



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y MEDIOS

INTERACTIVOS

“Cambios en los hábitos de lectura entre los jóvenes provocados por la
difusión de los nuevos medios”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos

AUTOR(ES)

Cruzado Bautista, Karoline Marvi (0000-0001-8896-0089)

ASESOR

Gomero Correa, Giancarlo (0000-0001-6777-0999)

Lima, 26 de noviembre del 2019

DEDICATORIA

A mis padres y hermano quienes siempre motivaron mi pasión por la lectura.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo lograr analizar en primer lugar cómo es que han cambiado los hábitos de lectura en los jóvenes de hoy en día con la aparición de la narrativa transmedia y los nuevos medios digitales. Además de ello se pretende investigar si este tipo de contenido y formación de universos narrativos puede influir de alguna forma en los hábitos de lectura y asimismo poder lograr un acercamiento en los que aún no poseen este hábito de lectura desarrollado.

Palabras clave: Hábitos; lectura, universo narrativo; narrativa transmedia; medios digitales, fanfic.

“Reading habits changes among youth caused by the dissemination of new media”

ABSTRACT

This research work aims to achieve analysis in the first place on how reading habits have changed in young people today with the emergence of transmedia narrative and new digital media. In addition to this, it is intended to investigate whether this type of content and formation of narrative universes can influence reading habits in some way and be able to achieve an approach in those who do not yet have these developed reading habits.

Keywords: Habits; reading, narrative universe; transmedia narrative; digital media, fanfic.

TABLA DE CONTENIDOS

TEMA, TÍTULO, SITUACIÓN PROBLEMÁTICA...	8
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO...	10
1.1) FORMULACIÓN DEL PROBLEMA...	10
1.2) ELECCIÓN DEL TEMA Y SUS FUNDAMENTOS...	10
1.3) OBJETIVOS...	11
1.3.1. OBJETIVO GENERAL...	11
1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO...	11
1.3) SUPUESTOS...	12
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO...	13
2.1) MARCO DE REFERENCIA...	13
2.1.1. TEORÍA FUNCIONALISTA...	13
2.2) MARCO CONCEPTUAL...	16
2.2.1. CONVERGENCIA DE MEDIOS...	16
a) DEFINICIÓN...	16
b) CARACTERÍSTICAS...	18
c) EJEMPLOS...	19

2.2.2. NARRATIVA

TRANSMEDIA...	20
a) DEFINICIÓN.....	20
b) PRINCIPIOS.....	21
c) NARRATIVA TRANSMEDIA EN PERÚ.....	23

2.2.3. FANFICTION.....24

a) DEFINICIÓN.....	24
b) CLASIFICACIÓN.....	26

2.2.5. HÁBITOS DE LECTURA.....27

a) DEFINICIÓN.....	27
b) TIPOS DE LECTURA.....	28
c) TIPOS DE LECTORES.....	30
d) AUDIOLIBROS.....	31

2.2.6. ALFABETISMO.....33

a) DEFINICIÓN.....	33
b) ALFABETISMO MULTIMODAL Y TIPOS.....	34

REFERENCIAS..... 37

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: NOCIONES DE LECTURA GUTENBERIANA Y LECTURA DIGITAL.....30

TABLA 2: CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE TEXTOS MULTIMODALES.....36

TEMA: “Cambios en los hábitos de lectura entre los jóvenes provocados por la difusión de los nuevos medios”.

TÍTULO: “Los cambios en los hábitos de lectura entre los jóvenes provocado por la difusión de los nuevos medios”.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA:

En su momento la aparición de los medios de comunicación tradicionales parecían ser revolucionarios. Sólo con la entrada de la televisión en 1927 gracias a la BBC One en Inglaterra (Santa Maria 2012), lograron generar tal impacto en la vida de los usuarios que transformaron los hábitos de las personas. Sin embargo, los medios de comunicación tradicionales tales como la televisión, radio o la publicidad impresa han sido desplazados por la aparición de los nuevos medios, ya sea por la interactividad, fácil acceso o una narrativa más atractiva de estos es que han logrado posicionarse en la vida cotidiana de los consumidores.

Pese a todo los aspectos positivos que los nuevos medios implican, también han sido considerados una amenaza para un sector el cual ha sido olvidado con la entrada de los

mismos: el sector editorial. Los jóvenes de hoy en día prefieren consumir contenido en plataformas streaming o redes sociales como medio de entretenimiento, dejando a la lectura como un medio olvidado. Ello ha provocado que gran parte del mercado editorial baje los números de venta y por tanto el consumo de libros. Lo que nos lleva a preguntarnos una problemática: ¿Cómo lograr que los nuevos medios sean aliados del mercado editorial y no una amenaza? ¿Acaso puede el sector evolucionar de tal forma que se convierta en un nuevo medio? Aunque son pocos los casos de éxito de equilibrio entre los libros y los nuevos medios, son una oportunidad potencial para ampliar el mercado audiovisual y además impulsar el consumo masivo de este.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

General: ¿Cómo han cambiado los hábitos de lectura entre los jóvenes con la aparición de las narrativas transmedia?

Específicos:

1. ¿Cómo son los hábitos de lectura de los jóvenes actualmente?
2. ¿Cuáles son los tipos de narrativa transmedia más consumidos por los jóvenes lectores?
3. ¿Cómo es que la Narrativa Transmedia influye en los hábitos de lectura de los jóvenes?

