

LA LITERATURA JUVENIL PUBLICADA EN PORTUGAL:
DE LAS GRANDES TIRADAS COMERCIALES
A LA INTERACCIÓN EN LA WEB 2.0

Fernando José Fraga de Azevedo

Universidade do Minho
Braga, Portugal
fraga@ie.uminho.pt

Moisés Selfa Sastre

Universitat de Lleida
Lleida, España
mselfa@didesp.udl.cat

Ángela Maria Franco Martins Coelho de Paiva Balça

Universidade de Évora
Évora, Portugal
apb@uevora.pt

RESUMEN / ABSTRACT

Este artículo explica los cambios que Internet ha introducido en la lectura de textos juveniles y en la promoción de estos a partir de epitextos públicos virtuales u *onlines* como los blogs, los foros de lectura y los *Booktrailers*. Estas nuevas formas de lectura suponen un nuevo tipo de interacción entre el autor del texto y el lector, quienes comparten informaciones en espacios digitales de lectura sobre el contenido e interpretación de la obra literaria. Un ejemplo concreto de este nuevo tipo de interacción lectora es la obra literaria, publicada en Portugal, *A revolta dos sátiros* (2014), de Ana Soares y Bárbara Wong. A partir de un *password*, el lector de este texto juvenil puede acceder a un espacio virtual en el que conocerá la continuación de esta, accederá a informaciones muy diversas sobre el texto literario y podrá interactuar con el autor y los lectores de este texto juvenil.

PALABRAS CLAVE: Web 2.0, LIJ 2.0, lectura, epitexto, literatura juvenil portuguesa.

*This paper explains the changes that the Internet has introduced in the reading of juvenile texts and in the promotion of these from virtual public epitexts or online sources as blogs, reading forums and Booktrailers. These new forms of reading assume a new type of interaction between the author of the text and its reader, in which both share the information in reading digital spaces on the content and interpretation of the literary work. A specific example of this new type of reading interaction is the literary work *The Uprise of the Satyrs (2014)*, by Ana Soares and Barbara Wong, published in Portugal. Using a password, the reader of this juvenile text can access a virtual space in which he or she can find out its development, come in contact with diverse information about the literary work, and can interact with the author and other readers of this young adult text.*

Keywords: Web 2.0, YAL 2.0, reading, epitext, Portuguese juvenile literature.

DE LAS SERIES JUVENILES NARRATIVAS EN PORTUGUÉS A LOS LIBROS CON ESPACIOS WEB

El mercado editorial portugués ha asistido a la proliferación, por lo menos desde mediados de los años 90 del siglo pasado, de una abundante y exitosa serie de textos literarios potencialmente destinados a la población juvenil que, en buena medida, ofrecen la posibilidad de recuperar, dialogar y ampliar el modelo definido en obras de Enid Blyton (1897-1968) (por ejemplo, en la serie *Los Cinco*, publicada entre 1942 y 1963) y, en la literatura portuguesa, en obras de Ana Maria Magalhães (1946-) e Isabel Alçada (1950-) (es el caso de la serie *Uma aventura* publicada a partir de 1982 y que en 2016 cuenta con 58 títulos publicados). Se trata de textos en los que aparece la denominada *formula fiction* (Bixler y Agosta 1984; Nikolaveja 1996; Blockeel 2001), concepto referido a la posibilidad que el lector tiene de vivenciar aventuras repletas de acción y misterio a partir del modelo de serie narrativa (Eco 1998).

Estas obras han sido y son un éxito editorial, con extensas y amplias ediciones de cada uno de los títulos que conforman la serie. Aunque no tengamos datos precisos de la Asociación Portuguesa de Editores y Libreros (APEL), es posible determinar que, por ejemplo, la serie *Uma aventura*, tiene hasta el momento 58 títulos publicados, y algunos de ellos lograron alcanzar más de 20 ediciones (*Uma Aventura na Cidade*, 1ª edición, 1982; 26ª edición, 2015; *Uma Aventura nas Férias do Natal*, 1ª edición, 1982; 25ª edición, 2015; *Uma Aventura na Escola*, 1ª edição, 1984; 23ª edición, 2015; *Uma Aventura no Porto*, 1ª edición, 1985; 20ª edición, 2015; *Uma Aventura no Estádio*, 1ª edición, 1985; 20ª edición, 2015). Además, algunas de estas obras han tenido tirajes muy amplios (*Uma Aventura no Ribatejo*,

13ª edición, 2009, con 7.500 ejemplares; *Uma Aventura em Evoramonte*, 13ª edición, 2008, con 7.500 ejemplares; *Uma Aventura no Supermercado*, 11ª edición, 2004, con 10.000 ejemplares; *Uma Aventura Musical*, 10ª edición, 2008, con 7.500 ejemplares; *Uma Aventura Perigosa*, 5ª edición, 2004, con 15.000 ejemplares; *Uma Aventura na Ilha de Timor*, 1ª edición, 2011, con 30.000 ejemplares; *Uma Aventura no Sítio Errado*, 1ª edición, 2012, con 25.000 ejemplares; *Uma Aventura na Casa da Lagoa*, 1ª edición, 2014, con 22.000 ejemplares).

