

Lectura tradicional versus lectura digital

Leda Romero
lromero@monicaherrera.edu.sv

Escuela de Comunicación Mónica Herrera (El Salvador)

Resumen: Este artículo busca ser un acercamiento al debate académico entre dos escenarios que han surgido en torno al concepto de lectura gracias a la cultura digital. Es decir, con la integración de soportes tecnológicos como iPads, Kindles, laptops, etc. los objetivos, experiencias y actores que participan en el proceso, se ven inevitablemente modificados, re-configurando el concepto de lectura que manejamos hasta ahora. Por esto, vale la pena diferenciar ambos escenarios y generar una conversación que nos lleve a integrar los dos mundos, para hacer de la lectura una experiencia enriquecedora integrada a la digitalidad.

Palabras clave: Cultura digital, lectura tradicional, lectura digital, lectoespectador.

Abstract: This article pretends to be an approach to an academic debate between two scenarios that have risen amongst reading as we know it. With the integration of technological devices as iPads, Kindles, laptops, etc. the objectives, experiences and actors that participate in the reading process are inevitable affected, re-configuring the concept. This is why it is worth to distinguish both scenarios and generate a conversation that lead us to integrate both worlds and make reading a rewarding experience that's integrated to digital life.

Key words: Digital Culture, Traditional reading, Digital reading, Reading-Viewer.

1. Introducción

“La imprenta, un recurso repetidor confirmó y amplió la nueva tensión visual. Proporcionó la primera ‘mercancía’ uniformemente repetible, la primera línea de montaje: la producción en masa.

Creó el libro portátil, que los hombres podían leer en la intimidad y aislados de los otros. El hombre podía ahora inspirar... y conspirar.

Como la pintura de caballete, el libro impreso agregó mucho al nuevo culto del individualismo. Se hizo posible el punto de vista privado, fijo; la capacidad de leer y escribir otorgó el poder de aislarse, de la no-implicación” (McLuhan y Fiore, 1967).

Así fueron descritos por McLuhan y Fiore algunos de los principales cambios que la introducción del libro, como instrumento cultural, implicaban para la cultura y el desarrollo del individuo en un contexto de exposición a la información y, por tanto, al análisis y a la complejización del pensamiento.

Cuántos años han pasado ya desde que la imprenta se convirtió en un hito histórico que cambió los horizontes de la cultura, el conocimiento y la individualidad, y sin embargo, ahora nos encontramos ante un nuevo escenario que ha sido propiciado por la era digital.

En este artículo se hará referencia a estos dos escenarios, el gutenberiano, en el cual la lectura es realizada a través de soportes físicos, papel y tinta; y el escenario digital, el cual ha surgido a raíz de otro hito histórico: la Internet.

Con el objetivo de limitar el objetivo de estudio, aquí nos referiremos estrictamente a la suerte de comparación entre la lectura gutenberiana (libros) y la lectura digital, la cual se referirá a la actividad lectora realizada a través de soportes digitales como tablets y computadores portátiles específicamente.

En este escenario digital, que es cada vez más generalizado, leer ha dejado de ser una actividad asociada al papel y tendrá que plantearse cuestionamientos de raíz que van desde las implicaciones de la hipertextualidad, la actividad *online*, el uso dispositivos electrónicos, lectores que pasan a ser usuarios y una literatura que deberá asumir el reto de la digitalidad.

Nos encontramos entonces ante dos tipos de lectura: la lectura tradicional o gutenberiana, aquella que reconoce las páginas, la tinta y la pasta de un libro como requisito; y la lectura digital, una que implica la tenencia de un dispositivo (tablet, laptop) y en la que conviven elementos propios de lo digital como la Internet, los hipervínculos, la interacción en línea e incluso, en algunos casos, multimedia (sonidos, ilustraciones y/o videos).

¿Es una batalla o es una colaboración? ¿Lectura en páginas o lectura en tablets?

2. Objetivo

Este escrito busca establecer las principales diferencias entre el proceso de lectura tradicional y el proceso de lectura digital, como forma de entablar un debate académico para la comprensión de la lectura como actividad en evolución constante. De esta forma, el objetivo planteado se resume en:

- Plantear los cimientos para el debate académico sobre las perspectivas del proceso de lectura ante dos escenarios: El primero, entendido como lectura tradicional, es decir, que obedece a la lógica gutenberiana o de lectura de libros; y el segundo, un escenario digital, entendido como aquel en el que la lectura requiere de dispositivos como laptops o tablets y cuyo contenido son eBooks con aplicaciones multisensoriales complementarias.
- Se describirán entonces los escenarios mencionados y los retos que cada uno representa para comprender el proceso lector como una actividad que ha dejado de estar ligada únicamente a los libros y/o soportes físicos, para ramificarse en soportes digitales y contenidos que complejizan el proceso de interpretación e interacción lectora.

