

El uso de Instagram como herramienta en la divulgación literaria

The use of Instagram as a tool for literary dissemination

Carlos Alberto Guevara Martínez

cguevara5@uc.edu.ve

<https://orcid.org/0009-0002-1911-676X>

Universidad de Carabobo

Carabobo - Venezuela

Artículo recibido 06 de enero de 2025 / Arbitrado 18 de enero de 2025 / Aceptado 22 de marzo 2025 / Publicado 05 de abril de 2025

RESUMEN

El presente estudio analiza el impacto de Instagram como herramienta para la divulgación literaria, evaluando sus efectos en la promoción de la lectura y la interacción entre autores y lectores. La investigación se planteó como objetivo principal examinar las estrategias utilizadas en esta plataforma, identificando su alcance y las dinámicas que facilitan el engagement con la audiencia. La metodología adoptada fue cualitativa, con un diseño descriptivo y exploratorio, basado en una revisión documental. Se analizaron perfiles de escritores, editoriales y comunidades literarias activas en Instagram, evaluando sus contenidos, formatos y nivel de interacción con los usuarios. Los resultados indican que Instagram ha permitido la creación de comunidades literarias dinámicas, impulsando la difusión de obras mediante imágenes atractivas, reseñas interactivas y eventos digitales. Se evidenció un aumento en la visibilidad de los autores emergentes y una mayor participación del público en debates literarios. En conclusión, Instagram representa una herramienta efectiva para la promoción literaria, pero enfrenta desafíos como la saturación de contenido y la necesidad de estrategias de diferenciación. Se recomienda seguir explorando nuevas tendencias digitales para fortalecer el impacto de la literatura en el entorno digital.

Palabras clave: Instagram, divulgación literaria, promoción de la lectura, engagement digital.

ABSTRACT

This study analyzes the impact of Instagram as a tool for literary dissemination, evaluating its effects on promoting reading and the interaction between authors and readers. The main objective of the research was to examine the strategies used on this platform, identifying their reach and the dynamics that facilitate audience engagement. The methodology adopted was qualitative, with a descriptive and exploratory design, based on a documentary review. The profiles of writers, publishers, and literary communities active on Instagram were analyzed, evaluating their content, formats, and level of interaction with users. The results indicate that Instagram has enabled the creation of dynamic literary communities, boosting the dissemination of works through attractive images, interactive reviews, and digital events. An increase in the visibility of emerging authors and greater public participation in literary debates were evident. In conclusion, Instagram represents an effective tool for literary promotion, but it faces challenges such as content saturation and the need for differentiation strategies. It is recommended to continue exploring new digital trends to strengthen the impact of literature in the digital environment.

Keywords: Instagram, literary outreach, reading promotion, digital engagement.



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el uso de Instagram ha revolucionado de manera significativa y profunda la forma en que los escritores y los entusiastas de la literatura interactúan con sus audiencias y comunidades. Esta red social, que se distingue por su enfoque visual y atractivo, ha emergido no solo como un espacio ideal para compartir fotografías impresionantes, sino también como una plataforma poderosa y eficaz para la divulgación literaria y cultural. A través del uso de imágenes atractivas y cautivadoras, citas impactantes que resuenan con el público, y estrategias de comunicación directa y personalizadas, los escritores tienen la oportunidad de difundir sus obras de forma efectiva y conectar con lectores de manera inmediata y global, trascendiendo fronteras geográficas y culturales. Por ende, se hace necesario y urgente investigar cómo se está utilizando Instagram en este ámbito específico de la literatura y la escritura, así como cuáles han sido sus repercusiones en la promoción de la lectura y la cultura literaria en general, así como su impacto en las dinámicas de interacción entre escritores y lectores en la era digital.

Para Martin-Neira et al. (2022) el ámbito literario ha experimentado transformaciones significativas y notables en los últimos años, apoyadas en el crecimiento constante de las tecnologías digitales y las redes sociales. Estos cambios profundos han modificado radicalmente la forma en que las obras literarias son percibidas, distribuidas y consumidas por el público en general. Instagram, con su enfoque visual atractivo y su poderosa capacidad de interactuar con diversas audiencias de manera continua, se presenta como un medio primordial y fundamental para que tanto los autores emergentes como aquellos ya consolidados logren captar visibilidad en un mercado competitivo.

La comprensión de este fenómeno contemporáneo es esencial y relevante, dado que permite analizar el impacto social de la literatura en un contexto actual, resaltando la importancia de nuevas herramientas en la promoción literaria, así como en la democratización del acceso a la cultura y el conocimiento. Este análisis no solo enriquece nuestra percepción de la literatura, sino que también estimula la reflexión sobre su futuro en el mundo digital (Güere, 2023).