Todo ello, tal como ya señalaba Martinec (1971), se debe a diversos factores, entre los que sobresalen dos: en primer lugar, factores relacionados con el axioma de que es mejor leer literatura comercial que no leer nada; en segundo lugar, existe también el componente relacionado con los valores sociales –amistad, compañerismo, respeto– que estas obras promueven explícitamente.

Esta literatura, de carácter marcadamente comercial (Lluch 2005), está asociada a valores ideológicos muy diversos: desde los más conservadores, como sería el caso de la ya citada serie de *Los Cinco* de Blyton, hasta la promoción del gusto por el patrimonio histórico y arquitectónico, tal como puede apreciarse en la serie *Uma aventura*. Desde un punto de vista global, y tratándose de una literatura que tiene como público principal a jóvenes en proceso de maduración y de crecimiento intelectual y que, en ese sentido, toda lectura juega, en un sentido u otro, un papel fundamental en la formación de una sólida competencia literaria¹, podemos hablar de textos literarios que presentan características comunes asociadas al tránsito de la juventud al mundo de los adultos (Innocenti 2000). Estas características son las siguientes: prevalece la idea de grupo en detrimento del sujeto individual; la inmadurez del joven está asociada al aislamiento del grupo; existe la idea según la cual todos los problemas y vicisitudes que afectan al adolescente tienen una solución exitosa; los adultos no son concebidos como sujetos capaces de colaborar en la solución de los conflictos planteados en la historia; la verdadera comunicación, que se entiende en términos de sinceridad absoluta, es mantenida siempre entre iguales; la madurez se entiende cuando hay un

¹ El concepto de competencia literaria se refiere a la competencia específica para descodificar el discurso literario y formarse un juicio estético de este (Chartier 2003: 148), así como a la competencia que “implica toda la actividad cognitiva de la lectura y mide el nivel de eficiencia del lector ante cualquier texto” (Cerrillo y Senís 2005: 29), en especial el literario.

respeto por el otro y por su quehacer diario; existe una defensa acérrima del concepto de cooperación entre todos los miembros del grupo; y, finalmente, la verdad es elogiada como el principal medio de lucha contra la mentira y el crimen. Por tanto, estamos ante un tipo de literatura juvenil que incide en la importancia de los valores morales como la amistad, el coraje ante las dificultades del tipo que sean, la mesura y la templanza, la solidaridad y la honestidad. Estos valores están ligados, frecuentemente, a otros como el gusto y el respeto por la naturaleza.

Estas obras literarias, además, son fácilmente reconocibles en cualquier librería juvenil o centro comercial. Son, por lo general, textos de mediana extensión que incluyen varios capítulos, con cerca de 200-250 páginas, impresos en blanco y negro en papel de reducida calidad, y adquieren un formato de libro de bolsillo. Normalmente la cubierta y la contracubierta están impresas a color, en las que aparecen referencias a otros volúmenes de la misma serie y colección. Además, en este tipo de obras literarias aparecen otros elementos de tipo más comercial como puntos de libro con referencias a títulos de la misma editorial y con publicidad varia relacionada con la industria del libro juvenil.

En ocasiones, esta literatura de tipo juvenil está formada por obras que inician unos autores determinados y que continúan otros, hasta el punto que el nombre de sus creadores originales ni siquiera aparece en las portadas de las obras publicadas².

En el mercado editorial portugués encontramos ejemplos de lo dicho en colecciones como *O Bando dos Quatro* (1997-2008), de João Aguiar e ilustraciones de António Jorge Gonçalves, publicada por la Editora ASA, y con más de veinte volúmenes publicados. De esta serie narrativa de aventuras, se ha realizado una adaptación para televisión emitida por el canal TVI en 2007 y en 2013.

Álvaro de Magalhães (1951-) es el autor de otra de estas colecciones narrativas: *O Triângulo Jota*, que se empezó a publicar en 1984 y que hasta 2014 tenía editados veinte volúmenes. *O Clube das Chaves*, de Maria Teresa González (1958-) y Maria do Rosário Pedreira (1959-), incluye 21 títulos publicados entre 1990 y 2000 y de los que también se hizo una adaptación

² Véase, en este sentido, una reedición francesa de *Los Cinco* (*Los Cinco en la Ciudad Secreta*, 2000) que explícitamente es presentada como una nueva aventura de personajes creada por Enid Blyton pero cuya narración se atribuye a Claude Vollier e ilustra Jean Sidobre.

para la televisión que se emitió en +TVI en el verano de 2013. Luísa Fortes da Cunha (1959-) es también una conocida autora de otra de estas series narrativas: *Teodora*, publicada por la editorial Presença, con 14 volúmenes publicados entre 2002 y 2014. De António Avelar de Pinho (1947-) y Pedro de Freitas Branco (1967-) es la serie *Os Super 4*, una colección que hasta 2006 estaba compuesta por 16 volúmenes.