1.2. ELECCIÓN DEL TEMA Y SUS FUNDAMENTOS

El consumo de libros por parte del sector juvenil ha decrecido en la última década. En España, por ejemplo, debido a la aparición de los nuevos medios, prefiriendo así estos consumir otros medios de entretenimiento tales como plataformas streaming, redes sociales o internet (Federación de Gremios de Editores de España 2018:19). Es por ello, que muchos consideran la situación irreversible en base a la teoría de que los libros son un medio de

comunicación tradicional. Sin embargo, existen casos de éxito comercial, tales como “Harry Potter”, “Game of Thrones”, “After”, “Los Juegos del Hambre” o “Divergente”, los cuales han utilizado específicamente el desarrollo de la narrativa transmedia en sus historias, sobre todo los audiovisuales que son lo que mayor impacto generan en el usuario, como aliados para su consumo masivo en jóvenes y adultos logrando promover y modificar los hábitos de lectura. Como referencia tenemos los datos de la CAP, en donde estudios revelan que en los últimos cinco años ha habido un crecimiento en las ventas del 15% de libros infantiles y juveniles (Pérez 2016). En Perú la tasa de jóvenes que leen ha crecido en los últimos años llegando a alcanzar a el 15,6 % según un estudio realizado por el IOP- PUCP cifras alentadoras en nuestro contexto, además de ello detallan también que el 70,2% no lee por falta de tiempo y el 5,4% debido al precio de los libros. (IOP - PUCP 2015)

Es por ello la elección de este tema, analizar cómo el uso de los medios audiovisuales, específicamente el uso de la narrativa transmedia puede lograr influir en los hábitos de consumo de lectura en los jóvenes y así mismo lograr transformar un medio de comunicación tradicional y tal vez en un futuro cercano este evolucione gracias a su asociación con los nuevos medios como lo menciona Scolari y logre ser más accesible (Scolari 2014:73), pero para ello también se analizará los factores transmedia que emplea la saga “After” de la escritora Anna Todd para la promoción, desarrollo y difusión de la misma.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

General: Analizar cómo han cambiado los hábitos de lectura entre los jóvenes con el empleo de las narrativas transmedia.

1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

Específicos:

1. Identificar cómo son los hábitos de lectura de los jóvenes actualmente.
2. Determinar qué tipo de Narrativa Transmedia es la más consumida por los jóvenes lectores.
3. Analizar cómo es que la Narrativa Transmedia puede influir en los hábitos de lectura.

1.4. SUPUESTOS TEÓRICOS

→ Base teórica del Funcionalismo según Lazarsfeld y Merton:

- ◆ Se enfocan en el análisis de los efectos de las mass media en la sociedad según Lazarsfeld y Merton.
- ◆ Efectos negativos de la masificación de medios y consumo

→ Actualización de la teoría funcionalista según Wolf:

- ◆ Enfoque positivista de la teoría del efecto de medios de Lazarsfeld y Merton y su impacto en los consumidores.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 MARCO DE REFERENCIA

2.1.1 TEORÍA FUNCIONALISTA DE LOS MEDIOS

Desde la aparición de los primeros medios de comunicación se han formulado diversos estudios que se enfocan en el análisis de los efectos de los medios de comunicación o mass media y cómo afecta su masificación en la sociedad actual. Casi siempre se ha puesto en duda la labor y responsabilidad que cumplen estos en nuestro entorno. Para los investigadores Lazarsfeld - Merton la teoría de la aguja hipodérmica es inválida, ya que esta desmerece la capacidad de manipulación de los medios sobre la sociedad (Lazarsfeld - Merton 1948). Es así como nace la teoría funcionalista que sienta sus bases sobre la premisa de que los medios de comunicación y sus efectos manipuladores pueden inducir al consumidor por creer una verdad o verse influenciado hacia cierto tipo de comportamiento. Además estudian los efectos negativos del impacto de estos, afirmando que son perjudiciales y poco beneficiosos, Lazarsfeld - Merton que dicen:

“Que los medios de masas han mejorado el nivel de información es evidente. Sin embargo podría ser que, independientemente de las

intenciones, la expansión de las comunicaciones de masas estuviese apartando las energías humanas de la participación activa para transformarlas en conocimiento pasivo.” (Lazarsfeld - Merton 1948:85)

En esta cita se remarca el poder de los medios de comunicación para mejorar la unificación y acceso a la información de los consumidores, pero que a la vez también los vuelve consumidores pasivos, los convierte solo en receptores de información y no generan sus propias opiniones. A pesar de los efectos negativos que recalca la teoría funcionalista, rescatamos dentro de ella un comentario extraído del mismo texto, el cual evoca en cierta manera a preguntarnos si pueden tener estos medios de comunicación un impacto positivo. Este dice que:

“Muchas personas han adquirido lo que podríamos llamar una alfabetización formal, es decir, la capacidad de leer y de aferrar los significados directos y superficiales, y una correspondiente incapacidad para comprender en forma más profunda lo que leen. Se ha producido un corte entre alfabetización y comprensión. La gente, lee más, pero comprende menos. Leen más personas pero, en proporción, el número de los que asimilan críticamente lo que leen ha disminuido”. (Lazarsfeld - Merton 1948:87)

Aquí se recalca de alguna manera el efecto positivo de estos, y además como impulsor del consumo de libros en los consumidores de estos. pero por otro lado también es cierto que en dicha cita indica que la comprensión de lectura de la gente es baja a pesar de que el consumo de lectura ha aumentado. Sin embargo, esta teoría que fue formulada alrededor de los años 40, hoy en día podría no ser tan válida en cuanto a los

efectos negativos, pero sí rescatamos totalmente el efecto que ellos tienen sobre la sociedad y su consumo.

