #Wattpad #LiteraturaJuvenil #FuiMasQueTusRecuerdos #HistoriasQueConectan
Resultado esperado	Generar expectativa sobre la obra inédita, aumentar la conexión emocional con potenciales lectores e incrementar la interacción mediante comentarios y reacciones.

Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 10

Publicación 4

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Todos tenemos una historia que recordar.
Etapas	Descubrimiento.
Objetivo	Crear una interacción con la audiencia mediante preguntas con la temática de la obra
Plataformas	Instagram (Carrusel) y TikTok (Video con texto).
Día de publicación	Domingo.
Hora de publicación	19:30.
Formato	Carrusel interactivo con frases reflexivas.
Emoción que busca transmitir	Identificación y nostalgia.
Guion	Escena 1: fondo blanco con una escritura de texto: Todos guardamos un recuerdo que marcó nuestra vida. Escena 2: Imagen de una persona leyendo o escribiendo. Texto: Un momento, una persona o una historia que nunca pudimos olvidar. Escena 3: Frase relacionada con la obra. Texto: Porque algunos recuerdos no desaparecen... solo esperan ser contados». Escena 4: Portada del libro. Texto: <i>Fui más que tus recuerdos</i> . Una historia donde las emociones encuentran palabras. Disponible en Wattpad.
Copy para Instagram	<i>Detrás de cada recuerdo existe una emoción, y detrás de cada emoción puede existir una historia. Quizás esta obra te haga recordar algo que también forma parte de ti. Disponible en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	¿Qué recuerdo ha marcado tu vida? Cuéntamelo en los comentarios.
Hashtags	#BookTok #Lectores #LiteraturaJuvenil #Wattpad #FuiMasQueTusRecuerdos #AmantesDeLaLectura
Resultado esperado	Promover la participación de la audiencia, fortalecer la comunidad alrededor de la obra e identificar las emociones e intereses del público lector.

Nota. Elaboración propia (2026).

Semana 2. conexión emocional

Tabla 11

Publicación 5

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Una frase puede recordar una historia.
Etapas	Conexión emocional.
Objetivo	Incentivar la participación del público mediante frases relacionadas con sentimientos presentes en la obra y promover la interacción con la comunidad lectora.
Plataformas	Instagram
Día de publicación	jueves
Hora de publicación	19:30
Formato	Carrusel de frases emocionales.
Emoción que busca transmitir	Reflexión
Guion	Escena 1: una foto de la escritora sentada en una silla con la mirada para abajo: las palabras llegan justo cuando más las necesitamos. Escena 2: Imagen de un libro abierto con un poema del libro. Escena 3: Frase inspirada en la temática de la obra. Escena 4: Portada de la obra. Texto: « <i>Fui más que tus recuerdos</i> . Una historia escrita para quienes sienten profundamente. Disponible en Wattpad.
Copy para Instagram	<i>A veces una sola frase puede transportarnos a un momento, una persona o una emoción que creíamos guardada. Las historias también viven en aquello que sentimos. Disponible en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	Completa la frase: «Un recuerdo que nunca olvidaré es...».
Hashtags	#BookTok #Lectores #Wattpad #LiteraturaJuvenil #FuiMasQueTusRecuerdos #AmantesDeLosLibros
Resultado esperado	Incrementar la interacción con la audiencia, crear una comunidad alrededor de experiencias compartidas y mantener el interés por la publicación de la obra.

Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 12

Publicación 6

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Cuando una historia también habla de ti.
Etapas	Conexión emocional.
Objetivo	Tener más vínculo entre la autora y los lectores mediante un video emocional.
Plataformas	TikTok e Instagram (Reel).
Día de publicación	sábado.
Hora de publicación	19:30.
Duración	30 a 45 segundos.
Formato	Video con voz en off
Emoción que busca transmitir	Empatía e identificación.
Guion	Escena 1: Plano de la autora leyendo un fragmento del libro en un espacio tranquilo, mientras dice: algunas historias parecen estar escritas para nosotros, porque hablan de emociones que alguna vez sentimos. Escena 2: Se muestran frases del libro y detalles del proceso de escritura. Escena 3: La autora lee un fragmento de la obra. Escena 4: Pantalla final con la portada del libro. Narración: <i>Fui más que tus recuerdos</i>, una historia donde quizás encuentres una parte de ti. Disponible en Wattpad
Copy para Instagram	<i>Cada lector encuentra algo diferente dentro de una historia. A veces una página puede recordarnos momentos que creíamos olvidados o emociones que nunca dejamos atrás. Disponible en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	¿Alguna vez un libro te hizo sentir identificado?
Hashtags	#BookTok #LecturaJuvenil #Wattpad #Literatura #FuiMasQueTusRecuerdos #LibrosQueConectan
Resultado esperado	Crear mayor cercanía entre la obra y los lectores, incrementar los comentarios relacionados con experiencias personales y reforzar la identidad emocional del proyecto literario.

Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 13

Publicación 7

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Cada sentimiento tiene un escondite detrás
Etapas	Conexión emocional.
Objetivo	Mostrar el proceso creativo de la obra y acercar al público a la autora mediante contenido más personal y auténtico.
Plataformas	TikTok e Instagram (Reel).
Día de publicación	Domingo.
Hora de publicación	19:30.
Duración	30 a 45 segundos.
Formato	Vertical
Emoción que busca transmitir	Cercanía
Guion	Escena 1: La autora escribe en una libreta o trabaja en el manuscrito, una toma de varios ángulos. Escena 2: Se muestran borradores, notas y detalles del proceso creativo. Escena 3: La autora habla brevemente a cámara. Comienza a narrar los borradores del libro y comenta porque cambio tal cosa Escena 4: Pantalla final con la portada de la obra. Narración: <i>Fui más que tus recuerdos</i>, una historia que nace desde el corazón. Disponible en Wattpad.
Copy para Instagram	<i>Cada libro guarda una historia, pero también guarda una parte de quien lo escribió. Hoy comparto un pequeño vistazo al camino detrás de Fui más que tus recuerdos. Disponible en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	¿Te gustaría conocer más sobre el proceso de creación de esta historia?
Hashtags	#BookTok #Escritores #Wattpad #LiteraturaJuvenil #FuiMasQueTusRecuerdos #ProcesoCreativo
Resultado esperado	Humanizar la imagen de la autora, generar confianza con la comunidad lectora e incrementar el interés por conocer la obra completa disponible en Wattpad.

Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 14

Publicación 8

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Detrás de cada historia existe un sentimiento.
Etapas	Conexión emocional.
Objetivo	Revelar como cobro vida la obra.
Plataformas	TikTok e Instagram (Reel).
Día de publicación	domingo.
Hora de publicación	19:30.
Duración	30 a 45 segundos.
Formato	Horizontal
Emoción que busca transmitir	Cercanía y autenticidad.
Guion	Escena 1: La autora aparece escribiendo en una libreta un poema, con un fondo claro con flores Escena 2: Se muestran a su alrededor un cuarto desordenado, con una narración relatando la escena, “en medio del desorden escribía lo que el corazón no gritaba”. Escena 3: La autora habla brevemente a cámara. Escena 4: Se muestra la portada de la obra. <i>Fui más que tus recuerdos</i> ya está disponible de forma gratuita en Wattpad. Te invito a descubrir esta historia.
Copy para Instagram	<i>Cada libro guarda una historia, pero también conserva una parte de quien lo escribe. Hoy quiero mostrarte un pequeño recorrido por el proceso de creación de Fui más que tus recuerdos, una obra nacida de experiencias, emociones y aprendizajes.  Ya puedes leerla gratuitamente en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	¿Te gustaría conocer más sobre el proceso de creación de esta historia? Te leo en los comentarios.
Hashtags	#BookTok #Escritores #Wattpad #LiteraturaJuvenil #FuiMasQueTusRecuerdos #ProcesoCreativo
Resultado esperado	Humanizar la imagen de la autora, generar confianza con la comunidad lectora e incrementar el interés por conocer y leer la obra completa disponible en Wattpad.

Nota. Elaboración propia (2026).

