



Simposio para los programadores un evento Transbook

01/04

2015

ITALY
Bologna Children's Book Fair



Medios digitales y programa de la literatura infantil

«¡Un futuro sin libro de papel es una idea que da miedo, un concepto desastroso! Para mí, eso sería terrible!» Estas palabras de Sam Arthur, co-fundador de Nobrow (Gran Bretaña), representan probablemente una preocupación compartida por muchos lectores y profesionales del libro. La digitalización de contenidos ¿es una amenaza real? ¿Es la sentencia de muerte de la edición impresa? ¿Cómo debemos apropiarnos de estos nuevos medios digitales?

Neal Hoskins comisario del Café digital en la Feria del Libro Infantil de Bolonia **GRAN BRETAÑA**
Marlene Zöhrer consultora independiente especializado en las medias infantiles **ALEMANIA**
Christina Hasenau directora del centro de información en el Goethe-Institut en Roma **ALEMANIA**
Sam Arthur co-fundador de Nobrow **GRAN BRETAÑA**



En primer lugar, económicamente hablando, el papel domina ampliamente, pues el mercado del libro digital juvenil no está muy asentado. El costo de diseño de la aplicación es demasiado alto para una venta a bajo precio. Las dificultades para la distribución de las obras y el monopolio de la radiodifusión, la incompatibilidad de formatos, la cuestión de los derechos de autor y el bajo índice de lectores son los principales obstáculos que explican la reticencia de los editores profesionales de invertir en la literatura digital. El mercado digital es muy desigual en Europa. En Francia representa sólo el 2,3% de los ingresos de los editores en 2014¹.

La cuestión se plantea de manera diferente si nos acercamos a la utilización de dispositivos digitales entre niños y adolescentes. El uso de los teléfonos inteligentes y las tabletas está cada vez más generalizado, pues sólo en Francia, por ejemplo, el 62% de los hogares con niños tienen una tableta, el 68% de los adolescentes tienen su propio teléfono inteligente y un 29% una tableta. A nivel europeo, los niños crecen en hogares rodeados por 2-3 pantallas de promedio. Los niños y los adolescentes son, por tanto, los usuarios cotidianos de los medios digitales, para ver vídeos, jugar, comprobar las redes sociales, escuchar música, y también para leer.

Esto revela la urgente necesidad de «trabajar para asegurar que los niños y los jóvenes puedan descubrir las obras de la literatura infantil de calidad», estima Sylvie Vassallo, directora de la Feria del Libro y la Prensa Juvenil en Seine-Saint-Denis (Francia).

Gracias al digital, el contenido deviene transmedia, circula del impreso a la aplicación, enriqueciéndose con el sonido, el vídeo, la interactividad. Según Neal Hoskins (Reino Unido) responsable del Café Digital de la Feria del Libro Infantil de Bolonia «los límites entre los medios de comunicación están desapareciendo», y es inútil oponer papel y digital. Hay que combinar a ambos, debido a que el mundo editorial sólo saldrá ganando al unirse al sector de las nuevas tecnologías para satisfacer las nuevas demandas de los consumidores en términos de contenido.

Los participantes en el Simposio han hecho un acercamiento complementario de los usos digitales y sugieren que el digital puede aportar a todos los niveles de la cadena del libro.

1 KPMG

LAS APLICACIONES DE LOS NIÑOS ENRIQUECEN LA NARRACIÓN

Marlene Zöhrer (Alemania), una especialista en la literatura infantil y los medios de comunicación de los niños, distingue 3 tipos de aplicaciones: aplicaciones para la educación, para el aprendizaje de lenguas extranjeras, para las matemáticas o aquellas destinadas exclusivamente al juego y, finalmente, las de literatura infantil, o sea adaptaciones de libros o creaciones originales existentes. Estos 3 tipos de aplicaciones comparten puntos comunes: los personajes, utilizados a menudo como una marca, el uso de imágenes y la presencia del juego.

A través de tres aplicaciones como ejemplo, Emma eat de Jutta Bauer, ¡Qué bonito es Panamá! de Janosch y Elephant's Backlight de Florian Felix Weyh y Karin Planting, Marlene Zöhrer identifica las limitaciones narrativas de las aplicaciones: la línea de la historia no debe quedar disuelta en la combinación de diversos elementos técnicos interactivos para evitar que el niño pierda la coherencia narrativa.

El juego, primer argumento de venta para los padres interesados, debe acentuar la historia sin alterar su espíritu y sin ser un objetivo en sí mismo, ya que el propósito principal de la aplicación sigue siendo poner en marcha una historia. Para abordar este problema, la aplicación de ¡Qué bonito es Panamá! sólo permite el acceso a los juegos una vez terminada la lectura; el juego se convierte en un incentivo a la lectura y, a la vez, en su recompensa.

