

Textualidad y nuevos modelos de lectura cybercultural

Textuality and new cybercultural reading models

DOI: 10.46932/sfjdv3n2-105

Received in: February 15th, 2022

Accepted in: March 1st, 2022

Sandra Flores Guevara

Doctora en Ciencias Sociales

Institución: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Dirección: Abasolo No. 600 Col. Centro CP 42000 Pachuca de Soto, Hidalgo, México

Correo electrónico: sandra_flores@uaeh.edu.mx

Laura Elvira Hernández Carballido

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales

Institución: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Dirección: Abasolo No. 600 Col. Centro CP 42000 Pachuca de Soto, Hidalgo, México

Correo electrónico: elvira_hernandez5967@uaeh.edu.mx

Mauricio Ernesto Ortiz Roche

Maestro en Dirección de la Comunicación

Institución: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Dirección: Abasolo No. 600 Col. Centro CP 42000 Pachuca de Soto, Hidalgo, México

Correo electrónico: mroche@uaeh.edu.mx

Eva María Pérez Castrejón

Doctora en Comunicación Aplicada

Institución: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Dirección: 21 sur #1103, Barrio de Santiago C.P. 72410, Puebla, Puebla, México.

Correo electrónico: evamaria.perez@upaep.mx

RESUMEN

El presente artículo muestra las novedades ciberculturales en materia de textualidad e hipertextos, dichas novedades hoy ofrecen un sin número de alternativas de comunicación gracias a la multiplicidad de opciones y plataformas formando nuevas redes de canales para la creación de contenidos donde usuarios recurrentes bajo una apropiación de los mismos recrean su cotidianidad en el ciberespacio. Los nuevos modelos comunicativos están diseñados para la optimización no sólo de las ofertas ciberculturales, sino para la creación de procesos hipertextuales, en ese sentido, Internet tiene relación con nuevos modos de lectura y escritura donde ciertas plataformas sugieren elementos modificando la diversidad de procesos de lectura. Con la perspectiva de la etnografía virtual como propuesta para hacer un estudio sobre las variantes de lectura hipertextual en plataformas promotoras de lectura de internet cuyo reto contemporáneo para la sociedad digital implica una reflexión en torno al quehacer tecnológico y su intercesión socio cultural para entender la construcción de identidades e interacciones sociales y así atribuir sentido al desarrollo social contemporáneo.

Palabras clave: cibercultura, plataformas tecnológicas, redes sociales digitales, lecto-escritura.

ABSTRACT

This article shows the cybercultural novelties in the field of textuality and hypertexts, such novelties today offer a number of communication alternatives thanks to the multiplicity of options and platforms forming new networks of channels for the creation of contents where recurrent users under an appropriation of them recreate their daily life in cyberspace. The new communicative models are designed for the optimization not only of cybercultural offers, but also for the creation of hypertextual processes, in that sense, Internet is related to new ways of reading and writing where certain platforms suggest elements modifying the diversity of reading processes. With the perspective of virtual ethnography as a proposal to make a study on the variants of hypertextual reading in Internet reading promotion platforms whose contemporary challenge for the digital society implies a reflection on the technological task and its socio-cultural intercession to understand the construction of identities and social interactions and thus attribute meaning to contemporary social development.

Keywords: cyberculture, technological platforms, digital social networks, reading-writing.

1 INTRODUCCIÓN

Para comprender el papel de los nuevos modos de hacer lectura en el ámbito cibercultural así como para saber la manera en la que se constituyen tanto los textos como los hipertextos que encontramos a diario en el ciberespacio cuyo fundamento de estructura y apertura que ofrece internet promueve a su vez una definición de aprendizaje entre los usuarios que día con día crece a pasos agigantados pues la manera en cómo se utilizan cada vez es más sencilla y accesible.

Consideramos que supone un espacio de oportunidad plantear los elementos primordiales para entender la era digital y su constante movimiento ante una revolución tecnológica que va de la mano con la sociedad, en ese sentido resulta importante abordar el impacto digital no sólo de los populares espacios de interacción de las redes sociales ciberculturales, sino de los nuevos y espacios de comunicación que además de ser alternos tienen la finalidad de ser parte de una dualidad entorno a la producción y consumo de quienes hoy se conciben como prosumidores de las redes creando modelos de interactividad coexistente con campos de textos e hipertextualidad.

