

La cuadratura del círculo periodístico

José Saramago analiza en la UIMP las paradojas de la objetividad y otros dilemas del oficio de informar

RAQUÉL GARZÓN, Santander
No se lo puso fácil ayer el premio Nobel de Literatura José Saramago a la tribu periodística en su conferencia *Información, la cuadratura del círculo*, con la que clausuró un seminario sobre la prensa, organizado por la Agencia Efe en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. En poco más de una hora, el escritor condenó "el concubinato" entre los medios de comunicación y los poderes políticos y económicos; cuestionó la independencia del periodista ("es una ficción de buenas intenciones"), despotricó contra la figura del creador de opinión ("con qué derecho por tener un espacio en los medios ambiciona que otros piensen como él"), afirmó que "la comunicación ha dejado de ser una forma de comunión" y lapidó —así, sin más— la ambición de objetividad del gremio: "Todo es cuestión del punto de vista", dijo.

El título ya prometía batalla: "Durante siglos se buscó reducir el círculo a un cuadrado. Recién en 1882", precisó Saramago, "se demostró que es imposible". La cuadratura del periodismo, se-

gún el escritor portugués, no es la información en sí, "de la cual vivimos rodeados más allá de los medios, incluso", sino la objetividad como ambición.

"Toda la información es subjetiva y no puede evitarlo. Subjetiva en su origen, en su transmisión y en su recepción", disparó implacable, porque existen "tantos entendimientos como receptores". Esta trampa no es salvable, para Saramago, limitándose a "la descripción de los hechos", puesto que en la elección del lenguaje se filtrará, otra vez, lo subjetivo. Con una anécdota reciente explicó por qué tampoco la imagen escapa al velo subjetivo. "La foto de las Azores: en la que vieron aquí, estaban los señores Bush, Blair y Aznar. En Portugal, aparecía un cuarto personaje que pasaba por allí, que entonces gobernaba el país y que hoy preside la Comisión Europea: Durão Barroso. Claro, entonces era sólo el que abría y cerraba la puerta", sostuvo.

Esa subjetividad inevitable y omnipresente se nutre también, según el escritor, del entorno: "¿Por qué pensamos lo que pen-



José Saramago, en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. / EFE

samos? ¿Por qué pienso esto y no lo que se pensaba en el siglo XIX o lo que se pensará en el XXIV", preguntó a un auditorio en el que se encontraban, hipnotizados por igual, el filósofo Emilio Lledó, los escritores Javier Cercas y Jordi Gracia, los alumnos

inscritos en el curso y un racimo de periodistas.

"El pensamiento es el conjunto de ideas propias de una persona o colectividad, dice el diccionario", continuó Saramago. "Esto significa que pensamos lo que hay que pensar, no podemos pen-

sar fuera de lo pensado. Estamos otra vez en el reino de la subjetividad. Pensamos lo que piensa nuestra época y lo expresamos en su lenguaje. Pensamos la parte de pensamiento común que hemos sido capaces de asimilar". Un panorama que, aseguró, lleva a preguntarse por el verdadero espacio de libertad de cada uno: "Hay 8.000 millones de personas en el mundo. Sería ridículo pensar en 8.000 millones de independencias, ¿verdad?". Llegados a ese punto, el escritor se confesó superado: "Ahora es cuando Emilio Lledó debería sentarse aquí y yo allí para aprender". Gentileza que el filósofo sevillano agradeció con una sonrisa.

"De una forma u otra, los periodistas no pueden dejar de ver lo que pasa", sostuvo Saramago. Algo que alimenta, dijo, "la conciencia infeliz" de los profesionales de la información obligados por "razones de supervivencia" a "cambiar de opinión cuando cambian de medio" y a ser "pequeños camaleones".

Según su análisis, "entre el jefe y el obrero, el periodista palpa el terreno más o menos inestable que lo sostiene y se pregunta si está más o menos dentro de la verdad del día que maneja su medio". Por eso es "mucho más útil que el debate sobre la independencia sea analizar las franjas de independencia relativa que les son permitidas a los profesionales". Un estudio que no puede perder de vista aquella vieja frase de que "los periódicos sirven para vender clientes a los anunciantes". ¿Cuál es la solución? Saramago hizo mutis por el foro: "No lo sé, yo soy un médico incapaz de curar pero hago diagnósticos estupendos", bromeó.