3. Metodología

Para comprender la dicotomía entre las características de la lectura tradicional y la lectura digital se retomaron ejemplos específicos que promueven, de forma independiente:

- El retorno a la lectura tradicional.
- La re-estructuración de la lectura digital.

Estos ejemplos fueron analizados a la luz de un marco que contempla la profundización en tres categorías:

- *Actores*: Quien participa del proceso de lectura, utiliza el dispositivo y realiza el proceso interpretativo de su contenido.
- *Dispositivos*: Soportes y materialidad utilizados para llevar a cabo el proceso de lectura.
- *Proceso de lectura*: Elementos externos que componen la experiencia de quien lee y definen las nociones de lectura.

La agrupación de estos análisis permitió hacer una comparación entre las nociones de lectura planteadas por un ejemplo (lectura tradicional) y por el otro (lectura digital). El objetivo es obtener conclusiones que amplíen el debate académico al respecto de las implicaciones actuales de la lectura en un contexto cada vez más digitalizado.

4. De los libros a las tablets

Aprendimos a leer a través de silabarios, sonidos extraños y probablemente más de alguna canción. Continuamos nuestro recorrido a través del papel, subrayando, haciendo anotaciones

al margen, o simplemente, leyendo. Con la llegada de la computadora nos introdujimos a una plataforma de lectura diferente que también trajo sus retos y complicaciones. Sin embargo, ahora nos encontramos ante un nuevo dispositivo: las tablets.

La oferta ya es interesante: tienen acceso a Internet, las pantallas son táctiles y se adaptan a la retina, los botones van desapareciendo y las memorias se van haciendo cada vez más grandes, casi como una demostración de todo el material que está esperando a ser devorado (o guardado) por el usuario.

Estos dispositivos son, en sí mismos, una reconfiguración de una de las actividades más significativas de la era gutenberiana. Las tablets, con sus pantallas y aplicaciones, redefinen el lenguaje, la realidad, el consumo, la producción y la modalidad de la lectura.

Este artículo pretende hacer una aproximación a dicha reconfiguración, que será llamado proceso de lectura y que involucra desde el dispositivo, atravesando debates sobre el nivel de accesibilidad al mismo por diferentes sectores sociales, hasta la creatividad y capacidad interpretativa de quién lee sobre el contenido ahí plasmado; y llegar incluso, a un cambio en el rol del lector para convertirse en usuario.

Pero antes de embarcarnos en el proceso de análisis de la reconfiguración del proceso de lectura planteado, es preciso revisar la percepción sobre la lectura pre-dispositivos, es decir de la lectura gutenberiana; esa que se hace a través de pastas, páginas de papel, separadores y tinta. Se han seleccionado dos ejemplos para, en términos muy generales, construir un marco de referencia sobre lo que se puede interpretar como un llamado para la recuperación de la lectura en papel versus la lectura digital, la cual se ha convertido en una especie de batalla por recuperar la experiencia de dicho ritual.

4.1. La batalla por regresar al papel

El primer ejemplo es “It’s a book” (figura 1). Su traducción al español es “Es un libro” y, obviamente, muestra un libro ilustrado de Jane Smith que promueve las virtudes de la lectura tradicional.

“It’s a book”, curiosamente, fue lanzado con una campaña en medios digitales, específicamente en YouTube. El video consiste en una conversación protagonizada por un interesante personaje animado: un burro, con una laptop en las piernas. Este burro se dirige a un mono que está leyendo un libro, cosa que le parece extraña y aburrida. Entonces, se dedica a hacerle preguntas: “¿Puedes bloggear con él?, ¿puedes tuitear?, ¿tiene wi-fi?” El burro, al final, movido por la curiosidad, toma el libro y da vuelta a sus páginas hasta terminarlo.

Así, a través de un burro abstraído en las páginas de un libro, el mensaje del video se convierte en una involución hacia el tradicional significado de la lectura en papel, intentando despojar al proceso lector de las distracciones de la digitalidad.

