

## Literatura, televisión e cinema: narrativas en contacto<sup>1</sup>

Gemma Lluch

**RESUMO** Nesta nota, estruturada en cinco apartados, a autora achégase ás relacións entre a literatura, a televisión e o cinema. Comeza sinalando as diferentes perspectivas dende as que se poden enfocar estas relacións para, a seguir, centrarse na influencia que a televisión exerce sobre o xeito de ler, pensar e ollar o mundo do lectorado infantil e xuvenil. Compara tamén as características dos relatos televisivos cos dos relatos cinematográficos. Céntrase na figura de R.L. Stine, de quen analiza a obra como modelo de narración comercial, centrándose nos paratextos, na estrutura narrativa e na linguaxe empregada. Finalmente, achégase ás características principais dos relatos mediáticos, presentes en moitas obras da LIX.

**ABSTRACT** This note, in five parts, examines the relationship between literature, television and cinema. GL begins by pointing to the different ways in which these relationships may be approached, and goes on to focus on the influence of television on the reading, thinking and world-view of adolescents. She also compares televised narrative with filmic narrative. She then examines the work of R. L. Stine, which she considers to be a model of commercial narrative, analysing the paratextual aspect, its narrative structure and the use of language. Finally, she outlines the principal characteristics of these media narratives, which are found in many works of children's literature.

103

As relacións entre a literatura e os relatos da televisión e o cinema pódense enfocar dende diferentes perspectivas (gráfico 1):

Obra literaria	Características discursivas compartidas	Obra cinematográfica
	Tópicos comúns	
	Literatura: base argumental	
	Literatura comparada	
	Adaptacións	

<sup>1</sup> Tradución do castelán Marta Neira Rodríguez.

Cando se enfoca o tema das relacións que manteñen a televisión ou o cinema coa literatura mestúranse aspectos diferentes. Algúns comentan a presenza da LIX na televisión; outros, as adaptacións que o cinema fixo dalgúns clásicos da literatura infantil; e, finalmente, refírense tamén á influencia dunhas narracións noutras.

Do primeiro aspecto, xa se falaba no libro coordinado por Pedro Cerrillo e Juan García<sup>2</sup> e o tema das adaptacións coméntase amplamente no traballo coordinado por Gemma Pujals e Celia Romea<sup>3</sup> ou o de Patricia Fra e Teresa Vilariño<sup>4</sup>.

Por citar uns exemplos, podemos falar das múltiples versións da novela de Robert L. Stevenson, *A illa do tesouro*, ou da de Mark Twain, *As aventuras de Tom Sawyer*. Tamén dalgunhas novelas máis actuais, como a adaptación da novela *The Outsiders*, de Hinton (1967), dirixida por Francis Ford Coppola e estreada en 1983, cuxo éxito motivou que se editara a tradución *Rebeldes* en 1987.

Outras veces, as versións cinematográficas non tiveron moita sorte como *A historia interminábel* (Petersen, 1984), de Michael Ende, ou a adaptación de *As bruxas*, estreada co título *La maldición de las brujas* (Roeg, 1989) e na que o guionista cambia o desenlace da historia e, por tanto, o sentido da obra. Pero en calquera caso, a mutua influencia é evidente.

Pero o tema é moito máis amplo e vai máis alá da simple relación de adaptación/tradución dun medio (o escrito) ao outro (o audiovisual). Pensemos en éxitos da última década, como *Shakespeare in love* (Madden, 1998), que non adapta unha obra pero si que recrea a vida dun coñecido autor teatral, presentándoo como un personaxe literario nunha ambientación histórica. Ou a película *Pretty Woman* (Marshall, 1990), que reescribe a historia da Cincenta transportándoa aos Ánxeles. Ou éxitos actuais como *Matrix* (Wachowski, 1998, 2002, 2003), *Desafío total* (Verhoeven, 1990) ou *Dentro del laberinto* (Henson, 1986), que recollen as características do barroco literario español, propias do posmodernismo, e beben dun tópico da literatura como é a percepción da realidade, recreado en obras como *La vida es sueño*<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> *El niño, la literatura y la cultura de la imagen*, Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha, 1995.

<sup>3</sup> *Cine y literatura. Relación y posibilidades didácticas*, Barcelona: Editorial Horsori, 2001.

<sup>4</sup> *Literatura e cinema*, *Boletín Galego de Literatura*, n° 27, 2002.

<sup>5</sup> Vid. Gemma Lluch, "La programació dels aprenentatges literaris", en *Artículos de Didáctica de la Lengua i de la Literatura*, 25, xullo-agosto-setembro 2001, pp. 9-18.

As relacións intertextuais que se establecen entre a narración literaria e a cinematográfica ou televisiva (sobre todo no caso das máis comerciais) son riquísimas, como xa temos constatado ao analizar a maneira de contar unha historia cinematográfica poñendo como exemplo *Star Wars*<sup>6</sup>.