Semana 3. Construcción de comunidad

Tabla 15

Publicación 9

Elemento	Descripción
Título de la publicación	¿Qué inspiró este libro?
Etapas	Construcción de comunidad.
Objetivo	Compartir con la audiencia el proceso creativo de la obra, fortaleciendo la cercanía entre la autora y los lectores.
Plataformas	TikTok e Instagram (Reel).
Día de publicación	Lunes.
Hora de publicación	19:00.
Duración	45 a 60 segundos.
Formato	Video vertical.
Emoción que busca transmitir	Cercanía, confianza e inspiración.
Guion	Escena 1: Una pareja caminando en el parque y la autora sentada en una banca mientras escribe en una libreta la está dañada la portada. Escena 2: Se muestran hojas con este texto: Con el tiempo entendí que esas palabras podían convertirse en poemas capaces de acompañar a otras personas que también estuvieran viviendo situaciones similares. Escena 3: La autora sostiene la libreta y alza la mirada y en tono romántico se dirige a la cámara Escena 4: Se muestra la portada de la obra. Narración: Si quieres conocer esta historia, puedes leerla gratuitamente en Wattpad.
Copy para Instagram	<i>Detrás de cada página existe una historia que comenzó mucho antes de escribir el primer poema.</i> <i>Hoy quiero compartir contigo una parte de ese proceso y agradecer a quienes forman parte de este camino. Fui más que tus recuerdos está disponible en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	¿Alguna vez has escrito lo que sientes? Cuéntamelo en los comentarios.
Hashtags	#FuiMasQueTusRecuerdos #BookTok #Bookstagram #Wattpad #EscribirParaSanar #LiteraturaJuvenil
Resultado esperado	Fortalecer la cercanía entre la autora y los lectores, incrementar la interacción en redes sociales y motivar nuevas lecturas de la obra en Wattpad.

Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 16

Publicación 10

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Tu historia también merece ser contada.
Etapas	Construcción de comunidad.
Objetivo	Incentivar la participación de los lectores mediante una dinámica que los invite a compartir experiencias relacionadas con las emociones presentes en la obra.
Plataformas	Instagram (Historias) y TikTok.
Día de publicación	Miércoles.
Hora de publicación	20:00.
Formato	Historias interactivas y video corto.
Emoción que busca transmitir	Empatía y participación.
Guion	Escena 1: La autora mira directamente a la cámara. Narración: «Cada persona tiene una historia que ha marcado su vida. Hoy quiero conocer un poco de la tuya». Escena 2: Aparece una encuesta en pantalla. Texto: «¿Qué emoción describiría mejor un capítulo de tu vida?» amor, nostalgia, esperanza y superación. Escena 3: La autora invita a participar. Narración: Déjame tu respuesta. Tal vez entre las páginas de <i>Fui más que tus recuerdos</i> encuentres un poema con el que puedas identificarte. Escena 4: Se muestra la portada de la obra. Narración: «Puedes leer <i>Fui más que tus recuerdos</i> de forma gratuita en Wattpad».
Copy para Instagram	<i>Cada historia merece ser escuchada, porque detrás de cada emoción existe una experiencia que nos transforma. Hoy quiero conocer la tuya. ¿Cuál ha sido la emoción que más ha marcado tu vida? Fui más que tus recuerdos está disponible gratuitamente en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	Participa en las historias y descubre qué poema de <i>Fui más que tus recuerdos</i> podría representar tu experiencia.
Hashtags	#FuiMasQueTusRecuerdos #BookTok #Bookstagram #Wattpad #LiteraturaJuvenil #LeerTambiénEsSentir
Resultado esperado	Incrementar la participación de la comunidad, generar conversaciones entre la autora y los lectores y fortalecer el sentido de pertenencia hacia la comunidad creada alrededor de la obra.

Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 17

Publicación 11

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Detrás de una página también existe una historia.
Etapas	Construcción de comunidad.
Objetivo	Mostrar el proceso creativo detrás de la escritura de la obra, fortaleciendo la cercanía entre la autora y los lectores.
Plataformas	TikTok e Instagram (Reel).
Día de publicación	Viernes.
Hora de publicación	19:00.
Duración	45 a 60 segundos.
Formato	Video vertical.
Emoción que busca transmitir	Inspiración, autenticidad y cercanía.
Guion	Escena 1: La autora aparece escribiendo en una libreta mientras suena música instrumental. Escena 2: Se muestran fotografías, el cuaderno de apuntes y algunas frases escritas a mano. Escena 3: La autora hojea el libro. Escena 4: Se muestra la portada del libro. Narración: «Puedes leer la obra completa en Wattpad y descubrir la historia detrás de cada poema».
Copy para Instagram	<i>Cada página de este libro guarda una historia, una emoción y un momento que marcó mi vida. Escribir Fui más que tus recuerdos fue un proceso lleno de aprendizajes que hoy quiero compartir contigo. La obra ya está disponible en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	¿Cuál crees que es la emoción más difícil de escribir? Te leo en los comentarios.
Hashtags	#FuiMasQueTusRecuerdos #BookTok #Bookstagram #Wattpad #EscribirParaSanar #LiteraturaJuvenil #AutoresEcuatorianos
Resultado esperado	Humanizar la imagen de la autora, incrementar la interacción con la audiencia, fortalecer la conexión emocional con los lectores y motivar nuevas lecturas de la obra en Wattpad.

Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 18

Publicación 12

Elemento	Descripción
Título de la publicación	Este espacio también es tuyo.
Etapas	Construcción de comunidad.
Objetivo	Fortalecer la comunidad digital invitando a los lectores a compartir sus experiencias
Plataformas	TikTok, Instagram (Historias y Reel) y Wattpad.
Día de publicación	Domingo.
Hora de publicación	20:00.
Duración	30 a 45 segundos.
Formato	Video vertical e historias interactivas.
Emoción que busca transmitir	Comunidad, empatía y participación.
Guion	Escena 1: Plano medio de la autora revisando el borrador con un café al lado, como un momento real de su día. Escena 2: transición rápida con fragmento manuscrito, hoja pensando y la portada Escena 3: primer plano de la autora conectado con la mira. Escena 4: Se muestra la portada de <i>Fui más que tus recuerdos</i> . Puedes leer la obra de forma gratuita en Wattpad. Me encantará conocer tu opinión y seguir compartiendo este camino contigo.
Copy para Instagram	<i>Este espacio también es para ti. Más que compartir un libro, quiero construir una comunidad donde cada lector encuentre un lugar para identificarse, reflexionar y expresar lo que siente. Fui más que tus recuerdos ya está disponible gratuitamente en Wattpad.</i>
Llamado a la acción (CTA)	Déjame en los comentarios una palabra que describa una emoción que nunca olvidarás o cuéntame qué tema te gustaría encontrar en un próximo poema.
Hashtags	#FuiMasQueTusRecuerdos #BookTok #Bookstagram #Wattpad #ComunidadLectora #LiteraturaJuvenil #Poesía #LeerTambiénEsSentir
Resultado esperado	Consolidar una comunidad digital alrededor de la obra, incrementar la participación de los lectores mediante comentarios e historias, fortalecer el vínculo entre la autora

Nota. Elaboración propia (2026).

Semana 4. Difusión de la obra

Tabla 19

¿Por qué leer Fui más que tus recuerdos?

Día	Plataforma	Formato	Objetivo
Lunes Publicación 13	Instagram	Infografía	Presentar por qué leer <i>Fui más que tus recuerdos</i> .
Miércoles Publicación 14	TikTok	Reel	Invitar a leer el libro en Wattpad mediante un fragmento emocional.
Viernes Publicación 15	Instagram	Carrusel/Infografía	Mostrar frases del libro y los temas que aborda.
Domingo Publicación 16	TikTok	Reel	Cierre de la campaña e invitación final a leer la obra.

Nota. Elaboración propia (2026).

Indicadores para la evaluación de la estrategia

Con el propósito de evaluar el desempeño de la estrategia digital propuesta para la difusión de la obra *Fui más que tus recuerdos*, se establecen indicadores que permitirán medir el alcance, la interacción y el nivel de participación de la audiencia durante el desarrollo de la campaña. Estos indicadores facilitarán el seguimiento de las acciones ejecutadas en TikTok, Instagram y Wattpad, permitiendo identificar el impacto de los contenidos publicados y el nivel de aceptación de la obra entre los lectores.

La evaluación se centrará en el comportamiento de la audiencia dentro de las plataformas digitales, considerando aspectos relacionados con el crecimiento de la comunidad, el alcance de las publicaciones y la interacción generada por los contenidos audiovisuales y literarios.

Tabla 20

Tabla de indicadores de la estrategia

Indicador	Descripción	Medio de verificación
Alcance de publicaciones	Número de personas que visualizaron los contenidos publicados en TikTok e Instagram.	Estadísticas de TikTok e Instagram.
Interacción	Cantidad de "me gusta", comentarios, compartidos y respuestas obtenidas.	Estadísticas de TikTok e Instagram.
Crecimiento de la comunidad	Incremento de seguidores durante la estrategia	Perfil de TikTok e Instagram.
Reproducciones de videos	visualizaciones alcanzadas por los Reels y videos publicados.	Estadísticas de cada plataforma.
Lecturas de la obra	Número de lecturas registradas en Wattpad.	Estadísticas de Wattpad.
Participación de la audiencia	Respuestas obtenidas en historias interactivas, preguntas y dinámicas desarrolladas durante la estrategia.	Métricas de Instagram y TikTok.
Compartidos y recomendaciones	Cantidad de veces que los usuarios compartieron las publicaciones con otras personas.	Estadísticas de las plataformas digitales.