También hay otros estudiosos, quienes también han optado por posturas en las que se analiza a los mass media como un medio efectivo para el desarrollo del ámbito cultural de la sociedad. El sociólogo, profesor y ensayista Mauro Wolf dedicó su carrera al estudio sociológicos con enfoque en los medios de comunicación; en su libro “La investigación de la comunicación de masas - Crítica y perspectivas” ahonda en la teoría funcionalista y actualiza en todo caso dicha teoría en donde explica que esta básicamente:

“Consiste en definir la problemática de los media a partir del punto de vista de la sociedad y de su equilibrio, desde la perspectiva del funcionamiento global del sistema social y de la contribución que sus componentes (incluidos los media) aportan a la misma.” (Wolf 1987: 69)

Ello quiere decir básicamente que esta teoría busca estudiar los efectos que causa la comunicación de masas en los individuos que los consumen y de qué forma estos pueden llegar a contribuir de cierta manera en el ámbito social.

En la misma investigación detalla también que esta teoría no se enfoca en la descripción de los medios de comunicación y que estos no son tomados como simples modelos mecánicos de estímulo y respuesta como lo hace la teoría hipodérmica, sino

que más bien analiza los cambios que la comunicación produce en las acciones sociales y cómo los interioriza e institucionaliza (Wolf 1987: 70).

Es por ello, que para lograr entender por completo esta teoría hace falta analizar, como bien dice el sociólogo Wolf, los efectos y funciones de la comunicación de masas. Si relacionamos esta teoría más profundamente en el aspecto de efectos de la comunicación de masas Lazarsfeld puntualiza que estos: “dependen de las fuerzas sociales dominantes en un determinado período. (Lazarsfeld, 1948:330)” y que por tanto no necesariamente implica propaganda de manipulación o influencia en las dinámicas sociales.

Si tomamos ambas posturas, recalcan que si bien es cierto el poder de los medios es tan grande que puede llegar a influenciar en los consumidores, también este poder se puede utilizar para algo positivo. En este caso tenemos como objeto de investigación a los jóvenes y la promoción de los hábitos de consumo de lectura. Considerando la teoría funcionalista, el aspecto positivo, la comunicación de masas y ciertas técnicas audiovisuales pueden impactar positivamente en estos logrando no solo promover el mercado audiovisual, sino también transformando un mercado tradicional, el editorial, para su beneficio, y además de ello, al consumidor.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Existen diferentes conceptos claves los cuales ayudarán a entender mejor el tema descrito en el presente trabajo, dentro de ellos están: convergencia de medios, narrativa transmedia,

fanfiction y hábitos de lectura, para ello se tratará de definirlos, describirlos, explicar los tipos y ejemplificarlos de ser el caso, de la mejor manera para una adecuada comprensión y exploración del tema central:

2.2.1 CONVERGENCIA DE MEDIOS

a) Definición:

El término convergencia proviene del verbo “converger” que quiere decir que dos o más cosas se llegan a unir en un mismo punto (Rae 2019). Para Jenkins la convergencia de medios es el encuentro entre dos clases de medio los antiguos o tradicionales medios con los nuevos medios (Jenkins 2012:14). Los cambios tecnológicos han impactado a gran escala en los medios culturales y sociales por lo que la evolución de los mismos ha ido acelerándose cada vez más y con ello también ha evolucionado el consumo mismo, con esto nos referimos a las variantes de consumo de los usuarios.

El usuario o consumidor como tal ha evolucionado junto con la transformación de los medios, ya no solo buscan entretenerse sino que sus necesidades han crecido más y están ansiosos por formar parte de este consumo, llevándolos así a la búsqueda de nuevas experiencias y nueva información. El consumidor ya no se conforma con sólo recibir, sino que ahora quiere participar y formar parte de ello, es así como se crea la interacción entre el producto y el consumidor, dando paso a un nuevo modelo de comunicación (Jenkins 2012:15).

Mucho se ha hablado acerca de la distinción entre nuevos y viejo medios, ya demás que, la aparición de uno es el descenso del otro, no obstante, Jenkins afirma lo contrario al decir que:

“ (...) los viejos medios nunca mueren, y ni siquiera se desvanecen. Lo que muere son simplemente las herramientas que utilizamos para acceder al contenido de los medios.” (Jenkins 2012:24)

Este párrafo explica claramente lo que significa convergencia de medios, explica que las barreras entre estos dos se diluyen cada vez más para crear nuevas experiencias para los consumidores deseosos por formar cada vez más parte de las mismas narrativas y es justamente donde nace el término “Narrativa Transmedia”.

b) Características:

Una de las principales características de la convergencia de medios es la participación activa, la cual depende de esta para que se genere el proceso en los consumidores de medios. Antes los consumidores eran pasivos y como bien dice su nombre solo consumían, sin embargo hoy por hoy los sujetos en cuestión están ávidos por nueva información, más participativos y sobre todo buscan la interacción con los productos. En palabras de Jenkins: “se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros”.

La segunda característica de la convergencia es la inteligencia colectiva. Según explica el autor el consumo ha evolucionado de tal forma que ya no solo se da en solitario sino que este ha pasado a ser un proceso colectivo donde los consumidores comparten información, para Jenkins este es solo el comienzo para cambiar los modos de operar de la cultura popular y que si bien es cierto en un comienzo solo se emplea en el área recreativa más adelante se podrá desplegar esta habilidad para propósitos más serios.

