



Gemma Lluch Crespo

Textos y paratextos en los libros infantiles

Universitat de València

Si partimos de la base que analizar relatos dirigidos a niños y adolescentes no es diferente de analizarlos para adultos, coincidiremos en afirmar que no es necesario utilizar metodologías distintas. Partimos de las mismas herramientas de análisis para acercarnos a una narración literaria o paraliteraria sea cualesquiera el público al que se dirige. Aunque focalizaremos en las más convenientes para entender el funcionamiento de los relatos escritos, pensados o hechos por adultos y dirigidos a un público infantil y juvenil.

La propuesta metodológica que realizamos (Lluch 2003) aborda el análisis del relato en tres fases. En la primera, interpretamos los datos del momento y de los responsables de la creación y de la recepción del libro. En la segunda fase, nos ocupamos de los elementos que aparecen en el libro pero que todavía no son la historia. Y en la tercera, ya centramos el análisis en el relato (gráfico I).

1. Antes de empezar el análisis del relato: Los paratextos

El concepto de paratexto lo insinúa Gérard Genette en el libro publicado en 1982 *Palimpsestes. La littérature au second degré*, pero lo desarrolla plenamente en un estudio posterior, *Seuils* (1987). Lo define como un elemento que ayuda al lector a introducirse en la lectura facilitando las primeras instrucciones sobre el contenido del libro. Genette lo considera un elemento auxiliar, un accesorio del texto que funciona como una puerta de entrada, de transición y de transacción.

Estamos hablando de elementos que ocupan un lugar privilegiado y que ejercen una acción sobre el público para conseguir una buena acogida del texto y una lectura más adecuada, más pertinente a los ojos del autor y de sus aliados. En definitiva, los paratextos son los que convierten el texto en libro y lo proponen como tal al público, antes que al lector.

Aunque son sobre todo textos escritos, la propuesta de Genette es mucho más abierta y también considera paratextos a los hechos que si son conocidos por el público aportan comentarios e influyen en la recepción. Por ejemplo, en el caso de la literatura infantil consideraríamos también paratextos las manifestaciones icónicas como las ilustraciones o las manifestaciones materiales como el número de páginas o la tipografía elegida. De hecho, este concepto se forma a partir de un conjunto irregular y fuera de orden compuesto por prácticas y discursos de todo tipo diseñados tanto por el autor del texto, como por el editor o por el crítico literario.

Se han ensayado diferentes maneras de clasificarlos, por ejemplo, a partir de su carácter icónico o verbal o a partir de la autoría. Nuestra propuesta, pensada para la literatura infantil y juvenil, clasifica estas prácticas y textos a partir del lugar que ocupan en relación al libro, a partir de su emplazamiento (Gráfico B):

2. los paratextos que se sitúan fuera del libro

Las prácticas y textos que se sitúan fuera del libro tienen la finalidad de dar a conocer el libro a los dos tipos de público: el que lee y el que recomienda y lo hace con informaciones dirigidas a la venta o al trabajo en el aula. Los que consideramos más importantes son los catálogos, la crítica literaria, los foros de los lectores o las propuestas didácticas. Los catálogos se dirigen mayoritariamente a los primeros lectores, sobre todo a los profesores que recomiendan o compran el libro, no a los niños. Es un paratexto con una finalidad comercial cuyo autor, la editorial, dirige a los profesores para guiarles en la elección del libro que recomendará. Los catálogos de literatura para adultos son similares a las listas de precios, a diferencia de los nuestros que aparecen editados con esmero, profusión de colores y con más información.

Ofrecen datos sobre la edad recomendada del lector, el tema y el argumento, el tipo de protagonista pero también sobre los valores que desarrolla o el tipo de competencias que se pueden trabajar en las diferentes clases a partir del libro. Las editoriales completan la edición de catálogos con fichas didácticas de cada libro, puntos de lectura,

postales, etc., pero es el catálogo junto a la ficha didáctica los que tienen un carácter más textual.