En un contexto donde la lectura tradicional enfrenta múltiples retos, como la cada vez más notable disminución de la atención del público y la fuerte competencia con otros medios de entretenimiento, el uso de redes sociales se presenta como una solución innovadora y efectiva. Según Espinal et al. (2025) las herramientas digitales que emergen del entorno contemporáneo permiten a autores, editores y lectores conectar entre sí de maneras que antes eran completamente impensables, promoviendo no solo la lectura de libros, sino también la creación de vibrantes comunidades literarias.

Este entorno digital, ofrece un espacio dinámico donde las opiniones y experiencias se comparten de forma instantánea, democratizando así el acceso a la información literaria y fomentando un diálogo enriquecedor y constructivo entre todos los actores que participan en el sector. Rovira-Collado et al., (2023) señala que herramientas como Instagram, que han cobrado gran popularidad en los últimos años, destacan por su naturaleza inherentemente visual, lo que permite que las recomendaciones literarias se transmitan a través de imágenes atractivas y cautivadoras, convirtiendo la promoción de libros en una experiencia estética, colectiva e inspiradora que invita a la participación de todos.

Por lo anteriormente expuesto, el presente estudio tiene como propósito investigar el uso de Instagram como herramienta de divulgación literaria, con el fin de analizar su efectividad en la promoción de la lectura y la literatura. Se busca identificar las estrategias empleadas por escritores y artistas literarios en esta plataforma, así como evaluar el alcance de sus publicaciones y el nivel de

interacción generado con la audiencia. Otro objetivo es examinar los beneficios y limitaciones que presenta Instagram como canal para la difusión de obras literarias, contribuyendo así a un entendimiento más completo del papel que juega en la cultura literaria contemporánea.

MÉTODO

Este estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con un diseño descriptivo y exploratorio, con el propósito de analizar el uso de Instagram como herramienta de divulgación literaria. Se realizó una revisión documental para examinar estrategias, dinámicas de interacción y el impacto de esta plataforma en la promoción de la literatura.

En primer lugar, se llevó a cabo un análisis teórico-conceptual mediante la revisión de literatura académica, informes y estudios previos relacionados con el uso de redes sociales en la difusión cultural y literaria. Para ello, se consultaron bases de datos indexadas y fuentes especializadas que permitieron contextualizar la investigación dentro de un marco teórico sólido.

Posteriormente, se realizó un análisis de contenido de perfiles de Instagram enfocados en la divulgación literaria. Se seleccionaron cuentas de escritores, editoriales y comunidades literarias, y de la Unidad de Atención Lingüística Magaly Feo de Correa de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Carabobo, con una frecuencia de publicación constante, evaluando el tipo de contenido compartido, el uso de herramientas interactivas y el nivel de engagement generado con los usuarios.

Asimismo, se identificaron estrategias comunicativas y narrativas utilizadas en la plataforma, clasificando las publicaciones según categorías como reseñas, recomendaciones, citas literarias, eventos en vivo y campañas de promoción editorial. Este análisis permitió establecer patrones de interacción y el impacto de las estrategias digitales en la recepción del contenido literario.

Finalmente, la información obtenida fue contrastada con estudios previos para identificar tendencias, desafíos y oportunidades en el uso de Instagram como un espacio de divulgación literaria. La revisión documental y el análisis cualitativo contribuyeron a una comprensión profunda del fenómeno, proporcionando una base para futuras investigaciones sobre la influencia de las redes sociales en la difusión cultural.

RESULTADOS

La divulgación cultural ha experimentado transformaciones significativas en los últimos años, especialmente con la llegada de las redes sociales, que han modificado de manera considerable la forma en que se comparte y se consume la información literaria en la actualidad. Desde el surgimiento de plataformas populares como Facebook, Twitter e Instagram, tanto los escritores como los lectores han encontrado nuevos y estimulantes espacios para interactuar, favoreciendo un acceso más amplio y diverso a la cultura literaria a través de diversas comunidades y grupos en línea.

Para Coronel, (2023) estos cambios han permitido que las obras literarias sean no solo más accesibles, sino que además los autores puedan establecer una relación más directa y personal con su público, desdibujando así las fronteras de la comunicación tradicional y facilitando un intercambio dinámico y enriquecedor de ideas, recomendaciones y críticas literarias. Por lo tanto, las redes sociales han pasado de ser simples recursos de entretenimiento a convertirse en herramientas cruciales para la difusión, promoción y democratización del conocimiento cultural en nuestra

sociedad contemporánea.

