

Leer la región: perspectivas sobre el comportamiento lector en contextos transnacionales

ALEXANDER J. M. URRIETA SOLANO

La lectura es un fenómeno cultural implícito en la producción y transmisión del saber. Actualmente las formas de leer están vinculadas con cambios comunicacionales y metamorfosis del mercado mundial. Desde la conexión por redes y pantallas podemos desplazarnos por territorios hipertextuales que han modificado los procesos de aprendizaje. En un contexto de narrativas multimedia la industria editorial es llevada por grandes oligopolios, planteando nuevos marcos de contenido y segmentación de criterios y gustos. La promoción de la lectura es una de las tantas aristas, dentro de agendas estatales y corporativas, donde reposan ciertas esperanzas para impulsar el desarrollo. Las dimensiones transnacionales, que comprenden maquinarias mediáticas, han cambiado las maneras de leer, interviniendo en la recepción y difusión de los textos como productos masificados.

INTRODUCCIÓN

La lectura es un fenómeno cultural implícito en la producción y transmisión del saber. Actualmente las formas de leer están vinculadas con cambios comunicacionales y metamorfosis del mercado mundial. Desde la conexión por redes y pantallas podemos desplazarnos por territorios hipertextuales que han modificado los procesos de aprendizaje.

En un contexto de narrativas multimedia la industria editorial es llevada por grandes oligopolios, planteando nuevos marcos de contenido y segmentación de criterios y gustos. La promoción de la lectura es una de las tantas aristas, dentro de agendas estatales y corporativas, donde reposan ciertas esperanzas para impulsar el desarrollo.

ESTUDIOS

Las dimensiones transnacionales, que comprenden maquinarias mediáticas, han cambiado las maneras de leer, interviniendo en la recepción y difusión de los textos como productos masificados. En este sentido se plantearon una serie de reflexiones sobre un panorama global y las relaciones entre el mercado, redes de información, literatura y comportamientos lectores, y cómo se articula la práctica de lectura en la construcción de identidades con proyecciones a futuro en los campos nacionales de la región hispanohablante, destacando la importancia de la lectura como actividad para estimular una revisión crítica de nosotros mismos.

LA LECTURA ESPACIAL

Los estudios especializados en la lectura y el libro han despertado una serie de intereses e inquietudes sobre las diferentes formas que tenemos de abordar la realidad. La lectura se ha formalizado como institución al desprenderse como línea de investigación independiente dentro de los estudios de consumo cultural, industria editorial y gestión de políticas públicas, en la que el centro de interés orbita en la figura del lector, la circulación de textos y los circuitos de distribución (Escarpit, 1971).

Estos estudios sobre la lectura se ponen en contraste también con los avances de las tecnologías y las nuevas formas de acceder a contenidos infinitos de información. Las nuevas formas del mercado promueven el consumo exacerbado de emociones dentro del gran espectro del entretenimiento. Experiencias sensoriales en donde jugamos como usuarios en la metáfora aldea global: el placer de estar conectados y relativamente satisfechos.

La finalidad es desarrollar una reflexión sobre los nuevos retos a futuro que hay que considerar en una política de promoción a la lectura, vista como un recurso de intercambio y crecimiento a nivel local como regional, con efectos que se reflejan de maneras imprecisas a largo plazo.

Resulta un poco contradictorio que la lectura, como práctica social y cultural, se reconozca casi por consenso unánime como el medio por excelencia para transmitir y adquirir el saber, pero son contadas las situaciones en las que ella misma se somete a una observación crítica, como vínculo y objeto de conocimiento. Es muy común que dentro de discusiones relacionadas con la lectura imperen las opiniones de que “en este país no se lee” o “antes se leía mucho más... y por eso estamos como estamos”, conclusiones que de alguna manera son expresiones agitadas, de una dramatización o subestimación de la práctica dentro de la vida cotidiana, producto de los estigmas personales y la mirada prejuiciosa.

Dentro de los grandes eslóganes del mercado, compuesto por individuos y colectivos, inmersos en partidos, corporaciones y ONG, se repite hasta el cansancio presupuestos ideológicos como “leer nos hará mejores ciudadanos”, “vivir la lectura es vivir el progreso”, “solo formando lectores podremos alcanzar el desarrollo”. Pero, ¿dónde abordamos la rigurosidad de las investigaciones entre tantas campañas que patrocinan la superación? ¿Cómo la lectura se vuelve un instrumento capaz de fomentar la participación y enriquecimiento de una comunidad, desde una perspectiva crítica, más allá del decoro de una política pública o acción de responsabilidad social?

En este ensayo se pretende exponer la importancia de la lectura como práctica que concentra un hecho de gran impacto social, así como una introducción al campo de los estudios sobre el comportamiento lector. La finalidad es desarrollar una reflexión sobre los nuevos retos a futuro que hay que considerar en una política de promoción a la lectura, vista como un recurso de intercambio y crecimiento a nivel local como regional, con efectos que se reflejan de maneras imprecisas a largo plazo.

Del mismo modo, la lectura se manifiesta en un entramado de relaciones que dotan de sentido los espacios. Nuestras ciudades, colapsadas y agresivas, con sus calles agrietadas, rascacielos, vallas publicitarias, suburbios y centros comerciales, son el resultado de una lectura total de sus habitantes: de una historia fabulada llena de contradicciones. Nuestras lecturas se balancean entre la idea de una ciudad deseada y una ciudad

imposible. Somos sujetos sumergidos en espacios repletos de signos. Entonces la ciudad es un texto que hay que aprender a leer. Lugares donde son puesta “... en escena simulacros de conversación entre autores y lectores (aquí entre actores y escenarios urbanos) previamente inscritos en el texto mismo a través de huellas o estrategias narrativas y discursivas” (Mangieri, 2010: p.78). De ahí la importancia vital de un habitante-usuario que, en su singularidad de *lector in urbis*, pueda promover a partir de *movimientos cooperativos* nuevas formas de mirar los espacios, nuevas formas de leer.

