

[otras voces]

una mirada cultural acerca de la lectura como práctica comunicativa¹

Paula Storni

cheines@sinectis.com.ar

Profesora en Letras. Auxiliar docente graduada de "Cultura y Comunicación" e "Historia de las comunicaciones", Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Tucumán (UNT). Miembro del Proyecto "Identidad y Reproducción Cultural en los Andes centromeridionales" (PIRCA), Instituto de Historia y Pensamientos argentinos, Facultad de Filosofía y Letras, Consejo de Investigaciones, UNT.

Hablar de "miradas culturales sobre la comunicación" presupone una posición particular respecto a qué consideramos al hablar de cada uno de estos términos y de qué modo entendemos su relación. Por esto, se hace necesario explicitar el modo en que concebimos la comunicación y su relación con el funcionamiento del mundo social.

Existen diversos modos de conceptualizar la comunicación. Para el fin que nos interesa aquí, tomamos la perspectiva de Raymond Williams (1992), quien asume que las acciones comunicativas son inseparables del entramado de las prácticas sociales. En ese sentido, podemos afirmar en un sentido general y más allá de las diferentes formas que ésta pueda adquirir a lo largo de la historia de la humanidad, que **la comunicación es siempre un proceso articulador de relaciones sociales entre los hombres**. Proceso, agregamos, que adquiere sentido sólo en relación a determinadas acciones y relaciones sociales llevadas a cabo en un tiempo y espacio determinados, es decir, dentro de una cultura como formación histórica y social. Una cultura existe y se reproduce sólo gracias a la comunicación y esta última sólo es posible de ser entendida como parte de una cultura.

Asumir pues, una mirada cultural para el análisis de la comunicación, significa una toma de posición que no aborda los fenómenos comunicativos en un sentido funcional o como un agregado a todo lo que ocurre en la vida social. Para muchos, esto puede resultar obvio. No obstante, hasta hoy encontramos gran cantidad de investigaciones acerca de fenómenos de la comunicación que no tienen en cuenta esta mirada particular.

En esta oportunidad centramos la reflexión en una de las tantas posibilidades comunicativas que el mundo actual nos presenta para analizar ciertas preguntas o problemas que la "mirada cultural" posibilita. Nos referimos concretamente a las prácticas de lectura que se llevan a cabo en distintos ámbitos sociales y por parte de diferentes comunidades de lectores.

La primera pregunta que quizás debemos hacernos entonces, es ¿de qué hablamos cuando hablamos de leer? ¿Existe un modo particular de entender la lectura y conceptualizarla? ¿Desde dónde realizamos esta conceptualización?

La temática de la lectura ha sido abordada desde diversas disciplinas y áreas del conocimiento, tales como la psicolingüística, la didáctica de la lectura, la antropología, la teoría literaria, las historias de las lecturas, etcétera. Según la perspectiva que se adopta desde un campo disciplinar y un posicionamiento teórico, puede entenderse como un proceso de decodificación de signos, como la construcción del sentido de un texto o como el diálogo autor-texto-lector.

Pero los acercamientos al tema de la lectura no sólo han provenido del ámbito académi-

co. En la actualidad y hace ya algunos años, se viene denunciando desde cierto discurso apocalíptico reproducido por los medios de comunicación en general, principalmente de la prensa escrita, por un lado, la disminución en la cantidad de libros leídos y por otro, la disminución en la calidad de las lecturas realizadas. En el primer caso se señala que la sociedad en general y los jóvenes en particular leen menos textos que en el pasado y que la lectura ocupa hoy un lugar menor en la vida cotidiana. En el segundo caso, que formas de literatura no canónicas han venido a sustituir a la “buena y verdadera lectura”.

Si se analizan los presupuestos ideológicos y teóricos de estos discursos veremos que por lo general se legitima un modo particular y etnocéntrico de entender la lectura centrado en los siguientes presupuestos.

En primer lugar, desde los análisis realizados a las encuestas a lectores que se realizan, se puede apreciar el acento puesto en lectura del objeto libro. Desde este discurso que tiende a sacralizar al libro se dejan de lado otros posibles textos tales como revistas, periódicos, publicaciones en Internet, etcétera. En las encuestas realizadas desde esta línea, predominan preguntas tales como “¿cuántos libros usted ha leído en el último año?” para analizar las prácticas lectoras en general.

En segundo lugar, desde estas posturas se privilegia la lectura silenciosa e individual y la lectura por placer en la que las obras canónicas de la literatura tienen un lugar privilegiado. Esta concentración en la lectura letrada lleva a una incompreensión de la elección de otras que se ubican por encima de los textos canónicos o a la no comprensión de prácticas de lecturas en las cuales se asocia sin complejos a los “grandes clásicos” con los *best sellers*. Así, por ejemplo, en una encuesta publicada en la *Revista Ñ* en 2006, aparece como un dato “llamativo” que, detrás de Jorge Luis Borges, Paulo Coelho es el segundo escritor más leído por los argentinos.