En este sentido, Díaz-Soloaga y Pelzer-Peinado (2024) indican que la evolución de las redes sociales ha sido un fenómeno acelerado y transformador que ha redefinido la divulgación cultural en el siglo XXI de una manera sorprendente. Al principio, plataformas como MySpace y Facebook se centraban mayormente en la conexión personal entre amigos y familiares, pero su desarrollo hacia características más abiertas y accesibles ha favorecido enormemente la creación de grupos temáticos y comunidades de interés específico, incluyendo, de manera notable, el ámbito de la literatura. Con el auge de Twitter, la brevedad y rapidez en el intercambio de ideas han permitido a los escritores promocionar sus obras de forma efectiva y a los lectores participar activamente en conversaciones sobre diversos temas literarios que les apasionan. Posteriormente, el surgimiento de Instagram aportó un enfoque visual e impactante a esta dinámica, permitiendo que la presentación estética de libros y escritos sea parte integral y fundamental de la experiencia de divulgación y promoción, haciendo que tanto autores como lectores encuentren nuevas y creativas formas de interacción y visibilidad en un entorno cada vez más digitalizado.

Por ello, desde su lanzamiento en el año 2010, Instagram ha ganado una relevancia notable en diversos sectores, especialmente en el ámbito literario, donde ha emergido como una plataforma vital no solo para la promoción de libros sino también para fomentar una interacción enriquecedora entre autores y lectores. Su enfoque visual, según Castillo y Díaz, (2023) está diseñado para captar la atención, lo cual permite que los usuarios compartan imágenes atractivas de portadas de libros, citas inspiradoras y reseñas detalladas. Esta característica no solo genera una estética que puede atraer a un público más diverso, sino que también facilita un acceso más fácil y ameno a la literatura.

A partir de 2015, con un notable aumento de usuarios activos y el uso de hashtags especialmente relacionados con la literatura, han surgido comunidades literarias vibrantes que han proliferado en la plataforma. Estos grupos han convertido a Instagram en un espacio donde la crítica literaria y la promoción de obras conviven en armonía, propiciando conexiones auténticas. Autores y editoriales han adoptado esta red social de manera estratégica para llegar a audiencias globales, estableciendo conexiones significativas y enriqueciendo la experiencia de los lectores. A través de eventos en vivo, lecturas, y debates sobre obras contemporáneas, se han ampliado las oportunidades para explorar la literatura de manera muy interactiva y accesible, transformando así la forma en que se percibe y se comparte la cultura literaria en nuestro tiempo (Marcillo et al., 2024).

Por lo tanto, Mauricio Rosario, (2021) expresa que Instagram se ha consolidado como una herramienta de divulgación literaria de gran relevancia e importancia en la actualidad, permitiendo a escritores, editoriales y a los amantes de la literatura compartir contenido relacionado con libros, autores y todo lo relacionado con el mundo literario de manera visual y atractiva. Desde su lanzamiento en el año 2010, la plataforma ha crecido exponencialmente en popularidad y usuarios, contando actualmente con más de mil millones de usuarios activos en todo el mundo, lo que la convierte en un espacio idóneo y altamente efectivo para la promoción de la lectura, la interacción enriquecedora con diversas comunidades literarias y la difusión de nuevas obras y descubrimientos en la literatura. Las características del atractivo formato visual de Instagram, junto con su capacidad de compartir instantáneamente contenido atractivo, fomentan una comunicación dinámica y fluida que facilita el acercamiento de las audiencias a la literatura contemporánea, respondiendo así de manera efectiva a las necesidades de modernización en la promoción cultural y el descubrimiento de nuevas voces en la literatura actual.

Desde este punto de vista, Instagram se caracteriza por su enfoque visual único y atractivo, permitiendo a los usuarios de diversas edades y orígenes crear y compartir contenidos cautivadores

a través de imágenes llamativas y videos de corta duración que capturan momentos efímeros. Esta plataforma social se basa fundamentalmente en la interacción inmediata, promoviendo el uso eficaz de hashtags, lo que incrementa considerablemente el alcance de las publicaciones e incrementa notablemente la visibilidad de los autores y sus obras creativas. Además, Cabrera López (2024) destaca que la posibilidad de crear historias efímeras en Instagram permite captar la atención de los seguidores de forma instantánea y dinámica. Con un público diverso y global, Instagram facilita la creación de comunidades literarias vibrantes y activas, donde tanto escritores en ciernes como lectores ávidos pueden intercambiar opiniones, recomendaciones y experiencias enriquecedoras, propiciando un entorno conversacional rico en diálogo y profundo descubrimiento literario.