Figura 1: Fotograma del video “It’s a book”.

Fuente: Smith (2010).

El video, además de ser una fuerte crítica a los usuarios de computadores como dispositivos de lectura, ejemplifica cómo la lectura en papel es capaz de cautivar y capturar al lector, ofreciendo una experiencia totalmente distinta al contacto con una pantalla. Así, “It’s a book” se convierte en otro esfuerzo como el de la ya conocida librería mexicana Gandhi que, con un toque de humor y sarcasmo, invita a tomar un libro y... leer.

Esta librería ha utilizado un recurso creativo y divertido para atraer a diferentes grupos hacia la lectura tradicional¹³, empleando afiches, carteles y publicidad BTL (figura 2) con frases ocurrentes tales como “Mi libro es más grande que el tuyo. Libros para hombres”, “Leer, guey, aumenta, guey, tu vocabulario, guey”, “Enamorados se suicidan por falta de comunicación [Ya leíste Romeo y Julieta]”, entre otros:

Figura 2: Publicidad gráfica de librería Gandhi.

Fuente: Sánchez (2009).

Si bien es cierto que la iniciativa de librería Gandhi está motivada por un tema meramente publicitario y vinculado estrictamente a la naturaleza de su negocio, esta campaña ha sido retomada en redes sociales por algunos entusiastas de la lectura tradicional y también en algunas bibliotecas, como un potente llamado para retornar a la lectura gutenberiana.

13. En el portal oficial de esta librería (2014) se puede consultar las diferentes campañas publicitarias desarrolladas desde la década pasada en México.

4.2. La batalla por la evolución de la lectura

Ahora bien, así como hay esfuerzos por el retorno a la lectura gutenberiana, no podemos negar la existencia y el uso cada vez más expandido de dispositivos digitales para la lectura. Marshall McLuhan se adelantó muchísimo en el tiempo y predijo la expansión de lo digital a partir del surgimiento de la televisión y ahora, nombres como iPad, Kindle, Galaxy Tab son mundialmente reconocidos. Al respecto, Trujillo Sáez (2013) afirma:

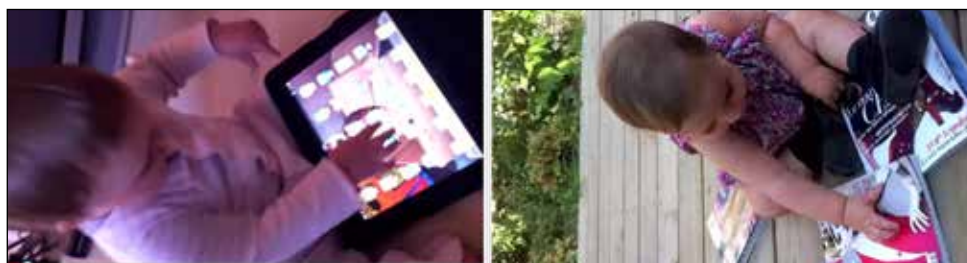
“Mientras que los adultos ya habían colonizado el libro impreso hasta hacerlo suyo, los más jóvenes se lanzan a la aventura en los dos entornos, la lectura en papel y la lectura en pantalla, simultáneamente y sin establecer diferencias”.

Ahora que las tablets se han abierto paso (y han tenido una buena aceptación gracias a su tamaño, facilidad de movilidad, integración de funcionalidades y precio) también es momento de preguntarse: ¿De qué forma transforman estos dispositivos el proceso de lectura?, ¿cambia el rol del lector cuando cambia el soporte en el que lee?, ¿se modifica la experiencia lectora cuando se hace a través de eBooks y no de libros?

4.3. Una revista es un iPad que no funciona

Los millones de internautas que han visto el video “A magazine is an iPad that doesn’t work” (figura 3) han sido testigos de cómo una pequeña niña de un año se sorprende cuando se da cuenta de que las revistas no responden a sus pequeños dedos de la misma forma que un iPad: las imágenes no se agrandan, no hay ventanas que se abran y se cierren, no hay luz, en fin, no funciona.

Figura 3: Fotogramas del video “Una revista es un iPad que no funciona”.



Fuente: *YouTube* (2011).

Aunque la pequeña aún no sabe leer, es innegable el efecto que el dispositivo digital, en este caso el iPad, ha causado en su noción de lo que una revista debería ofrecer. Jabr (2014) explica que aquellos que han comenzado a usar la tecnología digital desde su más tierna infancia, rodeados no solo por libros y revistas de papel sino también por teléfonos inteligentes, Kindles e iPads, tienen otras expectativas sobre las funcionalidades de estos soportes más tradicionales.