En ese sentido, y por más cotidianas o comunes que resulten las novedades digitales, ante el paradigma tecnológico no pueden generar mayor sorpresa en apariencia pues ya estamos involucrados en nuevas formas de vida, transiciones de costumbres, modificaciones de conducta y modos de comunicación y si además estos cambios los visualizamos ligados de manera común al desarrollo de las sociedades provocan incertidumbre hacia el surgimiento y la supresión de identidades y culturas.

1.1 CIBERCULTURA, EL NUEVO ESPACIO DE CONFORMACIÓN.

Las múltiples transformaciones que hemos experimentado se pueden observar desde mucho tiempo atrás. Hablando específicamente de la comunicación, desde la invención de la imprenta la era comunicacional ha cambiado de forma continua, avanzando siempre entorno a la información y al alcance

y difusión de esta. Pierre Lévy (2007) en su Informe al Consejo de Europa relata cómo la escritura abrió un espacio ante las sociedades orales y cómo al mismo tiempo significó un nuevo esparcimiento de la información y el conocimiento, traspasando limitantes como la distancia, el idioma, las diferencias culturales y sociales.

En este primer gran cambio fue necesaria la adaptación tanto de emisores como de receptores ante un mensaje aparentemente descontextualizado, pues no siempre es recibido en el tiempo, espacio y contexto en el que es emitido, como la comunicación oral. Para esto surgieron técnicas de decodificación como la interpretación y la traducción, así como mensajes inclinados a la universalidad mediante esfuerzos por ser autosuficientes e incluir un código o especificaciones que ayudaran a la comprensión del texto sin un personaje elocuente presente y sobre todo a mantener el sentido del mensaje sin importar dónde se reproduzca.

Desde este primer momento es claro que la forma de vida de las personas se vio orillada al cambio de costumbres, implicó poco a poco aprender un sistema de lectura y escritura con características distintas, cada vez más necesario y al alcance de más personas para comprender y compartir la universalidad de un sentido en los mensajes y hasta cierto punto poder hacer que los textos que se convierten en hipertextos modelen nuevas alternativas de lectura y escritura emanada del ciberespacio.

Una segunda ola de cambio en la comunicación llegó con los medios masivos tradicionales (radio, cine, televisión y prensa) quienes siguieron con la línea universal de mantener el mensaje y su sentido, sin embargo, al ser creados con un enfoque de masas no retoma al receptor como personaje pensante y retroalimentativo, pues según Lévy:

Al circular en un espacio privado de interacción, el mensaje mediático no puede explotar el contexto particular donde evoluciona el receptor, descuida su singularidad, sus adherencias sociales, su microcultura, su situación precisa en un momento preciso. Es este dispositivo, a la vez reductor y conquistador. el que fabrica al “público” indiferenciado de los medios de comunicación de “masas” (Lévy, 2007: 87).

De esta forma, lo universal se vuelve total, y la diversidad deja de tener espacio en el totalitarismo. Es así como con el siguiente gran cambio comunicacional llega con una incertidumbre en las nuevas prácticas culturales: la era digital. Para muchos representa una esperanza para recuperar el dinamismo de la información participativa, pero prevalece la incertidumbre de la cultura y las prácticas que trae consigo el ciberespacio.

Lévy también menciona que los medios digitales pueden significar la nueva ecología técnica que lleve a la desaparición del totalitarismo y se quede con la esencia de lo universal, el primero entendido como “la unidad estabilizada en el sentido de una diversidad” y el segundo como “la presencia virtual de la humanidad por sí misma” (Lévy, 2007: 223).

De este modo, la cibercultura representa una nueva oportunidad donde la diversidad tiene cabida en la globalización, en un paradigma tecnológico donde la información puede generarse desde diversas perspectivas al poder ser partícipe los y las representantes de cada cultura existente.

