

Noviembre 8 de 2007

## Ingenuos y poco críticos, así califica el conferencista Daniel Cassany a los lectores actuales



Foto: Andrea Moreno / EL TIEMPO

'No existe la verdad, sino diferentes puntos de vista', dice Daniel Cassany, doctor en educación.

Es uno de los conferencistas invitados al 'Seminario de Escritura Creativa y Creatividad en su Enseñanza' que la Secretaría de Cultura de Bogotá y otras entidades desarrollan esta semana en la ciudad.

Para empezar, dude de todo lo que se diga en este artículo, porque según se desprende de lo que dice el entrevistado, el catalán Daniel Cassany, la duda es un principio vital de un buen lector.

Cassany es doctor en ciencias de la educación en didáctica de la lengua de la Universidad de Barcelona y profesor de análisis del discurso en la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona.

El especialista sostiene, y de ahí no hay quién lo mueva, que hoy por hoy, en pleno auge de la conectividad y la multiculturalidad, la mayor parte de los lectores son demasiado crédulos. "La gente es profundamente ingenua, el lector promedio no es nada crítico", asegura. Piensa que la mayor parte de las personas cree demasiado en lo que lee, cosa que a él no le gusta nada.

No en vano, ha escrito cinco libros alrededor de la lectura y la escritura, entre otras cosas para enseñar a aguzar la mente. "Cuando digo leer no me refiero solo a textos escritos sino a los videos y a todo lo que se ve, por ejemplo en Internet. Hoy el texto es multimodal, aunque todo empieza con un guión escrito. Leer no es decodificar palabras; es comprender el discurso, la intención que hay detrás de cada texto", dice.

Para sostener su juicio da ejemplos de la credulidad de la gente. "Cuando las personas hacen una búsqueda en Internet, por ejemplo, no distinguen entre la información que llega pagada como publicidad o la que no lo es. En España, en las

elecciones pasadas luego del 11M, la gente votó por el PP (Partido de Aznar) donde había monopolio de medios: no buscaron otra mirada. Siempre ha habido un respeto por lo que está escrito. Como si por eso fuera digno de credibilidad. La gente también cree en que las citas y referencias son verdaderas (si hay una referencia, debe ser cierta)", comenta.

## Entrenar lectores conscientes

Su posición de que si hay gente que se toma tanto trabajo en decir mentiras es porque algo gana, lo mantiene inamovible en su convicción de 'entrenar' a las personas para que se vuelvan lectores conscientes. Incluso, en uno de sus libros ('Tras las líneas', editorial Anagrama) introdujo tres mentiras a propósito para que la gente las descubra (las respuestas están en su página en Internet).

Ahora, en este mar de informaciones y puntos de vista diferentes, ¿cómo construir la verdad? "Es que la verdad no existe. Hay muchos puntos de vista con los que uno construye una interpretación social. Es que leer y escribir no se trata de enviar textos como si fuera un paquete en el que el destinatario recibe lo que otro le envió. Es más bien como una piedra que el que escribe lanza pero que no se sabe qué pasará con ella", sostiene Cassany.

## De ingenuos a 'pilos'

El profesor de análisis del discurso Daniel Cassany señala las diferencias entre crédulos inocentes y cuestionadores incisivos.

### El lector ingenuo:

- Busca en el texto la idea principal y la secundaria.
- Piensa que las citas son sagradas.
- No conoce la carga ideológica del texto. Por ejemplo, la diferencia entre decir islas Falkland o Malvinas.
- No distingue entre géneros, como si es una opinión o es una noticia.
- Es probable que solo lea un periódico o acuda a una sola fuente informativa.
- Piensa que un texto solo tiene una interpretación posible.

### El lector crítico:

- Indaga quién escribió el texto, quién lo dijo.
- Busca contexto de lo que lee y da sentido a las palabras.
- Sabe que las palabras no son solo lo que dicen. Sabe que no es lo mismo decir islas Falkland, para un inglés, que Malvinas, para un argentino.
- Discrimina los géneros y conoce la tradición de quien escribe.
- Lee varios periódicos.
- Sabe que hay varias interpretaciones posibles.

**No es lo mismo.** "Cuando las personas hacen una búsqueda en Internet, no distinguen entre la información que llega pagada como publicidad o la que no lo es". **Daniel Cassany, escritor español.**

*El Tiempo, Bogotá (Colombia) 8-11-2007.*