Nota. Elaboración propia (2026).

Las recopilaciones obtenidas mediante estos indicadores permitirán analizar el desempeño de la estrategia. Con ello determinar cuáles fueron las acciones con mayor impacto en la difusión de la obra.

Teniendo en cuenta que la estrategia se fundamenta en el aprovechamiento de las herramientas gratuitas que ofrecen TikTok, Instagram y Wattpad, permitiendo mantener una comunicación continua con la audiencia sin necesidad de realizar una inversión económica. De esta manera, el crecimiento de la comunidad se sustentará en la calidad del contenido publicado, la interacción con los usuarios y la difusión orgánica que puedan realizar los propios lectores mediante comentarios, compartidos y recomendaciones.

Conclusiones

El presente trabajo permitió analizar las principales tendencias de comunicación digital empleadas para la difusión de literatura juvenil y reconocer las dinámicas de interacción que se desarrollan entre escritores, creadores de contenido literario y sus audiencias en plataformas digitales. A partir de las entrevistas semiestructuradas y la observación no participante, se obtuvieron elementos que permitieron fundamentar el diseño de una propuesta de comunicación digital para la difusión de la obra *Fui más que tus recuerdos*. Los hallazgos fueron contrastados con los aportes teóricos revisados sobre comunicación digital, BookTok, Bookstagram, Wattpad y mediación literaria, permitiendo relacionar los resultados del estudio con las nuevas formas de circulación y promoción de la literatura en entornos digitales.

En respuesta al primer objetivo específico, orientado a describir las tendencias de comunicación digital y los formatos narrativos utilizados para la promoción de contenidos literarios, se identificó que la difusión de literatura juvenil en plataformas digitales se caracteriza principalmente por el uso de formatos audiovisuales de corta duración, especialmente reels en Instagram y videos en TikTok. Estos contenidos se complementan con frases reflexivas, narraciones en voz en off, recursos visuales, fragmentos literarios y elementos emocionales. Estos hallazgos coinciden con los planteamientos revisados en el marco teórico sobre BookTok y Bookstagram, donde se destaca el uso de contenidos audiovisuales y dinámicos para acercar las obras literarias a las audiencias digitales. Asimismo, la presencia de Wattpad se relaciona con las nuevas formas de publicación, circulación y acceso a contenidos literarios en entornos digitales.

En relación con el segundo objetivo específico, dirigido a identificar un modelo de difusión en plataformas digitales, los resultados obtenidos mediante las entrevistas semiestructuradas y la observación no participante permitieron reconocer que los escritores y creadores de contenido literario adaptan sus formas de comunicación de acuerdo con las características de cada plataforma y las dinámicas de interacción con sus audiencias. Las entrevistas permitieron identificar la importancia atribuida a la autenticidad, el contenido emocional, la interacción y la cercanía con los lectores, mientras que la observación permitió reconocer el uso de formatos audiovisuales, publicaciones interactivas, fragmentos literarios y recursos orientados a generar participación. Estos hallazgos coinciden con los planteamientos del marco teórico sobre comunicación digital, BookTok, Bookstagram y el papel de los mediadores literarios, al evidenciar que la difusión de literatura en plataformas digitales incorpora no solo la presentación de las obras, sino también formas de interacción y construcción de comunidad alrededor del contenido literario.