Pero si centramos o tema na LIX, partimos da base que a literatura nos últimos tempos créase para un telespectador, para un lector de imaxes cuxa competencia narrativa se forxou con historias creadas dende a televisión e o cinema e os responsábeis da autoría literaria, de maneira consciente ou non, dotarán a narración de características discursivas compartidas coas narracións televisivas e cinematográficas.

Dunha maneira moi xeral, admitimos que a literatura máis actual presenta unha serie de características inducidas pola influencia do relato televisivo. Por exemplo, a desaparición da situación inicial ou o seu desprazamento á portada obsérvase en moitas das narracións actuais, sexan comerciais ou de calidade. A tradicional situación inicial das narracións orais ou das novelas do século XIX que servían para fixar o marco da narración, é dicir, para presentar os personaxes, o escenario e o tempo do relato, desaparece porque a miúdo xa é recoñecido polo lector. Mesmo a literatura máis comercial, chega a presentar o inicio do conflito na primeira páxina ou na portada posterior para enganchar inmediatamente o lector.

As relacións intertextuais maioritariamente realízanse coa cultura mediática, a creada no cinema e a televisión, de maneira que é habitual a presenza de iconas mediáticas nas portadas e ilustracións de maneira que se crea un paquete de consumo cunhas características similares. Xa temos comentado a influencia das adaptacións de Disney nas recreacións literarias da tradición oral. E outra influencia importante ten que ver coas opcións estilísticas escolliadas polo autor: unha linguaxe similar á utilizada nos textos expositivos e periodísticos.

## **A televisión cambia a maneira de ler**

Se aceptamos que a televisión (e secundariamente o cinema) é o principal administrador de relatos dos nenos e adolescentes, compartiremos a opinión

---

<sup>6</sup> Vid. Gemma Lluch, *Análisis de narrativas infantiles y juveniles*, Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2003.

que a percepción que eles poidan ter do verbo narrar introducirá algunhas diferenzas notábeis coa que ten o pai ou o profesor de lingua e literatura.

Dende o mundo docente, o tema da televisión pasa a miúdo pola recomendación de apagala (cando non de ignorala ou desprezala). Pero esta acción prívanos non só de vela senón, o que é máis importante, de analizala e de entender aquilo que alimenta o universo dos nosos estudantes.

J. Martín-Barbero e Germán Rey<sup>7</sup> afirman que, dende o punto de vista dalgúns adultos, a televisión provoca un “desorden cultural”, é dicir, unha crise dos mapas ideolóxicos á vez que erosiona os cognitivos.

Esta desorde provócase, por unha parte, desmitificando as tradicións e os costumes dende ónde a escola elaboraba o seus “contextos de confianza” e, por outra, esvaecendo o hábitat cultural de maneira que reformula o sistema de valores, de normas éticas e cívicas.

Obviamente, as consecuencias son numerosas, por exemplo, Martín-Barbero e Rey<sup>8</sup> defenden que a televisión desordena a idea e os topes do campo da cultura en tres coordenadas esenciais:

- a) O espazo. A televisión provoca un desarraigamento do lugar concreto, unha desterritorialización da forma de percibir o próximo e o afastado. Incluso, fan máis próximo aquilo vivido en distancia.
- b) A nación. É unha conexión coa globalidade de maneira que a cultura perde a ligadura orgánica co territorio e a lingua que eran as bases do tecido propio e reestrutura a anterior concepción de nación.
- c) O tempo. A percepción do tempo no cal se insire a televisión está marcada polas experiencias de simultaneidade, do instantáneo e do fluxo. A televisión confunde os tempos porque fabrica un presente á vez que descontextualiza o pasado (deshistoriarízao) e redúceo a unha pura cita.

O lector facilmente pode entender de que maneira afectan estas características, por exemplo, á ensinanza da literatura. Unha materia caracterizada polo arraigamento a un territorio que percibe a realidade a partir do eu escritor,

---

<sup>7</sup> *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Barcelona: Gedisa, 1999, p. 22.

<sup>8</sup> *Ibidem*, p. 27.

inserido e influído por unha época determinada, o estilo da cal é unha consecuencia dos usados con anterioridade e que conformará os usos do futuro.

Aínda cando tradicionalmente se partiu da base que a televisión non ensina, deberíamos indagar no tipo de aprendizaxes relacionadas coa competencia narrativa que crean os relatos televisivos e os cinematográficos para a construción lingüística, narrativa e literaria.

## A programación televisiva

Dende o punto de vista da programación, Jesús González Requena<sup>9</sup> analiza as características do discurso televisivo entre as que destacamos dúas. En primeiro lugar, a fragmentación dos diferentes programas que vén dada pola emisión dos anuncios publicitarios ou dos próximos programas, informacións de última hora ou avances de programación; pero tamén pola configuración serial da maioría dos programas en episodios destinados a ser emitidos con certa periodicidade.