La tercera característica de la convergencia de medios según el autor son las nuevas tecnologías, ya que sin ellas simplemente el proceso de convergencia no podría haber existido. Ellas han logrado que el contenido se expanda y circule por distintos canales, plataformas, etc. Estas han logrado , además, abaratar los costos de producción y distribución de alguna manera con lo cual facilita el acceso a los consumidores (Jenkins 2012:15 - 28).

c) Ejemplos:

El mayor ejemplo de la convergencia de medios se ha dado en el cine y el mundo de los videojuegos. El cine ha visto al mercado de los videojuegos como una forma para expandir sus historias, la propia marca y crear franquicias. Para Jenkins el mayor ejemplo de la convergencia mediática es “Star Wars”:

“Muchos de estos juguetes y baratijas eran insignificantes si se comparan con los tipos de narración transmediática descritos en el

capítulo anterior: añaden poca información novedosa a la franquicia en expansión. Pero adoptaron significados más profundos al convertirse en recursos para el teatro infantil o para el rodaje digital. Los realizadores aficionados suelen hacer uso del vestuario y el atrezzo comercialmente disponibles, seleccionar músicas de la banda sonora y sonidos de los vídeos o los juegos de ordenador de La guerra de las galaxias. y extraer consejos sobre las técnicas de efectos especiales de los documentales de televisión y las revistas de gran tirada.” (Jenkins 2012:149 - 50)

Lo que anteriormente eran mercados separados, dicha saga logró que se converjan y se transformaran en un complemento una de otra que los llevó al éxito hasta la actual fecha.

2.2.2. NARRATIVA TRANSMEDIA

a) Definición:

Existen distintas definiciones sobre Narrativa Transmedia, una de ellas y la primera postulada por Henry Jenkins quién dice que nos encontramos en una etapa en la que gracias a la convergencia de medios el contenido puede saltar entre diversas plataformas y canales (Scolari 2013:23). Asimismo, Scolari la define como:

“Una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.). Las NT no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro: la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la microsuperficie del dispositivo móvil.” (Scolari 2013:24)

Cabe resaltar que no se habla de una adaptación de un lenguaje a otro sino más bien del universo narrativo en sí que puede desarrollarse en diversas plataformas y medios, de manera que este se expande. Esto ha ocurrido debido al cambio en los hábitos del consumidor, que no solo se conforma con consumir un medio sino que desea cada vez más, que en el caso de no encontrarla comienza a adentrarse en la creación de una (Scolari 2013: 27).

b) Principios:

Basándonos en dos autores íconos que han desarrollado este tema se rescatan siete principios de la Narrativa Transmedia. En primer lugar, se encuentra la expansión y profundidad, la expansión por un lado lleva al consumidor a difundir la información y a la vez participando activamente del contenido en distintos canales y la profundidad refiere a que tanto puede introducirse en dicho universo narrativo con el fin de comprender más allá a este, descubrir y también expandir el mismo.

En segundo lugar le siguen los principios de continuidad y multiplicidad. Por un lado la continuidad hace referencia a la credibilidad y coherencia de cada universo narrativo, ello quiere decir que los consumidores esperan que el personaje en cuestión mantenga sus acciones tanto en un videojuego, como en la película y todos los universos, pese a ello, a este se le complementa el

principio de multiplicidad, el cual también otorga la posibilidad de que los personajes se desarrollen en distintos universos o versiones alternativas.

En tercer lugar se encuentra la inversión y la extracción, la primera quiere decir que el consumidor se adentra en el mundo de dicha historia y paralelamente la extracción es cuando este se lleva dichos aspectos y los usa su vida diaria, ya sea frases, vestimenta u objetos.

En cuarto lugar está la construcción de mundos, uno de los principios principales de la narrativa transmedia ya que la creación de este permite la expansión del universo narrativo, no sólo sujeto a un personaje o a un suceso sino que tiene como base a un mundo que da paso a múltiples historias.

En quinto lugar se encuentra el principio de serialidad, este principio nos dice que no necesariamente necesitamos seguir un orden cuando contamos una historia o presentamos un universo en cada plataforma.

El sexto principio es el de la subjetividad, es el principio que explora los POV de cada personajes, lo cual también permite ampliar la historia e incluso descubre nuevos personajes no vistos anteriormente.

Finalmente el séptimo principio es el de realización, este concepto sugiere la división del consumidor activo en dos grupo, los “cultural attractors” y los

“cultural activators”, los primeros son por un lado los menos activos, ellos son solo espectadores que han creado comunidades donde pueden conservar y discutir sobre la historia o el universo en cuestión, y por otro lado los segundos son los que de alguna forma se transforman en productores, ya que generan mucho más contenido fabricando teorías, detalle, argumentos nuevos alrededor del mismo universo (Jenkins 2009:1 - 13).

c) Narrativa Transmedia en Perú:

En el contexto peruano los casos en los que la narrativa transmedia ha sido empleada realmente es escasa, sin embargo existe un caso a destacar como el de la plataforma de América tvGO, quienes por los años 2015 lanzaron en el aplicativo una actualización llamada “Seamos Amigos” donde permitían a los usuarios elegir entre cuatro personajes principales de la serie “Al Fondo Hay Sitio” para que estos manden mensajes en vivo durante la transmisión de los episodios en los cuáles los personajes se expresan sobre los que ocurría en el capítulo (Vasquez 2015: 154 - 156).

En el caso de la presente investigación y la conexión con el término definido en las anteriores líneas, Narrativa Transmedia, este se relaciona sobretodo con el factor de interactividad en el fenómeno de la saga “After”. El mundo narrativo de Anna Todd nace a partir de la necesidad de satisfacer una necesidad luego de consumir cierto tipo de contenido en plataformas

streaming, en este caso todo lo relacionado a la boyband “One Direction”. Ella al ser consumidora de este contenido, siente la necesidad de crear su propia historia y seguir expandiendo el universo narrativo, es así como After llega a la plataforma Wattpad, una conocida aplicación donde cualquiera con un usuario puede publicar sus historias, novelas, *fanfics*, entre otros.

2.2.3. FANFICTION

a) Definición:

El término *fanfiction* proviene de la unión entre la palabra “fan” y “fiction”, ambas en inglés. Para entender dicho término compuesto primero es necesario definirlos por separado y luego analizar el concepto conjugado y sus definiciones propuestas por algunos autores.