5. El futuro del libro

Con respecto de la experiencia lectora en el escenario digital, es óptimo traer al debate el caso de IDEO, una consultora internacional en innovación y diseño que plantea el “futuro del libro” (figura 4).

IDEO cree que el constante crecimiento del contexto digital puede mejorar nuestra noción de los libros. Con base en este enunciado proponen tres conceptos de experiencia lectora desarrollados por ellos en los que explican de qué forma se puede dar esta integración entre contexto digital y noción de libro.

Figura 4: Fotogramas del video “El futuro del libro IDEO”.



Fuente: YouTube (2010).

Los tres conceptos son planteados son Nelson, Coupland y Alice. Aunque cada uno tiene audiencias y objetivos diferentes, el factor común es la relevancia que, de forma individual, le otorgan a la interacción con otros usuarios como elemento enriquecedor del proceso de lectura. Es decir, conciben que para mejorar la experiencia lectora se requiere de interacción con nuevos o diferentes usuarios quienes construyen una red de información, perspectivas e inputs adicionales a los propios, volviendo un proceso usualmente individual, en uno participativo y plural (Zuras, 2010).

IDEO sugiere que el lector/usuario sea capaz de integrar sus puntos de vista sobre el material leído para compartirlo con los demás participantes. Esto da pie al debate, a la vinculación con otros contenidos relacionados, a más generación de datos e información y a diversas miradas sobre un mismo tema, lo que se traduciría como enriquecimiento del proceso de lectura. Aunque quizá en menos medida, IDEO también sugiere que el futuro del libro está también ligado a la integración de diversos dispositivos durante el proceso: la lectura no se limita a la tablet o el computador, sino al teléfono celular, a mensajes por correo electrónico, entre otros.

Con base en estos ejemplos, se pueden simplificar las nociones de lectura gutenberiana y lectura digital de acuerdo con la siguiente clasificación:

Figura 5: Nociones de lectura gutenberiana y lectura digital.

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	LECTURA GUTENBERIANA	LECTURA DIGITAL
<i>Actores</i>	El lector gutenberiano es un individuo ante un libro. Leer le otorga cierta distinción intelectual y de conocimiento superior al del “otro” que no lee.	El lector digital es más bien un usuario: utiliza una laptop o tablet no solo para leer, sino muchas otras actividades. Leer desde un dispositivo no lo inviste de distensiones intelectuales pero sí de interconectividad y modernidad. El usuario digital tiene alternativas de elección de contenido, interacción con otros usuarios, conexión a Internet, compartir contenido en otras plataformas digitales (redes sociales), etc.
<i>Dispositivos</i>	Libros físicos hechos de papel, tinta y pasta y cuyo contenido es, usualmente, literatura. Es decir, texto que conforma narrativas cautivantes para quien lee.	Tablet o laptop. Por este solo hecho, el usuario está expuesto a estímulos externos al contenido exclusivo del material que lee. Estos tienen conexión a Internet y generan un contexto que facilita la interacción entre usuarios, recomendaciones de bibliografía, comentarios de otros usuarios, etc.
<i>Proceso</i>	El proceso de lectura gutenberiana es individual y la interpretación del contenido queda supeditada al marco interpretativo particular de quien lee. El contenido se limitaría a texto, sin mayor intervención multisensorial que vaya más allá de ilustraciones. La lectura requiere abstracción del lector a un espacio íntimo e individual en el que las interrupciones son vistas como contingencias que cortan el flujo de lectura y la experiencia lectora.	Distinguido por la conectividad a Internet. Es una actividad repleta de interrupciones ligadas a otras aplicaciones abiertas en el dispositivo. Favorece la interacción con otros usuarios y/o conocer las impresiones de estos al respecto del contenido. Cuenta con elementos multimedia como videos, audio e imágenes que, buscan enriquecer el contenido y acoplarse al soporte digital.

Fuente: Elaboración propia.

6. Los escenarios

Hemos visto entonces que, tácitamente, la existencia de un nuevo proceso de lectura que, a través de lo digital, desafía los estándares tradicionales de esta actividad otrora vinculada únicamente a los más altos rangos de autoridad e intelecto.