Sin embargo, es claro también que para acceder a este núcleo participativo se debe tener el equipo material y el poder adquisitivo adecuado, por lo que hablar de una representación completa sería algo poco certero e incluso ingenuo. Ante esto, la cibercultura de alguna manera invita en su esencia más humana a compartir e interactuar entre seres humanos.

La participación en este espacio que une cada ser humano a cualquier otro puede hacer comunicar las comunidades entre ellas y con ellas mismas, suprime los monopolios de difusión y permite que todo el mundo exprese lo que le preocupa o lo que le interesa, revela que la participación en este espacio es un derecho, y que su construcción se parece a una especie de imperativo moral (Lévy, 2007: 92).

De este modo, la cibercultura es el resultado de la interacción en el ciberespacio, el cual no pretende reemplazar otras culturas sino compartir un sitio para coexistir y compartir en donde el conocimiento se construya desde diversas perspectivas y se conecten distintas realidades.

1.2 SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, SOCIEDAD DE INTERCAMBIO.

El término de sociedad de la información se denomina a un periodo post industrial en el que la información comenzó a ser el elemento más importante para los distintos aspectos sociales. Según Castells “la globalización generada por la revolución tecnológica está modificando la base material de la sociedad, y supone la introducción de una nueva forma de relación entre economía, Estado y sociedad en un “sistema de geometría variable” (en Silvela, 2004: 150).

Una de las características que resalta de ella es la globalización de la información, la aplicación de esta para la construcción de conocimiento, el surgimiento de nuevas construcciones de identidad y la forma de producir y consumir en busca de lo “innovador”.

Si bien el término “sociedad de la información” a menudo se utiliza para este momento máximo de la difusión de la información, ha sido un tema sobre la mesa desde años atrás. En los años 40’s, en una sociedad post guerra y una era post industrial, el matemático Norbert Wiener replanteó el término de la sociedad de la información y propuso la cibernética como parte fundamental de esta.

La cibernética coloca al centro del conocimiento y la existencia a la información, la interacción, el intercambio, la circulación y la fluidez de esta a través de la sociedad. Para ella, la comunicación es un campo interdisciplinario en donde el término se coloca al centro como elemento en común transversal de los fenómenos sociales. Representa también una dicotomía entre el ser humano, y las máquinas.

De acuerdo con Siles:

La cibernética consiste en una ciencia de las leyes generales de la comunicación, aplicadas a una diversidad de entidades, en la cual el concepto de información ocupa un lugar privilegiado en las formas de comprender al ser humano y sus relaciones con el ambiente (Siles, 2007: 88).

Jesús Galindo rescata una diferencia importante entre cuatro categorías que se encuentran entre la sociedad de la información y la sociedad de la comunicación: la comunidad de información (COIN), sociedad de información (SOIN), sociedad de la comunicación (SOCO) y la comunidad de la comunicación (COCO) (Galindo, 2009).

En su propuesta, la comunidad de información se caracteriza por ser un grupo pequeño con un único sistema de información omnipresente; la sociedad de información es una sociedad más grande en la que los individuos forman un criterio más independiente, sin embargo, existe una política superior que controla el sistema de información característico de los grandes grupos sociales, esta sociedad surge desde los grandes imperios y sigue viva en nuestros días, aunque ya no tan fuerte como antes. Por su parte, la sociedad de la comunicación la define como una transformación en la que nuevos sistemas de información comienzan a existir, abren un panorama a la diversidad de elementos y realidades que coexisten, lo que permite una interacción más tolerante y mentes más abiertas:

Todo ello trae como consecuencia una nueva forma de vida social, de interacción entre los miembros de una sociedad que piensan y perciben en forma distinta, lo cual supone la aparición de la comunicación, que en el tipo anterior era mínima, y ahora es cada vez más necesaria (Galindo, 2009: 58).

Su última propuesta dentro de estas categorías es la comunidad de la comunicación, sin embargo, destaca que ésta aún se encuentra en proceso hacia lo que podría ser, pues aún la transformación no ha cobrado la suficiente fuerza para que sea posible, pero ve en la internet una fuerte posibilidad para su comienzo:

Aquí la comunicación es universal, la diferencia es norma, la asociación de los individuos separados tiene un nuevo perfil, la percepción de unidad en la diferencia y la pluralidad es parte de esta nueva forma de vida social. La conciencia ecológica de la totalidad es la guía del comportamiento individual, y la actuación individual busca siempre y ante todo la relación con la totalidad, con la comunidad general de lo humano, y más allá (Galindo, 2009: 59).