Por lo tanto, el uso de Instagram para la divulgación literaria presenta múltiples ventajas que son realmente significativas. Una de las más notorias es la capacidad de alcanzar una audiencia amplia y diversa, lo que permite que diferentes tipos de lectores puedan descubrir obras y autores que de otro modo no conocerían. Además, la posibilidad de presentar contenidos de manera creativa y atractiva sigue siendo un punto fuerte de la plataforma, ya que los usuarios pueden utilizar imágenes, videos y textos cortos para captar la atención de sus seguidores rápidamente. Para Oliveira y Prieto (2025) esto ofrece una oportunidad única para hacer que la literatura sea más accesible y para fomentar el interés en la lectura entre aquellos que quizás se sientan intimidados por el formato tradicional de un libro. También promueve la interacción directa con los seguidores, lo que puede traducirse en una construcción de comunidad en torno a la literatura.

No obstante, esta modalidad de divulgación también implica desventajas que merecen ser consideradas. Una de las principales es la fugacidad del contenido, que lleva a que las publicaciones sean rápidamente olvidadas en un mar de imágenes y actualizaciones constantes. Esto puede hacer que incluso las mejores ideas literarias no reciban la atención que merecen. Asimismo, según Cedeño y Cevallos, (2024) la saturación de información en la plataforma puede dificultar la visibilidad en un entorno tan competido, donde muchos escritores y lectores compiten por el mismo público. Además, la naturaleza predominantemente visual de Instagram puede suponer un reto considerable para obras que requieren una apreciación más profunda, limitando la divulgación de textos complejos o reflexivos que no se prestan fácilmente a un formato visual inmediato. En definitiva, aunque Instagram presenta oportunidades únicas para la promoción literaria, también plantea varios desafíos que los interesados deben tener en cuenta.

Sin embargo, para lograr una divulgación efectiva de la literatura en Instagram, es fundamental implementar diversas estrategias que puedan aprovechar al máximo las características únicas de la plataforma. Esto implica la creación de un contenido atrayente, que combine de manera efectiva elementos visuales llamativos con textos que sean impactantes y, al mismo tiempo, relevantes para los seguidores. Además, Novoa Fajardo, (2022) señala que es de vital importancia mantener una interacción constante y fluida con los seguidores, fomentando un diálogo enriquecedor y construyendo una comunidad sólida en torno a la literatura y a los libros que todos amamos. La colaboración con autores, editoriales y otros creadores de contenido también juega un papel crucial, ya que amplía el alcance del contenido y ofrece una variedad de perspectivas que pueden enriquecer la experiencia de los usuarios de la plataforma. Es fundamental que las métricas y el análisis de datos sean considerados como piezas clave para ajustar las estrategias de marketing y comunicación de manera efectiva, asegurando que se puedan alcanzar los objetivos de comunicación propuestos. Esto permite un crecimiento sostenible y una mayor conexión con el público amante de la literatura en el espacio digital.

El contenido visual y textual de calidad es absolutamente esencial para captar eficazmente la

atención de los usuarios en Instagram, donde el formato visual predomina y juega un papel crucial en la interacción. Es altamente recomendable utilizar imágenes de alta resolución que sean visualmente atractivas, como portadas de libros estéticamente presentadas o escenas evocadoras y relacionadas con la lectura, que inviten a la reflexión profunda y logren despertar emociones intensas en quienes las observan.

Además, según Gunckel et al. (2024), es crucial que los textos sean concisos pero impactantes, resaltando frases memorables, citas de autores reconocidos o reseñas breves que motiven al lector a indagar más sobre la obra en cuestión. Además, variar el tipo de contenido que se publica, incluyendo videos dinámicos, carruseles informativos, podcast, y reels creativos, también ayuda a mantener el interés general y a atraer a un público diverso y amplio, promoviendo así una experiencia literaria realmente enriquecedora que fomente la curiosidad y la interacción activa entre los seguidores. Esto no solo beneficia el perfil de Instagram, sino que también ayuda a crear una comunidad en torno a la literatura.

Del mismo modo, Bautista et al. (2021) señalan que la interacción con la audiencia se convierte en un pilar fundamental y esencial en la divulgación literaria en Instagram. Esta interacción contribuye de manera significativa a la construcción de una comunidad activa y comprometida en torno a la literatura, donde cada individuo puede sentirse valorado y parte de un grupo más amplio. Esto se puede lograr a través de diversas estrategias, como la constante respuesta a los comentarios de los seguidores, la realización de encuestas interactivas, la organización de concursos literarios estimulantes, o incluso la invitación a los seguidores a compartir sus opiniones y pensamientos sobre libros específicos que hayan leído recientemente.

