

## EL *BOOK TRAILER* EN LA PROMOCIÓN DEL RELATO

Rosa Tabernero Sala  
Universidad de Zaragoza ERI Lectura

---

### 1. INTRODUCCIÓN

Uno de los ámbitos fundamentales de la educación es la formación de lectores, no tanto por la intención de crear expertos en el arte de la interpretación como por la creencia de que la lectura reflexiva (Cf. Chambers, 2007: 21), sobre todo la lectura literaria, fundamenta, en parte, nuestra construcción del mundo. Leemos para ser (Manguel, 2012). La literatura responde a necesidades intrínsecas del ser humano y su conocimiento constituye uno de los principales motivos de la educación. Hablamos, por supuesto, de una lectura ética, de leer con la conciencia de leerse, como proponen Booth (2005), Nussbaum (2005).

Es, por tanto, oportuno pensar en la promoción de la lectura como una de las líneas conceptuales en la que se debe insistir porque, de alguna manera, de ella depende el nacimiento de ese lector que mencionábamos. En este sentido, Chambers (2007: 35), entre otros, establece la necesidad de realizar atractiva la presentación de las lecturas (Cf. Lluch, 2010) en el aula. Así, en el marco de la Web 2.0 (Lluch, 2012; Cassany, 2012; Zayas, 2012), lo que se denomina *book trailer* puede constituir un material, una herramienta, no solo de promoción de la lectura sino de adquisición de competencia literaria por las claves que definen ese medio de expresión. Antes de adentrarnos en la investigación experimental que, sin lugar a dudas, deberemos plantear para implementar convenientemente las propuestas de promoción de lectura en las aulas a través de soportes nuevos y recursos multimedia tomando como referencia la técnica cinematográfica del trailer, hemos creído necesario profundizar en las características del *book trailer* para comprenderlo en todas sus dimensiones: desde las razones de su origen hasta las estrategias de construcción que explican su funcionamiento y su relación con los lectores modelo. Así, nos adentramos en lo que Len Unsworth (2006) denomina *literatura electrónica* en la modalidad de “aumento”:

The first refers to electronically *augmented* literary text, or perhaps electronically augmented experience relating to literary text. This category is concerned with literature that has been published in book format only, but the book are augmented with online resources that enhance and extend the story world of the book. This kind of augmentation is most frequently provided by the publishers and/or the authors themselves. Sometimes it involves information the genesis of the story, further details of artifacts or additional information about characters, and sometimes it involves presentations of selections from the story in print or by the author, or someone else, reading a sample chapter or segment, to entice the potential reader to invest in the whole story (Unsworth, 2006: 3).

## 2. BOOK TRAILER Y RELATO INFANTIL Y JUVENIL

### 2.1. Marco de estudio

El *book trailer* es un instrumento de promoción de un libro en formato de vídeo que emplea técnicas similares a las que utiliza el *trailer* cinematográfico con la peculiaridad de que circula por internet, es decir, se difunde a través de las redes sociales. Por tanto, se define como un modo de promoción que tiene que ver con un lector, el del siglo XXI, que se desenvuelve de una forma natural en las redes sociales y recibe la información a través de soportes multimedia que integran palabra, imagen y sonido de naturaleza hipertextual. De este modo, el lector infantil y juvenil se convierte en uno de los receptores buscados, a manera de lector modelo, de cierto tipo de *book trailers* ideados por las editoriales con el fin de persuadir a un receptor que se explica a través de internet (Cf. Morduchowicz, 2012). Este lector encuentra hoy en el entorno de la Web 2.0 (Cassany, 2011: 12-22; 2012) nuevos modos de aproximarse a la lectura. Sin embargo, esta herramienta ha sido cuestionada en algunos entornos por ser deudora del lenguaje cinematográfico y, por ende, utilizar imagen y sonido para publicitar un discurso que, en principio, construye sentidos a través de la palabra.