Se buscó abordar el tema desde enfoques sociológicos, antropológicos y literarios, abogando por una reflexión interdisciplinaria de un fenómeno comunicacional que propicia transformaciones de pequeñas y grandes escalas. Donde juegan elementos emocionales, comerciales y vivenciales, que determinan de alguna forma el hábito lector.

La lectura implica una actividad íntima y personal, valiosa en sí misma por el placer que puede llegar a producir. Viene a ser una fuente de satisfacción para el lector que construye una “... experiencia personal a partir de la experiencia simbolizada en el texto” (Sanjuán, 2011: p. 94). Leer es el acto de participar en una lectura, sin importar los contextos ni el formato. La suma de enfoques en distintas ramas del saber ubica la lectura como una actividad trascendental, de rasgos lúdicos y espirituales, que incentiva la participación y la reflexión colectiva, para abrir nuevos horizontes en la formación de criterios y vínculos afectivos, que garantizan cambios a futuro de maneras positivas.

LAS NUEVAS FORMAS DE LEER

Con las investigaciones de las últimas décadas las preocupaciones han pasado del problema de las *malas lecturas* al diagnóstico de una *lectura consumista*, resultado del apogeo de la industria cultural y la globalización. Surgieron nuevos protagonismos, como los casos del *no lector* y los *poco lectores* que, en suma, y entrando al siglo XXI, anuncian la llegada “... de otro personaje inquietante: el lector de escritos sumergido en una masa de pantallas tan volátiles como insípi-

das” (Poulain, 2004: p. 17). La influencia del sector de la publicidad en las empresas de comunicación, mediante la transformación de las personas en audiencias medibles, tiende a subordinar la innovación cultural, llevando el placer del entretenimiento al consumismo comercial.

Podemos considerar también el desarrollo de los medios de comunicación masivos, el *boom* de las aplicaciones descargables, suscripciones y plataformas *streaming* que han cambiado las formas de leer, y los lectores, convertidos también en usuarios tienen una manera de asimilar la información. “En la sociedad contemporánea mundial que privilegia la comunicación virtual e internáutica, el libro impreso, el libro-objeto, es más que nunca un mundo en sí, una historia, una manera de ver el mundo y de transmitirlo” (Bahloul, 2002: p. 13).

Internet se nos presenta como un gran enjambre de conexiones sin forma. Una entidad abstracta de infinitas cantidades de información e interacción. Es la experiencia más cercana e inmediata de lo que es viajar por el hiperespacio. Sugiere la idea de un oasis digital para el aburrimiento, que para algunos son los “... indicios de una franca decadencia, ya que la sociedad está irremisiblemente atrapada en las redes del mercado, que domina cada vez más el espacio privado de los individuos y aumenta la desigualdad entre los grupos sociales”. (Poulain, 2004: p. 46).

La velocidad de las actualizaciones lleva a pasos escalonados y agigantados a la humanidad, que experimenta la transición de la *Sociedad de la información* a la *Sociedad de la opinión*. Del *zapping* de audiencias del siglo XX al *scrolling* de las pantallas táctiles luminosas del nuevo milenio, de contenidos efervescentes y fugaces, que confabulan ahora en el nuevo mercado de la atención y la tiranía de la memoria a corto plazo. La concentración es devorada con pasividad por el espectáculo que irrita los ojos, el dominio de lo visual conmueve y alimenta la indiferencia que toma mayor fuerza con las distancias. “La privacidad se ha perdido hace tiempo en una maraña de 'cookies' y estrategias de recuperación de datos personales de la que se libran parcialmente aquellos usuarios con un alto nivel de sofisticación tecnológica” (Castells, 2009: p. 91). El azar, símbolo particular de la li-

ESTUDIOS

bertad, es reemplazado por los monstruosos algoritmos y las *recomendaciones para ti*.

Por otra parte, Internet también representa una alternativa de la acción colectiva y movilización social, de esperanzas y construcción de posibles democracias planetarias: una revolución horizontal donde los usuarios son iguales y la información se propaga para impulsar cambios. Todos pueden participar en el rumor del oleaje de las tendencias. Apoyados en la producción incesante de contenidos, se nos invita a jugar con las propuestas exorbitantes de las narrativas transmedia, de roles intercambiables donde todos somos lectores, editores y escritores: productores de imágenes y reacciones multitudinarias. Estas transformaciones cambiaron nuestra percepción del mundo, así como nuestras formas de leer y procesar cantidades inagotables de información; el asunto ahora está en el cómo estamos digiriendo semejantes cantidades.

La velocidad de las actualizaciones lleva a pasos escalonados y agigantados a la humanidad, que experimenta la transición de la *Sociedad de la información* a la *Sociedad de la opinión*. Del *zapping* de audiencias del siglo XX al *scrolling* de las pantallas táctiles luminosas del nuevo milenio, de contenidos efervescentes y fugaces, que confabulan ahora en el nuevo mercado de la atención y la tiranía de la memoria a corto plazo.