Además, fomentar el uso de hashtags relevantes y estratégicos relacionados con la lectura y con las publicaciones literarias puede no solo ampliar la visibilidad del contenido, sino que también facilita el descubrimiento y la interacción de nuevos usuarios interesados en la temática. Una comunicación bidireccional sólida no solo aumenta la lealtad de los seguidores actuales, sino que también proporciona valiosos insights y retroalimentación sobre sus preferencias y gustos literarios, permitiendo ajustar así las estrategias de contenido y mejorar continuamente el engagement y la conexión emocional con la audiencia.

Por ello, establecer colaboraciones y alianzas estratégicas es una táctica eficaz y muy efectiva en el ámbito de la divulgación literaria a través de Instagram, ya que permite unir fuerzas con autores, populares influencers literarios, diversas editoriales y otros perfiles relevantes en el amplio y fascinante ámbito cultural. Estas colaboraciones pueden manifestarse en diversas y creativas formas, como lecturas conjuntas, interesantes entrevistas, sorteos atractivos de libros o innovadores proyectos temáticos que reúnan a diferentes voces literarias en una sinergia conmovedora.

Por su parte, Sánchez y Zatarain (2024) mencionan que al colaborar con otros creadores que comparten intereses similares, se pueden aprovechar las audiencias respectivas, lo que resulta en una expansión significativa del alcance del mensaje y la capacidad de llegar a nuevos seguidores entusiastas. Además, las alianzas creativas pueden brindar acceso a recursos valiosos, como eventos literarios emocionantes o promociones exclusivas que enriquecen la oferta cultural en la plataforma. Esta colaboración fomenta un ambiente colaborativo y positivo que beneficia equitativamente a todos los participantes involucrados.

En el contexto de Instagram como herramienta para la divulgación literaria, se pueden identificar varios perfiles exitosos que han logrado destacar y generar un impacto significativo en la comunidad lectora. Un ejemplo notable es el perfil de 'Literatura y Café', que combina reseñas

literarias, recomendaciones de libros y contenido visual atractivo, lo que ha llevado a un crecimiento sustancial en su número de seguidores. Ajustando sus publicaciones a las tendencias estéticas de Instagram y fomentando la interacción a través de encuestas y comentarios, este usuario ha creado un espacio donde los amantes de la literatura pueden compartir sus opiniones y conectar con otros.

Otro caso es 'El Bibliomóvil', cuyo enfoque en la presentación de clásicos de la literatura, acompañado de ilustraciones y citas inspiradoras, ha resonado especialmente con un público más joven, promoviendo la lectura de forma innovadora y efectiva. Estos ejemplos evidencian cómo la combinación de contenido atractivo y estrategias participativas pueden potenciar la divulgación literaria a través de Instagram (Sánchez García y Suárez-Robaina, 2023).

Podemos hacer mención especial al Proyecto Reencuentro con nuestra lengua de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Carabobo en la línea de investigación: Aplicación de métodos, estrategias y recursos para la enseñanza de la lengua, aprobado por el Consejo de Facultad el 16-05-2013 con número de oficio CFCE-1238. Dicho proyecto ha realizado diversas actividades en el marco de la presencialidad. Sin embargo, a la par que se desarrolla una pandemia mundial con el COVID-19, se crea un usuario de Instagram de la Unidad de Atención Lingüística Magaly Feo de Correa el 21 de abril de 2021.

En este espacio virtual se han desarrollado diversas actividades de divulgación literarias y lingüísticas entre las cuales podemos destacar: episteme lingüístico, infografías, podcast, el autor y su obra, microcuentos. Realizadas por estudiantes del primer semestre en la unidad curricular Castellano Instrumental y; otras, de la mención, siempre con el apoyo de los profesores del Departamento de Lengua y Literatura (@ualeiuc).

Entre los perfiles más destacados en la divulgación literaria en Instagram se encuentran @librosyportadas y @elclaroscurodelaluna, que han logrado captar la atención de miles de seguidores mediante estrategias innovadoras. @librosyportadas, por ejemplo, combina reseñas breves de libros con imágenes de alta calidad, creando un feed visualmente atractivo que invita al lector a explorar nuevas lecturas. Por su parte, @elclaroscurodelaluna se enfoca en la literatura clásica, publicando fragmentos significativos y reflexiones que incitan a la conversación. Ambos perfiles utilizan hashtags estratégicos y fomentan la interacción mediante encuestas y preguntas, convirtiendo a sus seguidores en una comunidad activa y comprometida, lo que potencia su influencia en el ámbito literario digital.