La crítica literaria es escasa y como en el caso anterior aparece en medios de comunicación dirigidos mayoritariamente a docentes o a padres. De manera que el circuito pero también el lenguaje que utiliza y el tipo de elecciones no está pensado en el lector real sino en los mediadores o en el primer lector. Cada vez encontramos esta crítica más presente en la red en revistas como <http://www.cuatrogatos.org/>, <http://www.mundofree.com/babar/>, <http://www.imaginaria.com.ar>, <http://www.cclij.org/faristol/>, <http://www.andreusotorra.com/cornabou/index.html>, o el portal de recomendación lectora <http://www.sol-e.com/>.

Los foros de lectores que abundan en internet aunque están diseñados por los mediadores se dirigen y son utilizados por los segundos lectores. Habitualmente, son las editoriales las que los montan para que los lectores de sus libros puedan dar la opinión y recomendar el libro a los nuevos. Este tipo de «animador a la lectura» debería ser una propuesta clara de las instituciones porque a través del correo electrónico o de un chat, niños y adolescentes intercambian opiniones, recomiendan un libro a un determinado lector, piden información sobre otros del mismo autor o de temáticas similares, etc. Y para los mediadores es una herramienta muy útil de información para conocer su opinión cuando se alejan del marco escolar.

Las propuestas didácticas que pueden adoptar la forma de fichas didácticas con actividades cercanas a los ejercicios de lengua o de propuestas a la animación lectora. Aunque es un elemento muy contestado desde diferentes foros porque une de manera explícita la lectura con el trabajo escolar, continúa teniendo mucha aceptación.

3. Los paratextos más visibles: la colección

Los paratextos más visibles son comunes al conjunto de libros que se publican en una colección. De hecho, por las características que comentaremos a continuación, podríamos denominarla como una especie de hiperlibro que responde a las necesidades del editor de mostrar la diversificación de sus actividades. Pero si en el caso de la literatura adulta, la colección indica al público el género de los textos que publica, en la que analizamos mayoritariamente, informa sobre la edad recomendada del posible lector. Desde un punto de vista comercial, la colección busca la repetición del acto de compra y la identificación o la fidelidad del lector. Por eso decimos que es una guía o un puente entre el comprador y el libro, y entre un libro y el resto de los que aparecen publicados.

Lógicamente, el editor necesita individualizarla e identificarla y para conseguirlo utiliza una serie de paratextos pensados y diseñados para repetirse en todos los libros que forman una colección. A continuación, describiremos las características de los que consideramos predominantes. El formato del libro. Varía según las edades aunque se mantienen una serie

de constantes. Por ejemplo, el juego de formatos (cuadrados, cantos ovalados, etc.) sólo aparece en las colecciones dirigidas a las primeras edades pero a partir de los 6 años se mantiene el formato de libro de bolsillo con un tamaño que varía entre los 12 x 19 y los 13 x 21 que se mantiene fijo para toda la colección.

El número de páginas por libro. A menudo los libros de una misma colección mantienen un número similar de páginas, como los dirigidos a los más pequeños (entre las 16 y las 22). En el caso de los dirigidos al público juvenil aunque tradicionalmente no superaba las 100 páginas, el éxito de la saga Potter ha hecho replantearse esta costumbre como ocurre con las colecciones que publican fantasía épica donde nos encontramos con un número de páginas similar a los best-sellers dirigidos a los adultos.

Estas costumbres nos podrían llevar a pensar que si el autor y el ilustrador deben de mantenerse dentro de estas medidas, su creación quedará sujeta a estas restricciones que encontramos también en las bases de los premios que alimentan estas colecciones.

Los indicadores de la edad del lector del libro. Se uniformizan en todas las colecciones y los más habituales son una leyenda del tipo «A partir de x años», limitando por debajo la edad del lector, los colores que ocupan una parte de la portada y del lomo o unos anagramas en lugares visibles.

La portada que se repite en cada libro de la colección. Como es lo primero que ve el comprador es el paratexto que más información acumula: el nombre del autor y del ilustrador, el título, la ilustración, el nombre y el anagrama de la colección y de la editorial. La ilustración que aparece en la portada a menudo representa la parte central de la narración (o el protagonista o una escena importante) varía según las edades. En el caso de los más pequeños se repite una ilustración del interior; en las juveniles, se sustituye por una fotografía.