A outra característica común ás diferentes canles é a cohesión que se establece entre os programas mediante mecanismos de continuidade, cohesión e homoxeneización. Por exemplo, cartas de axuste, cabeceiras de programas, avances de programación, temas musicais ou visuais de continuidade ou publicidade interna. Tamén comparten as referencias cruzadas entre os programas, as galas de presentación da programación, a presenza do logotipo, do lema ou de rostros que a antropomorfizan.

Estas dúas características estudadas por González completámolas con outras que analizamos como propias da programación infantil e xuvenil. Maioritariamente, trátase de debuxos animados e de series con protagonista humano e en todas elas, a repetición en todos os ámbitos do produto é a característica fundamental compartida, porque basicamente todas as canles repiten non só o formato senón tamén as características. Ás veces envólvense nun programa marco que dá forma de “paquete de oferta” á programación infantil e que acostuma a converter o espectador en socio. Adoitan conducirlos un ou varios presentadores que manteñen un diálogo co espectador, falando, vestín-

---

<sup>9</sup> *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*, Madrid: Cátedra, 1988.

dose e comportándose como adolescentes. A función discursiva destes programas é a de enmarcar as teleseries e ofrecer un paquete compacto ao telespectador que inclúe sobre todo os anuncios de todo tipo de produtos dirixidos aos nenos.

L. Vilches<sup>10</sup> remite a algunhas investigacións que describen as técnicas usadas nos programas infantís comerciais e destaca a utilización de formas persuasivas relevantes como cambios veloces, movementos acelerados, efectos audiovisuais de alta intensidade. Pero os niveis de atención non se conseguen só coa manipulación das formas televisivas senón que poden obterse cando se utilizan voces ou personaxes infantís porque a atención do telespectador aumenta, non tanto por unha posíbel identificación, senón polas expectativas que espertan. As hipóteses sobre a atención e a comprensión formuladas por estas investigacións baséanse na evidencia de que os nenos manteñen un nivel de actividade diante da televisión porque buscan interpretar as mensaxes que se lles ofrecen. E estes mesmos estudos mostran que as habilidades específicas de comprensión do medio incrementáanse coa idade dos espectadores, pero tamén coa experiencia. Ademais, as habilidades mentais e a linguaxe dos medios poden chegar a formar parte do seu esquema mental no sentido de facerlles pensar en forma de zoom, panorámicas e cortes de montaxe. Dito doutra maneira: as horas pasadas ante a televisión, ou o cinema, conforman una maneira de pensar, de ler ou de mirar. En definitiva, de formalizar o mundo.

108

## Como son os relatos televisivos e cinematográficos

¿Agora ben, que tipo de televisión inflúe? ¿Cales son as características discursivas destas narracións? Dende un punto de vista discursivo, os relatos televisivos forman o que denominamos “seriais”, no sentido que Eco utilizou o termo para referirse á repetición nas narracións mediáticas, que se caracteriza porque a repetición afecta exclusivamente á estrutura narrativa, é dicir, parte dunha situación fixa e dun número de personaxes principais fixos que moven outros secundarios que cambian para dar a impresión de que a historia seguinte é diferente da anterior; e responde á necesidade infantil, pero non necesariamente morbosa, de volver a escoitar, a ver ou a ler constantemente a mesma

---

<sup>10</sup> *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona: Paidós, 1993, pp. 68-70.

historia, de encontrar consolo no regreso ao idéntico, enmascarado superficialmente, de maneira que nunca se decepcionan as expectativas do lector. Dende o inicio, o primeiro capítulo nace coa vocación de ser sometido a unha relación de imitación co resto de capítulos.

O tipo máis habitual é o definido por Eco como *loop*, é dicir, cada capítulo prolonga o inicial sen adiantar no tempo e os personaxes non son seguidos en momentos diferentes da súa vida, non se alteran senón que todo continúa como sempre. A historia volve a empezar e o devir histórico dos personaxes párase nun instante que se alonga até o infinito producindo feitos diferentes que non enriquecen a vida do personaxe.

Estudos e prácticas diversas demostránnos como o pracer que o neno ou o adolescente experimenta, radica no feito de escoitar repetida a mesma historia; do mesmo modo, nas series televisivas da que é espectador, a repetición deste esquema onde non importa o final porque o principio do seguinte capítulo está sempre no mesmo lugar, o espectador volve ver a historia que xa coñece e que viu tantas veces.

Se partimos da análise discursiva de debuxos animados (sempre deixamos fóra o manga xaponés polas súas características concretas) e de seriais con protagonista humano que actualmente se encontran en antena, as características enumeradas anteriormente mantéñense: a repetición en todos os ámbitos do produto, é dicir, todas as canles repiten non só o formato senón tamén as características.