La pantalla es el nuevo espacio que, no reemplaza, sino que amplía las dimensiones del libro, o en este caso de la lectura. El paradigma tecnológico mediatiza la interacción social. Por medio de la lectura se recrean nuevos modelos de pensar, expresar y sentir. La pantalla comprende una síntesis de la nueva cultura del conocimiento y la hiperinformación. La imagen de la lectura como actividad emancipadora ha perdido fuerza por las nuevas propuestas de comunicación y consumo, esto se debe paradójicamente a que la difusión de la lectura es, a pesar de las lagunas y carencias, un hecho consumado, que se ha vuelto parte de la comercialización generalizada. Podría despertar

otras sensaciones, pero no podemos afirmar de manera rotunda que la lectura no es sinónimo necesario e inmediato de la emancipación. Ya nadie impide la lectura, a no ser los mismos textos, en su inigualable riqueza y en su extrema pobreza.

El lector, para su propia tranquilidad, deberá sin duda reinstalar un poco de su experiencia de lectura lineal, contrastar con estabilidad la inestabilidad de la pantalla, que además, al ser silenciosa, relega la oralidad. La situación es paradójica: el internauta, desde su soledad, se conecta con el mundo entero. Para suplir la imposibilidad de lo oral, oraliza sus escritos e inventa los *chats* y las mensajerías electrónicas, descarga enormes cantidades de música. Pero aun siendo una persona que escribe, el internauta está privado de palabras y por ello se habla de las 'soledades interactivas'. El otro, en la pantalla, está en una relación sumamente contradictoria: absolutamente presente, pero siempre ausente. (Poulain, 2004: p. 47)

Ese mismo exceso de información que ahora se encuentra basado en la digitalización de la comunicación, la interconexión de ordenadores, la globalización y concentración de las empresas mediante conglomerados de redes, reacomoda la vida cotidiana en función de pretensiones tecnocráticas. En este nivel de difusión la lectura pierde, en las imágenes sociales su visión tradicional de liberación, su fuerza y su espíritu de rebeldía. Pero no por ello está desvalorizada, ni desaparece, ni disminuye la fuerza de los lectores. Habría que analizar entonces los fenómenos ligados a la industria del libro y la lectura, desde su producción y distribución.

EL MERCADO EDITORIAL: UNA LECTURA DE LA REGIÓN

La literatura latinoamericana, así como su industria editorial, nació sabiéndose marginal con respecto a las tradiciones literarias de Occidente al ser considerada por la crítica como un apéndice de la cultura española (Ureña, 1905). "Si alguna industria es fiel reflejo de la agitada vida de los países de la lengua española [...] es la industria editorial en su conjunto, o mejor, la his-

toria paralela a los desatinos y fortunas de nuestro anecdotario político y social” (Alatríste, 1999: p. 284). Ya desde el comienzo hay un sentir pesimista en cuanto al aspecto creativo, en la forma de pensarnos desde un paradigma a nivel global en cuanto a la producción de discursos escritos.

En el sentido editorial, la marginación de los modernistas fue una estrategia publicitaria cuyo objetivo central era encaminarse hacia la modernización, y sin embargo, este primer intento por presentar ante el mundo una literatura propia, pronto se vio frustrado por la baja de repercusión que fue el producto de un número reducido de lectores dado a su carácter elitescos (Monsiváis, 2006; Martínez, 2012).

A comienzos del siglo XX la literatura se usó como instrumento para superar los niveles de audiencia que habían obtenido los escritores con el modernismo. Se implementa entonces un modelo de educación popular en función de las estrategias políticas y sociales del Estado (Monsiváis, 2006). Así, las editoriales lanzaron al mercado las ediciones populares y los gobiernos iniciaron la democratización de la educación. Las fórmulas incipientes para la promoción de la lectura y la exaltación de las nacionalidades, fueron constantes en la ecuación de los programas para inventar la ciudadanía y domesticar la barbarie (González Stephan, 1995). La promoción de la lectura fue un vínculo que subrepticamente encaminaba a los pueblos por el tramo engorroso del progreso, que luego fue el desarrollo y finalmente la democracia.

Para la década de los cuarenta, aparecen grandes iniciativas para el impulso en materias culturales. “Surgen editoriales como Fondo de Cultura Económica, Losada, Nova y EUDEBA. Otras casas editoriales mantienen la tendencia de masificar el conocimiento y se dan a la tarea de divulgar el canon occidental a precios populares”. (Martínez, 2012: p. 134). En América Latina, el proyecto de la promoción de la lectura consistía en una maniobra de masificación donde se producían materiales gratuitos y abaratados para su fácil acceso. Para la década de los 60 del siglo pasado el *boom* de la literatura latinoamericana representó un cambio drástico en nuestra forma de vernos como región. Las estrategias editoria-

La literatura latinoamericana, así como su industria editorial, nació sabiéndose marginal con respecto a las tradiciones literarias de Occidente al ser considerada por la crítica como un apéndice de la cultura española.

les se repartían en dos vertientes: una basada en obras de autor de editoriales culturales, en donde la política de publicación recaía en los intelectuales cuyo objetivo era editar obras de calidad sin estrategias de mercado, y es cuando surgen las iniciativas propugnadas por la creación de concursos literarios como Casa de las Américas, Seix Barral, Joaquín Mortiz, Siglo XXI, Sudamericana, Rómulo Gallegos y Zigzag; la segunda vertiente, tiene que ver con los escritores del ámbito comercial, cuyos parámetros de publicación iban de la mano con estrategias de venta y masificación de la literatura (Martínez, 2012). El siglo XX es el auge de la industria cultural, y en la región se hace familiar la figura del autor como marca, y los lectores convertidos en grandes audiencias consumen productos *paraliterarios* (Lluch, 2004).