La portada posterior se reserva para el resumen el argumento, la lista de los títulos que integran la colección o un breve sobre el autor. En los libros para los más pequeños, se incluye una información dirigida a los adultos sobre las características del libro (descripción del contenido, finalidad educativa o indicaciones sobre posibles utilidades del texto).

El lomo. En la disposición habitual de las librerías el lomo es lo primero que ve el comprador y, cada vez más adquiere un valor fundamental funcionando, de manera similar a la portada, como identificador de la colección. Podríamos hacer un estudio cronológico del diseño de los lomos para ver la importancia que han ido adquiriendo a medida que se ha ido reduciendo el espacio en las librerías por el aumento de las novedades.

Una de las novedades ha sido la acumulación de información ya que no sólo aparece el título sino también los anagramas y colores de la colección y de la serie. Podríamos decir que mientras la portada es el anzuelo de la novedad, el lomo lo es del libro que ya no lo es o que se publica para llenar la colección.

El nombre. Además de las características físicas, las colecciones se individualizan a través de un nombre propio que a menudo se elige entre un campo léxico que asocia los nombres de las diferentes colecciones y el de la editorial creando un paquete de resonancias similares. La pauta seguida por la mayoría de las editoriales es la utilización de palabras que forman parte de la realidad cotidiana del lector como «Sopa de Libros», que

describen la edad del lector como «Clásicos Universales Juveniles» o que hacen referencia aun imaginario literario como «Barco de vapor».

El anagrama. Esta identificación aparece en los lugares más visibles: el lomo o la portada, se utiliza un vocabulario de colores o de formas geométricas que consiguen identificar gráficamente la colección, de manera que la editorial consigue ganar individualidad.

Las series. Marcan detalladamente la edad del lector potencial del texto y, por lo tanto, la proporción entre imagen y texto y el número de páginas. Se mantiene el diseño general de la colección con la utilización de un color diferente en las portadas y en el lomo. De esta manera se satisfacen las necesidades del mercado y se ofrece el producto diferenciado, se asegura la identidad y la fidelidad a una colección durante una franja de edad más alargada.

La tipografía. En los libros dirigidos a los lectores más pequeños, la elección del tipo de letra o la disposición de las letras en las páginas es fundamental. Cada vez es más habitual que las editoriales que ofrecen un producto de calidad se preocupen, no sólo de elegir un tamaño y tipo de letra adecuado, sino también de mantener una oración completa en una página para facilitar la lectura a un niño que tiene adquirida su competencia lectora y necesita mantener en un mismo campo visual toda la unidad de sentido oracional sin cortarla dejando la mitad en una página y la otra en la siguiente.

Como vemos, el editor crea en la colección una identidad material y visual perfectamente reconocible en la que los elementos paratextuales de la cubierta y el lomo tienen como finalidad incitar al lector a un gesto repetido: la compra de un nuevo libro. Si se consigue el objetivo, se crea un lector «adicto» que acepta el contrato de lectura creado, que se implica en el acto de lectura sabiendo que los libros publicados en una misma colección mantendrán unas determinadas características. La compra y el inicio de un nuevo libro de una colección ya conocida, generan ciertas satisfacciones porque anticipan el placer que el lector sentirá cuando inicie la lectura.

4. Los paratextos dentro del libro

El título de la narración se dirige al comprador y cumple diferentes funciones: la identificación, ya que la obra adquiere identidad a partir del título, funcionando de manera similar al nombre propio en las personas; la descripción, cuando aporta información sobre la temática o el género del texto; y la connotativa, cuando pretende seducir al comprador. Son responsabilidad del autor y del editor.

El título del capítulo adquiere importancia en la literatura infantil que ya la tenían en, por ejemplo, la novela del XIX y son una herramienta fundamental cuando hay que efectuar hipótesis interpretativas sobre el argumento porque pueden funcionar como frases temáticas que resumen esa parte del argumento o pueden avanzar hechos importantes de la acción narrada. También permiten señalar un cambio del orden de los hechos, del escenario, del tiempo o del narrador de manera que un lector poco

competente encontrará una ayuda en este paratexto porque explicitan los cambios o vacíos de información habituales en una narración, a la vez que permite al autor aumentar el grado de complejidad estilística. Siempre funcionará como una señal orientadora que ayuda a la reconstrucción del significado y facilita notablemente la comprensión de los textos.

