

PROPUESTAS SOCIOEDUCATIVAS PARA LA ALFABETIZACIÓN LECTORA

Santiago Yubero y Elisa Larrañaga (Coords.)

CEPLI

CENTRO DE ESTUDIOS DE FOMENTO
DE LA LECTURA Y LITERATURA INFANTIL



UCLM



PROPUESTAS SOCIOEDUCATIVAS PARA LA AL- FABETIZACIÓN LECTORA

Santiago Yubero y Elisa Larrañaga
(Coords.)



Ediciones de la Universidad
de Castilla-La Mancha



CRÉDITOS

© de los textos: sus autores

© de la edición: Universidad de Castilla-La Mancha

Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha

Directores: Santiago Yubero y Elisa Larrañaga

Diseño y maquetación: Ana Angélica Moreno (www.elperchero.es)

ISBN: 978-84-9044-103-9

Impreso en España (U.E.) – Printed in Spain (U.E.)

INTRODUCCIÓN: EDUCACIÓN SOCIAL Y LECTURA

En la sociedad del siglo XXI se considera esencial que todos los ciudadanos, y muy especialmente los jóvenes, dispongan de las habilidades necesarias para acceder a la información y transformarla en conocimiento. De hecho, se ha convertido en uno de los objetivos fundamentales del sistema educativo. En este sentido, la lectura sobrepasa el ámbito educativo escolar pues contribuye a la integración social y al desarrollo personal de los individuos. Conocemos los bajos índices de lectura de los españoles y los resultados de sus niveles de comprensión lectora, reflejados en los distintos informes internacionales. Se trata, sin duda, de una situación preocupante, que nos señala que la mejora de la lectura y de la comprensión lectora de los estudiantes españoles debería convertirse en un objetivo del conjunto de la sociedad.

La sociedad contemporánea plantea nuevas realidades sociales que son un continuo desafío para la Educación Social. Se han generado nuevos espacios o antiguos modificados y ampliados. Espacios que requieren una transformación para incrementar las oportunidades educativas y sociales, que deben activar los procesos de inserción social de las personas implicadas en ellos. La lectura no es ajena al campo de la Educación Social, porque desde su origen se han incluido en su ámbito de intervención las prácticas de alfabetización.

Aunque en su inicio la alfabetización era concebida exclusivamente como aprendizaje de la lectoescritura, su concepto se ha ido adaptando a las necesidades sociales y, actualmente, la alfabetización abarca un abanico mucho más amplio de intervención. Al conocimiento del mecanismo lectoescritor hay que añadir las habilidades de empleo de la lengua oral y escrita, tanto en su vertiente de producción como de recepción. Así pues, las prácticas de lectura, los hábitos lectores y las competencias de comprensión lectora

deben pasar a formar parte de los programas de Educación Social. Sin duda, la lectura no debe ser ajena al campo de la Educación Social, porque se constituye como una parte importante de la acción-intervención social. La Educación Permanente, que pone énfasis en el desarrollo a lo largo de todo el ciclo vital, concibe la educación como una experiencia global dirigida a la participación en la realidad sociocultural. Desde su origen se incluyen en este ámbito las prácticas de alfabetización.

Además, la lectura puede participar en el ámbito de la Educación Cívico-Social, promoviendo y formando en valores de convivencia; es una parte fundamental del tiempo libre, insertándose en la Pedagogía del Ocio; y, puede contribuir muy positivamente en la intervención de problemas de exclusión, inadaptación y marginación social, siendo un recurso más de la Educación Especializada.

De este modo, podemos entender que la lectura facilite la visión integradora de la Educación Social, insertándose perfectamente en la conceptualización actual de educar y educarse en sociedad. El valor pedagógico de la lectura está en las experiencias narradas, reales o ficticias, que nos abren expectativas de vida y nos fortalecen personalmente, ofreciendo posibilidades de aprendizaje social y de desarrollo personal.

La lectura, además, nos ofrece una gran ventaja para la intervención social adaptada a personas concretas. La lectura se acopla al lector, ofrece tantas lecturas como lectores se enfrentan a ella. No hay nada tan singular, personal y adaptativo como un texto literario. Toda lectura es interpretación y esas diferentes maneras de ser leída dependen de las experiencias, el conocimiento, el contexto, la situación particular y las necesidades del propio lector. Porque la lectura, cuando no es una acción mecánica sino una tarea activa y comprensiva, moviliza al lector, le conmueve y despierta su cognición y sus emociones.