Estas posturas, hasta cierto punto encontradas, llevan al establecimiento de dos escenarios actuales en torno al proceso de la lectura:

- *El retorno a la lectura gutenberiana:* Como un proceso individual que alienta la creatividad e implica una relación libro/lector sin “interferencias”. En este, el dispositivo es el libro y el lector cumple un rol de audiencia e interpretación individual del contenido. En la lectura gutenberiana, el proceso de leer es una actividad enmarcada entre contenido e individuo, sin mayor intervención

sensorial que aquella promovida por las letras plasmadas en el papel. De ahí, los argumentos que indican que la lectura gutenberiana promueve la creatividad, ya que no existen estímulos externos que “contaminen” la interpretación individual del contenido realizada por el lector.

- *La nueva experiencia de la lectura digital*: Que se realiza a través de dispositivos electrónicos especializados (tablet o laptop) en los que el usuario tiene acceso a diversas aplicaciones que “enriquecen” el proceso, como por ejemplo: comentarios de otros lectores, referencias a nueva bibliografía, etc. Usualmente, los eBooks son diseñados incluyendo estímulos visuales y/o auditivos que proveen un marco referencial en términos gráficos para quien lee, despojándolo o armándolo (de acuerdo con la perspectiva bajo la que se estudie) de un proceso de interpretación individual del contenido, pero generando una experiencia multisensorial. De acuerdo con el grado de interacción entre lectores de un mismo texto, el proceso de lectura puede favorecer el intercambio inmediato de información y/o impresiones sobre el contenido, volviendo la lectura un proceso dinámico e interactivo.

El primer escenario es, entonces, un llamado a reconsiderar el libro como soporte para la lectura. El segundo es una invitación para reconceptualizar las nociones de lectura. Son precisamente estas dos versiones de una misma actividad las que abren las puertas al debate.

7. El debate

Eso fue justamente lo que sucedió en el Encuentro Nacional de Investigación FUNLAM, en Colombia, Sepúlveda y Suárez (2012) planteaban la necesidad de abrir el debate que surge por los cambios y las evoluciones entre aquel lector tradicional frente a un libro impreso y del lectoespectador con una tablet en su mano, leyendo un libro interactivo conectado a la Red.

En otra oportunidad, esta vez en una de las mesas de ponencias durante el Congreso de Facultades Latinoamericanas de Comunicación Social FELAFACS 2012, en Lima (Perú), los mismo investigadores colombianos expusieron su investigación “eBooks interactivos: del lector al lectoespectador”, planteando cómo los eBooks crean una experiencia completamente diferente para el lector al incluir diseño, animación, hipervínculos, interacción con el usuario, sonido y demás.

Con estas adiciones, los eBooks llegan a ser una recreación de las obras originales que pasan por mentes de creativos, ilustradores, diseñadores, programadores y demás profesionales para convertirse en el producto final que llega las manos de quien lo ¿lee?

Es aquí donde la palabra ‘lee’ se complejiza para transformarse en ve, escucha, comparte, juega, etc. integrando las tantas funcionalidades que incluye un eBook.

En este mismo congreso se habló también sobre la idoneidad de los eBooks para el fomento de la lectura, ya que se dirigen a una audiencia acostumbrada al lenguaje digital, quienes probablemente requieren de este tipo de incentivos para la lectura por el solo hecho de estar en contacto con un dispositivo electrónico.

Esto cobra sentido explicado desde la perspectiva de McLuhan y su reconocida afirmación “el medio es el mensaje”. Desde esta perspectiva, la sola posesión de dispositivos electrónicos para la lectura implicaría que las actividades que con él se realicen integran las características que este permite. Así como un cassette no cabe en un iPod, un libro convencional no cabe en un iPad.

8. El lector. El usuario. El lectoespectador

La discusión sobre los dispositivos electrónicos como soportes para la lectura también da paso a repensar a los protagonistas del proceso. Se hace necesario reconsiderar entonces, si es correcto referirnos a quien lee como lector, como usuario o como “lectoespectador”.

Otro punto para el debate surge: ¿Los dispositivos electrónicos para la lectura generan, de forma automática, un nuevo rol que no puede ser descrito como lector?

A lo largo de este artículo se ha utilizado la palabra “usuario” para referirse a quienes utilizan dispositivos electrónicos de lectura. Y es que la semántica es poderosa y la palabra “usuario”, en sí misma, tiene implicaciones de poder, interactividad y acción que describen una perspectiva diferente a la que construye la palabra “lector”.