En la distinción de estas cuatro categorías la tecnología ocupa un lugar de suma importancia para su transición: la sociedad de la información ha sufrido transformaciones conforme a la invención de la prensa, el libro, las computadoras y las redes, blogs y video blogs (vlogs) nacientes del internet, pues si bien las herramientas son un punto clave es la capacidad de agrupar y esparcir mayor cantidad de información lo que da en sí el significado a cada una de estas categorías.

1.3 LOS NUEVOS RUMBOS DE LA WEB 2.0

A partir de la invención del internet y su fórmula para compartir información comenzó una colectividad con mayor acceso a fuentes alternas, sin embargo, la inmediatez o la interacción no eran características principales de una primera etapa en los años noventa, distinguida por los mensajes sms, la lectura de páginas web y el uso de correo electrónico. En cambio, con el tiempo surgió una transformación y mejora de los servicios que el internet se había planteado: la Web 2.0.

Esta nueva transformación va más enfocada hacia la interacción de los usuarios de los sitios, mientras la Web 1.0 ofrecía información y medios para mantenerse en contacto, la web 2.0 llegó a revolucionar y a invitar a las personas a ser parte de las transformaciones de la sociedad, dentro y fuera de la red, por medio de la creación de contenidos, la retroalimentación de la información en los espacios digitales y la reapropiación de esa información.

Su mayor virtud fue generar espacios en los que la sociedad pudiera participar en la creación de contenidos, espacios como blogs, redes sociales digitales, las wikis, y el auge del “periodismo ciudadano”.

Al respecto, Guiomar Rovira comenta: la explosión de los blogs o bitácoras personales hace estallar el formato rígido de las páginas web, en una democratización inaudita de la producción. Se celebra la información libre y la proliferación de enunciadores, en una confusión creciente entre lo personal y lo público, la opinión y los hechos, la inventiva y el rigor; lo que importa es enunciar, emitir. (Rovira, 2017: 130).

Esta participación es de suma importancia para el activismo y la movilización naciente en redes, pues comenzaron a emerger nuevos emisores, la información fue cada vez menos exclusiva y se injertaron nuevas visiones y perspectivas de los sucesos. La información ya no la manejaban unos pocos, el sistema capitalista comenzó a perder fuerza en ese aspecto.

Por su parte, el receptor se vuelve más dinámico, deja de lado el modelo convencional en donde el proceso de comunicación termina con él y da paso a ser partícipe activo en la difusión de los mensajes ahora decodificados e incluso modificados por sí mismos. El receptor deja de ser el punto final de un circuito de productos acabados (mensajes) y desarrolla sus propias tácticas de spam, de selección y alteración, de remix, de réplica, de emisión en forma colaborativa o atenuada, confundiendo de forma inextricable los momentos de producción, distribución y consumo (Rovira, 2017: 131).

La importancia que cobra el receptor en la web 2.0 es de suma importancia para el activismo social y político, pues quienes estén expuestos a la información que desde el inicio no es manejada por un solo ente totalitario y tiene la posibilidad de comparar versiones para generar su propio criterio participará en los espacios digitales abiertos reaccionando, interactuando, modificando e interactuando en las redes que, posteriormente, pueden trasladarse a la crítica y exigencia en los espacios públicos.

1.4 LOS TEXTOS E HIPERTEXTOS CONTEMPORÁNEOS.

Michael Joyce señala que los hipertextos se leen cuando se escriben, en ese sentido si hablamos de textos virtuales, hablamos de textos hipertextuales cuyo despliegue de contenidos extiende posibilidades y múltiples alcances de intercomunicación por lo que, las posibilidades comunicativas abordan nuevos espacios y extensiones.

El concepto de hipertexto tiene que ver directamente con una forma de textualidad que se lleva al ámbito de lo digital donde se utilizan vínculos electrónicos que a través de lexias, o fragmentos cortos de textos cuya finalidad retoma forma de palabras e imágenes así también sonido y vídeo.