La contribución de la lectura a la reconstrucción de uno mismo, ante cualquier pérdida que afecte al sentido de la vida, es una experiencia común que ha sido descrita por numerosos autores. Sin duda, el lector puede identificarse con las situaciones que transcurren en el relato y convertirlas en experiencias vicarias, con capacidad para orientar sus actitudes y sus comportamientos. Podemos sumergirnos en la vida de los personajes e identificarnos con ellos. Este proceso de empatía permite comprender los problemas que tienen los personajes y analizar críticamente sus comportamientos. El poder de los textos literarios para hacer vivir al lector emociones, para presentarle distintas situaciones y comportamientos e, incluso, para acercarle a sus miedos e inquietudes, convierte la lectura en un instrumento privilegiado para la intervención.

Del mismo modo, la ilustración es también un mecanismo muy importante de representación textual. La fuerza de las imágenes consigue atraer la atención del lector y le acompañan en la construcción de todo su proceso de lectura. La esencia de la ilustración es captar el contenido de la historia y sus personajes, para transmitir sensaciones y emociones relacionadas con el texto. En unos casos las ilustraciones actúan redundando el contenido del texto pero, en otras ocasiones, expresan incluso lo que no llegan a describir las palabras.

De esta forma, con un doble sentido de vinculación entre ambos contextos, podemos hablar de la alfabetización lectora en la Educación Social como un área relevante de la acción-intervención socioeducativa.

SOBRE NUEVAS ALFABETIZACIONES LECTORAS. LAS EXPERIENCIAS MEDIÁTICAS INTEGRADAS Y LOS LECTORES NAVEGANTES

Amando López Valero*, Isabel Jerez Martínez y Eduardo Encabo***

**Universidad de Murcia y **Universidad de Castilla-La Mancha*

RESUMEN

Esta aportación se propone realizar una aproximación a las nuevas tendencias que tienen que ver con la lectura y el modo en el que las personas acceden a ella. Acontece un nuevo modelo de usuario denominado lector navegante y sus relaciones con las experiencias mediáticas integradas son cada vez más frecuentes. Actualmente, el concepto "texto" es propuesto en distintas formas de modo que el receptor de la información se enfrenta a un fenómeno que se relaciona directamente con una forma de contar historias transmediática. Así, múltiples aspectos tales como blogs, videojuegos, cómics, merchandise, DVD, series de televisión y otras manifestaciones se unen para provocar esa denominada experiencia mediática integrada.

Tras realizar una revisión de los mencionados conceptos, aplicaremos los mismos a un fenómeno de la actualidad como es *Juego de Tronos*. Pese a que la heptalogía creada por G.R.R. Martin se denomina *Canción de Hielo y fuego*, la experiencia mediática ha motivado que se conozca como *Juego de Tronos*. En el cuerpo del texto mostraremos cómo dicha obra se ha diversificado y se ha convertido en una experiencia mediática, pudiendo encontrar manifestaciones de la misma en distintos medios que no dejan de estar unidos entre sí. El lector navegante se convierte en un perfecto usuario de este texto y por ende, genera una nueva concepción de alfabetización y promoción lectora que debe ser tenida en cuenta en el ámbito de la educación.

PALABRAS CLAVE:

Alfabetización multimedia, lectura, narrativa multimedia, cultura, mass media.

1.- NUEVOS CONCEPTOS EN COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

Aludir a nuevos conceptos en cuestiones comunicativas supone una situación paradójica, ya que la continua evolución motiva que nunca podamos estar seguros del término relacionado con lo novedoso. En este caso, sí que es nuestro deseo incidir en cuestiones emergentes que es preciso tener en cuenta y analizar. Por ello, la transversalidad mediática es el objeto de nuestro estudio, y la percibimos como “una compleja integración de experiencias a través de distintos medios que, sobre todo, incentiva la interactividad” (Davidson, 2010, 5). Teniendo en cuenta los términos interactividad y transversalidad, hemos de ser conscientes que los productos o situaciones derivadas de este paradigma de comunicación mediática no tendrán que ver con concepciones lineales sino que van a requerir un pensamiento no lineal, con el que los escritores o creadores no suelen estar familiarizados. Impulsar la interacción es una de las claves de este tipo de planteamiento. El autor es consciente de que la obra que crea (por ejemplo una historia, una serie o un videojuego) tal vez no comience y termine en la misma plataforma o medio sino que puede plantearse un fluir de la historia mediante el que la persona usuaria pueda combinar distintos medios, amplificando y enriqueciendo el original, y por supuesto, retroalimentando al autor.