Es a este usuario de eBooks a quien se ha otorgado el nombre de lectoespectador, el cual no busca encontrarse únicamente con una buena historia, sino con una experiencia multisensorial que la acompañe.

Aquí nos encontramos con otra serie de cuestionamientos válidos sobre la modificación del rol del lector/usuario/lectoespectador ante la lectura: ¿Cómo se ve influenciada la interpretación creativa, autónoma e individual del lector cuando el eBook está proporcionando todo el marco visual, auditivo y animado de la historia?, ¿no es esa una de las funciones de la lectura: incentivar la creatividad y la interpretación propia del mundo propuesto por el autor?

Estamos, entonces, no sólo ante un nuevo escenario del proceso de lectura, sino también ante un nuevo protagonista del mismo: un nuevo lector. De este ya ha hablado Scolari en su blog *Hipermediaciones*, en el cual comenta el libro *El Lectoespectador*, de Vicente Luis Mora:

“Contar con todos los recursos implica contar para nuevos lectores. Según VLM ‘el lector 2.0 recibirá complacido una obra cuyos límites pueden ser sólo los de la imaginación del escritor para permitir y los del propio lectoespectador para imaginar y/o

completar la experiencia de la imagolectura' [...] Se abre 'un nuevo modo de concebir qué puede ser literatura en el siglo que acabamos de comenzar'" (Scolari, 2012).

Estamos ante nuevos soportes para el consumo de la lectura. Esto implica una alternativa diferente para la concepción de la literatura como la conocemos hasta ahora: y otro escenario surge ante nuestros ojos a partir de la re-conceptualización de las nociones de lectura.

Sobre el hipertexto ya mucho se ha hablado, sin embargo, en el caso de los dispositivos como tablets, también intervienen elementos que ya se han mencionado anteriormente: sonido, interacción con otros usuarios, integración con otros dispositivos y demás, que complejizan el proceso de la lectura convencional y el tipo de contenido que se adecúa a las características de la hipertextualidad.

Ahora bien, es preciso recordar la teoría de usos y gratificaciones, según el cual el usuario cobra la mayor relevancia al otorgar significaciones y formas de uso a los medios que utiliza. Por tanto, aquellas características y funcionalidades presentes en los dispositivos de lectura estarán siempre a la disposición del usuario pero serán adaptados y utilizados en la medida que este así lo decida.

Por tanto, nos podremos encontrar ante usuarios ávidos de la lectura digital por la facilidad de almacenamiento que los dispositivos ofrecen y la portabilidad de contenido extenso en un mismo soporte, y no por las características de interactividad, sonido, ilustraciones u otras.

9. Lectura digital versus la lectura tradicional

El proceso de la lectura gutenberiana engloba una interacción individual entre libro y lector. Desarrolla la capacidad interpretativa y es una experiencia del sujeto con el objeto que está cargado con significaciones, símbolos y motivaciones individuales. La lectura digital, realizada a través de dispositivos electrónicos, será también un proceso de un individuo acostumbrado a un entorno tecnológico que incluye, obligatoriamente, la multidimensionalidad de los aparatos, la interactividad, la conectividad, la costumización y el almacenamiento masivo.

La lectura digital no es más que una adaptación de un proceso otrora unidimensional hacia los requerimientos de un contexto y un usuario digitalizado. Trujillo Sáez (2013) explica:

“El mundo de la literatura digital ofrece al lector nuevas posibilidades a través de la pantalla, superando además la distinción entre quien escribe y crea quien recibe y lee: las TIC nos permiten un acercamiento interactivo al texto y demandan del lector una mayor implicación en la lectura”.

Con respecto a esta suerte de batalla entre la lectura digital y la lectura tradicional, estamos entrando a una verdadera (r)evolución literaria cuyos resultados aún son inciertos. Pero como punto de partida es fácil afirmar que el recibimiento favorable que las tablets han experimentado es un indicador del éxito y la necesidad de este tipo de dispositivos, así como también de la modificación de una de las actividades que ha sentado las bases del conocimiento hasta nuestros días: la lectura.

10. El replanteamiento del concepto de lectura

“Leer ha estado muy condicionado por los soportes; la materialidad, el modo cómo se escribe y cómo se publica lo escrito, marca formas de lectura completamente distintas, formas social y culturalmente diversas, con condiciones políticas y económicas diferentes de lectura” (Martín-Barbero, 2005).

