

Clubes virtuales de lectura en España: participantes y funcionamiento

Virtual reading clubs in Spain: their participants and their functioning

Agnès Santamarta

<https://orcid.org/0000-0002-8874-8368>

Biblioteques de Barcelona (España)

Lluís Agustí

<https://orcid.org/0000-0002-5721-0784>

Universitat de Barcelona (España)

Fecha de recepción:

13/07/2020

Fecha de aceptación:

20/12/2020

ISSN: 1885-446 X

ISSNe: 2254-9099

Palabras clave:

Clubes de lectura; comunidades virtuales; estrategias de lectura; programas de lectura; bibliotecas públicas; tecnología Web 2.0.

Keywords:

Book clubs; virtual communities; reading strategies; reading programs; public libraries; Web 2.0 technologies.

Correspondencia:

agusti@ub.edu

Resumen

Este artículo analiza los clubes de lectura virtuales en funcionamiento en España en 2019. Se pretende obtener una imagen de estos clubes virtuales a través del estudio de su funcionamiento, plataformas tecnológicas utilizadas, normas de uso y, con mayor detalle, el examen de sus participantes: perfil sociodemográfico, motivaciones, experiencias y valoraciones. Para ello se estableció, previamente, un estado de la cuestión actualizado de estudios y experiencias de clubes de este tipo. Seguidamente, se contactaron las redes de bibliotecas públicas españolas, así como universitarias, hasta un total de 103 instituciones, para identificar las iniciativas existentes en el territorio español. Esto permitió identificar 24 clubes de lectura virtuales que fueron encuestados para alcanzar los objetivos planteados. Las conclusiones arrojan luz sobre estas actividades de animación lectora: normas de funcionamiento diversas, plataformas dispares, pero con un perfil de usuario homogéneo, y una valoración positiva de sus participantes. Estas conclusiones, bajo la forma de buenas prácticas, pueden ser de ayuda para las instituciones en el diseño y la reorientación de clubes de lectura virtuales, así como la necesidad puntual —o sostenida, con la llegada de la COVID-19, de transformar los clubes presenciales en virtuales.

Abstract

This article analyses virtual reading clubs in operation in Spain in 2019. The objective was to obtain an idea of how these virtual clubs work, the technological platforms used and the operating rules, and also to examine the composition of their memberships: their sociodemographic profile, motivations, experiences, and evaluations. To this end, we carried out a review of studies and experiences of clubs of this type in Spain and then contacted 103 institutions, including public libraries and universities, in order to identify projects currently underway throughout the country. We were able to identify 24 virtual reading clubs, which we contacted once again to carry out our study. The conclusions shed light on the activities organized to encourage reading in Spain: the groups present a diverse set of operating rules and platforms, but the user profile is homogeneous and the assessments made by its participants are positive. These conclusions may help to identify good practices and may help to guide the design of new virtual reading clubs and the reorientation of those already in operation. The arrival of COVID-19 and the possible need to transform face-to-face reading clubs into virtual ones, will oblige these institutions to consider expanding the range of virtual activities on offer.

Santamarta, A., & Agustí, L. (2021). Clubes virtuales de lectura en España: participantes y funcionamiento. *Ocnos*, 20 (1), 108-121.

https://doi.org/10.18239/ocnos_2021.20.1.2458

Introducción

Los clubes de lectura son una de las actividades más populares en la promoción de la lectura en bibliotecas en España. Su actividad ha sido analizada con cierta regularidad en la bibliografía especializada, y existen varias propuestas de buenas prácticas para su creación y desarrollo (Álvarez Álvarez, 2016; Carreño, 2014; Dantas et al., 2017; García Perea, 2016). En los últimos años, sin embargo, y como tantas otras actividades esencialmente presenciales, estos clubes han empezado a tener presencia en la red (AuYeung et al., 2007; Delmàs Ruiz et al., 2019; Moreno Mulas et al., 2017; Pallarés Espinosa y García Fernández, 2017; Torre, 2012).

Aunque cada vez hay más documentación sobre la materia, todavía quedan puntos por investigar y, en este sentido, esperamos cubrir un aspecto que aún no se había tratado en profundidad: los participantes en estos clubes virtuales en España. Esperamos que los datos obtenidos puedan dar pie a más investigación en este campo, como comparativas o estudios de casos, y que puedan utilizarse para fundamentar la toma de decisiones al evaluar y diseñar este tipo de servicios, que dadas las circunstancias de distanciamiento social impuestas por la pandemia de la COVID-19, son especialmente necesarios.

Posibles definiciones

La bibliografía consultada llama estas iniciativas de animación a la lectura virtual de varias maneras: club de lectura virtual, club de lectura en línea, club de lectura online y club de lectura en la nube son las más frecuentes. Lo que diferencia a los clubes de lectura virtuales del resto es, en esencia, el medio de comunicación utilizado. Reitz (2013) los define como:

A group of readers who select a book on a regular basis and exchange comments about it via an online mailing list or Web blog [...]. The advantages are no set meeting times, relative anonymity, and accessibility to readers unable to travel. The disadvantages

are lack of face-to-face interaction and slower Communications.

Las definiciones de club de lectura presencial establecen como elementos básicos el lector, el conductor y el libro, como señala Carreño (2014): “Y en el principio hubo un encuentro regular de lectores que, guiados por un conductor, se reunían para debatir sobre un libro que previamente habían leído”.

García Perea (2018), sin embargo, no incluye a los conductores: “un club de lectura es algo tan simple pero tan mágico como un grupo de personas que se reúnen para compartir sus sensaciones después de la lectura individual de la misma obra”. Tampoco Reitz (2013), como vimos, hacía referencia a los mismos.

Lo que distingue a los clubes virtuales es el uso de tecnologías que permiten comunicación no presencial. Moreno Mulas et al. (2017) establecen tres tipos de clubes de lectura según el uso de estas tecnologías:

- los clubes semivirtuales, que son presenciales y complementan sus sesiones con canales virtuales de comunicación;
- los clubes virtuales;
- y los clubes en la nube, con las mismas características de los virtuales pero que además permiten acceder e interactuar con las lecturas en línea y que, por lo tanto, serían una subcategoría de los anteriores.

