

elAnaquelet



JOSÉ RICARDO SEGUÍ

El dies de l'aventura al Parc Natural de l'Albufera

DENES, NOVELA JUVENIL, COLECCIÓ CONTES DE TOTS, 2009

► La Albufera es el escenario donde transcurre esta narración. En este caso, el autor, jefe de Cultura de Levante-EMV, une dos historias que transcurren en un plazo de quince años y que terminan encontrándose. Una sirena herida y un ave también herida en tiempo de *tiraes* cambian la vida y marcan la evolución de sus tres protagonistas. Las tradiciones del lago y sus especies animales están presentes en esta obra que mezcla el realismo mágico, los aspectos didácticos y la novela de aventuras. J. R. Seguí firmará libros el domingo 25 de abril.



MARIA CARME ROCA

Qui és el de la foto?

BROMERA, COLLECCIÓ ESPURNA, 2010

► Novel·la juvenil de Maria Carme Roca (Barcelona, 1955), Premi Bancaixa de Narrativa Juvenil. La protagonista és Hannah Potter qui, malgrat tenir un germà anomenat Harry Potter, no té res a veure amb el famós mag. Sí que que és familiar llunyana de Helen Beatrix Potter, la cèlebre escriptora anglesa. El dia del seu aniversari, la seua millor amiga li fa una fotografia. Per a sorpresa de totes dues, un fantasma apareix juntament amb Hannah. Qui es?



Els xiquets s'han convertit en consumidors de literatura en valencià mitjançant l'ordinador, el qual obliga als editors a aproparse al món digital. MANUEL MOLINES

Davant la realitat virtual generada a la xarxa, la indústria editorial valenciana dedicada als xiquets i adolescents s'enfronta a un nou paradigma: escriure, editar i publicitar per a un lector diferent que transita del llibre a la pantalla, que s'allibera de la tutela i que rep i proposa.

LITERATURA INFANTIL I JUVENIL Per a un lector 2.0

Un nou paradigma

PER GEMMA LLUCH

■ Xiquets i adolescents busquen la informació, l'entreteniment (i part dels afectes) a Internet. Les antigues catedrals del saber i dels sentiments ja no són suficient i ara, troben amics i respostes al Tuenti, al Facebook, al Flickr o a YouTube. Paral·lelament, els relats per a les pantalles i per al paper cada dia s'assemblen més. Un exemple actual el trobem si comparem la sèrie de més èxit, *Lost*, amb els best-sellers de Harry Potter. Compararem com en els dos relats apareix un protagonisme compartit per molts perso-

natges, narracions del passat unides al futur i al present, personatges ambigus que ja no estan només en l'esfera del bé o del mal...

Les pantalles i la lectura s'aproximen i els nous llibres pensen en un lector que mira. Curiosament, són llibres que arriben des del mercat, lectures que no es recomanen en el circuit escolar. Però això planteja un dubte, si l'escola no recomana, com arriben els llibres al lector? Els editors han trobat la resposta a la web 2.0:

1. Dissenyen campanyes a través de microsites, blogs, fòrums, Facebook, Tuenti, YouTube...

2. Creen una comunicació directa amb el lector per a conèixer els seus gustos i necessitats.

3. Presenten els autors amb formats mediàtics i penjats a Youtube.

4. Potencien la recomanació entre iguals, entre els propis lectors.

Un canvi fort amb el passat. Un nou paradigma. De fet, si ens preguntarem quina és la transformació més important del segle XXI, diríem que el lector s'ha fet visible: opina, crea tendències, diu què vol, què li agrada... Aquesta és la principal transformació. El lector mana. I ho fa de formes diferents:

1. Intervé en la creació dels autors i en les propostes de les editorials.

2. Marca les tendències a través dels fòrums i blogs.

3. Transforma la lectura en una experiència compartida.

4. Crea espais creatius que continuen el relat al Youtube o als blogs amb relats o Fan Art.

Quin és el repte? Justament, escriure, editar i publicitar per a un nou lector. És absurd plantejar el món actual com un món en guerra entre pantalles i llibres. Les enquestes en diferents països diuen que els (pre)adolescents que més lliguen són els que més usos donen a l'ordinador. Mentre que els que menys lliguen són els que l'usen per a una o dues finalitats.

No ens enganyem: els que juguen tot el dia cara a la pantalla, ni ara ni abans llegien. El món no és una batalla èpica, és un laboratori d'idees on cal proposar canvis. Interpretades les dades, sabem que partim d'un lector diferent caracteritzat perquè:

1. Relega els mediadors tradicionals i s'allibera de la tutela del mestre o del pare: ara ell marca les tendències.

2. Llig però també mira, rep i proposa, accepta i opina: l'antic lector és un client actiu.

3. Consumeix relats en tots els formats: transita del llibre a la pantalla, de la lectura a l'escriptura, del text a las presentacions en YouTube. 4. Imposa el món virtual com a essencial per a la comunicació.

Per arribar a aquest nou lector, el mercat en valencià (editors i autors) ha de combinar la línia de lectura recomanada amb la compra per impuls, fins i tot amb els mateixos productes, i per a fer-ho pot:

1. Crear temes que porten el món al lec-

Si ens preguntarem quina és la transformació més important del segle XXI, diríem que el lector s'ha fet visible: opina, crea tendències, diu què vol...

tor sense pors i des d'òptiques diferents: que els parlen dels desitjos i temors de nens i adolescents de Colòmbia, Zimbabue o Cuba; de personatges que són descendents d'exiliats, músics o cooperadors d'onges. Les obres de **Jordi Sierra i Fabra** poden ser un model.

2. Proposar lectures que junten la preocupació del mestre i del pare amb el gust dels lectors, que interessin dins i fora de l'escola, que es publiciten des de blogs, facebook, microsites, Tuenti o Twitter, que proposen la recomanació entre iguals. Un bon exemple pot ser l'obra de **Gemma Pasqual**.

3. Utilitzar la imatge i el text per a crear històries de vida, relats en primera persona que parlen des de perspectives que no havies imaginat. *Una posibilidad entre mil* de **Cristina Durán** y **Miguel Ángel Giner Bou** (Ediciones sin sentido) ho fa.

4. Usar Internet per a crear fòrums que promocionen autors i obres, deixar que siguin els lectors els que parlen de les lectures, que comenten què els agrada, què volen i què proposen. Crear campanyes de foment de la lectura que la promocionen a llarg termini, sense presses, seguint el ritme del lector i no del polític. El fòrum *Què llegeixes* és un model de bones pràctiques digne de ser imitat.

5. Transformar l'escola en un espai presencial i virtual de creadors i creacions, on la lletra es transforma en vivència entre escolars, pares i mestres alhora que traspasa l'edifici i es cola per les pantalles per encomanar al món l'entusiasme de la lectura d'uns infants de Picanya. L'escola Gavina dissenya aquests espais.

I les idees que proposem, les pots transformar en vivència, perquè del 26 d'abril al 30 en la Fira del Llibre de València, podem parlar-ne en l'Escola de pares i mestres: <http://www.aepv.net/EscolaParesIMestresperalaLectura/>.