Respecto al tercer objetivo específico, orientado a proponer un plan de comunicación que integre formatos narrativos y plataformas digitales, se diseñó una estrategia de comunicación digital para la difusión de la obra *Fui más que tus recuerdos*, fundamentada en los hallazgos obtenidos durante la investigación. La propuesta incorpora la definición de un buyer persona, una identidad visual y un tono de comunicación cercano, humano y reflexivo. Asimismo, integra TikTok, Instagram y Wattpad como plataformas de difusión y organiza las acciones en cuatro etapas: descubrimiento, conexión emocional, construcción de comunidad y difusión de la obra. La planificación contempla un mes de contenidos y 16 publicaciones que incluyen videos cortos, reels, carruseles, historias interactivas, fragmentos literarios y recursos de storytelling. Además, se establecieron indicadores relacionados con el

alcance, la interacción, el crecimiento de la comunidad, las reproducciones, las lecturas en Wattpad y la participación de la audiencia, planteados como mecanismos para una posterior evaluación de la estrategia. Las características de la propuesta guardan relación con los planteamientos revisados sobre comunicación digital, BookTok, Bookstagram y Wattpad, particularmente en cuanto al uso de formatos audiovisuales, narrativas breves, interacción y construcción de comunidades en torno al contenido literario.

Finalmente, en respuesta al objetivo general, se concluye que la propuesta de estrategias de comunicación digital para la difusión de la obra *Fui más que tus recuerdos* se fundamentó en las tendencias, formatos y dinámicas de interacción identificadas durante el proceso de investigación. Los resultados permitieron establecer que la difusión de literatura juvenil en entornos digitales incorpora recursos audiovisuales, narrativas breves, contenido emocional, interacción con los lectores y adaptación de los contenidos a las características de las plataformas utilizadas. A partir de estos hallazgos se estructuró una propuesta específica para la obra, que integra TikTok, Instagram y Wattpad, junto con una planificación de contenidos, una identidad visual y acciones orientadas a la interacción con la audiencia. En este sentido, la investigación permitió articular los hallazgos obtenidos con los aportes teóricos revisados y desarrollar una propuesta de comunicación digital acorde con las características de la obra y del público objetivo definido, sin pretender generalizar sus resultados a todas las obras de literatura juvenil.

Referencias

- Blanco, M. (2023). La literatura juvenil en la era digital: Comunidades lectoras y plataformas de autopublicación. *Revista de Estudios de Juventud*, 131, 45–60.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Cuestas, P., & Saez, V. (2020). Tecnologías digitales, comunidades virtuales y nuevas formas de leer: ¿Qué está pasando en el sector editorial juvenil en Argentina? *Álabe. Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura*, 22, 1–19. <https://doi.org/10.15645/ALABE2020.22.9>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4.^a ed.). SAGE Publications.
- Dávila-Morán, R. C. (2024). Impacto de las redes sociales en la promoción de la lectura en jóvenes peruanos. *Prohominum. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6(2), 168–182. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0240>
- Faruk, M. (2021). Wattpad as a new literary space: Youth, creativity, and digital storytelling. *International Journal of Children's Literature and Digital Media*, 8(2).
- García Canclini, N. (2010). *La sociedad sin relato: Antropología y estética de la inminencia*. Katz Editores.

- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Jenkins, H. (2008). Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.
- Johanna, A. P. (2025). Jóvenes lectores y narrativas digitales en plataformas sociales. *Revista de Comunicación Digital*, 12(3), 55–72.
- Martín Becerro, A. (2017). La literatura infantil y juvenil en las plataformas de distribución y venta de libros electrónicos [Trabajo de Fin de Máster, Universidad de Salamanca]. <https://gredos.usal.es/handle/10366/138121>
- Moustakas, C. (1994). Phenomenological research methods. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412995658>
- Neira Rodas, M. C. (2022). Wattpad y la nueva literatura por entregas en línea: Análisis y uso de la plataforma. *Revista Letral*, 29, 236–266. <https://doi.org/10.30827/rl.vi29.24040>
- Santa María, A. R.-M. (2024). Youth's experiences with books: Orientations towards digital spaces of literary socialisation. *Children's Literature in Education*, 55(3), 345–362. <https://doi.org/10.1007/s10583-024-09567-2>

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

Deusto.

Spjeldnæs, K. (2022). Platformization and publishing: Changes in literary

publishing. *Publishing Research Quarterly*, 38(4), 782–794.

<https://doi.org/10.1007/s12109-022-09912-2>

Suárez-Chuquín, K., Valenzuela-Arroyo, D., & Portilla-Chagna, J. (2026). Difusión

de las bibliotecas ecuatorianas en redes sociales: Análisis publicitario de su

visibilidad. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 11(2),

99–109. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v11i2.8493>

Szabó, D., & Dani, E. (2024). Book influencers in the library? *The Canadian Journal*

of Information and Library Science, 47(2), 18–29.