En primer lugar, la palabra fan proviene del idioma inglés, es una abreviación para la palabra “fanatic” que significa “fanático”. La RAE define al término como: “admirador o seguidor entusiasta de alguien’ o ‘aficionado entusiasta de algo’.” (RAE 2005). Y en segundo lugar, la palabra “fiction” igualmente proviene del habla inglesa que se traduce como “ficción”, según la RAE define a este como: “Clase de obras literarias o cinematográficas, generalmente narrativas, que tratan de sucesos y personajes imaginarios” (RAE s.f). Según la definición de estos dos términos inferimos que

“fanfiction” se refiere a la creación de una historia o un hecho narrativo creado por algún individuo aficionado de algo o alguien. La novelista Lev Grossman, autora del best seller *The Magicians* se refirió al fanfiction en uno de sus artículos para el *New York Times* titulado “Harry Potter se convirtió en el niño que vivió para siempre”:

“Fanfiction es lo que podría parecer la literatura si se reinventara desde cero (...) No lo hacen por dinero. De eso no se trata. Los escritores (fanáticos) lo escriben y lo ponen en línea solo por satisfacción. Ellos son fans, pero no son consumidores silenciosos de los medios. La cultura les habla, y ellos le responden a la cultura en su propio lenguaje” (Grossman 2011)

Otra de las definiciones más a detalle la da la autora De Lama en su libro “Fanfiction. Una red social en el espacio de la ficción”, ella define al fanfic como:

“(...)un tipo de escritura realizada por fanáticos de un material en particular, en donde ellos crean universos e historias de ficción sobre la base de los personajes, tramas o ambientaciones de otros autores (publicados y conocidos). Usualmente, el fanfiction tiene su base en historias de libros, películas, dibujos animados y shows de televisión, pero también se pueden hacer sobre personas reales y bandas musicales.” (De Lama 2016:21)

Dicho término fanfiction es uno de los principales a lo largo del desarrollo de la presente tesis, ya que el caso a analizar tuvo origen en este. La serie de libros de Anna Todd (*Saga After*), comenzaron en la plataforma de Wattpad, siendo estos publicados como fanfiction o novelas basadas en los integrantes

de la boyband británica-irlandesa One Direction. Además de ello, se relaciona también con un antecedente a este de la autora J.K Rowling “Harry Potter”. Dicha saga tuvo un espacio donde los fans de los libros y películas escribían sus propios fanfiction en una web.

b) Clasificación:

Independientemente del género en cuanto a literatura refiere, existen otras clasificaciones para organizar a los fanfics, esta clasificación está dada por Lanskshear y Knobel:

- **Escritura Cannon:** Son aquellas que son fieles a la original trama, universo entero original, por lo general crean más episodios o giran en torno a situaciones hipotéticas pero siempre tratando de ser lo más fiel al universo original. Un ejemplo de ello sería si un fan realiza la creación de la continuación del final de Crepúsculo (novela de Stephenie Meyer).

- **Historias de Universo Alterno:** Esta clasificación se le da a los fanfics que relatan historias acerca de personajes o universos alterados o dónde optan por tomar licencias creativas para poder ver un lado

nuevo de un personaje. No son fieles al original. Por ejemplo, si Harry Potter fuera se convertiría en un malvado mago.

- **Crossovers:** Básicamente es el encuentro de dos universos narrativos o dos personajes de distintas historias no relacionadas. Por ejemplo, si Hulk luchara con Superman (superhéroes de distintos universos, Marvel y DC comic respectivamente).

- **Narrativas relacionadas o shipper:** Esta clasificación de fanfic se le otorga a los fanfics en dónde unen en una relación romántica a dos personajes que en la vida real no se conocen o nunca han tenido una relación de este tipo.

- **Auto inserto fanfic:** Estos fanfics se caracterizan por la creación de un nuevo personaje quién por lo general optan por tener las mismas características del escritor o escritora y son insertados en el universo de los otros personajes, estos son personajes híbridos de personalidad.

2.2.4. HÁBITOS DE LECTURA

a) Definición:

El término “lectura ” proviene del latín “legere” que significa leer. Según la RAE lectura es : “Pasar la vista por lo escrito o impreso comprendiendo la significación de los caracteres empleados.”, también refiere a la comprensión e

interpretación de cualquier tipo de representación gráfica (RAE 2019). La lectura nace a partir de la necesidad de comunicarse, casi como un instinto según el autor Pinker, que además dice que es la transformación del lenguaje hablado al escrito como forma de preservación de sucesos y que a su vez resulta ser colectivo (Pinker 1994:17).

Todos estos autores definen a la lectura muy entrelazada con el concepto de comprensión, lo que significa que para que la acción se haga efectiva debe existir una retención de significado previa esta.

Siguiendo estos postulados el autor Barcat dice:

“La lectura multiplica la experiencia propia con la experiencia ajena. Vemos más cuando más sabemos, percibimos detalles que antes pasamos por alto, percibimos similitudes y diferencias. Los árboles dejan de ser pinos y “los otros”, los yuyos dejan de ser “los yuyos”, ganamos el placer del reconocimiento.” (Barcat 2006:590)

Barcat nos quiere decir que el acto de leer también implica un aprendizaje y que con este conlleva a desarrollar el interés del lector. Por consiguiente, deducimos que gracias a este interés y curiosidad es cómo se generan los hábitos de lectura.

b) Tipos de lectura:

Frente a todo pronóstico la lectura también se ha visto transformada hacia el ámbito digital y ha sido cuestionado por muchos psicólogos y autores, uno de ellos es Leda Romero de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera en El Salvador quién entra en debate al decir:

“Ahora que las tablets se han abierto paso (y han tenido una buena aceptación gracias a su tamaño, facilidad de movilidad, integración de funcionalidades y precio) también es momento de preguntarse: ¿De qué forma transforman estos dispositivos el proceso de lectura?, ¿cambia el rol del lector cuando cambia el soporte en el que lee?, ¿se modifica la experiencia lectora cuando se hace a través de eBooks y no de libros?” (Romero 2014:68)

Romero realiza un cuestionamiento directamente a la evolución o transformación de la lectura tradicional a la lectura digital, si bien es cierto detalla algunos aspectos positivos o comodidades de esta y que formula los mismos cuestionamientos que se tratará de responder a lo largo del desarrollo de la presente tesis abre pase a un debate sobre si la lectura digital trae más efectos negativos que positivos, recalcando dentro de ellos la limitación de la luz, por ejemplo, o la desligación al contenido intelectual que algunos dicen estar alejada de la era digital.