En lo que concierne a la promoción del libro infantil y juvenil, varias son las editoriales que han utilizado el *book trailer* como medio de presentación en el mercado de sus novedades. Obviamente, la literatura juvenil, sobre todo, la literatura de serie muy cercana a los *bestsellers*, ha constituido el ámbito que mejor se ha adaptado al instrumento de promoción del que estamos tratando ante la necesidad de captar a un lector de series televisivas inmerso en el entorno digital de las redes sociales. Así los *book trailers* vinculados a la literatura juvenil tienen que ver con los diseños materiales de los libros que promocionan, diseños relacionados con el consumo cultural de los adolescentes del momento actual, tal como expone G. Lluch (2010: 7). Sirva como ejemplo

el *book trailer* con el que la editorial SM presenta *Pomelo y limón*<sup>1</sup> de Begoña Oro<sup>2</sup>.

Sin lugar a dudas, en el marco de la literatura juvenil las claves del *trailer* cinematográfico se adaptan perfectamente al joven, de tal modo que se abre aquí una línea de investigación en la que habrá que profundizar. Sin embargo, en este artículo, nos vamos a centrar, siempre dentro de la literatura infantil, en el ámbito de los relatos gráficos, especialmente en el álbum aunque no por ello dejaremos de hacer referencia a libros ilustrados y novelas gráficas, por la proximidad que se establece entre el *book trailer* y la presencia de un discurso que construye su sentido a través de palabras e imágenes enmarcadas en un soporte que no deja de influir en la identidad del género.

## 2.2. Book trailer, libro-álbum y relato ilustrado

El libro-álbum es concebido como una unidad, una totalidad que integra todas sus partes designadas en una secuencia de interrelaciones. Se trata de lo que en el mundo anglosajón se denomina *picture books* (Cf. Durán, 1999: 79). Se entiende que las relaciones entre palabras e ilustraciones varían desde una relación de obvia congruencia hasta una de alta ironía (Nodelman, 2010; Nikolajeva, 2001). Así en su mayor grado de experimentalidad, esas relaciones requieren de un alto grado de tolerancia por parte del lector (Doonan, 1999: 35). Lewis (1999: 86) y Salisbury y Styles (2012: 89) defienden que la incesante interacción entre palabra e imagen es una de las razones por las que la forma de los libros-álbum tiene una extraordinaria apertura y sensibilidad. La investigación analiza este tipo de relato desde perspectivas diferentes como un discurso polifónico de la postmodernidad (Lewis, 1999: 87), como relato en el que la metaficción es fundamental para construir el significado global (Silva-Díaz, 2005), como medio de alfabetización visual cuando la aproximación al álbum se produce desde la perspectiva de formación de receptores (Styles y Arizpe, 2004: 73-93), como relato de tensión (Sipe, 2008) o interanimación de Meek (Arizpe y Styles, 2004: 177). Estos son algunos de los conceptos que se repiten en los estudios que desarrollan una aproximación al libro-álbum.

De todas las definiciones que se han realizado del concepto del álbum, seleccionamos dos que nos parecen muy adecuadas al objeto de estudio. Por una parte la que ofrece B. Bader (1976):

---

<sup>1</sup> <[http://www.literaturasm.com/Premio\\_Gran\\_Angular\\_2011.html](http://www.literaturasm.com/Premio_Gran_Angular_2011.html)> [Última consulta 10/11/2012].

<sup>2</sup> De aquí en adelante, entenderemos que el hipervínculo implica el acceso a todos los datos que el lector requiera sobre los libros tratados. Por esta razón, omitimos las referencias bibliográficas, en lo que al corpus se refiere, en el apartado final.

Un álbum ilustrado es texto, ilustraciones, diseño total; es obra de manufactura y producto comercial; documento social, cultural, histórico y, antes que nada, es una experiencia para los niños. Como manifestación artística, se equilibra en el punto de interdependencia entre las imágenes y las palabras, en el despliegue simultáneo de las páginas encontradas y en el drama de la vuelta a la página (citado por Goldin, 2006).

Por otra parte, S. Van der Linden (2007: 87) insiste en los conceptos de interacción y de doble página:

L'album serait ainsi une forme d'expression présentant une interaction de textes (qui peuvent être sous-jacents) et d'images (spatialement prépondérantes) au sein du support, caractérisée par une organisation libre de la double page, une diversité des réalisations matérielles et un enchaînement fluide et cohérent de page en page.

No olvidamos en nuestro análisis todo lo concerniente al relato ilustrado, teniendo en cuenta que este último ha incorporado elementos característicos del álbum como diseño, soporte y doble página, entre otros, sin llegar, por supuesto, a la dinámica de interdependencia entre imagen y palabra.