Manteñen unha estrutura lineal simple que distribúe os feitos en tres escenas nucleares que corresponden ás tres proposicións prototípicas dunha secuencia narrativa: presentación, nó e desenlace. O relato desenvólvese fiel ao tempo cronolóxico, de maneira que os feitos seguen un desenvolvemento progresivo lineal, sen anacronías. A narración pode cerrarse cunha coda moral, como representamos no gráfico 2.

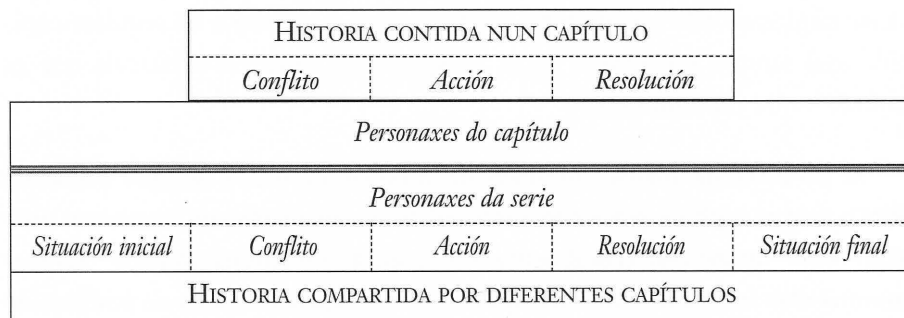
Gráfico 2

<i>Secuencia</i>	<i>Accións</i>
<i>Presentación</i>	Formúlase un problema próximo ao mundo preadolescente
<i>Nó</i>	O conflito afecta aos demais personaxes que participan del
<i>Desenlace</i>	Resólvese coa axuda dos outros personaxes e inclúese unha coda final en forma de explicación dun dos personaxes

Nas series para adolescentes e público polo xeral como, por exemplo *Embrujadas*, *CSI*, *O.C.* ou as máis antigas como *Beverly Hills 90210* o primeiro capítulo funciona como a situación inicial de calquera estrutura narrativa en que se presentan os personaxes principais e as súas circunstancias que son a orixe das diferentes accións provocadas nos diferentes capítulos pero tamén as características discursivas da serie.

Cada capítulo presenta unha breve historia distribuída en tres secuencias, a primeira das cales aparece antes dos créditos e unida temporalmente ao programa anterior de maneira que se abren unhas expectativas para manter a fidelidade á canle do telespectador; pero ao mesmo tempo, arrastra unha ou diferentes historias estruturalmente máis complexas (ou simplemente máis desenvolvidas) que son compartidas por outros capítulos (gráfico 3).

**Gráfico 3**



Aínda que é habitual iniciar o capítulo co conflito, algunhas series optan por solucións máis agresivas para capturar a atención do espectador como reproducir mediante flashes rápidos os pequenos fragmentos máis importantes do capítulo sen que haxa ningunha correspondencia cunha secuencia determinada. Desta maneira, a fragmentación é maior e dáse a opción ao público de situar, como as pezas dun quebracabezas, os fragmentos no lugar da narración adecuado. Cando o capítulo finaliza, o mecanismo repítese reproducindo os fragmentos do inicio do seguinte nunha especie de “Continuará así...”, para manter a atención até a semana seguinte.

O protagonismo recae nunha cuadrilla de preadolescentes composta en ambos os casos por mozos e mozas. Isto permite que en cada capítulo os problemas presentados poidan afectar a cada un dos seus membros e se diversifiquen os conflitos. E dado que cada personaxe representa un arquetipo co que

lle resultará fácil identificarse ao neno espectador (a lista, o bo, a líder, o pelota) o conflito resultante será tamén moi prototípico.

Son personaxes transparentes que son o que parecen e parecen o que son, non evolucionan nin en cada capítulo nin ao longo da serie (personaxes planos) e elabóranse a partir de poucos materiais que representan estereotipos sociais. As marcas que os describen son recorrentes e estábeis. Manteñen diálogos e estabelecen unha comunicación directa, inmediata e persoal a partir dos cales coñecemos que farán, que senten e que relacións manteñen entre eles.

Aínda que a acción é fundamental, os diálogos que manteñen os personaxes adquiren unha grande importancia porque informan ao telespectador sobre o que fixeron ou farán. Son personaxes planos, facilmente recoñecíbeis e a miúdo intercambiábeis cos doutras series.

A ideoloxía explícase claramente en moitas series tanto no discurso dos personaxes coma na inclusión da coda final. Un discurso moralizador que intenta influír, internamente, no comportamento dos personaxes e, externamente, no dos telespectadores. Preséntase sobre todo a chamada ideoloxía politicamente correcta coa inclusión nas cuadrillas protagonistas de personaxes que representan todo tipo de humanos: de estatura, volume ou razas diferentes e o discurso de cada personaxe. Utilízanse técnicas de identificación como a utilización de espazos, personaxes, punto de vista ou unha cosmovisión moi próxima ao espectador.