Es precisamente esta materialidad y forma de publicación la que una vez más se ve modificada en nuestros días a través de las tablets y los eBooks, afectando indefinidamente las consecuencias en el proceso de lectura. Como diría McLuhan, el medio se transforma en el mensaje.

Las tablets y las laptops configuran una nueva forma de leer. Sin embargo, la lectura como proceso es una actividad que está en constante cambio, obedeciendo (como dice Martín-Barbero) los soportes y cómo se publica lo escrito. Por lo tanto, la lectura digital es un proceso enmarcado en un escenario de soportes diferentes al libro empastado, pero igualmente válido.

Bajo este mismo argumento, Martín-Barbero (2005) afirma que existe otra lectura que tiene que ver con el mundo de la imagen, desde el cómic hasta el videoclip, donde pasan todas las nuevas narrativas que están reinventando la literatura. Es aquí donde se enmarca el concepto de lectura digital que se aborda en este artículo, en el que no es solamente el texto en forma de palabras el que se reconoce como lectura, sino también la inclusión de elementos multimedia e ilustraciones como parte del proceso.

Por tanto, el concepto de lectura no está limitado a aquel ligado a los libros, sino que puede ser extensivo a aquellos soportes digitales como las tablets y laptops, cuyo contenido incluye incentivos multisensoriales y gráficos.

¿Debería haber una separación de los tipos de lectura?, ¿existe en realidad una lectura gutenberiana y una lectura digital?

Posiblemente para aquellas generaciones, que han tenido que adaptar la digitalidad a su día a día, existe una clara diferencia entre las experiencias lectoras tradicionales y digitales. Sin embargo, para los nativos digitales (quienes desde sus primeros meses entran en contacto con dispositivos electrónicos) el concepto de lectura gutenberiana no llega siquiera a existir.

De tal forma que debemos asumir que la nueva lectura es una de tipo digital: con soportes electrónicos, con interconectividad, con *feedback* entre usuarios, con conexión a Internet, con incentivos multisensoriales, en plataformas digitales, etc. Y con un protagonista que ya no es solo un lector, sino un usuario y lectoespectador, quien interactúa constantemente con el material, el soporte y otros usuarios lectoespectadores.

Fuentes consultadas

Jabr, F. (2014). “Por qué el cerebro prefiere el papel”. *Investigación y Ciencia*, núm. 449, pp. 82-87.

Librería Gandhi (2014). “Publicidad Gandhi”. Extraída el 20/V/2014 desde <http://www.gandhi.com.mx/index.cfm/Publicidad>

Martín-Barbero, J. (2005). “Los modos de leer” [entrevista realizada por Omar Rincón]. Extraída el 20/V/2014 desde http://www.fesmedia-latin-america.org/uploads/media/Los_modos_de_leer.pdf

McLuhan, M. y Fiore, Q. (1967). El medio es el mensaje. *Un inventario de efectos*. Barcelona: Paidós.

Sánchez, M. (2009, diciembre 14). “Carteles graciosos e incoherentes”. Extraída el 20/V/2014 desde <http://de10.com.mx/wdetalle4925.html>

Scolari, C. (2012, febrero 26). “El lectoespectador: Una lectura (1)”. Blog *Hipermediaciones ~ Conversaciones sobre la comunicación digital interactiva*. Extraída el 20/V/2014 desde <http://hipermediaciones.com/2012/02/26/lectoespectador-lectura/>

Sepúlveda, E. y Suárez, C. (2012). “Libros electrónicos interactivos: nuevos lectores y nuevas terminales de lectura”. Extraída el 20/V/2014 desde http://www.funlam.edu.co/uploads/centroinvestigaciones/96_Memorias_enc_investi_2012%5B1%5D.pdf

Smith, L. (2010, agosto 16). “It’s a Book by Lane Smith - Book Trailer”. Extraída el 20/III/2012 desde http://www.youtube.com/watch?v=x4BK_2VULCU

Trujillo Sáez, F. (2013). “Lectura e Internet: ¿Qué aportan las TIC a la lectura?”. Extraída el 20/V/2014 desde http://www.juntadeandalucia.es/educacion/webportal/descargas/familias-lectoras/flash/coleccion/resources/cariboost_files/cuaderno10.pdf

YouTube, sitio web.

_(2011, octubre 6). “A Magazine Is an iPad That Does Not Work”. Extraída el 20/V/2014 desde <https://www.youtube.com/watch?v=aXV-yaFmQnk>