



:: [portada](#) :: [Cultura](#) ::

31-07-2004

El premio Nobel clausura en la Menéndez Pelayo un curso sobre los medios de comunicación

Saramago revisa los mitos periodísticos

Juan Ruiz

El Periódico

En la reunión de las Islas Azores que dio el pistoletazo de salida a la invasión norteamericana de Irak hubo dos fotografías distintas. Una, para los medios de comunicación portugueses, en la que aparecían George Bush, Tony Blair, José María Aznar y José Manuel Durao Barroso. Otra, para la prensa internacional, en la que el actual presidente de la Comisión Europea, ese político que según José Saramago "pasaba casualmente por ahí", había desaparecido. Esta anécdota le sirvió ayer al premio Nobel de Literatura para explicar que es mentira aquello de que las imágenes muestran la realidad.

"La imagen goza de un prestigio absolutamente innecesario", dijo Saramago en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, de Santander, donde clausuró el curso La prensa cuestionada, organizado por la agencia Efe. "La foto aparece en un rectángulo de un diario y es como si el mundo se acabara ahí, cuando fuera del rectángulo existen otras cosas. Se dice que una imagen vale por 1.000 palabras y no es cierto. El mismo acto de fotografiar, el ángulo y la luz que se utilice pueden mostrar aspectos distintos".

En su habitual estilo grave, el escritor portugués pasó factura a gran parte de "los mitos" periodísticos. El principal, lo que él llamó "el centro del problema", es el de la objetividad. Para el narrador, cualquier elección de palabras implica tomar partido por un punto de vista, y, por lo tanto, la simple descripción objetiva de un acontecimiento es una utopía. De hecho, opinó que "toda la información es subjetiva y no puede evitar no serlo". Hasta el punto de que "uno llega casi a la conclusión de que la información es imposible".

MATAR A LA EMOCIÓN

Pero no lo es. "La información será sabia si sirve para acercarnos a los seres humanos, aunque el riesgo de deshumanización y la ignorancia están creciendo", sostuvo. Como ejemplo de ese alejamiento de las personas que producen los medios de comunicación, el autor citó el caso de un ciclista que sufre un accidente y la imagen de su dolorosa caída se repite tantas veces en la pantalla que pierde todo sentido y "termina por matar a la emoción".

Hay ciertas expresiones ligadas a los medios de comunicación que irritan "profundamente" al novelista. Una de ellas es la de "creador de opinión". "¿Qué espacio de libertad le queda al consumidor de la información para poder crear opiniones que crea suyas?", se preguntó. "¿Serán realmente suyas o serán una serie de fragmentos subjetivos de aquellos creadores de opinión que ha leído? Y el creador de opinión, ¿tiene ideas propias? Si no, ¿por qué es un creador?".

Quizá consciente de la profundidad de las interrogantes que planteaba, Saramago, tras crear cierto desasosiego entre los alumnos del curso --la mayoría periodistas-- al decir que los profesionales de la información vivían "con una conciencia infeliz", confesó que no sabía cómo solucionar esos problemas. "Soy un médico incapaz de curar, pero hago diagnósticos estupendos".