III

No caso do cinema (que a miúdo consúmen a través da televisión), os relatos xuvenís que narran aventuras de iniciación acostuman a presentar esquemas máis complexos, similares á estrutura que Propp presentaba para os relatos maravillosos. Christopher Vogler<sup>11</sup> propón unha adaptación deste esquema que seguen novelas como *Harry Potter* (Rowling, 1999) ou películas como *E.T. el extraterrestre* (Spielberg, 1982), *El Rey Leon* (Allers e Minkoff, 1994) ou *Titanic* (Cameron, 1997). Nestes relatos proponse unha viaxe iniciática do heroe que segue os pasos seguintes:

1. *Un mundo ordinario.* A maioría das historias sacan o heroe do seu mundo ordinario para situalo no novo.

---

<sup>11</sup> *El viaje del escritor. Las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas*, Barcelona: Edicións Robinbooks, 1998, 2002.

2. *A chamada da aventura.* Enfróntase a un problema, un desafío ou aventura que debe superar.
3. *O rexeitamento da chamada.* Con frecuencia o heroe ten medo ou móstrase remiso a cruzar a soleira da aventura e rexeita a chamada.
4. *O mentor* (o ancián ou anciá sabios). A relación entre o heroe e o mentor é un dos temas máis comúns. Equivale ao lazo que se forxa entre pai e fillo, mestre e pupilo, doutor e paciente, deus e home. Pode adoptar a forma dun mago ancián e sabio, un duro sarxento instrutor ou un antigo adestrador de boxeo. Prepárao para que se enfrente ao descoñecido. Pode darlle consellos, servirlle de guía ou proporcionarlle apócemas máxicas.
5. *A travesía da primeira soleira.* Accede á aventura enfrontándose ao primeiro reto.
6. *As probas, os aliados e os inimigos.* Unha vez traspasada a primeira soleira, o heroe encontra novos retos e probas achando no seu camiño aliados e inimigos e pouco a pouco asimila as normas que rexen ese mundo especial.
7. *A aproximación á caverna máis profunda.* O heroe aproxímase ao lugar que encerra o máximo perigo.
8. *A odisea (o calvario).* A fortuna do heroe toca fondo e é hora de que se enfrente directamente con quen máis teme. Enfróntase a unha morte posíbel e dá inicio a batalla coa forza hostil. É un momento negro para a audiencia que é mantida en tensión porque non sabe si o protagonista fenecerá ou sobrevivirá. Alta tensión psicolóxica.
9. *A recompensa.* O heroe sobrevive e obtén a primeira recompensa: unha arma, un símbolo, un elixir ou un coñecemento ou experiencia.
10. *O camiño de regreso.* Vive as consecuencias do seu enfrontamento coas forzas do mal. Esta etapa realza a firme decisión de regresar ao mundo ordinario.
11. *A resurrección.* O heroe ten que renacer e purificarse por medio dun último calvario de morte e resurrección antes de iniciar o seu retorno ao mundo ordinario dos vivos.
12. *O retorno co elixir.* O heroe regresa ao mundo ordinario pero a súa viaxe carecerá de sentido agás que volva á casa con algún elixir, tesouro ou ensinanza.

¿E os autores, os creadores destes relatos? Aínda que mediaticamente se identifiquen cun suxeito, cun ser humano, son empresas que, a diferenza dos organismos educativos tradicionais, non actúan polo ben social senón por unha ganancia individual. Son responsábeis da creación do actual currículo

infantil e xuvenil. Son empresas comerciais que crean unha cultura infantil e adolescente a partir do pracer que proporcionan. O poder da Disney, da Warner Brothers, da Fox, de Dreamworks, de Cromosoma ou de Globomedia provén do pracer que producen.

## Un autor entre a imaxe e a letra: R.L. Stine

¿Por que hai coleccións e libros que funcionan, que son lidos con avidez polos nenos e adolescentes e que, sen ser recomendados polo bibliotecario ou o profesorado, chegan ao lector e se transforman en éxitos de vendas? Neste apartado queremos analizar a obra dun autor que entra nesta categoría, que incluso poderíamos considerar como modelo de narración comercial. Referímonos aos libros escritos por R.L. Stine.

Este autor americano acércase moito a unha autora inglesa ben coñecida: Enid Blyton. Ambos os dous comparten unha característica: son autores que escriben unha narración facilmente identificábel; de feito, como veremos a continuación, ambos os dous comparten a característica principal que define a súa obra: sempre escriben un mesmo libro ao que cambian o nome e o número dos protagonistas, o conflito concreto (aínda que non o xenérico) e poucas cousas máis.