Ferrándiz Soriano (2013) hace otra clasificación: los que se basan en la participación textual asíncrona y los que lo hacen con participación audiovisual síncrona.

Por nuestra parte proponemos la siguiente definición:

Un club de lectura virtual es un grupo de personas que escoge leer una misma obra en un periodo de tiempo determinado para ser comentada de forma no presencial a través de Internet. El hecho de utilizar este medio permite que la comunicación entre los participantes pueda ser sincrónica o asíncrona.

Dicha actividad de fomento de la lectura puede contar con el apoyo de un conductor y repetirse con una periodicidad pactada.

Estado de la cuestión'

La bibliografía especializada es abundante, expone experiencias concretas y permite obtener conclusiones a partir de éstas. Uno de los primeros casos documentados es el de la Tippecanoe County Public Library, que según Starkey (2005), comenzó un club virtual en 1999 en el que se comentaba un libro al mes a través de una lista de distribución.

El siguiente caso destacable lo encontramos en la Toronto Public Library, que creó una página web para su club de lectura virtual, llamado *Book Buzz*² (AuYeung et al., 2007). Este trabajo hace observaciones interesantes como que las necesidades y motivaciones de los participantes son diferentes de las de los clubes presenciales, reafirmando las conclusiones de Rehberg Sedo: "people join traditional book clubs for the social interaction; they join virtual book clubs for the book" (citado en AuYeung et al., 2007).

También cabe destacar las reflexiones sobre la evaluación de los clubes de lectura virtuales. Desde la Toronto Public Library recomiendan no basarse únicamente en el número de comentarios debido a la desigualdad participativa que existe generalmente en Internet, también conocida como la regla del 1% o 90-9-1 (Nielsen, 2006). Según esta regla, en los sitios web que requieren la colaboración de los usuarios, un 1% de los mismos será el autor del 90% del contenido, un 9% será el autor del 10% restante, y el 90% serán observadores, es decir, usuarios que no generan contenidos, sólo consumen.

Hallamos experiencias de clubes virtuales infantiles o juveniles (Pallarés Espinosa y García Fernández, 2017; Scharber et al., 2009), universitarios (Alcón Jiménez, 2013; Wyant y Bowen, 2018), promovidos por entidades como el *Diario de Navarra* (Galindo Lizaldre, 2007), e incluso vinculados al aprendizaje de un tema concreto

(Lagarde y Winner, 2012). También existen estudios sobre la utilidad de los clubes virtuales en la educación (aunque estos queden fuera de nuestro estudio), ya sea para establecer buenas prácticas lectoras o para iniciar a menores en el uso de Internet (da Torre, 2012; Ordás García y Benito Blázquez, 2015; Scharber, 2009).

Elsayed (2010) es uno de los primeros en realizar una revisión de la bibliografía académica acerca de una zona concreta. Administra un cuestionario a los organizadores de siete clubes y obtiene un perfil de club virtual dentro de su contexto cultural y geográfico: los países árabes.

El primer estudio de esta tipología hecho en España es de Pérez Juan (2012), que analiza 14 clubes virtuales y establece una comparativa con los clubes presenciales. Ferrándiz Soriano (2013) aborda el estado de la cuestión de los clubes de lectura virtual y, como hemos mencionado, ofrece una clasificación de estos clubes, además de enumerar las plataformas más utilizadas y plantear propuestas para utilizar la videoconferencia.

La Fundación Germán Sánchez Ruipérez, con la colaboración de la Universidad de Salamanca, puso en marcha dos proyectos en torno a la lectura social: *Territorio Ebook* (2009-2013) y *Nubeteca* (desde 2014). Con esta experiencia, Moreno Mulas (2017) proporciona pautas para crear y dinamizar nuevos clubes virtuales. Esta autora también participó en otro estudio, conjuntamente con García-Rodríguez y Gómez-Díaz, que analiza 11 clubes virtuales españoles (Moreno Mulas et al., 2017). La parte más destacable es una guía paso a paso para la creación de clubes virtuales.

El último estudio analizado es de Delmàs Ruiz et al. (2019), que utiliza una metodología similar a la de Elsayed (2010): una encuesta para los conductores de 10 clubes virtuales en España, para obtener un estado de la cuestión. De este estudio concluimos que en los clubes españoles también existe la desigualdad participativa que afirmaban AuYeung et al. (2017).

Metodología

Para localizar los clubes de lectura virtuales en activo en España en 2019, se contactaron los responsables de bibliotecas públicas de todas las comunidades autónomas y los directores de las bibliotecas de todas las universidades españolas. También se realizó una búsqueda activa para encontrar clubes pertenecientes a otras instituciones o de carácter privado. Adicionalmente, se contactaron cinco grupos de la red social Goodreads, que se identificaron como clubes de lectura españoles.

Se excluyeron del estudio los clubes en el marco de la enseñanza básica obligatoria, por su vinculación con la educación y por la edad de sus participantes, que planteaba dudas metodológicas y éticas. En cualquier caso, creemos estos pueden estudiarse en otra investigación. No se contabilizaron tampoco los clubes organizados a posteriori de la recogida de datos, como los surgidos a raíz de la pandemia de la COVID-19.³

A todos ellos se les pidió información sobre la existencia de clubes de lectura virtuales en el seno de sus instituciones y entidades, y en caso positivo, el contacto de las personas responsables. La tabla 1 muestra la selección de clubes localizados y que aceptaron participar en el estudio. Se distingue el número de entidades del número de clubes porque algunas comunidades autónomas proponían más de un club.

Cabe resaltar que algunas de las respuestas negativas también proporcionan datos de interés: cuatro bibliotecas universitarias y dos

públicas mencionan que disponen de clubes de lectura semipresenciales y que muchos clubes presenciales disponen también de blogs que aceptan comentarios. Por último, algunas entidades explican que, aunque no disponen de un club virtual en activo, lo habían tenido en el pasado.

Recopilamos los datos con dos modelos de formularios. El primero se dirige a los organizadores o moderadores de los clubes para averiguar el funcionamiento del club. El otro se dirige a los participantes, y explora su relación con el club, los hábitos lectores y de participación, la valoración de la actividad y sus datos sociodemográficos básicos. Decidimos que fueran los organizadores los que hicieran llegar el enlace con los formularios⁴ a los participantes para garantizar la protección de datos personales.