Otros paratextos con una importancia más relativa para los fines de esta publicación son los prólogos que aunque en la literatura adulta canónica tienen una gran importancia, en la infantil son casi inexistentes y si aparecen habitualmente son escritos por los propios autores y tienen la finalidad de aconsejar la lectura del texto, facilitar determinadas claves para la lectura, o destacar algunas de las cualidades didáctica o ideológicas del texto.

Las dedicatorias mayoritariamente destacan una relación afectiva entre el autor y la persona a quien va dirigida que pertenece habitualmente al círculo familiar con lo que se explicita más el tipo de autor-instructor.

5. La ilustración

Genette considera la ilustración como un paratexto pero en la literatura infantil y juvenil adquiere tanta importancia que debemos analizarla por sí sola. No es este el momento y emplazamos al lector a la consulta de obras como ¡Hay que ver! Una aproximación al álbum ilustrado (Duran, 2000), Pero, ¿qué es un álbum? (Duran, 1999), El libro-álbum: invención de un género para niños (Banco del Libro, 1999) o Formas y colores: la ilustración infantil en España (García Padrino, 2004) donde encontrará material que le oriente.

Pero sí quisiéramos traer aquí algunas ayudas para orientar al lector cuando lee imágenes y texto. Sabemos que analizar un libro, es decir, leerlo en profundidad significa saber hacerse preguntas e intentar responderlas. Por eso, a partir de las reflexiones del ilustrador Vernon-Lord (1997)¹, proponemos una serie de interrogantes que nos pueden ayudar a entender con profundidad la lectura que propone la imagen y la imagen con el texto. Así, cuando contemplamos una ilustración para conocer qué informaciones, qué sentimientos o qué mirada modela la imagen podemos interrogar al libro en sus diferentes niveles:

1. Análisis de lo que dice el texto y de lo que no dice: ¿qué relación tiene el texto con la imagen?
2. Análisis de las partes del texto que se han ilustrado y de las que no: ¿la ilustración repite el texto, lo reinterpreta o ilustra sus vacíos?
3. Estudio de la secuenciación y diagramación de las imágenes: ¿las ilustraciones son cerradas o abiertas, grandes o pequeñas, centradas o descentradas, etc.?
4. Valoración del punto en el que se ha congelado una imagen en relación a las anteriores y a las posteriores.
5. Análisis del registro de la narración y de la ilustración: ¿se ha mantenido de manera constante, varía con respecto al del texto?
6. Análisis del tipo y descripción de los personajes: ¿los reinterpreta,

los inventa o los repite?

7. Análisis de la selección y de las formas de los escenarios interiores y exteriores.

8. Selección del punto de vista de cada imagen: ¿aporta contrastes dinámicos, el punto de vista es diferente en cada imagen o no varía?

9. Análisis del momento del día, de la estación del año, del tiempo por dar una expresividad de luz concreta: ¿hay luz o sombras, aporta nuevos significados, etc.?

10. Estudio de la composición de la imagen y de la técnica utilizada.

11. Valoración general: ¿la imagen enriquece el texto con nuevos significados? ¿No aporta nada?

6. Describimos portadas, títulos y prólogos

Por cuestiones de espacio, simplemente hemos descrito muy sucintamente algunas portadas, títulos y prólogos destacando los datos que aportan y la importancia que tienen.

6.1. Las portadas

Ya hemos comentado que la portada es el paratexto que más información acoge y que se dirige al comprador antes que al lector. Por tanto, es el paratexto que tiene la función de anzuelo: atraer la atención del que pasea o mira.

Es curioso observar cómo influye en la elección de las portadas las diferentes culturas donde se diseña y vende el libro. Como ejemplo, podemos comparar el diseño americano (Imagen 1) y el inglés (Imagen 2) de las portadas de Harry Potter.