113

No caso de R.L. Stine, a súa obra principal concéntrase arredor de catro coleccións: “Pesadillas”, “La calle del terror”, “Fantasmas de Fear Street”, “Los thriller de R.L. Stine”. As diferenzas entre unhas e outras son nimias, basicamente teñen que ver con algúns aspectos gráficos da cuberta e co espazo onde transcorre a acción ou a reiteración dun personaxe determinado.

A colección máis coñecida ten o nome de “Pesadillas”, talvez é a colección máis xenérica, onde se inclúen títulos sen unhas características diferenciais tan marcadas como nas outras. A colección contén unha serie, “En busca de tus pesadillas”, que segue as pautas de libros publicados anteriormente en coleccións como “Escoge tu aventura”. Este tipo de libro usa unha forma de escribir que tenta borrar a fronteira existente entre a historia e o relato con recursos retóricos sinxelos e eficaces como, por exemplo, o narrador diríxese a un ti que se converte no punto de referencia da narración, cóntalle uns feitos que ocorren nas coordenadas *ti / aquí / agora* como vemos no exemplo:

¡La condesa está hipnotizándote!

Las piernas te tiemblan y caes al suelo. Un vampiro te lleva en brazos a un ataúd negro y te deposita en su interior.

–Duerme, amigo mío –te susurra, levantando la tapa del ataúd.<sup>12</sup>

É un recurso estilístico que reforza a presenza do lector na narración e que funciona como creador dunha realidade virtual parecida á creada polos videoxogos ou, por utilizar un termo informático ou mediático, funciona como creador dunha realidade narrativa.

## Os paratextos

En todas as coleccións os paratextos teñen unha mesma función: atraer a atención do lector e facilitar ao máximo o inicio da lectura. En definitiva, atrapar o comprador do libro e alimentar a súa adición ao produto. A mesma función que teñen nas coleccións máis comerciais para adultos. Na portada utilízanse as cores fortes, brillantes, en ocasións fluorescentes, cunha ilustración a medio camiño entre o cómic e o fotograma cinematográfico que representa o protagonista da narración, sexa persoa, animal ou cousa.

114

O que máis destaca non é o título do libro senón o da colección e o autor que ocupa boa parte da portada (é catro veces máis grande que o tamaño do título). Unha práctica editorial habitual cando o que se busca non é o comprador dun libro senón de toda unha colección. Por outro lado, as portadas posteriores transmiten informacións básicas, como veremos a continuación.

Todos os títulos da colección inclúen un subtítulo oracional que aparece xunto á ilustración. Os exemplos seguintes son unha mostra significativa e suxestiva dos contidos (gráfico 4).

Gráfico 4

<i>Título</i>	<i>Oración da ilustración</i>
<i>La casa de la muerte</i>	¡Tè matará!
<i>El hombre lobo del pantano</i>	¿Quién teme al lobo feroz?
<i>Deseos peligrosos</i>	Se pueden hacer realidad!
<i>La noche del muñeco diabólico I, II y III</i>	Todos los muñecos tienen su día... ¡Y su noche!

<sup>12</sup> R.L. Stine, *¡No des de comer al vampiro!*, Madrid: Ediciones B, 2000, p. 49.

## A narración

A estrutura narrativa de todos os libros das catro coleccións é moi eficaz e o autor presenta unha regularidade na maioría dos títulos, de forma que se consegue unha especie de “adición lectora” non só a unha colección senón á proposta literaria dun autor. Como vemos no gráfico 5, o argumento aparece organizado en cinco secuencias narrativas e os feitos seguen unha progresión lineal.

Gráfico 5

<i>Situación inicial</i>	Resumida na información da portada posterior. Funciona como marco da narración: presentación dos personaxes, do ambiente, do posíbel conflito e dá unha pista falsa sobre o posíbel asasino ou causa do conflito.
<i>Inicio do conflito</i>	Iníciase na portada posterior e, ás veces, aparece resumida nunha oración curta e exclamativa na portada.
<i>Conflito</i>	Un asasinato ou un efecto paranormal que pon en perigo a vida da protagonista.
<i>Resolución do conflito</i>	Resólvese nas últimas páxinas. Retorno a unha certa serenidade.
<i>Situación final</i>	A miúdo omítese.

115

Agora ben, a diferenza do que é común en calquera novela, a situación inicial e o inicio do conflito non se desenvolven nas primeiras páxinas senón que se resume na información que aparece na portada posterior. Aquí preséntanse os personaxes, o escenario, o posíbel conflito e dáse unha pista falsa sobre o posíbel asasino ou sobre a causa do conflito. De feito, poucas liñas bastan para informar dado que se recorre a lugares coñecidos polo lector, a personaxes estereotipados próximos porque son habituais nas películas ou no mundo que lle rodea: adolescentes que, coma os protagonistas, se namoran, saen de noite, desobedecen aos pais, etc.