Si nos detenemos en todo lo que hasta ahora hemos expuesto, en una apresurada caracterización del libro álbum y, por ende, del relato ilustrado, en lo que a lugar de encuentro de diferentes códigos y lenguajes se refiere, y entendiendo que el receptor del siglo XXI se mueve en las redes sociales como medio natural, resulta consecuencia lógica que las editoriales dedicadas a las literaturas gráficas hayan adoptado el *book trailer* como estrategia de promoción de sus libros en la red. Y no solo las editoriales se han adentrado en este mundo, sino también escritores e ilustradores que, a través de sus páginas, están desarrollando estrategias de exhibición que, en algunos casos, constituyen verdaderos logros estéticos que adquieren sentido y unidad por sí mismos. El álbum, además, se explica tanto desde la teoría de la literatura como desde el marco de los relatos cinematográficos puesto que es habitual la presencia de recursos filmicos en la literatura gráfica (Van der Linden, 2007).

Así la proximidad de álbum y lenguaje filmico convierten el *book trailer* en uno de los medios más adecuados para la publicitación del género. Si a ello le sumamos, tal como hemos expuesto en páginas anteriores, las características propias del lector infantil del siglo XXI, entenderemos que las editoriales de libros "iluminados" hayan tomado como referencia esta herramienta de animación a la lectura. Convendría, por tanto, profundizar en las características que definen este modo de promoción del libro y, por ende, de la lectura en la idea de que el *book trailer*, habiendo nacido con una finalidad extraliteraria

muy concreta se está mostrando como una entidad en sí mismo, con sus propias leyes de construcción desde una perspectiva puramente artística.

### 2.3. El book trailer, características y clasificación

El *book trailer*, del mismo modo que el *trailer* digital, debe ser por definición breve, estimulante, elocuente y preciso (Lloret y Canet, 2008). Dadas las características del álbum, las editoriales, aprovechando el entorno 2.0, han incorporado a sus páginas este tipo de promoción.

En principio, y siendo conscientes de que la evolución de los contenidos en la red es vertiginosa, hemos distinguido, en el ámbito de la promoción del álbum, tres grandes clases de *book trailer*, teniendo en cuenta sus características formales:

Un primer tipo de *book trailer* es la presentación en Issuu de una selección de páginas o dobles páginas que obedecen a una síntesis de los aspectos más destacables del libro. Así, por ejemplo, encontramos la presentación de *Cuando no estás* de María Hergueta<sup>3</sup>, *La merienda del Señor Verde* de Javier Sáez Castán<sup>4</sup>, el reciente *Coco y Pío* de Alexis Deacon<sup>5</sup> o *Una pequeña casa en el bosque* de Jutta Bauer<sup>6</sup>.

En los tres casos, se trata de documentos muy próximos al relato en forma de libro, con paso de página incluido. Técnicamente son ejemplos muy sencillos de factura y muy apegados al formato de libro y al concepto de soporte. Este tipo de presentación combina elementos gráficos definitorios de la propuesta gráfica con el planteamiento de una historia que deberá continuar si el lector así lo desea.

De este modo, en *La merienda del Señor Verde* se seleccionan la cubierta, la portadilla y dos dobles páginas que destacan, sobre los demás elementos, el homenaje a Magritte mientras el texto deja la historia en suspenso, puesto que la elipsis a la que se ha sometido el discurso juega con los factores de desencadenamiento de la intriga. Se cumple así con la finalidad propia del *book trailer* que no es otra que promover la lectura del libro. Obligatorio en esta modalidad la referencia básica al título, autor, editorial, año de publicación y, en algunos casos, al texto de contracubierta, con claras alusiones valorativas del contenido de la obra.

---

<sup>3</sup> <<http://issuu.com/eljineteeazul/docs/cuandonostas/1>> [Última consulta 12/01/13].

<sup>4</sup> <[http://issuu.com/ekare/docs/la\\_merienda/1](http://issuu.com/ekare/docs/la_merienda/1)> [Última consulta 5/01/13].

<sup>5</sup> <<http://issuu.com/ekare/docs/cocoypio/1>> [Última consulta 10/11/12].