Si lo que hasta aquí presentado forma parte de la narrativa juvenil portuguesa en forma de series narrativas de gran tirada en papel, no menos cierto es que existe una *nueva* narrativa juvenil portuguesa (Azevedo et al. 2015), asociada a libros y espacios web, y que en sus páginas muestra de forma clara el concepto de *dynamic hybrid book*” acuñado por Dresang (2008). Este concepto está referido a lecturas literarias en entornos digitales e híbridos que permiten al lector acceder a diversas informaciones relacionadas con esta lectura, por ejemplo, los datos del autor, las características de la editorial que publica el texto literario y la interacción con otros lectores del mismo texto a través de códigos y mensajes digitales. Todo ello permite hablar de un espacio híbrido, en el que interaccionan al mismo nivel diversos agentes de lectura, con un denominador común: el texto literario.

Esta nueva forma de interacción digital es, desde luego, una tendencia creciente en los últimos años entre los lectores de literatura juvenil por tres razones fundamentales: en primer lugar, la joven generación *net* ha ido creciendo y construyendo sus conocimientos interactuando con la tecnología digital que la sociedad del conocimiento ha ido poniendo a su disposición; en segundo lugar, las mismas herramientas tecnológicas que los jóvenes lectores manejan han sido usadas por los mediadores de lectura como aliados útiles para fomentar la lectura entre la población juvenil (Martínez Rodrigo y González Fernández 2010); y, en tercer lugar, no puede olvidarse que la inclusión de la tecnología digital en la construcción de cualquier competencia –también la lectora– proporciona una formación completa, integral y sin fisuras en el joven, ya que le capacita para interaccionar con la “sociedad red” (Castells 2007), concepto referido a los modos de relación e interacción digital entre los ciudadanos alfabetos de un mundo globalizado.

LOS PARATEXTOS Y LOS EPITEXTOS VIRTUALES COMO ELEMENTOS QUE AYUDAN A LA LECTURA Y A LA EXPANSIÓN DEL TEXTO LITERARIO

Las modificaciones en los nuevos modos de interacción entre el autor de un texto y el lector de este afectan, sin duda, a la lectura de la obra literaria, ya que se originan nuevos espacios de tipo digital para representar el mensaje que se quiere transmitir (Ibarra y Mínguez 2007: 381). En este sentido, Cerrillo (2006: 2) ha distinguido dos tipos de lectores en relación con el espacio digital de lectura: un lector de tipo más tradicional que, entre otros formatos, gusta de la lectura en Internet; y un lector que califica de nuevo y que se caracteriza por el uso indiscriminado de la tecnología y con serias dificultades para discriminar mensajes y comprender alguno de ellos en su totalidad. El intertexto (Mendoza 2001: 26-27), concepto clave que interviene en la formación de la competencia literaria de ambos lectores y que se refiere a la red de conexiones que establece el lector con diferentes textos, se construye, entre otros modos de acceso a la lectura, a través de, en primer lugar, los sugeridos por los medios de comunicación y sus modos de transmisión de la información; y, en segundo lugar, a partir de las nuevas formas de alfabetización en las que la interacción en espacios digitales cobra un peso sumamente significativo. Del mismo modo, Colomer (2002) sostiene que el gran avance que experimentan los medios de comunicación de masas, así como las nuevas tecnologías vinculadas a la difusión de textos literarios, afectan a la lectura que de estos realiza la población infantil y juvenil, hasta tal punto que “la fragmentación, la rapidez, la asociación de varios códigos de representación, la posibilidad de enlace, la interactividad, etc., son mecanismos presentes desde el inicio en su acceso a la lectura” (Colomer 2002: 284).

Sea como fuere, es más que evidente que en el tercer milenio la literatura juvenil ofrece a su público lector un conjunto de experiencias y posibilidades lectoras en las que este adopta un papel activo, ya que no es solo un receptor que recrea el mensaje literario, sino que, además, puede compartirlo en comunidades y foros de tipo virtual en los que puede interaccionar con otros lectores de la misma obra literaria que está consumiendo.

La literatura actual, entre la que incluimos la juvenil, participa de los roles comunicativos de un mundo globalizado, en los que la relación entre el lector y el mensaje del texto se establece por diversos canales, entre los cuales podemos citar la web 2.0 como un elemento de comunicación visible y ostensiblemente notorio. Lluch et al. (2015: 798) señalan que “la web