Para diseñar los formularios tomamos como referencia la teoría de su uso en investigación social (de Vaus, 2014), así como los indicadores utilizados por los estudios del INE⁵ y el de hábitos lectores y compra de libro de la FGEE (CONECTA, 2018). Todos los formularios fueron previamente administrados a voluntarios para su valoración y corrección.

Después de seis semanas, cerramos la recogida de datos. De los 22 clubes contactados, respondieron 18 organizadores y 169 participantes de 16 clubes distintos (hubo dos clubes de los que sólo tuvimos respuestas de los organizadores, y cuatro clubes que no respondieron a ningún formulario).

Tabla 1

Clubes de lectura virtuales identificados

Tipo de entidad	Entidades con clubes activos	Clubes existentes	Participan en el estudio
Comunidades y ciudades autónomas	6	12	11
Universidades	6	6	6
Grupos de Goodreads	4	4	4
Otras	2	2	1
TOTAL	18	24	22

El índice de participación se ha calculado dividiendo el número de respuestas por el número total de participantes de cada club (dato proporcionado por los organizadores). El resultado puede considerarse una cifra muy baja, del 0.06%. Pero ello se debe a un dato atípico en el número de participantes de uno de los clubes. En concreto, en el club de Quelibroleo,⁶ con 267.600 miembros, sólo obtuvimos cuatro respuestas. Este número de participantes es 80 veces superior al del resto de clubes juntos, y ha dominado el cálculo. Excluyendo este club, el índice es de 5.29%. Individualmente, el promedio de participación de los clubes es de un 17.46%, con una desviación estándar del 0.21.

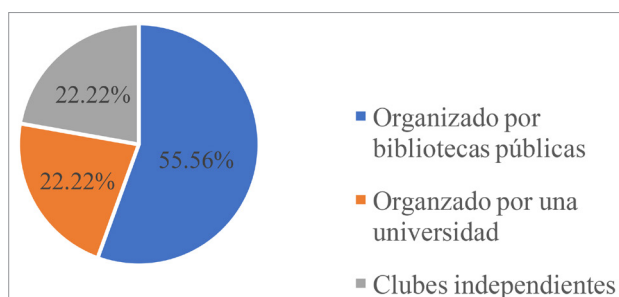
Resultados

Dependencia orgánica

Más de la mitad de los clubes de lectura virtuales los gestionan bibliotecas públicas. El resto son de universidades o son independientes (figura 1). Los clubes independientes tienen dos perfiles: el club de Quelibroleo, que usa Facebook como plataforma, y clubes de Goodreads creados por particulares.

Figura 1

Entidades promotoras de los clubes



Número de participantes

Consideramos que la mediana es más adecuada como valor medio por la existencia de un dato atípico que desvía la media aritmética: el citado del club de Quelibroleo que, al utilizar Facebook, tiene un número de participantes muy

superior a los demás. Así, teniendo en cuenta que la mediana es de 86 participantes, los clubes de lectura virtuales pueden acomodar un número de inscritos superior al de los clubes presenciales (tabla 2).

Tabla 2

Distribución del número de participantes

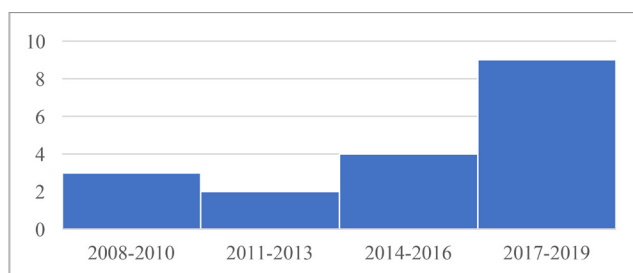
Mediana	
86	
Cuartil 1	Cuartil 3
32.25	301
Valor mínimo	Valor máximo
12	267.600

Antigüedad

La mitad de los clubes encuestados han sido creados entre el 2017 y 2019; por lo tanto, son bastante recientes (figura 2). El club más antiguo es el de las Bibliotecas Municipales de A Coruña, de 2008.

Figura 2

Año de creación de los clubes

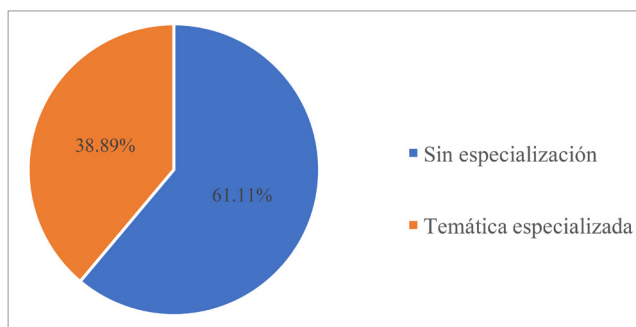


Hay que tener en cuenta que todos los clubes participantes están en activo. Es posible que entre los años 2008 y 2016 se hubieran creado clubes que ya no estuvieran en funcionamiento; algunas instituciones así lo confirmaron. El hecho de que casi cada año aparezcan nuevos clubes de lectura virtuales parece indicar que es una actividad en expansión y estimamos que la llegada de la COVID-19 provocará su aumento.

Temáticas

La mayoría de los clubes se dedicaba a la literatura general. Los especializados (figura 3) adoptan varios tipos de especificidades: clásicos, infantil y juvenil, narrativa contemporánea, literatura africana o novela de género (aventura, ciencia ficción, misterio o negra).

Figura 3
 Especialización temática



Periodicidad

De los 18 clubes virtuales, 15 tienen una periodicidad mensual, que coincide con la mayoría de los clubes presenciales. Solo un club es bimestral, y los dos restantes adaptan su periodicidad al tipo de lectura.

Moderación

Todos los clubes cuentan con alguna persona que actúa como moderador. La mayoría sólo tiene un moderador, pero en tres casos había varias personas desempeñando esta función.

Selección de lecturas

Aunque la opinión del moderador sigue siendo uno de los factores más importantes, la posibilidad de disponer de un registro de los comentarios de los participantes permite hacer propuestas de manera más efectiva y democrática. Como se ve en la tabla 3, los clubes virtuales aprovechan estas oportunidades, combinando varios criterios para seleccionar sus lecturas.