Imagen 1 e Imagen 2

Satué (1998: 188) comenta como al editor-vendedor, la librería se le ha quedado pequeña y que los puntos de venta se han desplazado a los centros comerciales, los grandes almacenes y los supermercados de las grandes superficies. La primera consecuencia es que si antes el lector iba a buscar un libro, ahora los libros tienen que buscar al comprador y el primer elemento que se usa para llamar la atención lo señala en la portada.

En otro momento de su estudio cita al director ejecutivo de Penguin Books, Peter Mayer, quien en 1987 afirmaba que cuando el público lector crece, lo hace por los niveles culturales más débiles y más jóvenes, y este perfil sociológico sintoniza mejor con los libros baratos o con los que recrean en las portadas el clima, el tono o el lenguaje de las tres referencias visuales de finales del siglo XX: la televisión, los anuncios publicitarios y los artículos de consumo donde compete el libro.

Esta influencia de la que habla Mayer en la literatura adulta, ya hace tiempo que se hizo receptiva la literatura infantil y juvenil. Sobre todo en las colecciones dirigidas a un público juvenil, el diseñador imita el mundo gráfico utilizado en las carátulas de los cedés de música, en los

catálogos de ropa juvenil, en los anuncios de productos dirigidos a esta edad e incluso en los videojuegos. Con la utilización de un mismo diseño se crea un paquete de consumo que asume fórmulas distintivas similares y donde también se incluye el libro de manera que puede resultar difícil identificar un libro, un DVD o un CD.

En la actualidad, los diferentes elementos incluidos en las portadas pueden ayudar al lector a identificar un género (Imagen 3), una colección (Imagen 4) o los libros más comerciales (Imagen 5). En contadas ocasiones, el diseño singulariza un libro (imagen 6) dotándolo de señas de identidad que lo presenta al comprador como único.

Imagen 3

6.2 Los títulos

Para comentar la importancia de los títulos describimos las funciones que tienen en dos libros diferentes: *La vuelta al mundo en 80 días* y *La maravillosa medicina de Jorge*.

La obra de Jules Verne sigue el estilo de titulación de la narrativa clásica. El título focaliza claramente la atención del público en los dos ejes fundamentales de la obra: por una parte, el hecho «la vuelta al mundo» y por otra, el plazo o la dificultad añadida «en 80 días». Los títulos de los capítulos están pensados para un público que leerá la obra por entregas. Veamos algunos ejemplos correspondientes a los capítulos finales.

Capítulo XXXV. En el que Passepartout no se hace repetir dos veces la orden de su amo.

Capítulo XXXVI. En el que Phileas Fogg vuelve a cotizarse en el mercado

Capítulo XXXVII. En el que se demuestra que Phileas Fogg no ganó en aquella vuelta al mundo otra cosa que la felicidad

Los títulos juegan con el lector ya que le avanzan sólo una parte de los hechos que acontecerán a lo largo del capítulo y dirigen la atención a una parte de lo que se narrará. Con este juego, consigue acrecentar la intriga cuando a medida que se avanza la lectura se van descubriendo los hechos que hábilmente no se han iluminado en el título del capítulo.

Por ejemplo, al final del penúltimo capítulo (XXXV) el lector cree que Fogg ha perdido la apuesta, esta sensación se ve reforzada por el título del último capítulo: «En el que se demuestra que Phileas Fogg no ganó en aquella vuelta al mundo otra cosa que la felicidad». Leyéndolo parece que ha perdido la apuesta, pero cuando el lector acabe el capítulo sabrá que la ha ganado, aunque lo más importante para Fogg ha sido encontrar a Aouda. Un juego inteligente, como muchos otros, que el autor utiliza como imán para atraer la atención del lector.

La utilización de los títulos de los capítulos como juego o guía de lectura la encontramos también en otras obras de la época, como es el caso de *La isla del tesoro*. En los capítulos 16, 17 y 18, hay un cambio de narrador porque Jim Hawkins ha desaparecido del primer plano y no narra él

los hechos que acontecen. Para que el lector no se pierda, el título del capítulo le indica este cambio, así los tres se inician con un: «El doctor explica la historia: ...» y a continuación aparece un sintagma que hace referencia a los hechos que se narran en cada uno. Cuando en el capítulo 19 Jim aparece y de nuevo retoma la narración, el narrador lo indica a través del título: «Jim Hawkins cuenta la historia: ...». Como explicamos en el apartado 2.2, una guía de lectura bien útil que permite ceder la voz a diferentes personajes.