social ha potenciado la existencia de lo que Jenkins (2008) ha denominado audiencias interactivas”. Así, Internet, a partir de lenguajes visiblemente digitales, está transformando su paradigma de comunicación, con lo que es capaz de llegar a una mayor cantidad de público y a una mayor diversidad de lectores. La propia promoción del libro se realiza hoy en día a través de lenguajes mixtos (blogs, *Youtube*, fórums de lectura, etc.). La generación del Net (Tapscott 2009) es una generación que consume información al momento y que quiere acceder a esta de un modo rápido y funcional para satisfacer sus necesidades de lectura. Se trata, pues, de una generación que visita regularmente blogs diversos de lectura, y que crea y comparte contenidos a partir de esta. También accede a espacios más sonoros como los *Booktuber*, reseñas literarias en formato de vídeo que nos ofrecen las impresiones de un lector sobre una obra literaria determinada, y a los *Booktrailer*, que incluyen propuestas de promoción multimedia de obras literarias y que son espacios explotados por la editoriales para la promoción de la lectura o la explotación didáctica de esta (Rovira-Collado 2015a). Son, sin duda, nuevos canales de comunicación de lo que se ha definido como *Literatura y Lectura Infantil y Juvenil en la Web Social o LIJ 2.0* (Rovira-Collado 2015a), ya que utilizan las dinámicas de participación de la Web 2.0 para transmitir la literatura de formas distintas a las convencionales y en las que el público juvenil cobra un papel activo en la expansión del mensaje literario.

Dentro de la LIJ 2.0 es fundamental el concepto de lectura social y colaborativa, entendida esta como “aquella que se desarrolla en plataformas virtuales configurando una comunidad que desarrolla formas de intercambio diversas, compartiendo comentarios, anotaciones, valoraciones, etiquetas y, en algunos casos, libros y lecturas” (Cordón y Gómez 2013. Citado por Rovira-Collado 2015b). Emerge, así, el concepto de *e-reader*, entendido este como un *nuevo* tipo de lector que puede participar de una comunicación audiovisual y global en la que es lector y, además, autor de contenidos de lectura compartidos. Estos contenidos, a modo de estribillos de lectura (2015a) que van encadenando intervenciones entre iguales en la red, pueden aprovecharse antes, durante o después de la lectura de la obra literaria.

Sánchez-Ortega (2014) señala que todos los textos impresos y potencialmente dirigidos a un público y a un mercado determinados son mediatizados por una lógica comunicacional y pragmática, que se concreta en instrumentos y estrategias varias, globalmente visibles en los denominados paratextos, de acuerdo con la terminología de Genette (1987). La revisión de la literatura científica, como señala Lluch et al. (2015) demuestra que existe una carencia

de investigaciones de un paratexto principal para la promoción de la lectura en la red: el epitexto público virtual u *online*. Los epitextos públicos virtuales son “documentos de múltiples tipos, con las funciones comunicativas de comentar, difundir, modificar y ampliar” (Lluch et al. 2015: 798) y que las empresas editoriales suelen crear para la venta y difusión de la lectura por internet. A través de estos epitextos el autor y el lector del texto adquieren un protagonismo lector, ya que en los espacios digitales de lectura, como blogs y redes sociales, pueden mantener conversaciones que pueden llegar a todo el público. En este sentido, la crítica literaria tradicional en papel ha perdido un tanto su peso en favor de este nuevo modo de compartición de lecturas.

De entre todos los epitextos de lectura que hoy en día destacan en la red, los blogs (Sánchez García et al. 2016; Lluch 2014) cobran una importancia trascendental por ser un espacio virtual claramente consolidado en la Web 2.0³. En los blogs de lectura, que cuentan con uno o varios administradores de información, se utiliza un lenguaje muy cuidado que vela por el buen uso de la normativa y la correcta expresión de las ideas allí compartidas. Suelen predominar las reseñas críticas de obras de literatura actuales, si bien también suelen compartirse reseñas que se han escrito en otros espacios más tradicionales ocupados por la industria del papel: periódicos y revistas de crítica literaria.

Paralelamente a los blogs, los foros de lectura son espacios que se crean y disuelven al uso según van apareciendo nuevos títulos en el mercado editorial. Sus participantes también suelen seguir las normas que rigen un correcto intercambio lingüístico. Son comunidades virtuales que, como muchos blogs, pueden estar creadas desde instituciones muy relacionadas con la lectura como pueden ser, por ejemplo, las bibliotecas. En este sentido, la lectura no provoca aislamiento, ya que se construyen un conjunto de intercambios digitales de gran visibilidad en la red y que crean relaciones de afecto (Lluch 2014). Como en los blogs, en los foros de lectura existe una cierta competitividad entre los participantes por ser los primeros en publicar una nueva reseña o comentario sobre la obra literaria en cuestión.

Los *Booktrailers*, a los que ya nos hemos referido con anterioridad al hablar de la promoción del libro a través de la web, son instrumentos de difusión

³ Como sostienen Lluch et al. (2015: 804), en el Balance del Libro 2013 todos los directores de las editoriales más conocidas en España destacan la importancia del blog como espacio de promoción del libro y para el intercambio de opiniones sobre el contenido de este.

de la obra literaria que emplean técnicas de tipo audiovisual a través de las redes sociales de todo tipo. El lector juvenil del siglo XXI, acostumbrado a la recepción de mensajes muy impactantes, percibe los *Booktrailers* como un canal de conocimiento y participación activa de la nueva literatura que va publicándose a un ritmo vertiginoso. Palabra, imagen y sonido forman un trinomio de naturaleza hipertextual (Lluch et al. 2015, 800).