<sup>6</sup> <[http://www.loguezediciones.es/libro/ver\\_libro\\_coleccion\\_issuu?id=249](http://www.loguezediciones.es/libro/ver_libro_coleccion_issuu?id=249)> [Última consulta 12/01/2013].

En el segundo tipo, el *book trailer* utiliza la técnica cinematográfica; es, sin duda, el instrumento de promoción más próximo al *trailer* filmico. Se trata de una película muy breve que adelanta la exposición de la historia. La música, la palabra, oral y escrita, e incluso el movimiento centran este tipo de presentación. Realmente esta clase de *book trailer* podría definirse como un microrrelato.

Las características del microrrelato (Zavala, 2006) se adaptan a la perfección al instrumento que estamos definiendo. Así, las muestras que vamos a ofrecer se vertebran en torno a las claves de este tipo de expresión: brevedad, diversidad, complicidad, fractalidad, fugacidad y virtualidad. Los ejemplos que ilustrarán la clasificación que proponemos, en su mayor parte, constituirán un ejercicio de hibridación de géneros, de base puramente intertextual e incluso metaléptica o metaficcional (Koch, 2010), retóricamente definido por la elipsis como recurso fundamental.

El *book trailer* se explica desde la mezcla de formas de expresión, desde la brevedad y la fragmentariedad y, por ende, desde la elipsis y la hipertextualidad como claves de aproximación. El receptor debe colaborar en la construcción de significados a través de una lectura de carácter hipertextual (Landow, 2009; Mendoza, 2010 y 2012) propia del soporte virtual que le es inherente. Sobre la base del microrrelato, podemos distinguir diferentes tipos de propuestas:

1. Los *book trailers* que parten de la exposición y suspenden la trama para “enganchar” al lector. Sirvan como ejemplo *Los zapatos rojos* de H. C. Andersen ilustrados por Sara Morante de editorial Impedimenta<sup>7</sup>, *Max y Moritz* de W. Busch<sup>8</sup>, *El cuento del carpintero* de Iban Barrenetxea de Editorial *A buen paso*<sup>9</sup> o *Ramón* de Jesús Cisneros<sup>10</sup>.

La elipsis y la suspensión en estas propuestas es básica y la función de interpelación al receptor unida a una suerte de intertextualidad omnipresente resulta fundamental. *El book trailer* de *Los zapatos rojos* y el de *Max y Moritz* juegan con la estética cinematográfica de las películas del cine mudo, con fundidos, aproximaciones de cámara, música y un punto de “torpe” animación con el que aúnan el origen del libro al que pertenecen y al que desean remitir y el tiempo en el que se escribe el relato, en el caso de *Max y Moritz*, a base de rótulos que recuerdan el lenguaje cinematográfico de otros tiempos (Gaudreault y Jost, 1995: 78-80) y las películas cómicas de los inicios del séptimo arte. Se

<sup>7</sup> <<http://impedimenta.es/trailers.php/los-zapatos-rojos-1>> [Última consulta 10/11/12].

<sup>8</sup> <<http://impedimenta.es/trailers.php/max-y-moritz-trailer>> [Última consulta 10/11/12].

<sup>9</sup> <<http://www.youtube.com/watch?v=WzxXWTL6RCc>> [Última consulta 10/11/12].

<sup>10</sup> <<http://www.youtube.com/watch?v=spZvqvg8u-c>> [Última consulta 12/01/13].

vincula, de este modo, el álbum ilustrado con el lenguaje cinematográfico, lenguaje del que toma multitud de préstamos terminológicos y técnicos. Desde luego, la estética por la que se deciden ambos *book trailers* está totalmente asentada en la construcción del libro como objeto artístico.

*El cuento del carpintero* obedecería a los parámetros que terminamos de exponer con la peculiaridad de que en él se incide en una estructura de doble página de raigambre marcadamente tradicional. El *trailer* obedece, por tanto, con la secuenciación y la animación plana propia del libro, a la parte expositiva de los cuentos clásicos de acciones recurrentes. Se inserta de esta manera al lector en una atmósfera tradicional, con las propuestas gráficas detalladas y caricaturescas del ilustrador, y se suspende la trama interpellando al receptor con el ánimo de que busque en otro lugar –el libro– el desarrollo de la historia. La propuesta parte de la fragmentariedad y juega con el horizonte de expectativas del lector para que pueda interpretar ciertas señales de extrañamiento que redundan en el tono humorístico.