Tabla 3

Criterio de selección de las lecturas

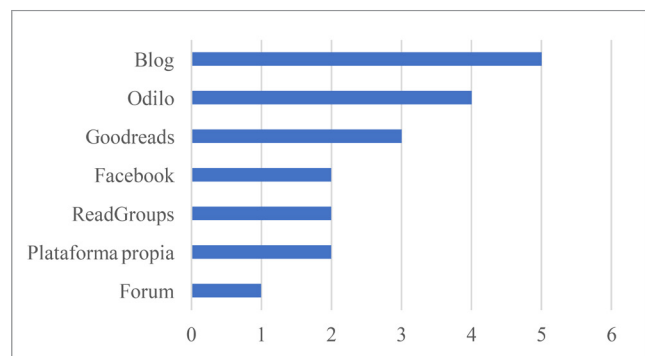
Elección del moderador	14
Propuestas de los participantes	8
Votación	5
Propuestas de la entidad promotora	5

Plataformas tecnológicas

La herramienta tecnológica más utilizada es el blog. También hay plataformas creadas específicamente, como Odilo,⁷ ReadGroups,⁸ y tecnología propia de cada institución (figura 4). Estas plataformas aportan más opciones, como, por ejemplo, la posibilidad de obtener en préstamo libros digitales o mantener conversaciones simultáneas. Por último, también se utilizan redes sociales de varios tipos: genéricas como Facebook o especializadas como Goodreads.

Figura 4

Plataformas tecnológicas utilizadas



Es interesante señalar cómo varía el número de participantes del club según la plataforma elegida (tabla 4). El único club que utiliza Facebook tiene un número de participantes extraordinariamente superior al resto. La desviación estándar de los clubes que utilizan Odilo es muy alta, lo que significa que hay una gran variación en el número de participantes (el mínimo es 33 y el máximo 810). Los clubes que utilizan plataformas propias y Goodreads suelen ser de un tamaño más modesto: tienen una mediana de 43.5 y 18 participantes respectivamente.

Tabla 4

Número de participantes según la plataforma

	Media	Desviación estándar	Mediana
Facebook	267.600	-	267.600
Odilo	412.25	337.35	403
Forum	232	-	232
ReadGroups	154.5	86.97	154.5
Blog	147.8	157.62	79
Plataforma propia	43.5	19.09	43.5
Goodreads	34.67	34.20	18

Los 18 clubes del estudio funcionan de manera asincrónica. Aun así, 13 de ellos dispone de un chat que los participantes pueden usar para comunicarse de forma sincrónica, aunque no sea el medio principal de comunicación.

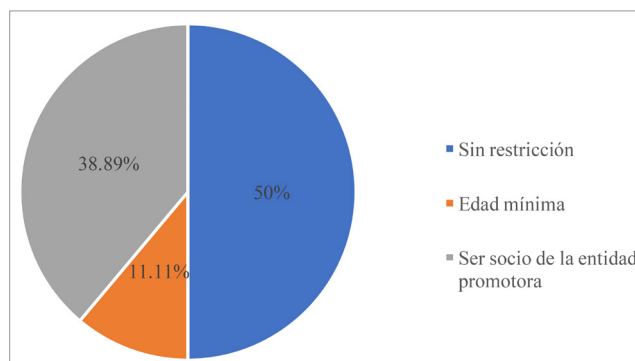
En los clubes creados durante la pandemia de COVID-19 en Barcelona hemos podido observar algunos cambios de tendencia: se utiliza una plataforma nueva (Tellfy⁹) y son sincrónicos, ya que utilizan chat y videollamadas.

Modelos de acceso

Todos los clubes del estudio tienen acceso gratuito, pero sólo la mitad son de acceso libre (figura 5). El resto tiene algún criterio que restringe la participación; en la mayoría de estos casos se requiere ser socio de la entidad promotora. Esto ocurre sobre todo en clubes de bibliotecas públicas y universitarias, que requieren que se tenga el carné de lector. El resto impone un criterio de edad mínima de 16 o 18 años. En un único caso, además de la edad, se requiere ser un miembro activo en la comunidad.

Figura 5

Restricciones de acceso



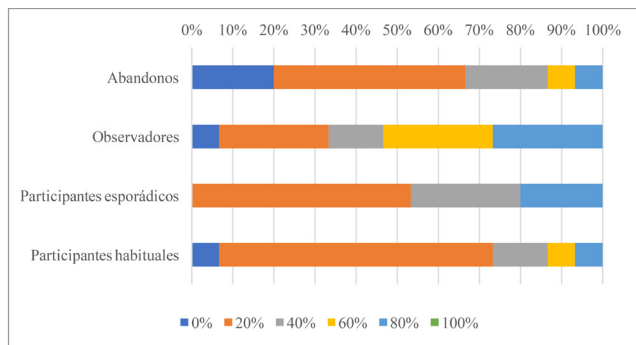
Se podría pensar que el hecho de restringir el acceso provoca que haya menos participantes, pero los datos no apoyan esta teoría. Los clubes con restricción de acceso (mediana de 93 participantes) tienen más miembros que los de libre acceso (mediana 79 participantes).

Participación

Es difícil determinar el grado de participación de los miembros del club. Los datos fueron aportados por los organizadores y, por lo tanto, pueden ser subjetivos y aproximados. Se podría aventurar, quizás, que un mayor número de comentarios podría indicar una mayor participación, pero no sería una visión completa, como sostienen algunos autores (AuYeung et al., 2007).

Basándonos en la regla del 90-9-1 (Nielsen, 2006), preguntamos a los organizadores por los porcentajes aproximados de cuatro perfiles de usuarios: los que se habían inscrito, pero no se conectaban nunca (abandonos), los que leían el contenido, pero no realizaban ninguna interacción (observadores, 90% según la regla), los que participaban esporádicamente (supuesto 9%) y los participantes habituales (supuesto 1%). La figura 6 expone los resultados.