Se a situación inicial se resume na portada posterior, as primeiras liñas do primeiro capítulo inician xa a acción. Unha acción que vén dada por unha pista falsa porque se comproba coa lectura das primeiras páxinas e que só se resolve nas últimas liñas –un mecanismo habitual explotado até a saciedade por autores como Agatha Christie ou por diferentes series televisivas. Tamén carece dunha situación final, tal como se entende nun texto narrativo.

O tipo de conflito tamén é moi repetitivo, un exemplo, na novela *Admirador secreto*, Selena, unha estudante que quere ser actriz, recibiu unha bolsa para facer un curso de arte dramática. Empeza a recibir unhas cartas ameazadoras e durante os ensaios sucédense accidentes que, en ocasións, acaban en morte. En *El chico nuevo*, Ross Gabriel acaba de chegar ao instituto, paralelamente, alguén roubou o diñeiro recadado no baile escolar. Logo se inician os asasinatos e todo indica que o culpábel é Ross. Janie intenta confiar nel, pero as súas dúas mellores amigas son asasinadas.

A narración organízase nunha serie de capítulos curtos, de entre 8 e 10 páxinas, que acostuman acabar cunha frase, a miúdo en forma de pregunta, que obriga ao lector a continuar a lectura ante as expectativas creadas, pero que cando comece o seguinte capítulo saberán que eran falsas porque a continuación non responde á intriga xerada. Por exemplo, en *Admirador secreto* o capítulo 2 acaba cunha frase de Katy que di: “¡Hay alguien en la ventana! ¡Alguien nos está mirando! –dijo con voz entrecortada”; cando continuamos a lectura enseguida vemos que non ocorre nada e que crea una falsa alarma.

116

O tipo de protagonista non nos sorprende xa que o que se pretende é crear un efecto de identificación co lector: mozos e mozas adolescentes nos últimos cursos de instituto, sobre todo unha parella de amigas. As descrições acostuman ser estereotipadas. Un exemplo de caracterización masculina:

Era guapo. Tenía ese andar suave, elegante y elástico que suele caracterizar al atleta natural. Era alto y esbelto. Su rostro delgado, coronado por unos cabellos rizados y castaños, exhibía una expresión solemne<sup>13</sup>.

E as rapazas adoitan ser:

(...) pequenita y ligera, casi perfecta. Era la chica más bajita de su clase, pero no tenía ningún complejo, ya que también era la más guapa. Tenía los pómulos de modelo, una melena rubia y rizada que le caía sobre los hombros en forma de cascada, los ojos azules como el cielo, piel suave y blanca, y una boquita diminuta de color rojo en forma de corazón<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> R.L. Stein (1994), *El chico nuevo*, Barcelona: Ediciones B, 1997.

<sup>14</sup> R.L. Stein (1989), *La canguro*, Barcelona: Ediciones B, 1997.

De novo, personaxes próximos ás series e ás películas americanas.

Pero non só os personaxes nos recordan ás series e ás películas de adolescentes senón todo o libro: os argumentos, os temas, a maneira de narrar, etc. De feito, algúns dos seus títulos copian os argumentos máis coñecidos do cinema de terror que na última década o cinema americano ofreceu aos adolescentes: *Scream 1 e 2*, *Viernes 13* e as súas secuelas con Freddy, *El muñeco diabólico*, *La noche de los muertos vivientes*, *Sé lo que hicisteis el último verano* e *Aún se lo que hicisteis el último verano*, etc.

## A linguaxe

Como non podería ser doutra maneira, tamén todos os libros comparten outra característica: o tipo de linguaxe. E as características fundamentais que resumen o estilo resumímolos no gráfico 6, un estilo moito máis próximo aos textos expositivos.

Gráfico 6

– Abundancia de discurso directo
– Verbos de locución habituais ( <i>dicir, exclamar, preguntar</i> ) acompañados por un adxectivo ou un adverbio; que é a construción máis simple.
– Repeticións constantes, por exemplo, todas as referencias que aparecen ao personaxe principal ao longo do texto estabelécense a partir da repetición do nome propio.
– Poucas veces aparecen descrições dos sentimentos ou do estado de ánimo dos protagonistas, a excepción de adxectivos como <i>horrorizado</i> ou <i>asustado</i> .
– Maioritariamente, úsanse frases simples e mantense a orde prototípica dos elementos da oración.

117

## O estilo dos relatos mediáticos

A literatura pensada ou consumida por televidentes comparte o tipo de linguaxe das obras comerciais analizado por diferentes autores. Walter Nash<sup>15</sup> afirma que lemos as convencións da narrativa popular de maneira similar a como lemos un mapa que designa unha ruta e unhas poucas paisaxes facilmen-

<sup>15</sup> *Language in popular fiction*, London: Routledge. Steinberg e Kincheloe, 2000, p. 21.

te recoñecíbeis. Esta maneira de ler ten unha consecuencia clara: é predicíbel, polo que podemos lela rapidamente movéndonos con seguridade entre as paisaxes porque sabemos que a dirección que eliximos é correcta. Cada tipo, como a novela romántica, presenta innumerábeis variacións de incidentes pero que sempre conforman uns principios simples que nos guían entre a narrativa.