Además, dentro de esta modalidad, podemos encontrar propuestas, como las que promueven la lectura de *Olivia en Venecia* de I. Falconer<sup>11</sup>, que tienen un acentuado carácter intertextual que podríamos tildar de intertextualidad restringida, tal como la denominaba J. Ricardou (1971) en la línea de hibridación de géneros y ruptura de niveles de ficción.

Existen asimismo *book trailers* que seleccionan un fragmento del libro, como en *Turelí, Tureló* de Elzbieta (<<http://edicionesekare.blogspot.com.es/search/label/Elzbieta>>. Última consulta: 10/11/12). La fractalidad en estos casos es destacable. Se trata de exponer con fondo musical un fragmento de animación plana, atenido a la estética del libro y suficientemente representativo del discurso que se promociona.

Por último, distinguimos aquellos *book trailers* que están contruidos, a manera de minicuentos, sobre la base del libro original. La estrategia fundamental es la elipsis de tal modo que el *book trailer* puede funcionar como relato terminado en sí mismo. Así, Ana Juan<sup>12</sup> aloja en su página el trailer de *Circus*<sup>13</sup> o de *Snowwhite*<sup>14</sup> que funcionan como ejemplos de construcción diferente. En tanto *Circus* idea su relato de forma elíptica con el telón de fondo de la música de Mozart y el paso de página y los movimientos de zoom como técnica de animación, el *trailer* de *Snowwhite* se teje mediante un pretexto

---

<sup>11</sup> <<http://books.simonandschuster.com/Olivia-Goes-to-Venice/Ian-Falconer/9781416996743>> [Última consulta 12/01/2013].

<sup>12</sup> <<http://www.anajuan.net/>> [Última consulta 10/11/12].

<sup>13</sup> <<http://www.youtube.com/watch?v=z5Jh6PzPKvQ>> [Última consulta 10/11/12].

<sup>14</sup> <<http://www.youtube.com/watch?v=z5Jh6PzPKvQ>> [Última consulta 10/11/12].

con cambio de narrador para enmarcar los bocetos como recuerdo del relato que justifica el discurso del libro. Todo ello es posible gracias a un título, a unos personajes y a una historia con inevitables vínculos al hipotexto de *Blancanieves*.

El conocimiento del citado hipotexto justifica de la misma manera la factura del *book trailer* de *Blancanieves* ilustrado por I. Barrenetxea de editorial Nórdica<sup>15</sup>.

De igual forma, *Es un libro*, de Lane Smith (<<http://www.youtube.com/watch?v=NWhrEupHf-k>>. Última consulta: 10/11/12), construye sobre el álbum que promociona un discurso virtual, fragmentario, irónico y con una animación ágil que proviene de la propuesta literaria y, a su vez, es fiel a la técnica de ilustración. El *book trailer* se asienta en una propuesta intertextual, metaficcional e irónica que se justifica por sí mismo.

#### 2.4. *El cortometraje de animación*

El cortometraje de animación basado en relatos ilustrados o álbumes constituye otra clase de *trailer* de promoción de libros que excede, en casi todos los casos, el ámbito del libro para aproximarse a un discurso alejado de su origen. Así, *El pez que sonreía* de Jimmy Liao, de la editorial Barbara Fiore da lugar a un cortometraje titulado *El pez feliz* (<<http://www.youtube.com/watch?v=WSs1W7mP29M>>. Última consulta: 10/11/12). Este cortometraje obtuvo en 2006 el premio al mejor cortometraje de animación del Festival Internacional de Berlín. Con todo y con ello, siendo extremadamente fiel al libro, se requeriría profundizar sobre la naturaleza de promoción de estos cortos.

### 3. EL *BOOK TRAILER* Y LA PROMOCIÓN DEL RELATO Y DE LA LECTURA

Hasta aquí hemos expuesto, de manera somera, una caracterización del *book trailer* desde la perspectiva de su funcionamiento interno. Interesa ahora reflexionar sobre la eficacia del mismo en la promoción de la lectura y en el desarrollo de la competencia literaria.