La lectura forma parte de una política gubernamental de promoción de la cultura, que se integra dentro de las políticas de los años 70 del siglo XX, que va de la mano con los proyectos de infraestructura económica e industrial. El crecimiento de las ciudades es impulsado por una relativa abundancia de los recursos económicos públicos (Jaffé, 1991). A las cuantiosas ganancias de los mercados editoriales producidas por el *boom* latinoamericano le siguió su extraña desaparición. El mercado de lectores en Hispanoamérica sufrió un cambio contundente. De ser un mercado de editoriales culturales que producía una variedad importante de títulos, se pasaba a un mercado comercial para las masas donde la oferta de títulos especializados era menor con una tendencia a la homogeneidad (Martínez, 2012). La literatura empezó a perder su autoridad, y en consecuencia su realidad, cuando las imágenes audiovisuales, el cine y la pantalla de la computadora reemplazan el libro impreso

ESTUDIOS

como fuente más eficiente y preferida de entretenimiento y conocimiento.

El mundo editorial abandonaba Latinoamérica para radicarse en Barcelona, y se convirtió en el centro de acopio literario más relevante. Todo esto coincidió con el establecimiento de los sistemas neoliberales en los países hispanoamericanos, logrando invertir los roles de las editoriales culturales y comerciales (Martínez, 2012). En este mismo orden de ideas, la también constante dependencia cultural cada vez más acentuada y promovida por una burguesía urbana (que exaltaba su estilo de vida como solución concreta a los problemas del país). Las lecturas totales de las producciones de la región se traducen en aquellos años en fórmulas adoptadas por el *realismo mágico*, entendido no como perspectiva particular de algunas obras anteriores, sino como una visión globalizante y por ello distorsionada de la realidad (Jaffé, 1991), una estrategia de mercado. Por otro lado, la dependencia exacerbada de la cultura tanto europea como norteamericana modificó la forma de producir y leer en Hispanoamérica.

La masificación de lo gratuito no garantiza con plenitud que la población se convierta en lectora, no obstante, tampoco se niega la intención de generar un canal de acceso a la lectura con ínfulas inclusivas. La lectura como política de Estado, de inversión prospectiva, ha generado cambios que pueden a simple vista pasar como iniciativas positivas, descartando algunas repercusiones colaterales...

En un ensayo de Ana Gallego Cuiñas (2018), se habla sobre un fenómeno del mercado latinoamericano que denomina la *alfaguarización de la literatura* y la transformación de la figura del autor, convertido en otro producto del mercado. El ensayo es una crítica a la producción editorial que amplía la problemática de la investigación desde el ámbito literario. “La mayor transformación [...] desde el Boom hasta el siglo XXI no tiene que ver con la formulación de nuevas esté-

ticas sino con los cambios que se han dado en el mercado del libro a nivel internacional” (Gallego Cuiñas, 2018: p. 235). ¿De qué manera la industria editorial en sus particularidades locales le da un sentido a los comportamientos y define una serie de hábitos de lectura y relaciones con ella? La realidad del mercado global en América Latina es una cosa distinta pero no excluyente. Creemos que este comportamiento del mercado, la participación del Estado, las economías locales y globales, el contexto histórico y social, tienen que influir y determinar un patrón de consumo y a su vez una forma de leer en un país. Estas condiciones específicas no pueden descartarse dentro de un estudio exploratorio sobre los lectores, así se trate de una pequeña muestra de ellos. El lector, punto de referencia y eslabón vital, no está exento de estos fenómenos macros, sino que se define en función de ellos.

Vivimos un proceso en donde las grandes empresas editoriales apuestan por la circulación transnacional del libro. La desterritorialización propugnada por “... la globalización capitalista y tecnológica, la mundialización de la cultura, la movilidad [...] la digitalización o el imperalismo de ciertas lenguas” (Gallego Cuiñas, 2018: p. 240), ha transformado el mercado del libro y sus maneras de acceder a él y consumirlo, formando parte de grandes cadenas de entretenimiento, que dista mucho de la idea romantizada de liberación que se mantuvo durante el siglo XIX y comienzos del siglo XX.

En algunos países de la región (como México, Argentina y Venezuela), la participación del Estado define una política de circulación y desarrollo de la industria editorial, que por sus recursos aparentemente infinitos no contrasta de manera estable con la convivencia de las editoriales independientes ni distribuidoras privadas. El texto producido y distribuido de manera gratuita a precios que ni siquiera cubren el costo de la producción del libro hecha por el Estado, “... es el factor que más afecta el desarrollo del mercado de lectura. Representa un elevadísimo costo económico, pero es mucho mayor el costo cultural que estamos pagando al no modernizarlo”. (Alatrste, 1999, p. 295).

La masificación de lo gratuito no garantiza con plenitud que la población se convierta en

lectora, no obstante, tampoco se niega la intención de generar un canal de acceso a la lectura con ínfulas inclusivas. La lectura como política de Estado, de inversión prospectiva, ha generado cambios que pueden a simple vista pasar como iniciativas positivas, descartando algunas repercusiones colaterales derivadas de los mismos excesos, como si la creación de lectores consistiera en una tarea mecánica producida en líneas de ensamblaje, donde se pretende cultivar el hábito de la lectura haciendo más homogéneos los gustos, o masificar, como se ha visto en muchos casos, de manera oportunista títulos con propósitos ideológicos, de propaganda pedagógica auspiciada por los gobiernos de turno.