De los dos puntos antes señalados surge la clasificación más o menos explícita entre buenos y malos lectores. Los primeros acatan las normas legítimas de una buena lectura: leen mucho, leen mucho tiempo, leen libros, leen libros canónicos, leen para cultivarse. Los segundos, también conocidos como “poco lectores” o

“lectores poco frecuentes” (Bahloul, 2002), combinan libros con otras clases de textos (la *Rolling Stone* o la revista *El amante*), no dedican “tiempo productivo” a la lectura ni tampoco realizan las clasificaciones tradicionales entre buenos y malos autores al agrupar sin jerarquías a Julio Cortázar, J. K. Rowling y Jorge Bucay. En una encuesta realizada, por ejemplo, unos lectores señalan que se han volcado a leer textos del campo de la arquitectura y la ingeniería y otro, que lo último que leyó es la biografía de John Mc Enroe. ¿Qué lugar ocupan estas lecturas en las encuestas que miden las lecturas de la gente desde una mirada legitimista?

Estas miradas concuerdan no sólo en los puntos arriba señalados. Cuando se analizan las causas de este diagnóstico pesimista acerca del futuro del libro y la lectura, aparece también un acuerdo generalizado: la lectura no solamente está en vías de extinción sino que está sufriendo el ataque de la competencia mediática, principalmente de la televisión e Internet.

Es interesante observar cómo este discurso que culpabiliza a los medios masivos de comunicación como responsables de la crisis de la lectura es reproducido desde los medios mismos en los que se proclama la muerte del libro en la era electrónica. Esta paradoja nos muestra dos cuestiones: por un lado, que este discurso con pretensiones de objetividad es en sí mismo un discurso social que forma parte de las luchas sociales y, por otro, que los medios no pueden ser concebidos como meros instrumentos de manipulación sino que son parte de un proceso articulador de relaciones sociales.

Al analizar la lectura desde una mirada cultural se hace necesario hacer explícitos los supuestos ideológicos que sostienen a los discursos acerca de la lectura y asumir que la lectura es una práctica cultural que, como cualquier otra práctica social y comunicativa, se encuentra articulada con diversas acciones que los sujetos llevan a cabo. Así por ejemplo, leemos mientras viajamos en un colectivo, leemos para otros, leemos para informarnos, pertenecemos a grupos de fanáticos de un género o autor, etcétera. Asumir este punto de vista debe llevarnos a realizar ciertos desplazamientos.

Abordar la lectura desde una mirada socio-cultural implica dejar de lado las valoraciones y clasificaciones de textos, lecturas y lectores

[otras voces]

tradicionales que no necesariamente se corresponden con las clasificaciones y valoraciones que llevan a cabo los lectores en sus *prácticas reales*. En este sentido, nos interesa recuperar los contenidos culturales de los actores que estudiamos para, a partir de estos datos, construir un modelo que explique el funcionamiento y la dinámica de los procesos de lectura y los *significados sociales* que los lectores le atribuyen a la acción de leer y a los textos que elijen.

Analizar las prácticas lectoras desde un enfoque cultural implica, al mismo tiempo, dejar de lado un enfoque estadístico (tan común en muchas investigaciones acerca de la lectura) que busca medir estas prácticas en términos cuantitativos: cuánto se lee, con qué frecuencia, cuántos libros se poseen, etcétera. Si bien asumimos que este enfoque se hace necesario para, por ejemplo, dar cuenta del desigual acceso a los textos que circulan, creemos que no es suficiente para dar muestra de *cómo* leen los lectores. En este sentido, consideramos que un error frecuente en esta línea ha sido el de asumir que todos los encuestados leen de la misma manera determinados textos sin tener en cuenta los usos y apropiaciones diferenciados que los agentes pueden realizar de un mismo conjunto de textos. Desde esta perspectiva, analizar las prácticas de lectura desde un enfo-

que centrado en los **diversos modos de leer** constituye un punto fundamental. Ahora bien, en la consideración de **las lecturas** no debe perderse de vista un enfoque que vincule estos modos de leer con cuestiones sociales estructurales.

Una mirada cultural debe articular en el análisis de las prácticas de lecturas -y de cualquier otra práctica- el examen de los contenidos en las subjetividades de los agentes involucrados con los contextos culturales e históricos de los que surgen y a los que, a la vez, otorgan sentido.

Notas

1 Este trabajo fue solicitado para lectura en el Panel "Miradas culturales acerca de la comunicación" en el 2º Congreso Regional de Estudiantes de Comunicación realizado en Tucumán, en mayo de 2007. Forma parte de las investigaciones de la autora acerca de "Las prácticas lectoras juveniles en San Miguel de Tucumán".

Bibliografía

BAHLOUL, Joëlle. *Lecturas precarias. Estudio sociológico sobre los "pocos lectores"*, Fondo de Cultura Económica, México, 2002.
WILLIAMS, Raymond. *Historia de la Comunicación*, Vol. 1, Editorial Bosch, Barcelona, España, 1992.

correo de lectores

Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura agradece las cartas de sus lectores. Los textos destinados a esta sección deben enviarse a: trampas@perio.unlp.edu.ar

Es necesario que estén firmados por el remitente y que conste su lugar de residencia. Por razones de espacio, Tram(p)as se reserva el derecho de publicar las cartas recibidas y podrá editar el material cuando lo considere oportuno.