En primer lugar, el *book trailer*, tal y como lo hemos descrito, formaría parte del entorno epitextual del libro tal como lo definía Genette (2001). Se trataría de los paratextos que se mantienen a cierta distancia del libro. Sin embargo, hemos podido comprobar que el *book trailer* corresponde, sobre todo en la segunda clase que hemos distinguido, a la traducción virtual de peritextos como los textos de contracubierta.

---

<sup>15</sup> <<http://www.nordicalibros.com/ficha.php?id=118>> [Última consulta 10/11/12].



Sería, por tanto, consecuente entender que el *book trailer* busca no solo a un lector infantil o juvenil que se mueve en la red sino también a un adulto que lo consume como mediador o como receptor último en la línea de un lector sin edad. Una vez más, nos encontramos ante esa lectura bicéfala que caracteriza el relato infantil y juvenil. Con todo, hemos de señalar que el *book trailer* insiste en el aspecto artístico en tanto que el texto de contracubierta se centra fundamentalmente en la trama argumental. Por otra parte, destacamos la adecuación del álbum a la red por sus propias características así como por la definición del lector buscado en el marco de la Web 2.0.

El *book trailer* consta, además, desde las instancias de la ficción, de una serie de elementos obligatorios que debe identificar el lector. Nos referimos a la presencia del título, autores, personajes principales o protagonistas, jerarquización de los personajes, ambientación consecuente con la historia, música que marca el tiempo y el tempo del relato, presencia de la editorial, etc. Retóricamente la utilización de elipsis en las secuenciaciones, los juegos intertextuales y la combinación de géneros, códigos y lenguajes artísticos definen a un lector colaborador, activo, crítico y reflexivo que rellene los huecos que crea el discurso para así generar sentidos. Es decir, el *book trailer* se convierte en un instrumento no solo de promoción de la lectura sino también de desarrollo de la competencia literaria en el marco de la escuela 2.0 que entiende la construcción del conocimiento de una forma interactiva y compartida. Así habrá que contrastar con estudios experimentales la posibilidad de elaborar *book trailers* por parte de los propios consumidores con el objeto de presentar un discurso artístico, fomentar la lectura y desarrollar los fundamentos de la competencia literaria de una manera activa y creadora.

#### 4. NUEVOS CAMINOS DE INVESTIGACIÓN

Solo hemos expuesto el comienzo, la fundamentación, de una investigación que debe partir del conocimiento del género y que debe complementarse con una investigación experimental en las aulas. En esta línea debemos continuar desde el ámbito epitextual, estudios como los de Serafini & Ladd (2008: 10) que versaron sobre el análisis de las respuestas lectoras en lo que concierne a los epitextos y a la construcción de sentidos. Creemos que el *book trailer* constituye un medio de promoción del libro infantil y juvenil muy adecuado por utilizar un entorno virtual en el que el lector del siglo XXI se mueve de forma natural. El álbum y el libro ilustrado, por sus características genéricas de hibridación de géneros y lenguajes, resultan especialmente próximos a la dinámica del *book trailer*. Por esta razón y por la necesidad de utilizar propuestas de promoción de lectura atractivas, necesitamos entender el funcionamiento interno de este instrumento para aventurar, como hemos hecho, en qué medida

el *book trailer* puede convertirse en un instrumento de promoción de la lectura en el ámbito de la Web 2.0, tanto desde la perspectiva de la recepción como desde la creación. Se transforma, por consiguiente, en un recurso valioso de adquisición de competencia literaria dentro y fuera de las aulas.