Figura 6
Porcentaje de participación



Los porcentajes de abandonos y participantes habituales suelen ser bajos, ya que la mayoría de organizadores los contabiliza como un 20% del total. Los participantes esporádicos parecen ser un perfil más numeroso (entre un 20% y un 40%), pero tampoco es el mayoritario. Se puede afirmar que la mayoría la conforman los observadores, ya que más del 50% de los organizadores considera que corresponden al 60% o más de los participantes.

Estos resultados, sin ser precisos, permiten mostrar que la norma del 90-9-1 también se cumple, aunque los porcentajes puedan variar.

Participantes

Sexo y edad

Como se puede ver en las figuras 7 y 8, el perfil más común en los clubes virtuales es el de una mujer de entre 45 y 54 años.

Figura 7
Edad de los participantes

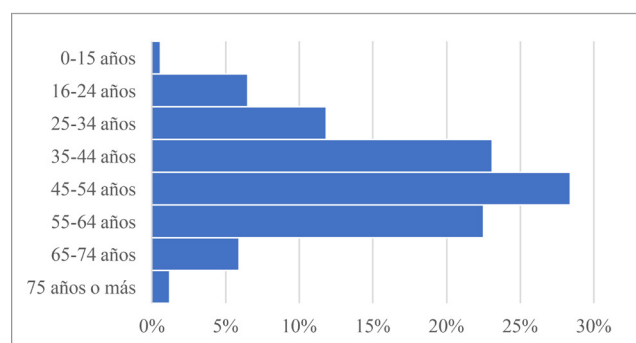
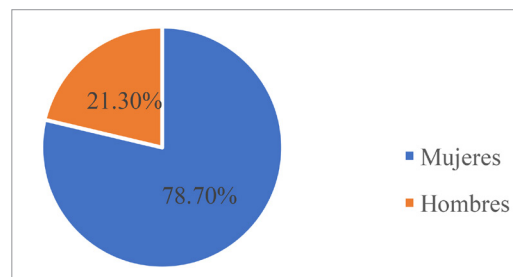


Figura 8
Sexo de los participantes



Si lo comparamos con los resultados de los clubes de lectura presenciales que obtuvo Álvarez Álvarez (2016) en clubes de Cantabria, los datos son semejantes, aunque este trabajo utiliza rangos de edad diferentes a los nuestros (tabla 5).

Tabla 5
Edad de los participantes en clubes presenciales

18-30 años	12%
31-45 años	12%
46-65 años	64%
66-100 años	12%

Basada en Álvarez Álvarez, 2016

Consecuentemente, los clubes virtuales atraen a una población más joven.

En cuanto al género, en ambos casos hay una abrumadora mayoría de mujeres: 72% en los presenciales y 78.70% en los virtuales.

Origen y residencia

La gran mayoría de participantes son españoles residentes en España (tabla 6). También hay un pequeño número de participantes procedentes de países de América Latina (casi un 6%) y de Europa (inferior al 3%).

Tabla 6

Lugar de residencia de los participantes

España	154	91.12%
País de América Latina	10	5.92%
País europeo	5	2.96%

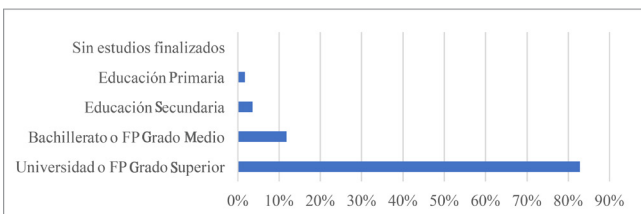
Sobre el origen de los participantes, de los 169 encuestados, cinco son españoles residentes en el extranjero y cuatro son extranjeros residentes en España. No son cifras altas, pero indican que hay personas que aprovechan una de las bondades de los clubes virtuales: participar desde cualquier lugar.

Formación

Como podemos observar en la figura 9, la gran mayoría tiene estudios universitarios. Esto encaja con los resultados de Álvarez Álvarez (2016), en que el 87.5% de los participantes presenciales tenía formación universitaria.

Figura 9

Nivel de formación completada de los participantes

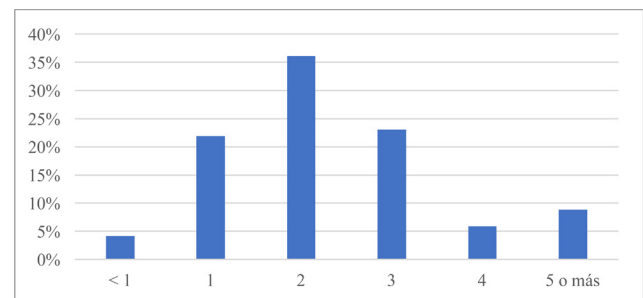


Hábitos lectores

Por último, exploramos los hábitos lectores de los participantes (figura 10). Como indicador, tomamos el número de libros leídos al mes. Los resultados indican que los participantes de los clubes virtuales son lectores por encima de la media, ya que el 74% afirma leer dos o más libros al mes, mientras que los españoles leen una media de 13 libros al año, es decir, aproximadamente un libro al mes (CONECTA, 2018).

Figura 10

Frecuencia de libros leídos por mes por los participantes



Motivaciones

Dos razones destacan entre las motivaciones para participar en los clubes virtuales: descubrir libros nuevos (una función de prescripción lectora) y compartir opiniones sobre las lecturas realizadas (tabla 7). Los resultados parecen desmentir que a menor participación menor interés en el debate, aunque luego los participantes no actúen en consecuencia.

Tabla 7

Razones para la participación

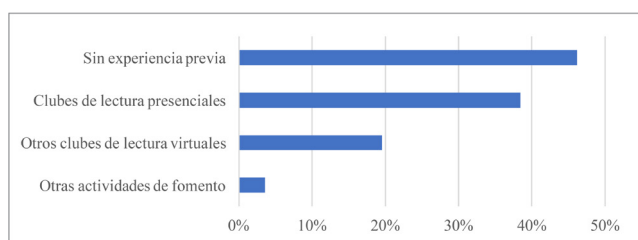
Descubrir nuevos libros	109
Compartir opiniones sobre las lecturas	101
Curiosidad	36
Crear hábito de lectura	32
Conocer nuevos lectores	22
Otras razones	7

Experiencias previas

Por otra parte, también preguntamos a los participantes por sus experiencias previas en actividades relacionadas con el fomento de la lectura, especialmente en clubes de lectura (figura 11). Nos interesaba saber si los clubes virtuales eran un punto de entrada a este tipo de actividades o si, por el contrario, serían quizás la continuación natural de una participación previa. Los resultados no ofrecen una respuesta clara, ya que se

dan los dos casos: un 46% de los participantes no tiene ninguna experiencia previa, y el 54% restante ya ha participado en otras actividades. Es destacable que el 20% hubiera participado en otros clubes virtuales y haya, por tanto, decidido repetir la experiencia.