En contraste, existe una presencia de pequeñas casas editoriales independientes que compiten en un mercado donde conviven extrañamente lo gratuito y las novedades importadas, cuyos precios son elevados por la tasa de cambio. Le siguen los ejemplares sobrantes: títulos que en sus presentaciones pasadas quedan como productos de segunda mano, o toman un valor especulativo por las demandas que sugieren las modas, que estimulan además un mercado alternativo de *producciones piratas y reventas de anticuario*.

En este orden de ideas, sería necesario evaluar qué tipo de libros y políticas se anclan a esta masificación, que en pequeñas proporciones desempeñan un papel fundamental los escritores, editores, libreros, educadores, promotores de lectura y activistas culturales. Esta falta de innovación en la promoción de la lectura no permite imaginar nuevas formas para que la industria privada participe y se logre ensanchar el mercado editorial, en participación conjunta con el Estado. Son los bemoles de la promoción, e independientemente de nuestras creencias y convicciones sobre la lectura y el libro, es un desacierto a nivel de gestión política y cultural, que cercena la diversidad y las posibles expansiones del mercado local.

En los últimos cincuenta años el mundo editorial latinoamericano ha sido regularizado formal y distributivamente bajo una estrategia y unificación masiva de la literatura. Se vende una literatura de rasgos similares a través de inventarios, círculos y ferias del libro. No cabe duda que se han dado transformaciones tanto de la

industria como de los lectores, en cuanto a sus formas de leer y consumir productos. Para Alatríste (1999) existen tres aspectos de cambios en la mercadotecnia del libro:

1. La *transformación* de la lectura literaria por una lectura concentrada en el adjetivo del entretenimiento y las formas de vivir el ocio.
2. La *desvalorización* del ejercicio de la lectura (anclado al primer punto) por el reemplazo de otras formas más gratas de vivir el entretenimiento, como la experiencia de la televisión y la Internet, que se valen de la síntesis y la excitación por medio de la imagen para transmitir la información (que no necesariamente implica la construcción del conocimiento).
3. La *reducción* de la lectura a libros de superación personal (*inspirational books*), que vendrían a ser los libros de autoayuda y los derivados *manualescos* del *mindfulness* y el *New Age*. Este repertorio de libros tiene la particularidad de tener un estilo sencillo, atractivo, que resultan ser los más populares en cuanto a ventas editoriales. La autoayuda es un género cuyos principios son el resultado de la vulgarización de contenidos especializados en el campo de las ciencias sociales, humanísticas y psicológicas, presentados en formatos llamativos y eclécticos (Alatríste, 1999; Papalini, 2013). El género engloba "... un conjunto de prácticas e ideas que circulan socialmente y que son celebrados por los medios masivos [...] abonan el sentido común epocal y modela las actitudes, disposiciones y expectativas de grandes colectivos" (Papalini, 2013: p. 166).

Tanto Gallego Cuiñas como Alatríste coinciden, a pesar de la diferencia de visiones sobre el mercado editorial, que existe una producción que se hace más homogénea, que se concentra en grandes oligopolios. Lo latinoamericano es un rubro comercial para ciertos consumidores, por lo que cabría preguntarse: ¿qué leemos y por qué lo hacemos?, "... ¿en qué consiste armar una tradición/canon global o transnacional? ¿No es una suma de cánones nacionales? ¿O se trata de la supremacía tácita de determinados valores literarios sobre otros?" (Gallego Cuiñas, 2018: p. 241). La producción de ediciones es mayor y entre esa ilusión de variedad, los grandes conglomerados transnacionales velan por la diversidad

ESTUDIOS

de lo igual. Sin embargo, la experiencia lectora, las preferencias literarias, son asuntos muy personales. La variedad parece ilusoria. Cabe además preguntarnos si esta circulación de productos afecta la construcción de la identidad como lectores, en su forma de analizar y dar sentido a los conflictos de su entorno.

El escritor mexicano Gabriel Zaid (2011), en un lúcido ensayo titulado *Los demasiados libros*, llegó a concluir que en la actualidad el problema de la promoción de la lectura ya no está en las poblaciones analfabetas, sino en la enorme cantidad de privilegiados que fueron a la universidad y nunca aprendieron a usar un libro. Paulatinamente la transición de la cultura impresa a una cultura electrónica afectó la condición palpable del texto, así como las habilidades tanto de lectura como de escritura, donde la situación más alarmante radica en la crisis del alfabetismo (Kernan, 1996), de la cual deriva, irónicamente, el analfabetismo funcional, que es el desuso sistemático de las habilidades adquiridas en el proceso de alfabetización escolar (lectura, escritura y matemáticas). El analfabetismo funcional "... significa no solo no poder cumplir las exigencias del mercado laboral formal, sino limitaciones en la capacidad de leer y escribir la realidad del trabajo, en la comprensión de sus relaciones con la cultura y con la organización para realizarlo" (Londoño, 1990: p. 32).

En nuestra sociedad contemporánea, donde la división del trabajo está ultra-especializada, se ha normalizado la presencia del profesional con analfabetismo funcional: este sabe leer y escribir, pero no es capaz de interiorizar lo que lee, y por lo tanto tiene limitaciones para expresarse, limitando su capacidad para apropiarse de otros conocimientos y construir nuevos (Londoño, 1990). Un panorama escandaloso, donde convive el fracaso pedagógico con la *sobreabundancia bibliográfica*, preocupación que ya venía manifestándose desde la etapa dorada de la imprenta (Kernan, 1996). La proliferación de libros, revistas y artículos, parece más obstaculizar el acceso a la información que ampliarlo. Ahora tenemos tanta información a nuestro alcance que no sabemos qué hacer con ella. Se escriben y publican cosas que nunca serán leídas (Zaid, 2011). Una producción incesante, casi similar a la del plás-

tico, de lenta biodegradación, porque las palabras también se gastan.