Los epitextos virtuales a los que nos hemos referido permiten no solo la difusión de la obra literaria de un autor, sino que además ayudan al análisis de esta en base a unas coordenadas de filiación entre los autores. La difusión de un texto literario en Internet permite conocer variables como la elección de la lengua y del registro de la comunidad con la que interactúa, el tipo de opiniones que pueden emitirse en el espacio digital que se comparte y las finalidades comunicativas que hay detrás de cada una de las interacciones.

Lo que es indudable es que los epitextos virtuales reúnen un conjunto de características que los hacen especialmente atractivos para el público juvenil que interacciona en la red: son baratos, permiten dirigirse directamente al autor y al lector del texto, sus contenidos se actualizan muy rápidamente y permiten una interacción que supera la barrera de la presencia física y del cara a cara. A pesar de todas estas ventajas, que ayudan a una promoción efectiva del texto literario en la red, hay que analizar cada uno de los epitextos textuales en base a la naturaleza para los que han sido creados y en relación con unos indicadores que aporten información determinante sobre la calidad, y no tanto sobre la cantidad, de las interacciones que en estos espacios virtuales se llevan a cabo.

UN CASO PARTICULAR DE EPITEXTO VIRTUAL EN LA NUEVA NARRATIVA JUVENIL PORTUGUESA: *A REVOLTA DOS SÁTIROS* (2014), DE ANA SOARES Y BÁRBARA WONG

Hoy en día es ya común que la *nueva* narrativa juvenil esté asociada a espacios web estimulando, así, nuevos paradigmas de comunicación e interacción entre el autor, el relato y el lector del texto. A ello hay que añadir la proliferación y existencia de clubes de lectura digital, como los sitios web Goodreads.com, 24symbols.com, Shelfari.com, LibraryThing.com y Bookcrossing.com.

En el caso de la industria editorial portuguesa, que será objeto de nuestro estudio a partir del texto *A revolta dos sátiros* (2014), de Ana Soares y Bárbara

Wong, existen editoriales que promueven la interacción lectora digital entre los agentes implicados en el proceso de lectura de un texto literario. Es el caso, por ejemplo, de la editorial Leya, una de las más importantes y prestigiosas editoras portuguesas, propietaria del sello editorial *Caminho*, la cual posee un espacio web que requiere la participación activa de los lectores. Algunos de los títulos que esta editorial destina al público juvenil ofrecen a los lectores un enlace para unirse a un club de lectura, como por ejemplo el vínculo <http://www.caminho.leya.com/pt/gca/clube-fantastico/>, que posibilita al lector formar parte de la *Ruta del club fantástico*. Este es un club de lectores con una revista digital mensual, que tiene como objetivo promover la amistad y el gusto por la lectura. Sus miembros reciben mensajes semanales y también interactúan con el sello editorial sobre cuestiones relacionadas con las futuras ediciones de textos juveniles que la editora está preparando para su lanzamiento al mercado.

Es en este contexto de lectura digital y de interacción entre el lector, el autor y el propio relato en el que hay que situar la obra *A revolta dos sátiros*, título que forma parte de la colección *Olimpvs.net* y de la que, hasta la fecha, se han publicado 8 volúmenes.

Antes de la acción propiamente dicha, y después de la ficha técnica, *A revolta dos sátiros* (2014) incluye un epígrafe donde las autoras agradecen a la profesora Cristina Pimentel, del Centro de Estudios Clásicos da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, la revisión científica de la obra y donde, además, se confiere al texto un cuño de veracidad, de verosimilitud y de autenticidad.

El texto se inicia con la presentación de los cinco amigos. La presentación es breve y en ella se utiliza el presente de indicativo, un tiempo verbal propio de la realidad más objetiva. Los cinco amigos, todos ellos adolescentes y con total autonomía, a semejanza de la *formula fiction* antes citada, son individualizados solo por su nombre de pila y por diminutivos que los caracterizan frente a otros compañeros de aventuras. Junto al nombre de cada uno de estos, aparece una estampa fotográfica como si se tratase de su documento de identidad. El nombre de estos cinco amigos de aventuras son Zé, Alice, Mel, António y Pedro. Estos amigos mantienen entre sí relaciones familiares: son hermanos o primos entre ellos. Este modo de presentación de los protagonistas está destinado a captar la atención y a aproximar los personajes a los lectores potenciales de sus aventuras. De los cinco personajes, Zé es el responsable de tener cuidado de una plataforma virtual que utilizan los dioses para alertar al mundo de eventuales peligros: <http://www.rede.olimpvs.net>