Por ello, el vínculo electrónico se convierte en un elemento que define un nuevo modo de tecnología cuya producción de lectura multilineal, multisequencial o no lineal, hace que el lector determine las formas en cómo recorre y sigue el mismo texto, haciendo que su lectura se convierta en un proceso múltiple y variado respecto a las formas convencionales. De esa manera el hipertexto es un tipo de texto abierto a un lector que se presenta y modifica como activo, un texto que se combina y es múltiple sobre su manera de enlazar y conectar con otros textos, haciendo que el trayecto o recorrido de lectura se muestre libre sobre los propios intereses del lector o usuario cibertextual.

Así que una tecnología busca apelar al poder de los usuarios para hacer uso de los contenidos en la red, en el caso del hipertexto, pareciera que se trata de una transferencia de poder según Rodríguez (2001) ya que estaría democratizando el conocimiento, lo cual tiene que afectar dramáticamente las jerarquías tradicionales. Por lo tanto retomando los postulados de Landow también se retoma la postura de Lyotard, para tomar en cuenta que los modelos tecnológicos se pueden tomar como prótesis, puesto que se modela un tipo de deconstrucción hacia una forma de pensamiento que permite hacer visible la ausencia de elementos que promueven nuevas formas de conocimiento sobre el hipertexto ya que hace ver en la mente del hombre nuevas formas de contar con un tipo de herramienta que va mucho más de la mano hacia la propia naturaleza de su pensamiento.

Acudiendo a Ong citado por Nieto, Landow hace un análisis de las consecuencias sociales, político-culturales y a nivel individual de la forma en que se realiza un tipo de inmersión hacia otra tecnología que promueve nuevas formas de comunicación, por ello, se modula un reflejo respecto a una creciente democratización de toda la información que se promueve en el ciberespacio. Dicho proceso ha sido iniciado por la escritura que a su vez exterioriza la memoria, esto es, modifica y unifica el saber de uno en el saber de muchos; por ello, los lectores se convierten y se hacen creadores, autodidactas y autoconocedores de nuevas formas de pensar, dejando de lado lo que muchos han hecho a lo largo de la historia, esto es, hacer de la subordinación un aspecto retrógrada para la adquisición de conocimiento: en ese sentido, el hipertexto proporciona y pone al alcance todo esto (Landow, Hipertexto, 216).

El hipertexto y su forma única de hacer comunicación multimediática, puesto que se convierte en portador y facilitador de los recursos de nuevos modelos de interactividad haciendo que los procesos de participación y retroalimentación se torna inmediata, pues en el momento de hacer uso de los textos, se convierten en soporte de varios sujetos que participan y actúan, potenciando la acción común y proyectividad, por lo tanto, también se produce un tipo de igualdad respecto a los modelos de conversación sobre los textos leídos y generados, además se hace la proyección hacia una interacción virtual, y como consecuencia no se puede sino favorecer el aprendizaje y la creación.

Por lo tanto, si se promueve la creación literaria, el aprendizaje y la enseñanza de la literatura serán orientados hacia nuevos horizontes, en la medida en que los medios de comunicación modernos hacen posible la función creativa y el juego. En todo caso, el panorama respecto al uso de los hipertextos es favorable, esto es, con múltiples posibilidades para aprovechar su multifuncionalidad pues entonces vemos como se determina no sólo un nuevo modelo de texto e hipertexto, sino un concepto de literatura interactiva que también se entiende como una búsqueda que va más allá de la escritura y de la interactividad reflejando opciones para la función creativa.

2 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

La presente observación tiene como objetivo un primer acercamiento sobre un alcance descriptivo, hemos considerado la etnografía virtual como el elemento primordial para realizar la observación, tomando en cuenta que la etnografía de este tipo tiene un alcance cuya finalidad lleva como eje fundamental a la investigación de corte social y antropológico, por medios de los usos de la observación participante como técnica básica, donde el investigador es parte de los procesos sociales que estudia para recuperar información, con interlocutores que proporcionan información fehaciente y con el objetivo de entender estructuras de significación. Para los efectos del presente proyecto, la etnografía virtual basa sus modelos de observación en el seguimiento de páginas web particularmente perfiles de Facebook que promueven nuevos modelos de lectura y acceso a los diversos contenidos de la web.