En el caso de *La maravillosa medicina de Jorge*, Roald Dahl elige un título con forma de un sintagma nominal que contiene un adjetivo calificativo plurisémico. Maravillosa significa: «Inexplicable dentro de las leyes naturales», «Mágico» o «De belleza u otras cualidades buenas impresionantes». Sólo al finalizar el libro, el lector tendrá la información necesaria para activar el significado concreto y el tipo de lectura que debe realizar. Obviamente, una lectura irónica porque aunque el significado originario del adjetivo es positivo, cuando el lector descubre la acción que provoca la medicina en la abuela y la contrasta con una escala de valores según la cual no se puede hacer «desaparecer» a nadie, y menos si es tu abuela, la medicina deja de ser tan maravillosa. Por otra parte, el título no centra la atención en los personajes sino en el objeto que provoca toda la acción, la medicina, y en su autor, Jorge. Pensemos que el autor o el editor podrían haber elegido otro título como, por ejemplo, *La abuela desaparecida*, *Esa vieja* o *Yo quería la medicina*, que centra la atención en el personaje de la abuela, pero al no hacerlo, se acrecienta la importancia del objeto y decrece la de los personajes. La ironía también se mantiene en un paratexto bastante inusual en la literatura infantil, la dedicatoria: «Este libro está dedicado a todos los médicos del mundo». Lógicamente, los médicos curan y no hacen desaparecer a las abuelas. Pero, como ocurre con el título, sólo lo descubrirá el lector al final de la lectura.

Los títulos de los capítulos son temáticos, funcionan como frases-tema que resumen lo que pasa en el capítulo. De hecho, podemos reconstruir el argumento a partir de los títulos, incluso avanzando cual será el final de la historia, como vemos en la tabla 1.

Tabla 1

Títulos de los capítulos	Resumen de la acción del capítulo
La abuela	Presentación del personaje de la abuela y relación que mantiene con Jorge.
El maravilloso plan	Jorge decide preparar una medicina mágica «que le curará completamente o le volará la cabeza» para cambiar el carácter de su abuela.
Jorge empieza a hacerla	medicina
Píldoras para animales	Elaboración de la medicina.
La cocción	
Pintura marrón	
La abuela toma la medicina	La abuela la toma y sufre las primeras transformaciones.
La gallina marrón	La toma la gallina y los animales citados en el título. Han llegado los padres y el señor Locatis se emociona con las transformaciones.

El cerdo, los bueyes, las ovejas, el pony y la cabra
 Una grúa para la abuela Discusión entre la familia porque la abuela
 requiere la atención, el padre de Jorge no le hace caso y la madre
 quiere que la saquen del tejado. Finalmente, lo hacen con la ayuda
 de una grúa.
 La gran idea del señor Locatis El padre de Jorge decide hacer de
 nuevo la medicina para conseguir beneficios con los animales.
 La maravillosa medicina n. 1
 La maravillosa medicina n. 2 Diferentes intentos de conseguirla y
 pruebas infructuosas con los animales.
 La maravillosa medicina n. 3
 Adiós, abuela La abuela desaparece.

6.3. La función de los prólogos

Es curioso observar cómo históricamente los prólogos han aparecido en aquellos periodos donde la función educativa de la literatura era más importante. Por ejemplo, en las obras de Ursula Wölfel perteneciente al llamado realismo crítico alemán. En *Campos verdes, campos grises* subtitulada *Historias verídicas* incluye un texto inicial que hace las funciones de prólogo donde determina la manera de leer el texto: «[...] estas historias no suelen tener final feliz. Plantean muchas preguntas. Y cada uno debe buscar la respuesta. Estas historias muestran un mundo que no siempre es bueno, pero que sí puede ser cambiado»².