Es importante recurrir al concepto relacionado con lo transmediático desarrollado por Henry Jenkins (2003). Así para él lo transmediático implica que una historia o texto puede recorrer múltiples plataformas mediáticas, las cuales, cada una de ellas, creará una contribución valiosa y distinta que se sumará a un todo. Por consiguiente, el texto que se pueda considerar como punto de partida fluirá constante-

mente por distintos medios que le conferirán diferentes manifestaciones para generar un obra enriquecida y presente en esas divergentes manifestaciones. Curiosamente, como comentaremos con posterioridad, el propio Jenkins, comenta que esas demostraciones mediáticas desde su divergencia morfológica contribuyen a la convergencia cultural.

Consecuencia de las anteriores concepciones es el universo de la historia que se concibe como el mundo creado que posee credibilidad y así lo muestra con argumento y guiones consistentes, lo que permite que la audiencia transmediática sea una receptora fiel del producto creado. Así, la forma actual de contar historias puede diversificar un mismo texto en forma de herramientas multimedia, en cuestiones audiovisuales, en animaciones, en uso de redes sociales, en utilización de diferentes soportes o en publicaciones en la red.

En la línea apuntada por autores como Martos (2006), Hartley (2007), Jewit (2008; 2009) o Davidson (2010), la vanguardia digital propone textos que están barnizados por formatos atractivos y distintos. Por ello, estamos comenzando a desarrollar una alfabetización de tipo transversal, que se asienta sobre los aprendizajes clásicos y básicos (lectura, escritura, cálculo), pero que también incluye aquellos elementos culturales que se filtran mediante los medios de comunicación. Por esa razón, lo que es popular mediáticamente se convierte en motivo de aprendizaje y por ende, de alfabetización.

2.- MUTACIÓN TEXTUAL: ¿AVANCE O RETROCESO?

En esta sección deseamos dar continuidad a la línea reflexiva planteada en el apartado anterior. Sin duda que existe una variación a la hora de contar y sobre todo, de escuchar historias. Paulatinamente se modifica el formato tradicional en el cual una trama lineal proseguía las pautas convencionales relacionadas con la introducción, el nudo y el desenlace. Sin embargo, este formato aunque sigue

siendo aceptado y usado por las personas, contempla cómo tiene que cohabitar con la llamada narrativa transmediática. No es extraño pues que los receptores de historias del siglo XXI quieran ver cómo lo que les están contando fluye mediante distintos medios (película, serie de televisión, videojuego, blogs, youtube, facebook, twitter o merchandising, por citar algunos medios entre otros muchos).

Relacionada con ese universo narrativo se encuentra la aludida narración transmediática constituida como técnica de transmisión de conceptos, mensajes o historias dirigida a una amplia audiencia haciendo uso de diferentes plataformas mediáticas. Se trata de incentivar a la interacción individual con el fin de que la persona se vea implicada como parte del proceso narrativo. De este modo se procura fortalecer la lealtad hacia el producto y el deseo de que el mismo sea duradero. En este caso el punto de vista del autor suele ser presentado como diverso, procurando que los personajes que forman parte de la trama den su visión de la historia por lo que es más sencillo que el receptor empaticé o rivalice con alguno/s de ellos.

Plantear en este texto si esta situación supone un avance o un retroceso tiene que ver con el hecho planteado por Jenkins (2006) que se relaciona con la convergencia cultural. Detrás de este movimiento mediático se instauran los líderes de la industria que ven la oportunidad de incrementar sus beneficios y a la vez ampliar mercados. Si el público receptor se centra en productos similares y estos se expanden, se corre el riesgo o se incide en la mercantilización del producto. Ese texto que en principio iba a ser una creación de un autor con el fin de generar placer y entretenimiento en el público (aunque también tuviese matices relacionados con el beneficio económico) se convierte en un gigantesco entramado comercial en el que prima el rendimiento pecuniario que la obra pueda generar. Los partidarios de este modelo aducirán que se está consiguiendo contar historias y que éstas tienen una gran recepción, sin embargo los detractores indicarán que se pierde la esencia de la transmi-

sión cultural y se olvida la libertad de las personas para diversificar sus gustos. Lo cierto es que las dos posturas son coherentes y solventes. En estos tiempos tal y como se plantea la sociedad globalizada ambas líneas de pensamiento son defendibles. En esta aportación nuestra intención no es debatir acerca de las mismas sino de describir un fenómeno actual y cuáles son los ejes sobre los que se sustenta, la suerte que acontece es que la obra que es eje de la situación es solvente culturalmente por lo que cubre la situación referida a la transmisión cultural.