Pese a ello, Romero, más adelante en su libro resalta aún más los aspectos positivos que trae consigo dicha transformación como el fácil acceso a la lectura y agrega la atracción de este soporte para las nuevas generaciones, que

si bien es cierto leen menos, pasan mucho tiempo con estos dispositivos los cuales pueden promover fácilmente el consumo de la lectura (Romero 2014: 69 - 73).

En la parte inferior se adjunta un cuadro comparativo entre la lectura tradicional versus la lectura digital.

Tabla 1:
Nociones de lectura gutenberiana y lectura digital.

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	LECTURA GUTENBERIANA	LECTURA DIGITAL
<i>Actores</i>	El lector gutenberiano es un individuo ante un libro. Leer le otorga cierta distinción intelectual y de conocimiento superior al del “otro” que no lee.	El lector digital es más bien un usuario: utiliza una laptop o tablet no solo para leer, sino muchas otras actividades. Leer desde un dispositivo no lo inviste de distensiones intelectuales pero sí de interconectividad y modernidad. El usuario digital tiene alternativas de elección de contenido, interacción con otros usuarios, conexión a Internet, compartir contenido en otras plataformas digitales (redes sociales), etc.
<i>Dispositivos</i>	Libros físicos hechos de papel, tinta y pasta y cuyo contenido es, usualmente, literatura. Es decir, texto que conforma narrativas cautivantes para quien lee.	Tablet o laptop. Por este solo hecho, el usuario está expuesto a estímulos externos al contenido exclusivo del material que lee. Estos tienen conexión a Internet y generan un contexto que facilita la interacción entre usuarios, recomendaciones de bibliografía, comentarios de otros usuarios, etc.
<i>Proceso</i>	El proceso de lectura gutenberiana es individual y la interpretación del contenido queda supeditada al marco interpretativo particular de quien lee. El contenido se limitaría a texto, sin mayor intervención multisensorial que vaya más allá de ilustraciones. La lectura requiere abstracción del lector a un espacio íntimo e individual en el que las interrupciones son vistas como contingencias que cortan el flujo de lectura y la experiencia lectora.	Distinguido por la conectividad a Internet. Es una actividad repleta de interrupciones ligadas a otras aplicaciones abiertas en el dispositivo. Favorece la interacción con otros usuarios y/o conocer las impresiones de estos al respecto del contenido. Cuenta con elementos multimedia como videos, audio e imágenes que, buscan enriquecer el contenido y acoplarse al soporte digital.

Fuente: Romero, Leda Lectura tradicional versus lectura digital” En: Correspondencias & Análisis, N° 4

c) Tipos de lectores:

Como anteriormente se ha mencionado la entrada de los nuevos medios y su convergencia con los medios tradicionales han logrado cambiar hábitos de lectura y consumo como tal. Dicha transformación no solo afecta el consumo sino que gracias a esta han surgido nuevas características entre el grupo de lectores que nos permiten dividirlos en grupo.

Eloy Nuñez los diferencia en tres grandes grupos de lectores en su artículos “Tunear los libros: series, fanfiction, blogs y otras prácticas emergentes de lectura”. En primer lugar, se encuentran los **lectores tradicionales** aquellos que solo consumen un libro y se sumergen en él aisladamente de otro tipo de material.(Nuñez 2006:71) En segundo lugar, se encuentran los **lectores modernos**, son quienes suelen realizar la lectura en función a otros materiales tales como lecturas u otros libros de referencia. En pocas palabras, este tipo de lector encuentra otros libros en diferentes formatos, ya sean referencia de películas, series u otro medio, ya dejaron de ser unifocales. (Nuñez 2006:69) En tercer lugar, está el **lector multimedial**, es aquel que pasa de una plataforma a otra y de un tipo de lenguaje a otro sin tener en cuenta el género. En otras palabras, este lector usualmente comienza leyendo un libro en específico, pero luego encuentra que dentro de este existen otros diccionarios

de apoyo, revista u otro material relacionado a la saga y pasa de consumir uno al otro indistintamente buscando indagar en publicaciones de la misma índole. (Núñez 2006:71)

d) Audiolibros:

Tanto la lectura como el sector editorial se han visto afectados por los nuevos medios, ello ha llevado a que ambos evolucionen de tal forma que pasamos del papel, a lo digital y ahora el nuevo boom es la evolución de los libros a los audiolibros. Son muchas las compañías editoriales las que están optando por pasarse a plataformas como Spotify u otras de podcast. Un ejemplo de ello es la editorial Bloomsbury Publishing Plc, la casa editorial de Harry Potter, quienes pondrán en la conocida plataforma de Spotify las novelas de Harry Potter. (Gestión 2018). Pero no solo ellos han optado por pasarse a esta plataforma, grandes y reconocidos escritores ya se encuentran actualmente en la plataforma como por ejemplo Jorge Luis Borges, Eduardo Galeano, César Vallejo, Mario Benedetti o Pablo Neruda.

