

“El Declive de la Literatura en la Era Digital”

Objetivo: Analizar y comunicar las causas y consecuencias del declive de la literatura en la era digital, promoviendo su valor cultural y educativo a través de herramientas interactivas y estrategias de comunicación.

Fuentes:

UNESCO: Estadísticas sobre hábitos de lectura. <https://uis.unesco.org/en/topic/literacy>

Informes de la Asociación de Bibliotecas Americanas (ALA):

<http://www.ala.org/tools/libfactsheets>

Pew Research Center : <https://www.pewresearch.org/topic/internet-technology/social-media/>

Informes de la Asociación de Editores: <https://www.federacioneditores.org/>

JSTOR: <https://www.jstor.org/>

Sitio Oficial del Premio Nobel: <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/>

Sitio Oficial del Premio Cervantes: https://www.cervantes.es/premios/premio_cervantes.htm

Premio Pulitzer: <https://www.pulitzer.org/prize-winners-by-category/218>

Premio Booker: <https://thebookerprizes.com/>

The New York Times Best Sellers: <https://www.nytimes.com/books/best-sellers/>

Amazon Best Sellers: <https://www.amazon.com/bestsellers/books/>

Nielsen BookScan: <https://www.nielsenbookscan.co.uk/>

Publishers Weekly: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/index.html>

The Guardian Best Sellers: <https://www.theguardian.com/books/bestsellers>

El País Bestsellers (España): <https://elpais.com/noticias/libros-mas-vendidos/>

Público Objetivo: Se pretende alcanzar un público Estudiantes y adolescentes que han reducido su interés por la lectura tradicional, en especial entre 14 y 20 años. Para llegar a este publico se realizará una campana de publicidad que pretende que arroje como resultado que este público es el interesado.

Campaña de Publicidad: La campaña se desarrollará en plataformas como Instagram, TikTok y Twitter, Telegram e incluirá:

- Contenido visual: Infografías con datos impactantes sobre la lectura.

- Retos: Iniciativas como #YoLeo o #UnLibroAlMes.

-Canal de Telegram donde se subirán semanalmente libros de diferentes indoles con sus reseñas, y se pretende observar cuales son los que mas descargan o los que reciben más reacciones.

Data Product:

1. Gráficos interactivos que muestren tendencias de lectura, ventas de libros y preferencias de los lectores.
2. Opciones para filtrar datos por país, año, género literario y formato (digital vs. físico).
3. Comparación de hábitos de lectura entre diferentes regiones o grupos demográficos.
4. Visualización geográfica de datos sobre hábitos de lectura y ventas de libros.
5. Que se puedan responder preguntas como:
 - ¿Cuál es la tasa de lectura promedio a nivel global y cómo ha cambiado en la última década?
 - ¿Qué porcentaje de jóvenes prefiere consumir contenido digital en lugar de leer libros?
 - ¿Cómo ha afectado la pandemia de COVID-19 a los hábitos de lectura?
 - ¿Cuáles son los géneros literarios más leídos en la actualidad?

Historia: La historia comienza con un personaje principal joven de 18 años que, como muchos de su generación, pasa horas en redes sociales y plataformas de streaming. Alex no es un gran lector, pero un día, mientras navega por una app de recomendaciones de libros, se encuentra con un mensaje intrigante: "¿Sabias que los algoritmos pueden predecir qué libro te cambiará la vida?"_Esto despierta su curiosidad y lo lleva a adentrarse en el mundo de la literatura guiado por la ciencia de datos.

Audiovisual: El video se centrará en la idea de que, aunque los jóvenes están inmersos en un mundo digital lleno de estímulos rápidos (redes sociales, videojuegos, streaming), la literatura sigue siendo una herramienta poderosa para *escapar, reflexionar y conectar con emociones profundas*. Sin embargo, los datos muestran que el hábito de la lectura está en declive. El video explorará por qué sucede esto y cómo los jóvenes pueden redescubrir el placer de leer.

Se pretende con esto aumentar el conocimiento sobre la importancia de la literatura, inspirar a los jóvenes a retomar el hábito de la lectura y posicionar la literatura como un pilar fundamental de la cultura y la educación.