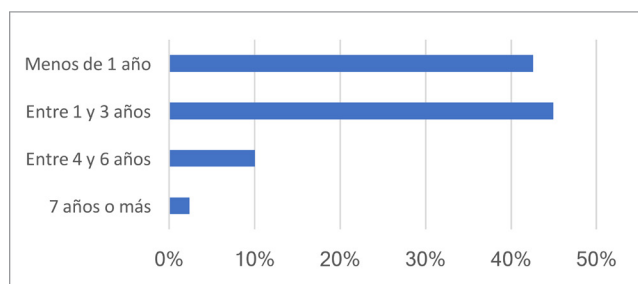
Figura 11
Experiencias previas en actividades de fomento de la lectura



Tiempo de vinculación

La mayoría de los miembros participa desde hace menos de un año (42.60%) o de entre uno y tres años (44.97%). Esto se corresponde con el hecho de que la mayoría de los clubes del estudio son de reciente creación. En efecto, si comparamos esta figura 12 con el del año de creación de los clubes (figura 2) veremos una cierta analogía.

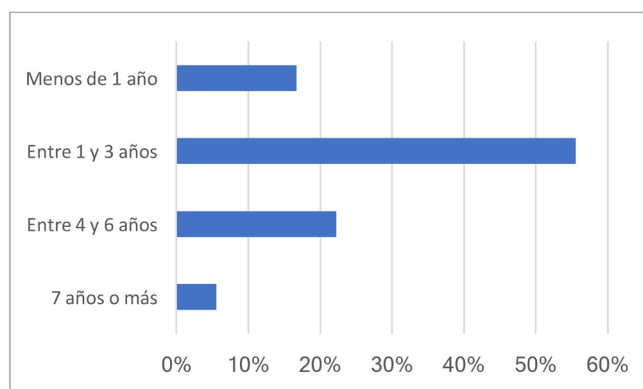
Figura 12
Tiempo de vinculación de los participantes



Para tener más información sobre la capacidad de retención de los miembros de los clubes virtuales, analizamos los datos de antigüedad de los miembros de los clubes creados en 2014 o en años anteriores, es decir, los que llevaban

un mínimo de cinco años en funcionamiento (figura 13). Aunque la gran mayoría sigue siendo la de los participantes que llevan entre uno y tres años en el club (55.56%), un 27.78% de los participantes cuenta con una vinculación mínima de cuatro años.

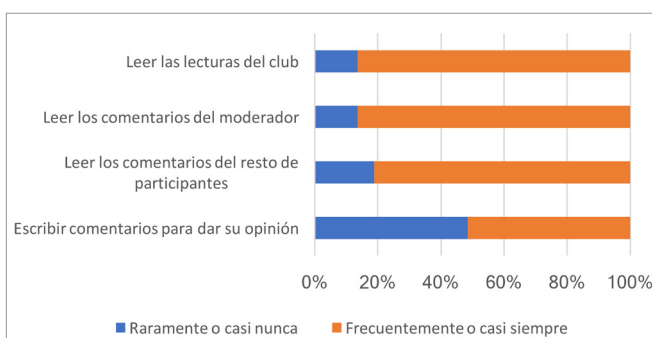
Figura 13
Tiempo de vinculación en clubes de 2014 o anteriores



Grado de implicación

Seguidamente, indagamos sobre la frecuencia con que los participantes efectúan las actividades vinculadas al club virtual (figura 14). Sólo la mitad de los participantes considera que escribe comentarios con frecuencia, como apuntaban los organizadores. En cambio, se sigue al moderador y, sobre todo, se dedica tiempo a la lectura del libro.

Figura 14
Frecuencia en la actividad de los participantes

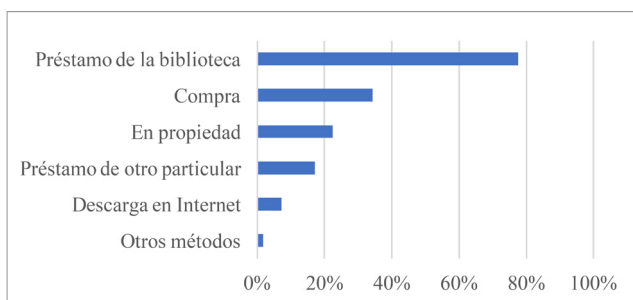


Adquisición de lecturas

En la figura 15 vemos que la mayoría de los participantes (77.51%) toma prestadas las obras de una biblioteca. Esto era de esperar teniendo en cuenta que muchos de estos clubes están organizados por bibliotecas públicas y universidades.

Figura 15

Método de acceso a las lecturas



En los clubes independientes, este dato no es tan obvio. En estos casos, los principales métodos de acceso a la lectura son su compra (55%), el préstamo de una biblioteca o un particular (ambos 35%) y su posesión previa en propiedad (32%). Así pues, un club de lectura virtual puede fomentar la compra de libros.

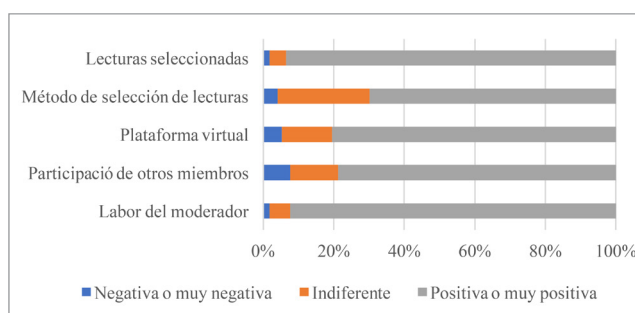
Valoraciones

Por último, quisimos saber cómo valoran los participantes su experiencia en el club virtual. Obtuvimos una nota media de 8.08 sobre 10 (con una desviación estándar de 1.38). Es un buen dato; indica que los participantes tienen una buena percepción del club, y que en general hay bastante consenso.