De igual forma, el análisis del impacto de Instagram como herramienta de divulgación literaria revela un notable aumento en la visibilidad y el alcance de la literatura contemporánea, así como en el interés por nuevas obras. Las estrategias implementadas, que incluyen contenidos visuales atractivos, innovadores y creativos, junto con la interacción constante y activa con la audiencia, han demostrado ser efectivas en el fomento de la lectura y en la promoción de autores emergentes. Este fenómeno ha contribuido notablemente a la creación de comunidades literarias dinámicas e interactivas, que no solo comparten reseñas apasionadas y recomendaciones de libros, sino que también generan un diálogo enriquecedor y profundo en torno a diversas obras y autores.

Como consecuencia de esta influencia positiva, según Lluch y Sanz-Tejeda (2024), se observa un notable aumento en las ventas de libros, así como una mayor participación en eventos literarios auspiciados a través de esta plataforma digital, lo que denota un creciente interés por la literatura contemporánea. La influencia de Instagram se extiende aún más, al permitir que escritores y lectores establezcan conexiones valiosas, fomentando así un mayor sentido de comunidad y colaboración dentro del ámbito literario.

Por tal motivo, para medir de manera efectiva el impacto de las estrategias de divulgación literaria en Instagram, se han utilizado diversas métricas que son esenciales para obtener una visión clara y precisa. Entre las métricas más significativas se encuentran el número de seguidores, la tasa de interacción y el alcance de publicaciones específicas en la plataforma. El análisis detallado de estas variables permite comprender en profundidad la efectividad de diferentes enfoques que los autores y editoriales utilizan, tales como el uso adecuado de hashtags relevantes, la realización de sorteos atractivos y las colaboraciones estratégicas con influencers literarios que tienen un público comprometido.

Por consiguiente, León-Alberca et al. (2025) destacan que los hashtags representan una herramienta esencial en Instagram para impulsar la visibilidad del contenido literario, simplificando su descubrimiento tanto para los entusiastas de la literatura como para los creadores de contenido afín. Al utilizar hashtags relevantes, como #Bookstagram o #LibrosRecomendados, los creadores logran clasificar sus publicaciones dentro de categorías específicas, mejorando así la probabilidad de ser encontrados por audiencias objetivo. Esta estrategia permite que los lectores encuentren reseñas, recomendaciones y debates literarios, favoreciendo la interacción y el compromiso. Además, el uso de hashtags relacionados con eventos literarios o autores en tendencia amplifica el alcance de las publicaciones, conectando a los creadores de contenido con un público más amplio y diverso, lo que sin duda permite un enriquecimiento mutuo en el ámbito de la divulgación literaria.

Sin embargo, Córdova, (2024) expresa que, a pesar del potencial de Instagram como herramienta de divulgación literaria, se presentan diversos desafíos y limitaciones que afectan la efectividad de esta plataforma. Uno de los principales obstáculos es la saturación de contenido, lo que dificulta que un libro o autor se destaque entre miles de publicaciones similares. Además, la brevedad y naturaleza visual de Instagram pueden limitar la profundidad de las reseñas literarias, reduciendo el entendimiento completo de las obras. La variabilidad en el algoritmo también enfrenta a los creadores de contenido a la incertidumbre, ya que no siempre las publicaciones alcanzan al público deseado. Por último, la búsqueda constante de interacción y 'likes' puede llevar a priorizar el contenido sensacionalista sobre el genuinamente literario, afectando la calidad de la divulgación.

Por tanto, la autenticidad y la transparencia se han convertido en pilares fundamentales en la promoción de libros a través de Instagram, especialmente en un contexto donde los usuarios son cada vez más críticos y exigentes respecto a la sinceridad de las recomendaciones. La conexión exitosa entre lectores y bookstagrammers requiere que estos últimos sean claros sobre sus relaciones con editoriales y autores, revelando cualquier tipo de compensación o colaboraciones pagadas (Lopez Alvarado y Galvis Salazar, 2024). La falta de sinceridad puede resultar en la pérdida de confianza por parte de la audiencia, lo que a su vez puede disminuir la eficacia de futuras campañas promocionales. Esto implica que los creadores de contenido deben abordar la divulgación con una ética profesional, asegurando que sus opiniones y reseñas reflejen una apreciación honesta de los libros que promueven, para no solo atraer más seguidores, sino también fomentar un ambiente literario genuino y comprometido.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos mediante este estudio indican de manera clara que Instagram ha transformado radicalmente la manera en que los lectores y escritores interactúan de forma profunda. La plataforma, al ser tan accesible y visual, facilita de manera efectiva la conexión entre los autores y su audiencia, lo que ha llevado a un notable aumento en el interés por la lectura,

especialmente entre las generaciones más jóvenes. Las conclusiones de este estudio muestran de forma contundente que la divulgación literaria en Instagram no solo eleva la visibilidad de los libros, sino que también fomenta un sólido sentido de comunidad entre los lectores, así como la diversificación de voces en el amplio panorama literario contemporáneo. A medida que más autores y editoriales adoptan y se familiarizan con esta herramienta valiosa y moderna, es muy probable que el impacto positivo en la cultura literaria continúe expandiéndose, consolidando a Instagram como un espacio clave y estratégico para la promoción literaria del siglo XXI y más allá.