Este tipo de investigación descriptiva, busca en un primer momento ubicar propiedades, características y rasgos importantes de las páginas que promueven esta nueva forma de acceder a los hipertextos. Teniendo como resultando la posibilidad de mostrar con precisión las aristas de un fenómeno innovador para quienes usan el ciberespacio con fines de generar nuevos modelos de aprendizaje. En ese sentido, los estudios descriptivos miden conceptos o variables para decir cómo se comporta el fenómeno de interés, sin establecer relaciones entre las variables medidas (Hernández Sampieri, 2006).

Debido a su alcance, para la edificación del presente proyecto se emplearon al igual métodos empíricos del análisis documental clásico y los estudios de caso, los cuales permitieron en un primer acercamiento, a través de la literatura referente al tema y observación de las páginas web detallar las

diferentes herramientas y potencialidades de las mismas para ofrecer las acciones para el fomento de la lectura.

Posteriormente, se llevó a cabo un seguimiento a partir de los perfiles de Facebook con el fin de especificar propiedades, características y rasgos importantes de los servicios y formas de generar interactividad con los perfiles de corte literario con los cuales se establecieron elementos que todo servicio de fomento de la lectura emplea con tecnologías para su desarrollo y así observar su implementación para el conocimiento de modelos hipertextuales.

La muestra la conformaron alrededor de 15 páginas en idioma español, en su mayoría mexicanas por la forma en como registraron sus datos de los cuales existen perfiles que fueron creados por instituciones públicas, asociaciones civiles y organismos no gubernamentales quienes buscan y muestran interés sobre el fomento de la lectura.

Para la selección de la muestra se realizó una búsqueda en Internet, tomándose de manera aleatoria y con base a su productividad de escritura y dinamismo resultaron representativas, dado su lineamiento con la literatura y por ende con los hipertextos.

Para la valoración de cada uno de los perfiles y el conocimiento de sus modelos interactivos, con miras a identificar elementos que pueden resultar comunes y diferencias más representativas sobre el uso de nuevos modelos hipertextuales, por ello resultó de suma importancia estandarizar los datos sobre cada perfil; para tal efecto se diseñó una guía, que contempló los siguientes elementos: formas de nombrar, tipos de publicación, cibernautas al que va dirigido, usuarios, alcance temático, responsables emisores, alcance y funcionalidad del perfil, así como los servicios que ofrece. Como espacio de actividad para el fomento de los nuevos hábitos de lectura hipertextual, se determinó valorar la implementación de grupos de lectura, por ser ésta la acción más común entre las agrupaciones que buscan el desarrollo del fomento a la lectura y de otras organizaciones que ofertan a los usuarios, una vía para la promoción del libro y la lectura

3 COMENTARIOS FINALES

Las posibilidades tecnológicas facilitan por tanto, no solo hacer que se multipliquen los horizontes de los nuevos modos de lectura y escritura sino que hoy con el uso de las tecnologías digitales se modifican y transforman las funciones tradicionales de los diferentes participantes en el proceso comunicativo del fomento a la lectura y también de la escritura, es más se puede señalar un nuevo modo de participar en torno a un tipo de acción comunicativa para fomentar y propagar el conocimiento a partir de la gestión lectora.

Hoy en día cada usuario lector se convierte en autor, un lector, un editor o un distribuidor en potencia que participa, promueve o incluso puede hacer que el mismo perfil se mantenga o definitivamente

se elimine. Las conversiones emanadas de las nuevas formas de comunicación que hoy encontramos en este tipo de perfiles de comunicación requieren sin duda, de una redefinición de los nuevos modelos de entender la literatura y la lectura en sí como nuevos componentes hipertextuales.