El problema de la información va de la mano con un problema de almacenamiento (Kernan, 1996). La digitalización sugiere una estrategia de la ilusión: solventar este asunto atomizando las posibilidades de multiplicación incluso de un mismo texto, llenando bases de datos con inabarcables colecciones de libros que raras veces se consultan. El costo de virtualizar la realidad, preservar la memoria sin importar el costo, visto en retrospectiva, le ha salido caro a la humanidad.

Habría que hacerse la pregunta de manera personal de si este diagnóstico, que tantas veces pasa desapercibido, sobre esa discreta atrofia intelectual, arrastrada desde nuestras deficientes instituciones escolares: *de leer pero no ser capaz de comprender*, se refleja en nuestra imposibilidad de ir *un poco más allá*. Reflexionar con mayor tacto acerca de nuestros problemas de manera introspectiva y crítica, sin caer en fanatismos ramplones, tan comunes en esta era de tribalismos, donde nos sentimos muy cómodos opinando en espacios donde se piensa igual y las ideas se vuelven más radicales y homogéneas, ignorando las virtudes del diálogo (que solo es posible con el otro) en medio de tantas incertidumbres y crisis; planificando un porvenir que con dificultad apenas logramos descifrar: salir del subdesarrollo, estabilizar nuestras economías, superar las corrupciones institucionales, mejorar nuestra calidad de vida, ser felices, todas parecen decantar en quimeras que alimentan una nostalgia que obstruye con inocencia otras formas de contemplar horizontes más lúcidos. ¿Desde cuántas lecturas intercaladas podríamos sacar soluciones más acordes a nuestros contextos y problemas nacionales? ¿Cómo aprendemos a leer desde una mirada más atenta, desde un respeto a lo desconocido? ¿Cómo recuperamos el sentido liberador que tiene la lectura, y que nos brinde la posibilidad de afrontar la realidad y luchar para poder cambiarla?

Otro problema medular que señala Zaid es que desde los espacios académicos, los estudiantes y profesores quieren escribir, publicar y ser leídos, pero nadie quiere leer. La solidaridad tapiada por el narcisismo en la era que exalta de maneras enfermizas al Yo y se desentiende del

otro. Ensimismados, cualquier maniobra colectiva se verá cercenada por esta búsqueda de atribuciones personales. La lectura, por muy emancipadora que sea, no es tampoco una excepción a la regla. Zaid parte del hecho de que habitamos en una sociedad de consumo, donde la producción de libros es excesiva: aumenta de manera geométrica, mientras que los lectores crecen en proporciones aritméticas, esto en un *sentido malthusiano* (Zaid, 2011). Se producen más libros de los que podemos leer. Y viéndolo desde esta relación exponencial, cada vez somos una población mayor de *poco lectores*, porque no podemos ni tenemos tiempo para leerlo todo. La cara oculta de la abundancia es el hastío.

LOS POCO LECTORES

Joëlle Bahloul en un estudio sobre los *poco lectores* (1998) ofrece como propuesta una aproximación a la lectura, entendida como un proceso de desarrollo que no puede aprehenderse a través de categorías metodológicas, debido a que la lectura se conforma como escenario en el cual se pueden contemplar no solo las prácticas efectivas de lectura sino también las diversas representaciones sociales del libro (Poulain, 2004). Bahloul parte de un estudio a profundidad de los *poco lectores*, categoría que como menciona la autora, fue “producto de una tipología construida sobre la base de variables estadísticas, a saber: el número declarado de libros leídos en el año, ya sea de uno a cuatro libros y hasta un máximo de nueve libros” (Bahloul, 2002: p.19).

Además, señala como punto de partida la poca información que logra obtenerse desde un enfoque netamente cuantitativo a la hora de establecer medidas sobre cómo una población dedica su tiempo a la lectura. Este enfoque daba al estudio de las *Prácticas culturales de los franceses*¹ una legitimidad de orden cuantitativo, en donde se establecía en función de las encuestas: que el mejor lector *es aquel que lee más libros*, independientemente de cualquier tipo o formato, o uso social o cultural. A partir de un umbral de apreciación se dice que alguien es *poco lector*, cuando lee entre uno a cuatro libros, máximo nueve, por año; el lector *mediano* se define cuando lee entre diez a veinticuatro libros al año;

y por último el *gran lector*, aquel que lee más de veinticinco libros al año (Bahloul, 2002).

Los estudios abordados desde las estadísticas y observaciones cuantificables han buscado, de alguna manera, la cualificación de la lectura. Las encuestas culturales han establecido categorías para estratificar a la población y en función de los datos sólidos desarrollar posibles campañas de promoción a la lectura. No hay una forma del todo clara y precisa para medir la lectura. Dentro de estos enfoques queda por fuera las relaciones íntimas y personales implícitas en la práctica, que se encuentran fuertemente relacionadas a factores vivenciales y emocionales, que también forman un vínculo importante en la trayectoria de todo lector (Lahire, 2004; Papalini, 2016). Los estudios sobre los comportamientos lectores han servido para comprender el fenómeno desde dos posibles vertientes: la primera, que por medio de sondeos estadísticos, se pueden identificar patrones de consumo, precisar ciertos géneros y títulos, con el fin de elaborar estrategias de promoción y venta, con el auspicio de actividades culturales como ferias o convenios editoriales; en segundo lugar, la relación íntima y vivencial con la lectura, proporcionada desde enfoques cualitativos: “... el discurso en primera persona (documentos personales, autobiografías, relatos de vida, diarios, técnicas introspectivas, entrevistas) como manera de indagar en la memoria, en la experiencia vivida, en las circunstancias en que se dieron determinados procesos de aprendizaje” (Sanjuán, 2011: p. 87). La lectura no puede medirse exclusivamente por la cantidad de libros leídos, al contrario, se puede hacer una aproximación en función del estado en que tales libros nos dejan, es decir, lo que llegamos a interiorizar de ellos y del mismo modo capitalizar.