El 70% de los participantes valora de manera positiva o muy positiva todos los elementos del club; las opiniones negativas llegan solo al 8% (figura 16). Los aspectos que generan más indiferencia e incluso malestar son el método de selección de lecturas, el grado de participación de los otros miembros del club y la plataforma utilizada.

Figura 16

Valoración de los diversos aspectos de los clubes de lectura



Por último, otro dato que confirma que los participantes valoran positivamente los clubes virtuales es que un 94.67% afirma que, si tuviera la oportunidad, repetiría la experiencia.

Conclusiones

Se identificaron hasta 24 clubes en activo en España (abril 2019), promovidos por 18 entidades diferentes. De estos, 18 aceptaron participar en el estudio.

La mitad de los clubes virtuales son promovidos por bibliotecas públicas, generalmente desde el ámbito regional. Esta tendencia se está repi-

Tabla 8

Métodos más populares de acceso a las lecturas según tipología de club

Club de biblioteca pública	Club universitario	Club independiente
Préstamo de la biblioteca (91%)	Préstamo de la biblioteca (75%)	Compra (55%)
Compra (31%)	Compra (25%)	Préstamo de la biblioteca / Préstamo de otra persona (empate 35%)
En propiedad (22%)	En propiedad / Descarga de Internet (empate 14%)	En propiedad (32%)

tiendo en los clubes virtuales creados durante la pandemia de 2020. El resto de los clubes han sido creados por universidades, particulares y una red social sobre lectura (Quelibroleo).

Hay una gran variedad en el número de participantes. El club con menos participantes tiene 12, y el que más, 267.600. Como cifra representativa, los 18 clubes tienen una mediana de 86 participantes. Por lo tanto, los clubes de lectura virtuales acogen una cifra de participantes bastante superior a los presenciales.

La mitad de los clubes han sido creados en los últimos tres años. El club más veterano tiene diez años de experiencia. Se siguen creando clubes periódicamente, y la llegada de la COVID-19 puede provocar un crecimiento de los clubes de lectura virtuales y también de los presenciales, que garantizarán una continuación virtual en periodos específicos.

La herramienta tecnológica más popular es el blog. También se utilizan las plataformas especializadas en clubes virtuales, como Odilo o ReadGroups. Goodreads es la opción preferida por los clubes creados por particulares. Los clubes que utilizan Facebook consiguen llegar a un público más amplio.

Los 18 clubes estudiados son principalmente asincrónicos, aunque un 70% dispone de chat. Aun así, es de esperar que los clubes nuevos utilicen plataformas diferentes, tecnológicamente más actualizadas, y que algunos se decanten por una comunicación sincrónica, como es el caso de los nuevos, que utilizan Tellfy y videoconferencias.

El acceso a los clubes es gratuito, pero no es siempre libre. La mitad de los clubes restringe la inscripción según algún criterio, principalmente ser miembro de la entidad promotora (por ejemplo, tener carné de biblioteca). Generalmente, restringir el acceso no tiene un impacto negativo en el número de participantes.

El perfil de participante típico de los clubes virtuales es una mujer de 45 a 54 años con estudios universitarios. La comparación con los datos de un estudio en clubes presenciales parece indicar que, aunque la franja de edad mayoritaria es la misma, en los clubes virtuales hay participantes más jóvenes.

Un 74% de los participantes son lectores asiduos, leen dos o más libros al mes, mientras que la media estatal es de sólo uno. Sin embargo, no se ha podido constatar que sean grandes lectores gracias al club, o el club les atraiga porque ya fueran grandes lectores anteriormente.

Un gran número de participantes se inscribió en el club en el último año. Creemos que esto es comprensible debido a que la mayoría de clubes virtuales son también recientes. Además, la mayoría de los participantes (un 44.97%) lleva inscrito entre uno y tres años.

Los métodos utilizados por los participantes para adquirir las lecturas de los clubes se relacionan con las entidades organizadoras. En el caso de bibliotecas públicas y universitarias, la mayoría prefiere el préstamo. En el caso de los clubes de particulares y de Quelibroleo, el 55% de participantes compra los libros.

Los participantes están muy satisfechos de los clubes y tienen una buena opinión de todos sus componentes o aspectos, con una nota media de 8.08 sobre 10. Además, un 94.67% afirma que repetiría la experiencia.

Uno de los temas que más preocupa en el ámbito de los clubes virtuales es la falta de participación de sus miembros, principalmente la falta de comentarios. Más de la mitad de los organizadores opina que el 60% o más de los participantes tiene un perfil de observador, es decir, leen el contenido que aportan los demás, pero no participan activamente en la actividad del club.

Los participantes confirman esta visión de los organizadores: admiten que escriben comen-

tarios con menos frecuencia que el resto de las actividades del club, pero muestran una gran implicación en otras actividades (leer los libros, seguir el intercambio, leer los comentarios del moderador).

Por lo tanto, podríamos hablar de clubes de observadores o consumidores con escasa participación y mucha actitud pasiva. Justamente esta participación pasiva nos hace creer que es incorrecto tildar de fracaso un club sólo porque genere pocos comentarios en su ciclo de lectura e intercambio. El número de comentarios es sólo uno de los diversos indicadores que se deben recopilar y analizar para llevar a cabo una evaluación más global y justa.

Notas

1. Para la revisión bibliográfica se ha consultado: Copac <<https://copac.jisc.ac.uk/>>; DART-Europe E-theses Portal <<http://www.dart-europe.eu/basic-search.php>>; Dialnet plus <<https://dialnet.unirioja.es/>>; e-LIS: e-prints in library & information science <<http://eprints.rclis.org/>>; Repositorio Documental GREDOS <<https://gredos.usal.es/jspui/>>; ÍNDICES CSIC <<https://indices.csic.es/>>; Library & Information Science Abstracts (LISA) <<https://search-proquest-com.sire.ub.edu/lisa/advanced>>; Networked Digital Library of Theses and Dissertations (NDLTD) <<http://www.ndltd.org/>>; Scopus <<https://www-scopus-com.sire.ub.edu/search/form.uri?display=basic>>; Catalogue SUDOC <<http://www.sudoc.abes.fr/xslt/DB=2.1/#>>; Temaria: revistas digitales de biblioteconomía y documentación <<http://www.temaria.net/simple.php>>; Travesía: recursos digitales para la cooperación bibliotecaria <<http://travesia.mcu.es/portalnb/jspui/index.jsp>>. Las consultas se realizaron durante el mes de abril de 2019.