La gran pregunta es saber si este modelo podría funcionar en nuestro país. Según un estudio que realizó la empresa Redmas indica que el 60% de internautas consumen audio digital, de ellos el 20% escuchan podcast (Gestión 2019). Este es un panorama esperanzador que nos indica que si ya existe cierta tendencia a consumir audio digital dentro de ellas también se escucha el audio libro.

Dicha situación no solo es beneficiosa para los consumidores quienes tendrán a más fácil acceso a estos sino que también trae beneficios para los autores, en una entrevista el escritor Casciari explica que:

“su página de artista, suma casi 8.000 oyentes mensuales. Su texto “Messi es un perro” ha sido escuchado cerca de 150.000 veces; pero su hit, con casi el doble de reproducciones, es “La edad de los países”, que también es un super éxito en Youtube. (Los Andes 2019)

Actualmente ya existe un caso peruano quién ha lanzado a otra de las plataformas conocidas de audiolibros Storytel “El Netflix de la literatura”, su audio libro. Renato Cisneros es un escritor que lanza la primera versión de su audiolibro “Algún día te mostraré el desierto” para luego publicarlo en un libro en físico con la casa editorial Alfaguara. Si bien es cierto, las historias contadas por medio del habla no es algo nuevo como dice también el responsable de Storytel:

“En realidad, ya en la antigüedad, las historias se concebían inicialmente para ser contadas pero la evolución del mercado editorial ha centrado su desarrollo en la versión impresa y la distribución física” (El País 2019)

Pero sin embargo son ahora los medios digitales los que permiten que estos puedan ser consumidos masivamente y además con la accesibilidad de escucharlo desde cualquier lugar, también Gibelalde explica que lo importante

es entender que los formatos se ajusten al ritmo de vida del lector (El País 2019).

2.2.5. ALFABETISMO

a) Definición:

Según la European Commission la palabra alfabetismo proviene de la voz inglesa “literacy” que quiere decir capacidad para poder leer y escribir. Se dice que dicha competencia es necesaria e indispensable para poder comprender el mundo, sin embargo no solo refiere a leer y escribir textos literarios, sino también se refieren al alfabetismo informático, financiero, cuantitativo, emocional y se dice que existen otras treinta y tres formas, una de ellas es de suma importancia para nuestra investigación y esa es el Alfabetismos Multimodal.

b) Alfabetismo multimodal

Esta es definida por el autor Kress como una habilidad la cual permite a las personas usar varios códigos o modos en el mismo texto con el fin de concretar una completa comprensión. (Kress 2003). Otro autor que define a la alfabetización multimodal es Guzmán, quién dice que:

“La pantalla de un ordenador ofrece al lector no sólo elementos escritos de carácter alfabético, sino imágenes, vídeos, música o animaciones que convierten la lectura habitual en una actividad multimodal. La lectura en la pantalla no obedece a la linealidad de la

escritura, sino al principio de relevancia (Sperber&Wilson, 1994) que pone en marcha el propio lector.” (Guzmán 2014)

Este autor recalca la importancia de estudiar los factores sociales y tecnológicos para realizar un análisis del alfabetismo, ya que sin ello no podríamos entender como el uso de los nuevos medios desplazan a los libros y la escritura para pasar a un ámbito más visual y auditivo. (Guzmán 2014)

Por otro lado, González reiteró esta postura en su libro “Alfabetización Multimodal: Usos y posibilidades” pues dice que los estudios: “han mostrado que el aprendizaje de la alfabetización exige la comprensión de la compleja interrelación entre el material escrito y gráfico, unido a los modos corporales de construcción de significado.” (González 2013:92)

Ello quiere decir, que la lectura tradicional como tal, ya no solo es suficiente para la comprensión lectora, sino que hace falta de más conocimientos para poder acceder a esta información, da a entender también que hoy en día los textos no solo se limitan a palabras sino que también al ser diseñados en pantalla permite que puedan tener gráficas visuales, musicales o cinestésica, dónde también se le une el audio, el habla o algún gesto. La alfabetización multimodal es aplicada a la enseñanza y se explica que si antes se le daba más prioridad al texto hoy en día tanto las imágenes como el texto se encuentran en el mismo nivel de importancia para entender un texto:

“En las nuevas formas de alfabetizaciones, las imágenes y los sonidos ocupan un lugar protagónico, con el mismo nivel jerárquico que tiene el texto alfabético. La adquisición de habilidades para la comprender textos icónicos y sonidos, cobra la misma relevancia que hasta hace poco tenía el texto alfabético. Con el mejoramiento de los equipos y programas para procesar gráficos, la presencia de las imágenes se han vuelto cada vez más recurrente en los textos digitales, y ha obligado a los lectores a adquirir habilidades para interpretar y contextualizar la información presente en estos nuevos formatos.” (González 2013: 94)

Un texto multimodal se fabrica a partir de la combinación entre imagen, sonido, gesto, movimiento y escritura, ya sea esta o impresa o digital. Las categorías de los textos multimodales son:

Tabla 2:

Categoría de análisis de textos multimodales

<i>Imagen:</i> contenido, tamaño, tono de color, línea, colocación/uso del espacio
<i>Idioma:</i> sintaxis y léxico.
<i>Sonido/vocalización:</i> contenido, énfasis, volumen, entonación vocal, pausa, ritmo
<i>Mirada:</i> dirección de la mirada del comunicador o el carácter de la representación
<i>Movimiento:</i> el gesto y la postura.