3.- CONTAR HISTORIAS DESDE UN ENFOQUE TRANSMEDIÁTICO

Las situaciones transmediáticas son inducidas socialmente y, como hemos expresado, principalmente a cuestiones relacionadas con la producción y el negocio. Pero dejando un poco de lado las intenciones interesadas para su uso, nos interesa en este caso averiguar cuáles son las condiciones precisas para que acontezca el fenómeno transmediático. Así, diversos autores como Kress (2010) indican que los métodos para comunicarnos en la actualidad son multimodales y que, en el proceso comunicativo, la percepción puede venir dada por la influencia de distintas plataformas. Así, para que la historia sea considerada como transmediática debe ser mostrada al menos en tres plataformas, puede haber más, pero tres es el mínimo. Por otra parte, cómo se muestre la historia en cada una de las plataformas debe ser original, es decir, diferente de los otros medios. Se trata de que existan innovaciones y diferencias entre las distintas plataformas, no de hacer una adaptación literal de la obra primigenia.

Está claro que en los tiempos actuales el medio de difusión de historias, es la televisión y más concretamente las series. Como nos indica Rincón (2011, 45):

“En la televisión abierta y de cable, el formato ganador es la serie, obras de ficción concentradas en pocos capítulos. Lo mejor de lo audiovisual se pasa por el cable y su «avant gar-

de» es HBO, no es televisión no es cine, son series de culto, que crean audiencias globalizadas y requieren otro tipo de televidencia: ver concentrado, se va a cada serie como fanático, se asume inteligencia audiovisual, se paga por la exploración moral (todos los temas), estética (cada serie una obra única) y narrativa (complejidad y relatos corales)”.

Como podemos observar el tipo de receptor de historias varía, el concepto cinematográfico es superado hacia formatos distintos. Se trata de poder utilizar múltiples plataformas, ya que aunque la serie pueda ser proyectada en televisión, su difusión en otros medios va a ser un hecho, y la fidelidad obtenida en forma de espectador va a querer hallar en los diferentes medios referentes de la historia que conoce, aunque, no va a desear una recreación literal en otro formato sino que su deseo será encontrar nuevos aspectos que a modo de piezas de puzle completen la visión de su universo relacionado con la historia.

Uno de los fenómenos sociales que ha sido estudiado y que atiende a la experiencia transmediática es la serie de ABC, *Lost*, traducida en España como *Perdidos*. Tanto Smith (2009) como Matsunaga (2012) en sus estudios muestran esta serie como paradigmática para mostrar cómo funciona el mundo transmediático y es que la serie en cuestión además de poseer consistencia interna en su estructura, se expande en otros formatos como pueden ser la novelización de la serie, la aparición de videojuegos relacionados con la serie o la presencia de juegos que implican el conocimiento de la serie pero que no son meras translaciones de la misma. *Perdidos* es un buen ejemplo de la no linealidad de la narración ya que su formato se aleja de las convenciones y permite al receptor implicarse en la serie, interactuar con sus personajes y optar por unos u otros. Los continuos *flashback* en primera persona diversifican el argumento y cambian la estructura tradicional de reconocimiento e interpretación de historias.

Como podemos comprobar, el formato narrativo varía, y la forma de contar también. Por ello, la persona usuaria co-

mienza un proceso de alfabetización mediática que, en unos casos es más sencillo y en otros más complejo (depende de las preferencias). Lo que queda claro es que a través de estas manifestaciones se forja un nuevo modo de comunicación, que sin duda se sitúa en un plano paralelo a la lectura y al cine, ya que la ingente cantidad de personas que hacen uso del mismo provocan que socialmente haya que considerarlo un fenómeno, y como hemos visto, el mundo académico se haga eco del mismo con mayor asiduidad. Independientemente de la consideración económica, que la hay, el hecho de que varias plataformas puedan dar soporte a un texto base, supone una expansión mediática y un desafío para las personas que tienen que aproximarse a dichos medios y tratar de dominar su formato con el fin de asimilar y comprender la información que se les muestra.