En el caso de la literatura catalana (Luch 1998: 92-96), no es extraño que estén presentes en la literatura escrita durante los años 60. Un ejemplo lo encontramos en la colección «Els grumets de La Galera». Durante la década de los 60, estos libros incluyen en la página 5 un paratexto similar al prólogo. Se dirige a los lectores, tanto por la información que incluye como por las referencias al destinatario «chicos y chicas» que ya utiliza en el título: «A los chicos y chicas que leerán este libro». El autor del prólogo firma como «Artur Martorell, President del Jurat del Premi Folch i Torres», de manera que utiliza un argumento de autoridad al acompañar su nombre por el cargo que tiene.

La estructura del prólogo se mantiene en todos los volúmenes de la colección. Una misma estructura temática con un primero párrafo donde se hace referencia al tipo de libro que publica la editorial; un segundo párrafo, resumen temático del libro y reseña de algunas de las características; y se cierra con el último párrafo, con una fuerte carga conativa, dirigido a los posibles niños lectores por animarlos en la lectura del libro. A modo de ejemplo podemos ver el que aparece en el primero volumen de la colección *La colla d'En Pitús*³:

«Hoy LA GALERA pone en vuestras manos un libro diferente de los que hasta ahora os ha ofrecido. Una clase de libro que faltaba en sus colecciones y que tenemos que saludar con mucha alegría, porque viene a continuarlas en un camino ascendente. Vosotros os vais haciendo grandes y los libros tienen que crecer como vosotros. Este,

que además ha recibido la distinción del Premio Folch y Torres del año 1965, estoy seguro que os hará pasar ratos muy buenos, [...]. Y ahora no os quiero distraer más, a leer se ha dicho y a ver el personaje que os es más simpático, el que sentís más como vosotros mismos y el episodio, o episodios que, con preferencia, os habría gustado haber vivido».

En definitiva, una presentación del libro que tiene como finalidad introducir la lectura y argumentar la importancia de la obra.

Otro ejemplo de la literatura catalana lo encontramos en la obra dirigida a los niños de Carles Riba a principios de siglo XX. Los prefacios que se utilizan comparten algunas de las características de los prólogos anteriores.

En la obra Perot Marrasquí (1924) se dirige a un lector al que llama: «Lector que todavía no eres grande, pero que ya te ofenderías si te decían pequeño: voy a contarte una historia», y el narrador establece desde el comienzo una actitud de adulto hacia el niño, y enseguida pasa a explicar cuál es la intención del texto: «No te asustes. No tengo el propósito de enseñarte nada; ni te abriré ningún nuevo horizonte científico, ni te haré ningún sermón de moral». Pero no deja de dar consejos y él acaba con estas palabras: «Y ahora adiós, y que Dios te haga buen niño». Este prólogo se acompaña de otro dirigido a «el posible padre de familia y al pedagogo que a escondidas, por un gusto infantil, o solemnemente, como previos censores, se decidan a leerlas». Y a lo largo de este paratexto continúa dirigiéndose a «una mamá, una airada mamá» o a «tú, buen burgués» argumentando que tal vez le puedan criticar que use la imaginación al hacer hablar los animales. Curiosamente, hace referencia al mismo tipo de crítica que durante los periodos anteriores llegaba a los denominados cuentos de hadas. Aun así se justifica diciendo: «Este libro quiere condensar, de la manera más entretenida y más inocente que he sabido, las experiencias de un niño en su primer contacto con la realidad». En definitiva, el tipo de público al cual se dirige la obra de Riba queda explicitado claramente en el final de este mismo prefacio:

«Las opiniones halagüeñas de amigos míos, entre ellos uno de nuestros más grandes educadores, y las reservas bondadosas de otros [...], bien creo al menos que pueden explicar mi osadía de entregarme a la crítica de los niños, de las familias, de los literatos y de los maestros de estudio -que no sé quién me da más miedo».

Lo mismo ocurre en la obra Sis Joans (1928) donde al final del relato se incluyen unas «Palabras a la gente grande», es decir, «Los padres, maestros y otros benefactores que dan estas historias a leer a los niños» y dónde aconseja cómo tiene que ser la clave de lectura que tienen que dar a los niños «tienen en adelante la autorización del autor para decirlos que no son verdad. Con todo, que vayan con atención antes de afirmarlos

que no contienen nada de verdad».