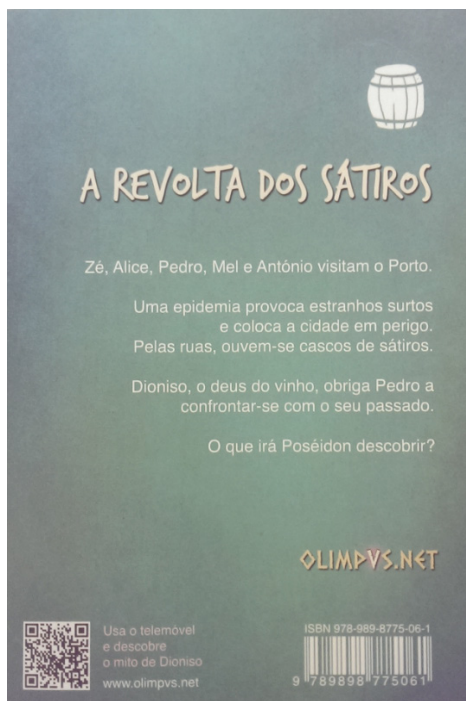


Imagen 1. Contraportada de *A revolta dos Sátiros* (2014)

La acción tiene lugar en la ciudad de Porto. Existen en la obra indicaciones geográficas y de conocimiento histórico acerca de lugares emblemáticos de la ciudad, como el Palácio de Cristal, la Biblioteca Almeida Garrett o las Caves de Vinho do Porto. No obstante, son pocas las referencias de este tipo y su función es exclusivamente contextualizar la acción narrativa, así como aportar información sobre los dioses de la mitología griega.

La obra está mayormente constituida por el texto escrito, existiendo apenas tres imágenes, en blanco y negro, en momentos clave de la narración. Los adolescentes protagonistas de esta viven un conjunto de aventuras que tienen como elemento de relación la presencia de un sátiro en la ciudad de Oporto, junto al Cais da Ribeira, y cuyo fin último es la salvación de la humanidad en todo su conjunto.

Lo que es novedad por ser un tipo de lectura hipertextual es que *A revolta dos sátiros* (2014) incluye en el contenido final del texto un *password* para que el lector, a través de la plataforma digital <http://www.olimpvs.net>, pueda

conocer lo que les sucede a los cinco protagonistas de esta lectura narrativa al día siguiente de la finalización de las aventuras narradas en el texto literario. Además de esta información, que estimula la lectura del potencial lector, este mismo entorno digital incluye publicidad a otras lecturas de la colección. En la contraportada de la obra, en un lugar destacable, aparece un QR Code, gracias al cual el lector puede acceder a una *webpage* y encontrar información sobre el mito de Dionisio y sobre otros mitos (Minotauro, el Laberinto de Creta, la caja de Pandora, Ulises, Midas, Atlántida, la Medusa y Perseo, la Historia de los Juegos Olímpicos) que aparecen en otras obras de la misma colección *Olimpvs.net*. Además se puede acceder través de este QR Code a un club de fans de esta misma firma editorial. Así, los lectores poseen la oportunidad de comunicar e interrelacionarse con los mismos autores de cada obra narrativa y con otros lectores de esta, aportando comentarios, preguntas y cuantas sugerencias de lectura crean oportunas.

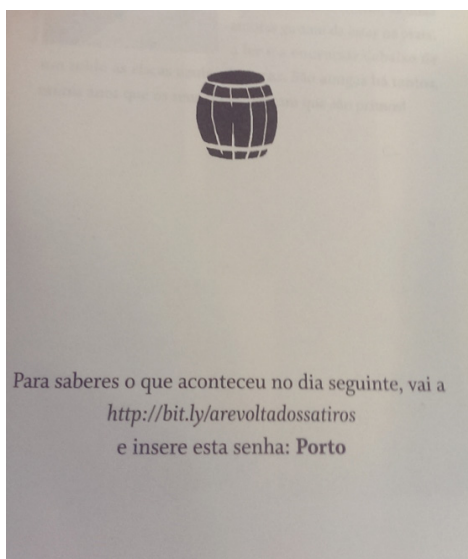


Imagen 2. Acceso a la *webpage*

La *webpage*, que funciona simultáneamente con la plataforma de comunicación y de *marketing* de la colección, incluye también una breve biografía de las autoras de la obra comentada y un formulario para los lectores que deseen interactuar con ellas, así como una sección pensada para los mediadores de

lectura que deseen trabajar esta obra narrativa en contextos de lectura como la biblioteca o la misma aula escolar. Así, pueden descargarse propuestas de trabajo en formato pdf adecuados a los programas y metas curriculares de la educación portuguesa, con un formulario para efectuar preguntas y sugerencias dirigidas a las autoras del texto.

La colección en la que se incluye *A revolta dos sátiros* (Soares; Wong 2014) posee, igualmente, una red social *Facebook* en la que, a través de vídeos y fotografías de las autoras promocionando su obra, los lectores pueden dejar comentarios acerca del contenido y sugerencias de lectura.