4.- LA EXPERIENCIA MEDIÁTICA INTEGRADA

Al tratar este concepto, queremos mostrar cómo la persona que antaño era un oyente o lector, se convierte en la actualidad en un usuario interactivo que tiene a su disposición múltiples medios con distinta información, a partir de la cual va a poder construir su universo relacionado con la historia con la que interactúa. Dichas personas no sólo se convierten en receptoras sino como nos indica (Soep, 2012, 100):

“Tanto si se crea contenido o se programan plataformas, los jóvenes que llevan a cabo este meticuloso trabajo de producción están constantemente expuestos al efecto de los productos. Estos jóvenes productores desarrollan material digital que viajará y se transformará, y en ese proceso, se forman nuevos códigos de conducta y modos de alfabetización para la era digital.”

En esta cita se alude a la juventud ya que era el objeto de la experiencia/investigación, pero en realidad en los tiempos en los cuales vivimos cualquier persona puede ser objeto de la aludida experiencia mediática integrada. Mu-

chos son los medios que intervienen en la citada situación, está claro que el usuario no va a poder transitar por todas, pero sí es evidente que tiene a su disposición una ingente cantidad de posibilidades para construir un universo que no se encuentra limitado por cuestiones de formato y que le permite expandir y completar su idea con respecto de la obra original que le fue presentada.

Como indica Jenkins (2003), las contribuciones al universo de la historia son múltiples. Así, el usuario puede hallar la historia principal o gran aventura, pero al mismo tiempo puede encontrar el punto de vista de un personaje no principal, puede estar interesado por la música que acompaña a la historia, por los aspectos visuales (fotografía, video, etc.) o por el *making of* (cómo se hizo). Todos estos intereses se muestran en los diferentes formatos o medios por los que la historia puede fluir. De este modo, *la novela, la serie de televisión, la película, los videojuegos, radio, los blogs, los juegos de mesa, facebook, cómics, twitter, pod cast, Ipad, Youtube, novela gráfica, teatro, juguetes, merchandising, Cd, eventos sociales* y otros medios forman parte de determinadas historias que por su idiosincrasia permiten crear un universo particular del que el usuario va a disfrutar, haciendo uso de las plataformas que se le ofrecen, e indagando en la historia todo lo que desee. Fijémonos, cómo, la obra original se escapa de las manos del autor o autora, ya que el fluir de la misma en los diferentes formatos hace que nunca sea la misma.

La experiencia mediática integrada supone pues un proceso en el cual el usuario compila las aportaciones de diferentes plataformas con las que interactúa y va configurando el universo particular referido a la obra que se le presenta. En el mencionado proceso tiene que ir incorporando información y hacerla compatible, ya que no siempre los formatos van a ser literales en lo que concierne a lo mostrado. Un ejemplo que aplicamos a nuestro texto de referencia, *Juego de Tronos*, una de las protagonistas *Daenerys Targaryen*, es presentada en la obra escrita como un personaje que po-

see los ojos de color violeta, mientras que en la serie de televisión se ha obviado este hecho o no ha sido posible presentarlo de este modo. La persona que es objeto de la experiencia integrada debe hacer cohabitar los dos hechos sin que uno excluya al otro. Es más, al conocer los dos hechos el universo se amplía y se hace más consistente.

Así pues, el reto para las personas en un mundo globalizado y mediático supone adaptarse al mismo y tratar de configurar una realidad lo más enriquecida posible. Hay que reflexionar acerca de la situación que supone la integración de conocimientos procedentes de distintas plataformas. Implica que el clásico pensamiento lineal sufra un cambio importante y tengamos que acostumbrarnos a que las narraciones pueden no ser secuenciales sino que el que tiene que recomponer dicha información es el receptor. Este planteamiento reforzaría la presencia de la persona autónoma y con pensamiento crítico, aunque como contrapartida de este refuerzo apreciamos que no son tantas las personas que participan de la experiencia mediática integrada.

5.- ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA MEDIÁTICA INTEGRADA QUE SUPONE JUEGO DE TRONOS

En el marco establecido de la experiencia integrada, queremos desde esta sección mostrar cómo *Canción de hielo y fuego* llega a expandirse por diferentes medios, provocando que la persona usuaria se convierta en una receptora de texto que, a modo de puzzle –cada pieza se muestra en las manifestaciones mediáticas, va construyendo un universo referido a la obra.

Brevemente, recordamos que *Canción de hielo y fuego* es una serie de novelas de fantasía épica escritas por George R. R. Martin. Convertida en heptalogía, los títulos de las obras son los siguientes: *Juego de tronos*, *Choque de reyes*, *Tormenta de espadas*, *Festín de cuervos*, *Danza de dragones*, *Vientos de invierno* y *Un sueño de primavera*. Hasta el año 2013 han sido publicados cinco volúmenes. Ubicada en una época medieval, sus dos características dis-