Al mismo tiempo, explica la intencionalidad del autor: «He aquí, pues, en qué plano querría el autor haber situado sus historias: estampas cómicas llenas de todas las virtudes e intenciones populares que en él son compatibles con su más bien extensa lectura».

Estos paratextos son utilizados por el autor para que el primer receptor, el padre o el educador, reciba la información previa necesaria sobre el texto y se informe si el contenido es adecuado para recomendarlo -o comprarlo- al segundo receptor: el niño. Por lo tanto, actualizan el tipo de lectura que hace falta realizar y dan la llave de lectura.

En la actualidad pocos autores hacen uso de este paratextos. Es destacable, el caso de Fernando Alonso, un autor que calificábamos (Lluch 2003, cap. 10) como de representante de la literariedad en la literatura infantil. Podemos analizar el caso de *El misterioso influjo de la barquillera*⁴.

Antes de comenzar a leer la historia, Alonso inicia su obra con una «Presentación» que, cumpliendo la función clásica de los prólogos, cuenta la génesis de su obra. El estilo que utiliza es una novedad porque el autor no habla como un educador que se dirige al mediador o al lector ni elogia las características didácticas del libro. Fernando Alonso habla como un escritor que explica la génesis y el desarrollo de la historia que ha escrito a un lector que no podemos identificar como un niño o un adulto. Además del análisis lingüístico del texto sólo podríamos deducir que considera al lector como próximo dado que lo nombra a partir de la segunda persona del singular, es decir, lo tutea: «Si estáis leyendo este libro [...], os recomiendo [...]» (p. 11). Pero en ningún momento utiliza un tipo de lenguaje que, históricamente, una corriente determinada ha considerado adecuado para hablar con los niños como, por ejemplo, el uso de diminutivos.

7. Conclusiones

Quisiéramos cerrar este apartado recordando como, aunque el estudio de los paratextos es muy reciente, debemos ser conscientes de su importancia en la literatura infantil, ya que un lector con competencia en plena fase formativa puede realizar hipótesis interpretativas sobre el texto literario a partir de la información que le facilitan. Es un hecho aceptado que cuando más información tenemos mayores posibilidades hay de elegir el relato que nos gustará más y de facilitar la comprensión. Por lo tanto, un adecuado aprendizaje de la lectura de esta información ayudará a una mejor comprensión del texto porque podrá establecer predicciones a la vez que podrá elegir más adecuadamente el título. Ahora bien, es necesaria una concienciación de todas las partes implicadas para poder comprender la fuerte carga informativa que aportan. Es imprescindible desarrollar actividades para enseñar a leerlos y que autores y editores los cuiden para poder aprovechar unos elementos con tanta fuerza significativa.

Bibliografía de consulta

- COLOMER, Teresa (dir.) (2002): Siete llaves para valorar las historias infantiles. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- DURÁN, Teresa (2000): ¡Hay que ver! Una aproximación al álbum ilustrado. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- GARCÍA PADRINO, Jaime (2004): Formas y colores: la ilustración infantil en España. Cuenca: Universidad de Castilla La Mancha.
- GENETTE, Gérard (1987): Palimpsestos. La literatura en segundo grado. Madrid: Taurus,
- (1987): Seuil. París: Éditions du Seuil.
- LLUCH, Gemma (1998): El lector model en la narrativa per a infants i joves. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- (2003): Análisis de narrativas infantiles y juveniles. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José (2002): Manual de edición y autoedición. Madrid: Ediciones Pirámide.
- SATUÉ, E. (1998): El diseño de libros del pasado, del presente y tal vez del futuro. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- VERNON-LORD, John (1997): «Some aspects of what an illustrator as to think about when creating children's picture books». Ponències del IV Simposi Internacional Catalònia d'Il·lustració. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

2006 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

[Facilitado por la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes](#)

Súmese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#) www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](#). www.biblioteca.org.ar/comentario



editorial del cardo