Fuente: Bearne 2009

REFERENCIAS

- BARCAT, Jose ANtonio (2006) “La lectura” (Consulta, 24 de Junio del 2019)
<http://www.scielo.org.ar/pdf/medba/v66n6/v66n6a19.pdf>
- DE LAMA, Mariana (2016) “Fanfiction: Una red social en el espacio de la ficción”
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620709/FANFICTION%201er%20cap.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Consulta, 03 de Junio del 2019)
- GESTIÓN (2018) "Spotify ofrecerá audiolibros de editorial de Harry Potter"
<https://gestion.pe/economia/empresas/spotify-ofrecera-audiolibros-editorial-harry-potter-233223>
- GESTIÓN (2019) “Perú: 20% de usuarios de audio digital ya escucha podcast”
<https://gestion.pe/tendencias/20-usuarios-audio-digital-peru-escucha-podcast-267545>
- GONZÁLEZ, Javier (2013) "Alfabetización multimodal: usos y posibilidades"

- GUZMÁN, Fernando (2014) "Alfabetización multimodal" En: Diccionario Digital de Nuevas Formas de Lectura y Escritura <http://dinle.usal.es/searchword.php?valor=Alfabetizaci%C3%B3n%20multimodal>
- JENKINS, Henry (2006) "La Cultura de Convergencia de los medios de comunicación" (Consulta, 4 de Junio del 2019). <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- JENKINS, Henry (2009) "The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia" (Consulta: 01 de Julio de 2019). http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- KRESS, G. (2003). Literacy in the new age. London and New York: Routledge.
- LAZARSFEW, Merton (1948) "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action" Editorial Bryson L. (Consulta, 4 de Junio del 2019) <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/13.pdf>
- LOS ANDES (2019) "Textos de escritores famosos llegan a Spotify y revolucionan la literatura" <https://www.losandes.com.ar/article/view?slug=textos-de-escritores-famosos-llegan-a-spotify-y-revolucionan-la-literatura&fbclid=IwAR3QLfYNjHWJN1AzAdIujsRQIaX9A7QAunR5cLuOLX7aRbWk-cjak7FJfO0>

- MANOVICH, Lev (2005) “El lenguaje de los nuevos medios de comunicación - La imagen en la era digital” Editorial Paidós. Buenos Aires (Consulta, 8 de Mayo del 2019)_
<http://www.fpp.uchile.cl/content/docs/El%20lenguaje%20de%20los%20nuevos%20medios.pdf>
- MALLOWS, David (2017) “Albafetismo”_
<https://ec.europa.eu/epale/es/blog/what-literacy>
- MARTOS, Núñez, Eloy (2006) “Tunear los libros: series, fan ction, blogs y otras prácticas emergentes de lectura.” En: Revista OCNOS no 2, 2006, p. 63-77.
- MORÁN, Carmen (2007) “Literatura de Kiosko cibertécic: Fanfictions en la red” (Consulta, 4 de Junio del 2019) <http://www.redalyc.org/pdf/4398/439843109002.pdf>
- MCQUAIL, Denis (S.f) “Introducción a la teoría de la comunicación de masas” 3ra edición
<https://locucionucvcohortelvii.files.wordpress.com/2012/06/introduccion-a-la-teoria-d-e-la-comunicacion-de-masas-mcquail-denis.pdf>
- PÉREZ, Fernanda (2016) "Niños, adolescentes y jóvenes, un público lector que crece" En: La Nueva Mañana. (Consulta 30 de Junio)
- PETRUCCI, Armando (1998) “Leer por leer: un porvenir para la lectura” En: Guglielmo Cavallo y Roger Chartier Historia de la lectura en el mundo occidental - Editorial Taurus 1998, España. (Consulta 27 de Junio del 2019)

- PINKER, Steven (1994) “The Language Instinct - How the Mind Creates Language” (Consulta 27 de Junio del 2019).
https://monoskop.org/images/2/20/Pinker_Steven_The_language_instinct_1995.Pdf
- RAE (s.f) Definición de “Converger” (Consulta, 6 de Junio del 2019)
<https://dle.rae.es/?id=AgR5jMZ>
- RAE (2005) Definición de “Fan” (Consulta, 6 de Junio del 2019)
<http://lema.rae.es/dpd/srv/search?key=fan>
- RAE (s.f) Definición de “Fiction” (Consulta, 6 de Junio del 2019)
<http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=KwAfLINlrDXX26g9AQpX>
- RAE (s.f) Definición de “Leer” (Consulta, 24 de Junio del 2019)
<https://dle.rae.es/?id=N3m3mKb>
- RAE (s.f) Definición de “Hábito” (Consulta, 8 de Mayo del 2019)
<http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=43UajAQVNDXX2pQPWOqc>
- ROMERO, Leda (2014) “Lectura tradicional versus lectura digital” En: Correspondencias & Análisis, N° 4 (Consulta, 24 de Junio del 2019)
- SCOLARI, Carlos (2013) “Narrativas Transmedia - Cuando todos los medios cuentan” (Consulta, 8 de mayo del 2019).
<http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>

- SCOLARI, Carlos (2014) “Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital” (Consulta, 24 de Junio del 2019).
https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf
- SHAPIRO, G. (1973). Habit and Meaning in Peirce’s Pragmatism. Transactions of the Charles S. Peirce Society. (Consulta, 8 de Mayo del 2019).
<https://pdfs.semanticscholar.org/6b45/0ab95d2143c443ba14c761a9f85502bf86db.pdf>
- UNESCO (2006) “Social indicators” (Consulta, 24 de Junio del 2019).
<https://unstats.un.org/unsd/demographic/products/socind/illiteracy.htm>
- VASQUEZ, Guillermo (2015) "Transmediación en la Televisión Peruana" (Consulta, 02 de Julio del 2019)
- WOLF, Mauro (1987) “Investigación de la Comunicación de Masas” 1ra Edición. Editorial Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas, Milán. (Consulta, 7 de Mayo del 2019)
<https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>