2. Toronto Public Library. *Book Buzz: TPL's Virtual Book Club*. <<https://www.torontopubliclibrary.ca/bookbuzz/>>

3. Por ejemplo, Bibliotecas de Barcelona. Clubes de lectura virtuales. <<https://ajuntament.barcelona.cat/biblioteques/es/content/clubes-de-lectura-virtuales>> [Consulta: 9 julio 2020].

4. Formularios de Google <<https://docs.google.com/forms/u/0/>>

5. Instituto Nacional de Estadística <<https://www.ine.es/>>

6. Club de lectura Quelibroleo.com <<https://esla.facebook.com/ClubLecturaQuelibroleo/>>

7. Odilo <<https://www.odilo.es/>>

8. ReadGroups <<http://www.readgroups.com/>>

9. Tellfy <<https://www.tellfy.com/es/>>

Referencias

Alcón Jiménez, M. P. (2013). El club de lectura de la biblioteca universitaria de Albacete: la experiencia de un club de lectura universitario. *RUIDERAE: Revista de Unidades de Información*, 3. <https://revista.uclm.es/index.php/ruiderae/article/view/296>

Álvarez Álvarez, C. (2016). Clubs de lectura: ¿Una práctica relevante hoy? *Información, cultura y sociedad*, (35), 91-106.

AuYeung, C., Dalton, S., & Gornall, S. (2007). Book Buzz: Online 24/7: Virtual Reading Clubs and What We've Learned About Them. *Partnership: The Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 2(2). <https://doi.org/10.21083/partnership.v2i2.237>

Carreño, O. (2014). *Clubes de lectura: obra en movimiento*. Editorial UOC.

CONECTA (2018). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2017*. <http://federacioneditores.org/img/documentos/HabitosLecturaCompraLibros2017.pdf>

Dantas, T., Cordon García, J.A., & Gómez Díaz, R. (2017). Lectura literaria juvenil: los clubes de lectura como entornos de investigación. *Ocnos*, 16(2), 60-74. https://doi.org/10.18239/ocnos_2017.16.2.1281

DeVaus, D. (2014). *Surveys in social research*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203519196>

Delmàs Ruiz, M., Lleal Ronda, J., & Suriñach Vicente, E. (2019). Lectures 2.0: els clubs de lectura virtuals. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*. <https://doi.org/10.1344/BiD2019.42.6>

Elsayed, A. M. (2010). Arab online book clubs: A survey. *IFLA Journal*, 36(3), 235-250. <https://doi.org/10.1177/0340035210378864>

Ferrándiz Soriano, J. U. (2013). Clubes de lectura virtuales: el modelo por videoconferencia. *Tejuelo: Revista de ANABAD Murcia*, 13, 26-35. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5215446>

- Galindo Lizaldre, B. (2007). Nace el Club Virtual de Lectura de «Diario de Navarra». *Tk*, 19, 61-64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2509206>
- García Perea, R. (2018). *Manual del club de lectura: cómo crear y gestionar un club de lectura dinámico y perdurable*. Berenice.
- Lagarde, J., & Winner, M. C. (2012). Level Up Book Club. *Knowledge Quest*, 41(2), 46-49. <https://www.learntechlib.org/p/114134/>
- Moreno Mulas, M. A. (2017). La biblioteca pública y la lectura social. En *VIII Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas: espacio físico y virtual* (pp. 208-215). Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Gobierno de España.
- Moreno Mulas, M. A., García-Rodríguez, A., & Gómez-Díaz, R. (2017). Conversando en la nube: cómo organizar un club de lectura virtual. *Revista General de Información y Documentación*, 27(1), 177-200. <https://doi.org/10.5209/RGID.56566>
- Nielsen, J. (2006). The 90-9-1 Rule for Participation Inequality in Social Media and Online Communities. *Nielsen Norman Group* <https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>
- Ordás García, A., & Benito Blázquez, B. (2015). El club de lectura en la nube. En *CIBES 2015. Congreso Ibero-Americano de Bibliotecas Escolares. Educación por competencias: reto del milenio para la interculturalidad y la inclusión social*, Madrid, 26-28 octubre 2015. <http://hdl.handle.net/10760/29061>
- Pallarés Espinosa, S., & García Fernández, I. (2017). Lecturas enredadas, Club de lectura online: un proyecto de Asociación Inspira en colaboración con la Biblioteca para Jóvenes Cubit (Zaragoza). *Mi biblioteca: La revista del mundo bibliotecario*, 51, 62-71.
- Pérez Juan, C. M. (2012). *Los libros electrónicos y los clubes de lectura en la nube*. Universidad de Salamanca.
- Reitz, J. (2013). *Online Dictionary for Library and Information Science*. Libraries Unlimited
- Scharber, C. (2009). Online Book Clubs: Bridges Between Old and New Literacies Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 52(5), 433-437. <https://doi.org/10.1598/JAAL.52.5.7>
- Scharber, C., Melrose, A., & Wurl, J. (2009). Online book clubs for preteens and teens. *Library Review*, 58(3), 176-195. <https://doi.org/10.1108/00242530910942036>
- Starkey, N. (2005). Online Book-Clubbing Made Easy. *American Libraries*, 36(8), 50-51.
- Torre, I. P. P. B. da. (2012). *Clubes virtuais de leitura: práticas e competências leitoras*. [tesis doctoral]. Universidade do Minho. <http://hdl.handle.net/1822/20800>
- Wyant, A., & Bowen, S. (2018). Incorporating Online and In-person Book Clubs into Sociology Courses. *Teaching Sociology*, 46(3), 262-273. <https://doi.org/10.1177/0092055X18777564>