El escritor mexicano Gabriel Zaid (2011), en un lúcido ensayo titulado *Los demasiados libros*, llegó a concluir que en la actualidad el problema de la promoción de la lectura ya no está en las poblaciones analfabetas, sino en la enorme cantidad de privilegiados que fueron a la universidad y nunca aprendieron a usar un libro.

ESTUDIOS

CONCLUSIONES Y ESTRATEGIAS

La promoción de la lectura comprende un ejercicio de constancia y agencia de cambio. Se desenvuelve en cada eslabón que en conjunto define la ruta del libro, o las formas de acceso a la lectura. Desde las cadenas de producción de la industria editorial, hasta las de difusión y promoción, de la mano de agentes culturales, organizaciones y el activo oficio del librero. El activismo consciente no debe quedar por fuera dentro de las aristas que discuten desde las cifras las proyecciones del mañana. Cada lector comprende un universo particular y su participación cuenta.

El proyecto de una campaña eficaz tiene que tener como punto de referencia y objetivo principal la creación de una Identidad Lectora, definida por Duszynski (2006) como el conjunto de relaciones que mantiene un sujeto con los textos (genealogía de sus lecturas, sus gustos, su comportamiento, su postura y sistema de creencias) construido a lo largo del tiempo, lo que le otorga un carácter dinámico, susceptible de cambio, y que puede ofrecernos pistas al respecto de experiencias de vida que dan acercamiento al hábito de la lectura.

El texto literario ostenta, la capacidad de reconfigurar la actividad humana y ofrece instrumentos para comprenderla ya que, al verbalizarla, configura un espacio en el que se construyen y negocian los valores y el sistema estético de una cultura, tal como han señalado repetidamente autores de diversas procedencias, desde la psicología cognitiva, como Bruner, a la teoría literaria, como Bajtin o Ricoeur, o del campo de la didáctica, como Reuter y Bronckart. (Colomer, 2001: p. 12)

El reto a futuro es diseñar campañas de lecturas para hacer que ciertos títulos, ya sea por un efecto del azar, tengan más probabilidades de llegar a los lectores que se merecen. La promoción de la lectura no puede ser una práctica reduccionista. Para el promotor la variedad es crucial, combinar estrategias, géneros y autores, "... inventar modos de presentación novedosos, pero no caer en el error de dar mayor importancia a la estrategia de promoción que al texto mismo" (Antillano, 2018: p. 20). Fomentar campañas de

formación de promotores, que conjugue el espacio público y privado con el fin de fomentar la inclusión social, en donde el placer de leer tienda puentes entre nuestras diferencias y aprendamos como comunidad a dialogar con aquellos que piensan distinto. Nuestro porvenir exige y se esclarece en las intervenciones literarias.

La literatura —el arte en general— ha estado siempre del lado de la diversidad. Ha cumplido su papel en esa exploración de los bordes del enigma, construyendo pequeños universos de sentido. No se ocupó de señalar certezas, sino que más bien jugó con la incertidumbre. (Montes, 2001: p. 97)

Todo empieza en la familia, primera forma de sociedad, núcleo de toda la herencia cultural que la compone (Orozco Monge y Barahona Quesada, 2019). De igual manera las instituciones escolares y los espacios laborales son lugares idóneos para fortalecer la práctica. Generar propuestas de trabajo ampliando el crecimiento a nivel crítico, donde puedan abordarse otros problemas, involucrando el debate y la discusión, producto del aporte de diversas formas de ver, reconociendo las virtudes y urgencias en los aportes interdisciplinarios de cada agente involucrado.

Leer es hipotecar el tiempo, que llevado con placer y orquestado dentro de alguna gestión de innovación prospectiva puede garantizar una mejora y acercamientos con el otro. La empatía encontrada en el texto, la lectura como forma de felicidad y refugio, donde podemos "... revisarnos a nosotros mismos como entes emisores y autoevaluarnos desde una perspectiva franca y constructora [...] Encontrar un modo de reconocer la realidad desde la emoción palpable" (Antillano, 2018: p. 31). La lectura permite en gran medida una amplitud de los horizontes, que nos permiten en diversos grados promover los trabajos en conjunto con la alteridad, poniendo en discusión los dilemas de nuestra historia política, económica y social.

La ventaja de nuestros tiempos es la esperanza renovable. No se trata de invocar con delirio impulsivo el pasado y el futuro para justificar el presente, "... sino que el futuro difiera del presente de la misma forma en que el presente mismo di-

fiere del pasado” (Lévi-Strauss, 2012: p. 89). Reconocernos en esos aires de familia: releernos en un marco hipertextual más profundo, para una mejor comprensión de nuestra memoria. Encontrar alternativas para el desarrollo de nuestros países, unidos por un lenguaje común, pero enriquecido por las diferencias, ahora más que nunca imprescindibles. La primera hazaña fundamental, como individuos, es tratar de dejar el mundo mejor que como lo encontramos.