El uso que los niños hacen de las tabletas no es individual, es un medio para compartir y ponerse de acuerdo. Los niños no deben estar solos frente a la pantalla, sino acompañados por sus padres. La aplicación también puede convertirse en una herramienta de mediación literaria, que atrae a los niños hacia la lectura, en particular para aquellos que se muestran distantes.

Por consiguiente, el digital tiene un nuevo poder para revalorizar las obras, tanto para fomentar la lectura como para promover el trabajo artístico, especialmente en el marco de residencias artísticas.

LA WEB, UNA FORMA DE PROMOCIÓN Y DE MEDIACIÓN DE LAS RESIDENCIAS ARTÍSTICAS

Dar valor a las obras de los artistas concebidas durante una residencia artística pueden quedar muy limitados en el plano internacional, sin la posibilidad de difusión que ofrece la Web. Es por eso que el Instituto Goethe ha invertido mucho en 2 proyectos de residencias en el cómic y la ilustración, explica Christina Hasenau (Alemania), el directora del centro de información del Instituto Goethe en Roma.

Creado en 2012, el blog Comic Transfer identificó 360.000 visitas, éxito debido sin duda a la publicación de las obras muy elaboradas de artistas italianos y alemanes, que recorrieron Italia, Francia, España y Portugal.

El segundo proyecto, en colaboración con la Embajada de Francia en Roma, permitió a los artistas reinterpretar 3 cómics de 2 ciudades extranjeras visitadas. Para llegar a un público más amplio, la versión web del diario italiano Repubblica fue la sede de los artistas, y sus producciones fueron publicadas semanalmente. Las entrevistas con los artistas y el contenido del vídeo se han añadido al proyecto.

La asociación de producción real y digital en estos proyectos de residencias artísticas facilitó su internacionalización y el aumento de la visibilidad de los artistas, cosa que parece obvia después. Lo que lo es menos es que los medios digitales son beneficiosos cuando lo digital, paradójicamente, da nueva vida a la impresión.

EL DIGITAL AL SERVICIO DEL PAPEL IMPRESO

«La impresión está muerta,» eso es lo que todo el mundo se dijo en 2008, cuando Sam Arthur (Reino Unido) cofundó Nobrow, una editorial especializada en cómics, novelas gráficas y álbum. Pero en tanto que consumidor y profesional de la edición, Sam Arthur observó una serie de tendencias que muestran que el «ogro digital» no ha devorado por completo el papel, sino que incluso le ha dado de comer y le ha insuflado un nuevo respiro.

En primer lugar, ve de que Amazon, uno de los gigantes Web se ha convertido en lo que es debido a que él lo eligió para vender los libros de papel... Muchas revistas de papel independientes aparecen actualmente y estos magazines se sustentan en sus sitios web y las redes sociales para promover y vender.

La impresión en papel puede convertirse en una actividad de ocio.

El Newspaper Club ofrece su revista de impresión bajo demanda, desde su plataforma web. En Londres, muchos lugares permiten al individuo imprimir manualmente y artesanalmente. El risógrafo, la fotocopiadora digital, son cada vez más populares y se utilizan para las ediciones limitadas, como para los libros de arte.

El libro no es inmune a esta tendencia. El año pasado, un best seller británico para niños se situó a medio camino del impreso y el digital: *The Little Boy Who Lost His Name* (El niño que perdió su nombre). El concepto es utilizar el sitio web para crear un libro personalizable, cada nombre crea una historia única, que luego se imprime y se envía al destinatario. Algunas novelas para adolescentes se escriben primero, y luego son difundidas y leídas en la Web a través de Wattpad, una red social que es muy popular, especialmente en Filipinas. Algunas novelas de Wattpad pueden ser objeto de una publicación en papel. El mundo de los videojuegos fascina a los niños y adolescentes, y también pueden ser publicados como novelas en papel.

A través de estos tres enfoques muy diferentes y complementarios, se puede considerar que el digital enriquece la industria editorial para jóvenes: enriquece la literatura juvenil con la interactividad y otras formas de comunicación, promueve la creación y aumenta la visibilidad de los artistas a escala internacional e incluso llega a dar nuevas alas al impreso.



TRANSBOOK IS A EUROPEAN PROJECT FOR THE DIGITAL TRANSITION OF THE CHILDREN PUBLISHING INDUSTRY

www.transbook.org

contact@transbook.org

 [@TransbookEU](https://twitter.com/TransbookEU)



Transbook

children's literature on the move



TaNTagORa



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union