Los usuarios muestran diferentes niveles de escolaridad para acceder a los contenidos de los perfiles para mostrar interés en la lectura y en particular en lectura de corte literario y ficcional como una actividad muy cercana a los gustos e intereses y por qué no mencionar necesidades académicas, sin embargo, como una manera irremplazable de aproximación y comprensión de la realidad que concibe la socialización a través de redes sociales digitales con un particular interés y de entretenimiento intranferible. La actividad de leer nunca podrá calificarse como inocente, ya que como de forma sagaz apuntó Víctor Hugo, las lecturas han transformado a los hombres y a las mujeres de despacho en seres humanos de acción. Así que más allá de números y horizontes de visibilidad, desde su aparición, el libro electrónico ha mostrado un emocionante debate orientado al vaticinio de las posibles mutaciones que se ha generado en torno a la manera de leer y, en consecuencia, a la forma de escribir de los usuarios digitales y las nuevas maneras de vincular los elementos del modelo comunicativo literario; donde escritores, editores, lectores, bibliotecarios y círculos lectores desde los más apocalípticos auguran la definitiva desaparición del libro impreso en papel, hasta los defensores más incuestionables del dispositivo tecnológico como poderosa y única en un futuro inmediato de dichas herramientas de comunicación.

4 CONCLUSIONES

La inclusión de las nuevas tecnologías de la comunicación y en particular de las redes sociales digitales como el Facebook en ámbito de la cultura escrita trae consigo cambios estructurales en los contenidos y en las prácticas de lectura. Para nuestro país la lectura de libros, revistas, diarios y cómics en digital aún puede resultar incipiente en comparación con sus pares impresos según sondeos realizados en una feria de libro universitaria. No obstante, podemos encontrar proporciones considerables de población juvenil que leen formatos digitales como storytelling, audiolibros, watsapp, fanfics, entre otros donde la tendencia general indica que los lectores de estos formatos buscan combinar prácticas en formatos impresos y digitales.

De hecho, podemos asegurar que este tipo de lectores digitales se construyen como un perfil de lector dual, en tanto presentan un acercamiento más diverso a los formatos de lectura tanto digital como tradicional, lo curioso es que muchas veces después de leer formatos digitales buscan las versiones impresas. En tanto, quienes leen exclusivamente en digital pueden ser aún una proporción muy menor de la población, caracterizada por tener un perfil social en el ámbito digital similar al de los lectores duales. Si seguimos las líneas de las prácticas culturales y la participación en el ámbito de la cultura los resultados pueden apuntar a una interpretación de las prácticas lectoras en formatos digitales en la línea del

paralelismo entre cultura y estructura social con intenciones de incorporar nuevos modelos comunicativos, en tanto se observan lineamientos sociales marcados por el nivel académico y adquisitivo.

No obstante, como la lectura en este formato tiende a vivir de manera dual con el impreso, cabe preguntarse por el sentido que tiene esta aproximación. De manera que después de conocer los primeros resultados podemos hablar de un eclecticismo hacia los formatos antes que deberse a una direccionalidad individual, que busca más bien un patrón social o integración por tener más títulos literarios a la mano. Por ello, el perfil dual sugiere una forma de modificar posibles barreras simbólicas, en tanto se constituye como un grupo aventajado socialmente por los niveles de conocimiento adquirido gracias a las posibilidades tecnológicas, con un perfil similar al de los que exclusivamente leen y se acercan a los formatos digitales

REFERENCIAS

- Galindo, J. (2009). Comunicología y sociedad de la información: exploración de un lugar común desde la ciencia de la comunicación. *Global Media Journal*
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2006) *Metodología de la investigación*. 4.ed. México: McGraw Hill
- Landow, G. (2015) *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós,
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Nieto, L. El hipertexto: una contribución a la educación. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, núm. 6, agosto, 2005, pp. 137-152 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Tunja, Colombia
- Rodríguez, J. Hipertexto, literatura y nuevas tecnologías (Optimismo tecnológico vs. Pesimismo humanista) *VERSIÓN 11*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México 2001 pp. 239-259
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. México: ICARIA/ Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco.
- Siles, I. (2007). *Cibernética y sociedad de la información: el retorno de un sueño eterno*. *Signo y Pensamiento*, XXVI pp. 84-99
- Silvela, E. (2004). *La era de la información. Individualismo y comunalismo en el origen de la violencia del siglo XXI*. Cuadernos de estrategia