Notas

- ¹ *Prácticas culturales de los franceses, descripción sociodemográfica, evolución 1973-1981*. Ministerio de la cultura, Servicio de estudios e investigación. París: Dalloz. 1982.

Referencias

- ALATRISTE, S. (1999): “El mercado editorial en lengua española”. En: N. García Canclini, y C. J. Moneta. *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. México: Grijalbo. Pp. 283-310.
- ANTILLANO, L. (2018): *Las alas de la lectura*. Caracas: Instituto Autónomo Centro Nacional del Libro (Cenal).
- BAHLOUL, J. (2002): *Lecturas precarias. Estudio sociológico de los “poco lectores”*. México: Fondo de Cultura Económica.
- CASTELLS, M. (2009): *Comunicación y Poder*. España: Alianza Editorial.
- COLOMER, T. (2001): “La enseñanza de la literatura como construcción de sentido”. En: *Revista lectura y vida*, 1(22). Pp. 6-23.
- DUSZYNSKI, M. (2006): “L’identité de lecteur chez les professeurs des écoles en formation initiale”. En: *Carrefours de l’éducation* 1(21). Pp. 17-29.
- ESCARPIT, R. (1971): *Sociología de la literatura*. Barcelona: Oikos-tau, s.a.- ediciones.
- GALLEGO CUIÑAS, A. (2018): “La alfaguarización de la literatura latinoamericana: mercado editorial y figura del autor en Sudor, de Alberto Fuguet”. En: P. Brescia, y O. Estrada. *McCrack: McOndo, el Crack y los destinos de la literatura latinoamericana*. España: Albatros Ediciones. Pp. 235-252.
- GONZÁLEZ STEPHAN, B. (1995): “Modernización y disciplinamiento. La formación del ciudadano del espacio público y privado”. En: B. González Stephan, J. Lasarte, G. Montaldo, y M. J. Daroqui. *Esplendores y miserias del siglo XIX. Cultura y sociedad en América Latina*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana. Equinoccio, Ediciones de la Universidad Simón Bolívar. Pp. 431-455.
- JAFFÉ, V. (1991): *El relato imposible*. Caracas: Monte Ávila editores.
- KERNAN, A. (1996): *La muerte de la literatura*. Caracas: Monte Ávila editores.
- LAHIRE, B. (2004): “Conclusión. Del consumo cultural a las formas de la experiencia literaria”. En: B. Lahire, *Sociología de la lectura*. Barcelona: Gedisa. Pp. 179-197.
- LÉVI-STRAUSS, C. (2012): *La antropología frente a los problemas del mundo contemporáneo*. Caracas: Bid & co. editor.
- LLUCH, G. (2004): *Cómo analizamos relatos infantiles y juveniles*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- LONDOÑO, L. O. (1990): *El analfabetismo funcional. Un nuevo punto de partida*. Caracas: Cooperativa laboratorio educativo.
- MANGIERI, R. (2010): “Lector in urbis: espacio urbano y estrategias narrativas”. En: T. H. (comp.). *Ciudad, espacio público y cultura urbana*. Caracas: Fundación para la cultura urbana. Pp. 77-111.
- MARTÍNEZ, M. E. (2012): “La narrativa venezolana actual: ¿un sistema periférico?” En: VV.AA. *Leer la realidad: estudios sobre el contexto en la narrativa venezolana*. Caracas: Universidad Central de Venezuela. Ediciones de la biblioteca - EBUC. Pp. 131-142.
- MONSIVÁIS, C. (2006): *Aires de familia: cultura y sociedad en América Latina*. Barcelona: Anagrama.
- MONTES, G. (2001): “El bosque y el lobo. Construyendo sentidos en tiempos de industria cultural y globalización forzada”. En: *27° Congreso de IBBY. Memorias*.
- OROZCO MONGE, R., y BARAHONA QUESADA, M. (2019): “Hábitos y disposiciones hacia la lectura recreacional entre la población estudiantil de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica”. En: M. Olaza, F. Arocena, y E. A. Sandoval Forero. *Sociología de la cultura, arte e interculturalidad*. Buenos Aires: Editorial Teseo. Pp. 171-190.
- PAPALINI, V. (2013): “Recetas para sobrevivir a las exigencias del neocapitalismo (o de cómo la autoayuda se volvió parte de nuestro sentido común)”. En: *Nueva Sociedad* (245). Pp. 163-177.
- PAPALINI, V. (2016): *Forjar un cuarto propio: aproximaciones autoetnográficas a las lecturas de infancia y adolescencia*. Villa María, Córdoba: Editorial Universitaria Villa María.
- POULAIN, M. (2004): “Entre preocupaciones sociales e investigación científica: el desarrollo de sociologías de la lectura en Francia”. En: B. Lahire. *Sociología de la lectura*. Barcelona: Gedisa. Pp. 17-58.
- SANJUÁN, M. (2011): “De la experiencia de la lectura a la educación literaria. Análisis de los componentes emocionales de la lectura en la infancia y la adolescencia”. En: *Ocnos* (7). Pp. 85-100.
- UREÑA, P. H. (1905): *Ensayos Críticos*. La Habana: Imprenta Esteban Fernández.
- ZAID, G. (2011): *Los demasiados libros*. México: Random House Mondadori.

ALEXANDER J. M. URRIETA SOLANO

Sociólogo de la Universidad Central de Venezuela. Investigador sobre comportamientos lectores y hábitos de lectura. Redactor de contenidos varios. Corrector de textos creativos y académicos. Asesor en Teoría de la Composición y Sociología Literaria.