El uso de Instagram como herramienta para la divulgación literaria plantea diversas consideraciones éticas que resulta fundamental abordar con seriedad y rigor. Para Roca (2023) es absolutamente esencial garantizar el respeto a los derechos de autor en todo momento. Esto implica que la publicación de fragmentos de obras literarias, así como imágenes de libros, debe hacerse únicamente con el consentimiento explícito de los autores o de sus representantes legales, quienes consideran sus obras como un patrimonio que merece protección.

Asimismo, Vallejo y Velasco (2022) señala que se debe tener mucho cuidado con la manipulación de la información y de las imágenes que se utilizan, evitando la creación de contenido que pueda inducir a error o confusión en los seguidores que consumen dicho contenido. Las promociones de libros o autores que se realizan en este tipo de plataformas deben ser completamente transparentes, especificando claramente si existe algún tipo de colaboración comercial que pueda influir en la presentación de estos trabajos literarios.

Además, para Ibáñez et al. (2022) es muy importante considerar la diversidad y la representación en el contenido que se produce, evitando en todo momento perpetuar estereotipos dañinos o la exclusión de voces menos representadas en el vasto mundo de la literatura. Finalmente, la interacción con la audiencia debe manejarse de manera ética y consciente, siempre promoviendo un ambiente que sea respetuoso y constructivo para todos los participantes, contribuyendo así a una comunidad literaria inclusiva y enriquecedora para todos.

Para futuras investigaciones sobre el uso de Instagram en la divulgación literaria, se sugiere profundizar en el análisis de las métricas que permiten evaluar de manera más precisa el impacto de estas estrategias. Asimismo, sería pertinente explorar la segmentación de la audiencia, a fin de identificar los diferentes perfiles de usuarios que interactúan con el contenido literario, así como sus preferencias y hábitos de consumo. Otra línea de investigación podría centrarse en la evolución del formato de los contenidos visuales y su influencia en la recepción de la literatura. Por último, se recomienda estudiar la red de colaboraciones entre autores, editores y otras figuras del ámbito literario en Instagram, lo que podría revelar nuevas dinámicas en la promoción y circulación de obras literarias.

CONCLUSIONES

La presente investigación ha demostrado de manera concluyente que Instagram se ha consolidado como una herramienta sumamente eficaz en la divulgación literaria, favoreciendo la interacción directa y cercana entre autores y lectores de diversas partes del mundo. A lo largo del estudio detallado se evidenció claramente que la plataforma no solo permite a los escritores promocionar sus obras de forma creativa, sino que también facilita la creación de comunidades literarias donde se comparten opiniones, críticas constructivas y valiosas recomendaciones entre los usuarios.

Sin embargo, es crucial reconocer y analizar los desafíos que plantea el uso de esta red social, como el riesgo de superficialidad en el contenido que a menudo se presenta, así como la necesidad de mantener una estrategia de comunicación coherente y auténtica que realmente resuene con la audiencia. En definitiva, la gestión adecuada y estratégica de Instagram puede amplificar de manera significativa el alcance de la literatura contemporánea, promoviendo así una cultura de lectura más activa, participativa e inclusiva que beneficie tanto a los escritores como a los lectores en su conjunto.

Finalmente, a medida que la plataforma continúa evolucionando, se espera que surjan nuevas funcionalidades que faciliten aún más la interacción entre autores, lectores y editoriales. Las perspectivas futuras incluyen la integración de tecnologías como la realidad aumentada para experiencias de lecturas inmersivas y el uso de algoritmos más sofisticados para personalizar recomendaciones literarias. Además, el crecimiento de comunidades literarias más diversificadas puede fomentar un ambiente inclusivo que dé cabida a voces y géneros que tradicionalmente han sido marginados. Así, Instagram no solo puede captar la atención de lectores potenciales, sino también cultivar un espacio signado por el intercambio cultural y la innovación en la promoción de la lectura.