El lector de obras como la comentada es un nuevo lector que, como ya subrayó Lluch (2011), no solo recurre a los mediadores tradicionales para la lectura de la *nueva* literatura juvenil, sino que, además, recibe un mensaje que le provoca interrogantes que lanza a la red. De este modo, estos mensajes son compartidos y mediados por otros lectores que están sincronizados entre sí mismos. Se trata, así pues, de un lector cuya identidad viene dada, en gran medida, por el consumo de narrativas audiovisuales que cobran protagonismos en los medios digitales de comunicación: blogs y chats, entre otros.

CONCLUSIONES

La educación literaria tiene como objetivo último la formación de una sólida competencia literaria que permita al lector de un texto literario establecer una interacción con este a partir de la comprensión e interpretación del mensaje que subyace en él. Todo ello se lleva a cabo a través de modos muy distintos y particulares, los cuales favorecen la interconexión de saberes y de contenidos para la recreación de la obra y la construcción de una interpretación coherente y adecuada de esta.

Así, la rápida evolución de las herramientas digitales y de la interacción social a través de estas (móviles, tablets, libros digitales de diferentes tipos) nos permite hablar de nuevas dinámicas de acceso a la lectura y a la propagación e interpretación de esta (Cassany 2011: 12-22). Si a este factor sumamos el de la ampliación de la banda ancha de Internet (4G), que permite una conexión entre iguales a una velocidad muy rápida, podremos hablar de nuevos conceptos como los de la Lectura Social (Lluch 2014) y la LIJ 2.0 (Rovira-Collado 2011). Estas nuevas formas de lectura permiten tanto al autor del texto como al lector de este difundir sus experiencias de lectura

e interpretación de modos muy diversos y funcionales para ambos agentes lectores. Podemos hablar, en consecuencia, de un cambio de época que afecta a los nuevos modos de lectura: el lector puede, como ha quedado explicado en este artículo, concebir y gustar la lectura de un texto literario a partir de la interacción en diferentes epítextos virtuales, que le permiten comentar, difundir, ampliar y compartir el mensaje literario que está consumiendo con otros usuarios. Se trata, así pues, de una lectura polifónica y marcadamente abierta, o, en palabras de Azevedo et al. (2015: 40-57), de comunidades interpretativas, en donde interaccionan al mismo nivel diversos agentes de lectura.

A revolta dos sátiros (Soares; Wong 2014) es, en primer lugar, una obra que, partiendo del modelo narrativo inaugurado por E. Blyton, merece ser destacada, ya que invita explícitamente al lector a adoptar un nuevo papel en espacios digitales de lectura, en los cuales puede interactuar con diferentes mediadores: el propio autor del texto, otros lectores de este que están en línea y hasta la misma firma editorial que publica la obra. Además de permitir conocer cómo sigue la trama narrativa, esta obra literaria, a través de un *password* que se introduce en la plataforma de la editorial, facilita al lector establecer un nuevo paradigma de comunicación con un momento novedoso en la industria editorial de literatura juvenil. Este nuevo paradigma permite, incluso, la edición del texto según los gustos de lectura del lector potencial.

En segundo lugar, textos juveniles como *A revolta dos sátiros* (Soares; Wong 2014) responden a los desafíos de la generación Net. Desde este punto de vista, permite a los lectores de estas el progreso en otras competencias comunicativas asociadas a la lectura, entre las que podemos destacar dos: el desarrollo de la competencia escrita y el de la adecuada interacción social, en la que el respeto por las opiniones de otros es una máxima que hay que observar. Estas prácticas, del todo representativas de la LIJ 2.0, suponen la participación de los lectores en la difusión de sus lecturas a través de unos instrumentos que son característicos del lenguaje hipertextual y de portales como los blogs, las redes sociales y cuantos repositorios audiovisuales ofrece hoy en día la industria de las tecnologías de la información y comunicación.

Ser lector en el siglo XXI no significa solo leer y gozar de la lectura de un texto, sino que además implica trascender ese texto y participar activamente de fóruns de lectura más allá de lo que el propio espacio físico nos permite. Así, obras como *A revolta dos sátiros* (2014) sitúan al lector en espacios digitales en los que puede compartir emociones y experiencias con otros lectores que ofrecen un *feedback* necesario para la interpretación diversa de

la obra narrativa en cuestión. Por tanto, el valor fundamental de la Web 2.0 y de la LIJ 2.0 no está en los aspectos puramente tecnológicos que estos nuevos modos de interacción facilitan, sino en las nuevas posibilidades de lectura compartida a través de diversos dominios web, en los que lo importante es la actitud de los usuarios para compartir información y el tipo de texto que reciben, escriben y con el que interaccionan (Lluch et al. 2015, 802). Solo así puede entenderse un nuevo tipo de comunicación lectora que asegure la formación de una adecuada competencia literaria en la era digital.