Creemos que los nuevos lectores requieren nuevas formas de aproximación y entendemos, asimismo, como decía Bruner (1998), que construimos el mundo y nos explicamos a través de los relatos. De alguna manera hay que llegar hasta ellos, por tanto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Booth, W. (2005): *Las compañías que elegimos. Una ética de la ficción*. México: FCE.
- Bruner, J. (1998): *Realidad Mental y Mundos posibles*. Barcelona: Gedisa.
- Cassany, D. (2011): “Después de internet...”. *Textos* 57: 12-22.
- Cassany, D. (2012): *En-línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona: Anagrama.
- Chambers, A. (2007): *El ambiente de la lectura*. FCE: México.
- Doonan, J. (1999): “El libro-álbum moderno”. In: DD. AA., *El libro-álbum: invención y evolución de un género para niños*. Caracas: Banco del Libro, 46-65.
- Durán, T. (2009): *Álbumes y otras lecturas. Análisis de los libros infantiles*, Barcelona: Octaedro.
- Gaudreault, A. & F. Jost (1995): *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- Genette, G. (2001): *Umbrales*. Madrid: Siglo XXI.
- Goldin, D. (2006): “El álbum, un género editorial que pone en crisis nuestro acercamiento a la lectura”.  
<[http://www.nuevashojasdelectura.com/paginas/dossier\\_R12.html](http://www.nuevashojasdelectura.com/paginas/dossier_R12.html)> [Acceso 10/01/13].
- Koch, D. M. (2010): “Diez recursos para lograr la brevedad en el microrrelato”.  
<<http://www.ciudadseva.com/textos/teoria/tecni/10recur.htm>> [Acceso 10/11/12].
- Landow, G. P. (2009): *Hipertexto 3.0. Teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós
- Lewis, D. (1999): “La constructividad del texto: el libro-álbum y la metaficción”. In: DD. AA., *El libro-álbum: invención y evolución de un género para niños*. Caracas: Banco del Libro, 77-88.
- Lloret Romero, N. & F. Canet Centellas (2008): “Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual”. *Hipertext.net* 6.  
<<http://www.hipertext.net>> [Acceso 10/11/12].

- Lluch, G. (2010): *Cómo seleccionar libros infantiles y juveniles. Los comités de valoración en las bibliotecas públicas y escolares*. Gijón: Ediciones Trea.
- Manguel, A. (2012): *El sueño del Rey Rojo. Lecturas y relecturas sobre las palabras y el mundo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Mendoza, A. (2010): “La lectura del hipertexto literario. El despliegue de referentes, conexiones e hipervínculos en la formación del lector”. In: Mendoza, A. & C. Romea (coords.): *El lector ante la obra hipertextual*. Barcelona: Horsori, 143-174.
- Mendoza, A. (coord.) (2012): *Leer hipertextos. Del marco hipertextual a la formación del lector literario*. Barcelona: Octaedro.
- Morduchowicz, R. (2012): *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: FCE.
- Nikolajeva, M. (2006): *How Picturebooks Work*. Londres: Garland.
- Nodelman, P. (2010): “Las narrativas de los libros-álbum y el proyecto de la literatura infantil”. In: DD. AA., *Cruce de miradas. Nuevas aproximaciones al libro-álbum*. Barcelona: Gretel/Banco del Libro, 18-32.
- Nussbaum, M. C. (2005): *El conocimiento del amor. Ensayos sobre filosofía y literatura*. Madrid: Mínimo Tránsito.
- Ricardou, J. (1971): *Pour une théorie du nouveau roman*. Paris: Seuil.
- Salisbury, M. & M. Styles (2012): *El arte de ilustrar libros infantiles. Concepto y práctica de la narración visual*. Barcelona: Art. Blume.
- Serafini, F. & Ladd, S. M. (2008): “The challenge of moving beyond the literal in Literature discussions”. *Journal of Language and Literacy Education* 4(2): 6-20.  
<[http://www.coe.uga.edu/jolle/2008\\_2/challenge.pdf](http://www.coe.uga.edu/jolle/2008_2/challenge.pdf)> [Acceso 10/11/12].
- Silva-Díaz, M. C. (2005): *La metaficción como un juego de niños: Una introducción a los álbumes metaficcionales*. Caracas: Banco del Libro.
- Sipe, L. R. (2008): *Storytime: Young Children's Literary Understanding in the Classroom*. New York: Teachers College Press, Columbia University.
- Styles, M. & Arizpe, E. (2004): *Lectura de imágenes. Los niños interpretan textos visuales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Unsworth, L. (2006): *E-Literature for Children. Enhancing Digital Literacy Learning*. New York: Routledge.
- Van der Linden, S. (2007): *Lire l'album*. Le Puy-en-Velay: L'atelier du poisson soluble.
- Zavala, L. (2006): “Seis problemas para la minificción, un género del tercer milenio: brevedad, diversidad, complicidad, fractalidad, fugacidad, virtualidad”.

<<http://www.ciudadseva.com/textos/teoria/hist/zavala2.htm>> [Acceso 10/11/12].

Zayas, F. (2012): *La competencia lectora según PISA. Reflexiones y orientaciones didácticas*. Barcelona: Graó.