<https://doi.org/10.5206/cjils-rcsib.v47i2.17685>

Ulin Carrillo, S. (2024). Redes sociales para la difusión literaria. *Revista Conexión*,

13(37), 53.

Anexos

Anexos de entrevistas y ficha de observación

Anexo A

Link donde encontraran los documentos de las entrevistas y las fichas de observación en Word.

<https://drive.google.com/drive/folders/1t0GXj2Sao4hUxa8ngHHrPoajEysnNCcp>

Anexo B

- Llamada con steffany una de las entrevistada
- Llamad con Francisco entrevistado



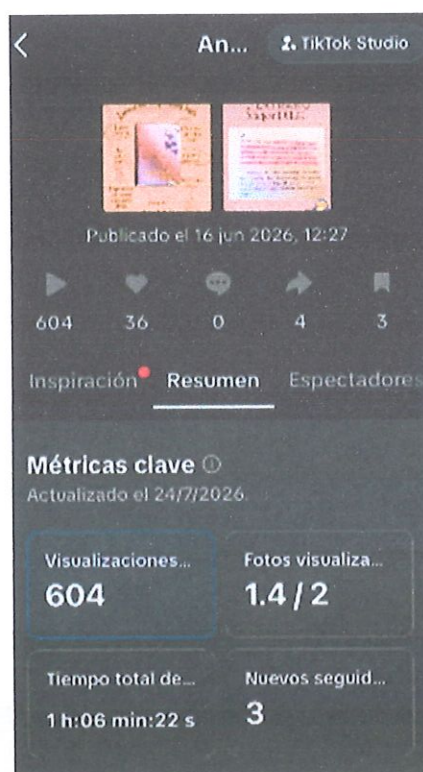
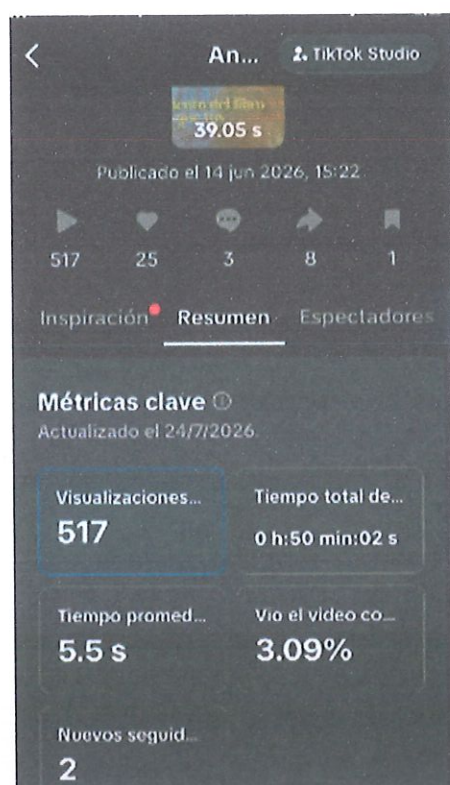
Anexo c

Captura del audio de una de las entrevistas.



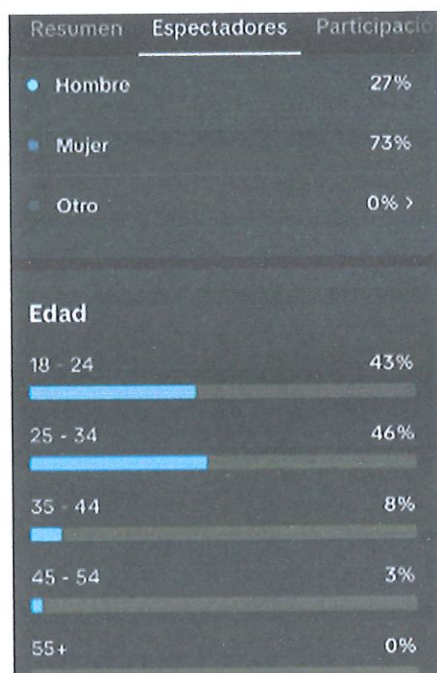
Anexos prueba de la estrategia

Aunque la estrategia fue diseñada para el desarrollarse durante un mes, se implementó de manera piloto una semana con el objetivo de comprobar su funcionamiento y observar los primeros resultados.





En este apartado se muestran la edad ya que fue algo que se mencionó en la estrategia.



Los lectores que se obtuvo durante esa semana en la plataforma wattpad