BIBLIOGRAFÍA

- Azevedo, F. et al. "Web 2.0: literatura infantil / juvenil e comunidades interpretativas". *Caderno seminal* 23/23 (2015): 40-57.
- Bixler, P. y L. Agosta. "Formula fiction and children's literature: thornton waldo burgess and frances hodgson burnett". *Children's literature in education* 15/2 (1984): 63-71.
- Blockeel, F. *Literatura juvenil portuguesa contemporânea. Identidade e Alteridade*. Lisboa: Caminho, 2001.
- Cassany, D. "Después de internet...". *Textos de didáctica de la lengua y la literatura* 57 (2011): 12-22.
- Castells, M. *La transición a la sociedad Red*. Barcelona: Ariel, 2007.
- Cerrillo, P. y J. Senís. "Nuevos tiempos, ¿Nuevos lectores? *Ocnos. Revista de Lectura* 1 (2005): 19-33.
- Cerrillo, P. "Los nuevos lectores: la formación del lector literario". *Fundación Alonso Quijano*. Abril de 2006. <http://www.alonsoquijano.org>
- Chartier, R. "El lector y los grupos de lectores". *Historia de la edición y de la lectura en España*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2003, pp. 143-152.
- Colomer, T. "La lectura infantil y juvenil". *La lectura en España*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2002, pp. 263-285.
- Dresang, E. T. "Radical change revisited: dynamic digital age books for youth". *Contemporary issues in technology and teacher education* 8/3 (2008): 294-304.
- Eco, U. "La innovación en el serial". *De los espejos y otros ensayos*. Coord. U. Eco. Barcelona: Editorial Lumen, 1998, pp. 134-170.
- Genette, G. *Seuils*. Paris: Éd. du Seuil, 1987.
- Ibarra, N. y X. Mínguez. "Tecnología(s) de la comunicación y LIJ". *Literatura Infantil: Nuevas lecturas y nuevos lectores*. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha, 2007, pp. 379-386.
- Innocenti, O. *La letteratura giovanile*. Roma-Bari: Gius laterza & Figli/Editori Laterza, 2000.
- Jenkins, H. *Convergence culture*. Barcelona: Paidós, 2008.

- Lluch, G. "Mecanismos de adicción en la literatura juvenil". *Anuario de investigación en literatura infantil y juvenil* 3 (2005): 135-156.
- _____. "Lij y audiovisuales: de sagas y series". *Cilelij. Congreso iberoamericano de lengua y literatura infantil y juvenil 2010*. Madrid: Fundación Sm y Gobierno de Chile, 2011, pp. 529-536.
- _____. "Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la Red". *Ocnos. Revista de Lectura* 11 (2014): 7-20.
- Lluch, G. et al. "Epitextos virtuales públicos como herramientas para la difusión del libro". *El profesional de la información* 24/6 (2015): 797-804.
- Martínez, B. "Popular-but not just a part of the crowd: implications of formula fiction for teenagers". *The English Journal* 60/3 (1971): 339-344.
- Martínez Rodrigo, E. y A. M. González Fernández. "La comunicación digital: nuevas formas de lectura y escritura". 2010. <http://www.quadernsdigitals.net>
- Mendoza, A. *El intertexto lector. El espacio de encuentro de las aportaciones del lector al texto*. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha, 2001.
- Nikolaveja, M. *Introduction to the theory of children's literature*. Talinn: Talinn pedagogical university, 1996.
- Rovira-Collado, J. "Literatura Infantil y juvenil en Internet. De la Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas y espacios para su estudio y difusión". *Ocnos. Revista de Lectura* 7, 137-151.
- _____. "Literatura Infantil y juvenil en Internet. De la Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas y espacios para su estudio y difusión". Tesis Doctoral. Universidad de Alicante, 2015a.
- _____. "Booktrailer y Booktuber como herramientas LIJ 2.0 para el desarrollo del hábito lector". *Civel2015*. Octubre de 2015. <http://civel2015.compreensionlectora.es/comunicaciones/1%20Lunes%2014/Rovira%20Booktuber%20y%20booktrailer%20para%20habito%20lector%20CIVEL2015%20ROVIRA%20DEF.pdf>
- Sánchez-García, S. et al. "La lectura en la web 2.0. Estudio de caso: los blogs en el *Reto Delirium*". *@tic. Revista d'innovació educativa*, 10. Abril de 2016. <http://ojs.uv.es/index.php/attic/article/download/1783/1996>
- Sánchez-Ortega, J. J. "La modalidad paratextual. teorías y aplicaciones narratológicas en la confección del libro de bolsillo (i)". *Philologica urcitana. Revista semestral de iniciación a la investigación en filología* 9 (2014): 103-129.
- Soares, A. y B. Wong. *A revolta dos sátiros*. Lisboa: Alfaguara, 2014.
- Tapscott, D. *Grown up digital. how the net generation is changing your world*. New York-Chicago-San Francisco: Mcgrawhill, 2009.
- Voilier, C. *Os cinco na cidade secreta. Novas aventuras dos cinco*. Cruz quebrada: Editorial noticias, 2000.