Isto é o que ocorre nos libros de Stine e nunha parte importante das narracións infantís e xuvenís máis comerciais e que se len a miúdo sen dar o salto cualitativo a textos de maior profundidade. Con todo, debemos recordar que son narracións que poden aumentar unha competencia narrativa ou lingüística –non sabemos se literaria.

As narracións populares ou comerciais constrúense en tres niveis preferentes: o do diálogo, que é maioritario; o da descrición e o do narrador cuxa función é relacionar ambos os niveis. A descrición de caracteres, escenarios, accións, emocións ou sensacións poucas veces aparecen en pasaxes extensas senón que se axustan ao longo da narración a través de poucas palabras como unha especie de mosaico. As formas de introducir a descrición son a través de pequenas secuencias que ocasionalmente poden aparecer ao inicio do relato ou pasaxes curtas capsuladas no curso dos diálogos con forma de adverbios. O tipo de descrición leva a que, por exemplo, as descricións dos sentimentos ou das emocións sexan en abstracto e de forma estandarizada.

118

O diálogo é o que ocupa toda a narración introducindo o idiolecto do personaxe e con el, o do lector creando formas de identificación co texto. O narrador, que ve moi reducido o seu espazo, presenta habitualmente unha perspectiva modal ou temporal cuxas pasaxes constrúe a partir de verbos de cognición como *pensar*, *coñecer*, *recordar*, *preguntarse*, *crer* ou *oír* ou verbos modais como *poder* ou *deber*. Desenvolve unha función ideolóxica e, o que Nash chama, “narrador cotilla” con secuencias como “¿Qué hizo?, ¿qué ha dicho?” ou preguntas reflexivas como “¿Por qué ella fue allí?”. Sitúase nun tempo do pasado narrando feitos acontecidos nun pasado próximo ao protagonista ou é o mesmo protagonista dos feitos o que os narra.

A estas características deberíamos engadir as que David Rudd<sup>16</sup> analiza no seu libro a partir do estilo empregado por Enid Blyton. Este autor compara o

---

<sup>16</sup> *Enid Blyton and the mystery of children's literature*, Nova York: Palgrave, 2000, pp. 156-166.

que chama estilo oral co que segue unha tradición literaria. A partir da súa descrición, propoñemos un modelo que caracterice, por medio de opostos, un relato comercial dun literario (gráfico 7).

**Gráfico 7**

<i>Relato comercial</i>	<i>Relato literario</i>
O estilo é secundario	O estilo é supremo
O discurso está organizado linealmente	O discurso está tematicamente integrado
Os personaxes son secundarios á acción, están debuxados esquematicamente, representan estereotipos	Os personaxes son centrais, ponse énfase nas calidades dos individuos, na súa psicoloxía e introspección
Cóntase con comentarios avaliativos	Móstrase antes do que se conta
Linguaxe simple, repetitiva e de clixés	Linguaxe precisa, lóxica e metafórica
A historia pénsase para adaptala ás circunstancias da audiencia	A historia pénsase como única: unha obra mestra
Dependencia de obras coas que establece intertextualidades: orientado ás series e á posibilidade doutros produtos	O plaxio é un tabú, a orixinalidade é o importante. Céntrase no canon e a tradición canónica
Autoría envolvente Actividade común, afectiva e visceral	Separación da autoría: a obra cobra vida Actividade privada, cerebral e intelectual

## A modo de conclusión

Non podemos ignorar o poder dos relatos audiovisuais: S. Steinberg e J. Kincheloe<sup>17</sup> describen ás organizacións responsábeis destes relatos como as creadoras do currículo cultural actual e puntualizan que non se trata de organismos educativos, senón de entidades comerciais que actúan pola ganancia individual. Son empresas que crean unha cultura de consumo a partir do pracer que producen en nenos e adolescentes.

A maioría destas narracións (como boa parte da literatura comercial destinada a un adolescente ou a un adulto) conforman o que denominamos unha

<sup>17</sup> *Cultura infantil y multinacionales*, Madrid: Morata, 2000, p. 21. Vid. tamén sobre todos os aspectos aquí apuntados Gemma Lluch, "Series televisivas, cine y competencia literaria", en *Textos de Didáctica de la Lengua y de la Literatura*, 38, 2005.

cultura global na cal os nosos nenos e adolescentes se encontran inmersos e son copartícipes. Focalizar a discusión sobre esta cultura para analizala ou aproveitar as competencias que crea é unha forma de enriquecelos e enriquecernos.

*Gemma Lluch*  
Universitat de València