

OTRAS RAZONES

LA RAZÓN Y LAS RAZONES

Aunque sea motivo de gran satisfacción, la salida al mercado de un nuevo periódico no siempre supone un enriquecimiento cultural o un aumento del pluralismo en la expresión de la vida social y política. Todo depende de la clase de novedad periodística que aporte, de las innovaciones que introduzca en la materia y el estilo de la publicación, y del grado de independencia de su opinión editorial frente a la inevitable presión de los grandes centros de poder político, financiero, publicitario y religioso. A los periódicos se les juzga no sólo por lo que dicen sino también por lo que callan. Y es en este último aspecto donde se aprecia mejor la diferencia fundamental entre las publicaciones diarias.

Los nuevos periódicos suelen centrar su atención en los mismos temas que los tratados por los competidores de mayor tirada. Y pretenden diferenciarse de ellos con un tratamiento más objetivo o menos sectario de los asuntos que son presentados, sin embargo, bajo un mismo enfoque. Esto aumenta, sin duda, el pluralismo de los matices pero deja intacto el problema básico: la insuperable discordancia entre la realidad y su representación. Acercarse a esta concordancia es la única Razón que justifica la legitimidad de un medio informativo. Si esta Razón no es lo que orienta y dirige la línea editorial, el diario podrá triunfar como empresa y convertirse, al modo de los casos más notorios, en otro centro de poder. Pero fracasará como medio de formación de una opinión pública mediante de la propaganda por el Estado de partidos. Justamente, lo que España no tiene y más necesita. La sinceridad de un país se mide por el grado de concordancia existente entre su realidad social y lo que de ella dice su prensa.

El respeto a la realidad no depende de la sola honestidad profesional del periodismo. Entre los hechos de existencia real y las conciencias personales que los relatan se interpone todo un mundo de prejuicios, preconceptos, esperanzas, temores, sospechas y fantasías, que impide el acceso al conocimiento de la realidad, a no ser que medie el concurso activo de inteligencias entrenadas en verla a través de la tela fina de intereses que la ocultan o deforman. La opinión editorial es decisiva, por ello, cuando ha ganado autoridad y credibilidad. Lo que sólo sucede cuando, por estar segura de sus propios fundamentos racionales, convoca a otras razones igualmente legítimas, pero carentes de expresión, para dejar contrastado el peso de la suya. La prensa sectaria no puede permitirse ese lujo.

Debido a la tradicional falta de respeto en España a las ideas sin poder y a las inteligencias sin temor, los intelectuales suelen ponerse a disposición de quienes les dan acceso al escenario público. Pero un intelectual no puede, sin renunciar a su condición, escribir lo que no piensa. Y si lo hace, es preferible que se venda al mejor postor del país, para vivir a costa de una sola y gran mentira, a que se alquile de ocasión, pasando de un diario a otro, para guardar su carrera de mentirosos. A las personas que reflexionan sobre las causas del malestar cultural, no se les ocurre entrar en la política para remediarlas. Saben que la sinceridad es tan absurda como peligrosa, cuando se expresa den-



tro de unas falsas reglas de juego. Tampoco les cabe en la cabeza la idea de escribir en un diario. Saben que el consenso informativo sólo deja pasar por su filtro lo agradable o adecuado a las consignas del partidismo

electoral. Tan férreo en ciertos periódicos como el de partidos políticos.

Ha nacido un gran periódico con el nombre de LA RAZÓN. Tanto la personalidad del editor como el título de cabecera, una promesa vinculante de racionalidad y razonabilidad, explican que aquí se haya convocado a la libertad de pensamiento que, siendo genuina y fundada, tenga necesidad de expresarse. Lo que implica, para el escritor de esta página, un triple compromiso: tener algo interesante o nuevo que decir, decirlo sin reservas mentales y expresarlo cultamente, pero de modo que prenda al lector. En nombre de los invitados, traslado al editor y al director la voluntad común de construir aquí, por sinceridad y valentía del pensamiento, como por elegancia de la expresión, un paradigma de responsabilidad que pueda motivar el orgullo de la Razón y el de sus lectores.

Antonio GARCÍA TREVIJANO

LA IMAGEN DEL DINERO

De todas las imágenes que nos acosan con la clara intención de seducirnos, la más rotunda es la del dinero. Tanto el billete crujiente y tenso que, pese a ser mate resplandece, como el lacio y arruga-



do con las esquinas rotas, es el icono más deseable que a uno le es dado contemplar. No basta. Su vista despierta deseo de posesión porque de nada sirve mirar al dinero si no se le puede hincar el diente. Y hay que morder fuerte para apresar un gran bocado aunque se nos quede un diente clavado en el plástico porque hoy el dinero es volátil y, cuando se tiene, se disfruta más que se ve. Los billetes, la moneda, han sufrido parecida transformación a la del arte que ha pasado de figurativo a abstracto. Lo demuestran las tarjetas de crédito; simples rectángulos plastificados que dan de sí como para alcanzar la felicidad. Las hay de colores diversos como, cuando era pequeña, las bandas en el colegio. No todas valían igual. Tengo nítida la imagen de la empujona de la clase cruzada el pecho de pesada seda blanca; nadie la hubiera podido convencer de que no era la mejor. Tampoco es lo mismo una simple y ligera tarjeta verde que otra, pesada y sedosa, en platino, con cir-

culos anamórficos que centellean moviéndose bajo el sol. Por supuesto, se trate de papel o plástico, cuando no hay dinero se nota. Un dato: los productores estadounidenses buscan actores menos guapos si van a hacer de pobres y, cuando no

es así, se mueren como en *Titanic*. No les falta razón, la pobreza no debe presentar atractivos para que todos nos lancemos detrás de la riqueza como los viajeros del XIX tras el corazón de África.