REFERENCIAS

- Bautista, P. S., Cabezuelo-Lorenzo, F., y de la Casa, J. M. H. (2021). Instagram como herramienta digital para la comunicación y divulgación científica: el caso mexicano de @pictoline. *Chasqui: Revista latinoamericana de comunicación*, (147), 143-162. <https://doi.org/10.16921/CHASQUI.V11I147.4472>
- Cabrera López, B. (2024). Estrategias de comunicación en la moda de lujo e influencia de nuevos líderes digitales: análisis de Yves Saint Laurent y Giorgio Armani en Instagram. <http://hdl.handle.net/10045/144702>
- Castillo, E. M. A., y Díaz, E. M. (2023). Instagram una herramienta interactiva para comunicarse en tiempo de pandemia en Panamá. *Synergía*, 2(2), 127-140. <https://doi.org/10.48204/synergia.v2n2.4458>
- Cedeño, D. K. M., y Cevallos, M. G. O. (2024). Social Media Marketing: una herramienta de posicionamiento de marca en empresas productoras de queso en la provincia de Manabí, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 10(1), 142-169. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3706>
- Coronel, K. G. (2023). Uso de las redes sociales y su influencia en el desarrollo educativo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 579-593. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.6897
- de Oliveira, J. S., y Prieto, V. G. (2025). Cine y redes sociales: el impacto de Instagram en la promoción de películas españolas. *Prisma Social: revista de investigación social*, (48), 154-177. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10003472>
- Díaz-Soloaga, P., y Pelzer-Peinado, I. (2024). Comunicación de moda e inteligencia artificial: el caso de Neural Fashion AI. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (41), 15-52. <https://doi.org/10.17163/uni.n41.2024.01>
- Güere, H. N. (2023). El vídeo en formato vertical: Una revisión de la literatura en comunicación.

- Revista Mediterránea de Comunicación: *Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 69-81. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23028>
- Gunckel, C. O., Grassau, D., y Puente, S. (2024). Narrativas de desastres en Instagram: Cómo el foco editorial conecta con las audiencias en Chile. *Revista Comunicación y Medios*, (50), 69-85. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.74294>
- Ibáñez, M. G., Viñals, C. R., y del Olmo Arriaga, J. L. (2022). Instagram y TikTok: el rol de la mujer en las redes sociales. VISUAL REVIEW. *International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 9(3), 1-11. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3525>
- Lluch, G., y Sanz-Tejeda, A. (2024). Contenidos, formas, usos e impactos de los bookstagrammers y booktokers: una revisión. *Profesional de la información*, 33(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0407>
- Marcillo, F., Broncano Moreno, D. X., Tapia Mera, M. M., y Begnini, L. (2024). *Las redes sociales como estrategia de difusión turística en el proceso de desarrollo económico: Caso de estudio La Concordia*. <https://dspace.itsjapon.edu.ec/xmlui/handle/123456789/4612>
- Martin-Neira, J. I., Trillo-Domínguez, M., y Olvera-Lobo, M. D. (2022). La divulgación científica en Instagram: usos y estrategias desde la praxis chilena. *Cuadernos. info*, (53), 229-252. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.53.42515>
- Mauricio Rosario, G. (2021). *Uso de Instagram como herramienta periodística en el Diario Perú 21–2019*. (Trabajo de grado, Universidad Jaime Bausate y Meza) <https://hdl.handle.net/20.500.14229/215>
- Novoa Fajardo, I. M. (2022). Reconocimiento del entorno a través de la divulgación del turismo en Villa de Leyva mediante el uso de redes sociales: Instagram y TikTok. <http://hdl.handle.net/10584/11677>
- Roca, C. L. (2023). Debates sobre educación en la prensa uruguaya (1877). Libertad de enseñanza y papel del Estado. *Claves. Revista de Historia*, 9(16), 1-28. <https://doi.org/10.25032/crh.v9i16.6>
- Sánchez García, M. y Suárez-Robaina, J. R. (2023). Prácticas literarias digitales: retos, reflexiones experienciales y matriz de verificación. *Hachetetepé. Revista científica de educación y comunicación*. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/124343>
- Sánchez, O. V. G., y Zatarain, S. L. (2024). Educación 4.0 en el ámbito universitario. Una revisión sistemática de literatura. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, 12(26), 94-107. <https://doi.org/10.36825/RITI.12.26.008>
- Vallejo, D. A. R., y Velasco, F. O. S. (2022). Actos de habla de la izquierda y de la derecha colombiana en el Paro Nacional de Colombia 2021: análisis de las publicaciones en Twitter de Álvaro Uribe Vélez y Gustavo Petro. *Revista Latinoamericana de Estudios del discurso*, 22(2), 103-131. <https://philpapers.org/rec/VALADH>