Analícemos a la madre del cordero, o de las imágenes -analizarlas es hoy tan importante como ayer saber leer-. Cojamos el papel de mayor valor de la moneda española: un billete de 10.000 pesetas y observémoslo con detenimiento. El papel de algodón, inmejorable, la impresión litográfica de los fondos, perfecta. El color es lo primero que salta a la vista. Entre todos, el azul es el más relajante. ¿Quién lo niega? Nada produce tanto sosiego como la seguridad. Obtener el bienestar es hoy como alcanzar el cielo, también azul. En el centro de uno de los lados, algo escorado a la izquierda si se mira de frente, junto al Rey, algo escorado a la derecha, vemos un espacio iluminado en rosa, el color del rubor y la ingenuidad, que encuadra una antigua y sólida edificación. Si se descarta para mirar al Rey uno lamenta que el azul dé mala cara. Se podían haber previsto y eliminado los surcos de las mejillas y la dureza de la mirada que alcanza el color del plomo tirando a marino. Está en plano medio, vertical. Tiene importancia este dato porque la verticalidad es un signo de autoridad. Quien está de pie puede mirar de arriba a abajo mientras que la horizontalidad manifiesta debilidad, humildad, dejadez, impotencia, indefensión. Es tumbado como podemos ver -el diseño es horrible- a Jorge Juan en el reverso del Rey, tampoco merezco más, parece decirnos, soy científico. Junto a él las herramientas de trabajo, o sus frutos, no estoy segura, porque desconozco como se miden los arcos del meridiano terrestre. En la marca de agua -la imagen que se asoma al blanco en la transparencia- otro científico, sevillano, también de 1700: Antonio de Ulla de la Torre Guiral. No podemos olvidar las medidas de seguridad, compañeras fieles del dinero: la marca de ciegos -una X y un triángulo con ligero relieve- y los filamentos metálicos que detecta la lámpara ultravioleta.

Sorprende la precisión a la hora de seleccionar motivos y personas para la impresión calcográfica: los billetes de 1.000 sostienen la efigie de Hernán Cortés en uno de sus lados y la de Francisco de Pizarro en el otro y los de 5.000 la de Cristóbal Colón. Los conquistadores se reúnen en la Casa de las Américas -el edificio de los billetes de 10.000-, situada en la madrileñísima Plaza de Cibeles que, sin ser el corazón de África, lo es del Estado Español. Tampoco era de esperar que los sustituyeran los niños que trabajan en régimen de esclavitud, o los hombres y mujeres que mueren de hambre en el continente americano. De ser así el color debería ser ocre que es el color de la pobreza o amarillo limón que ése sí que da mala cara. ¿Y si el dinero se nos cayera entonces de las manos? No. Mejor es dejarlo como está, incluso si es preciso hacerse monárquico.

Lolo RICO

PÚLPITOS SENSIBLES

Me cuenta mi espía paraguayo que la Iglesia está estos días de uñas contra el Partido Popular en Madrid, y que ello puede traer consecuencias. Imposible no prestarle atención.

El espía, melómano irreductible, quiso disfrutar el viernes del concierto celebrado en el Auditorio Nacional para celebrar la conclusión de las obras de la catedral de la Almudena. Su sorpresa fue advertir la notoria ausencia de autoridades eclesásticas en el templo de la música. Investigó, y me pone al día de las cuitas del cardenal Rouco Varela con los muy cristianos dirigentes del Partido Popular en Madrid. Cree a pies juntillas que el principio de la Iglesia prohibió expresamente a sus colaboradores la asistencia al Auditorio. Diplomática forma de decir que está más que harto de que

el Ayuntamiento ponga tantas trabas a la cesión de suelo para la construcción de medio centenar de parroquias y una nueva curia. Parece que le dan buenas palabras, pero luego desde la Administración le piden, por ejemplo, que certifique hasta el objeto social de las obras. Y eso, cuando la Comunidad no mira con lupa los planos, quizás curándose en salud de hipotéticas acusaciones de clericalismo.

El espía cree también que no debe temer el PP que lo acusen de favorecer a la Iglesia. Que cumpla con su labor de control administrativo, pero sin huelga de celo. Porque en el Arzobispado amenazan con una campaña de pulpitos enérgicos.

Juan BRAVO

REBOREDO Y SAÑUDO

