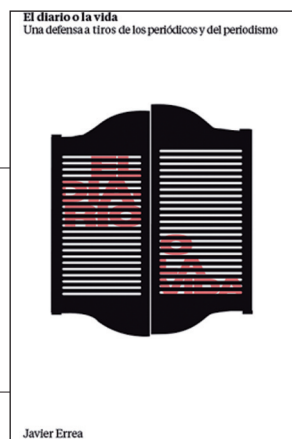


EL PAPEL DE LA INFORMACIÓN Y LA INFORMACIÓN EN PAPEL

PEDRO PÉREZ CUADRADO
pedro.perez@urjc.es

El diario o la vida. Una defensa a tiros de los periódicos y del periodismo

Javier Errea Música
Edición Libros del cuerno
ISBN: 978-84-608-4011-4
Pamplona (Navarra) 2015. 300 páginas



Lo primero que se nota al echarse al ojo lo que escribe Javier Errea es su vasta cultura de viajero empedernido por las redacciones de medio mundo. Envidia que le tengo. Luego, su dedicación sacerdotal a la Prensa –con mayúsculas– en el más amplio sentido. Como currante, analista –que no gurú– y periodista convencido de los que cuestiona casi todo.

Ejerce desde la plataforma de su estudio de Diseño Periodístico, Errea Comunicación, en Pamplona; como presidente del Capítulo Español de la Society for News Desing (SND-E) en la Universidad de Navarra; y, sobre todo, como lector de periódicos y muchas más cosas.

Es culpa suya, en gran medida, que en España se sigan celebrando dos importantes citas anuales a nivel mundial sobre periodismo: los premios Malofej sobre infografía y visualización de la información (a la altura de los Pulitzer norteamericanos); y los ÑH, que premian las mejores publicaciones (impresas y digitales) cada año en la península ibérica.

No sé de dónde saca tanto tiempo. Ni cómo maneja la economía de tanta actividad diversa. Como los grupos mediáticos ante la crisis de lectores, estoy seguro que aprovecha las sinergias y se retroalimenta de cada proyecto en el que participa. Y, además, en sus ratos libres nos lo cuenta desde 2010 en su blog: *Erreadas*.

Referenciar como: Pérez Cuadrado, P. (2016). El papel de la información y la información en papel. *index.comunicación*, 6(1), 269-272. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcommunication/index.php/indexcommunication/article/view/241/195>

Defensor a ultranza del papel de la información y de la información en papel, no se resistió a finales de 2015 a seleccionar una parte sobresaliente de sus *posts* en la red para conformar el volumen que ahora reseñamos; y así, sucumbir a la sensación del tacto como elemento estructural de las publicaciones que Internet jamás podrá tener. No es un libro científico. Entonces –dirán– ¿por qué aparece en esta sección de una revista universitaria –sobre Comunicación– al uso? Intento explicarlo a continuación.

Me leí el volumen la primera vez (aparte de las previas y esporádicas incursiones al blog) como quien devora una recopilación de artículos de Pérez Reverte esperando ver saltar las denuncias del cartagenero a diestro y siniestro a la vez que reparte mandobles (típico del capitán Alatríste). Porque el pamplonés también reparte lo suyo contra “consultores vendemotos, embusteros, sacacuartos” de los últimos tiempos del periodismo; contra los visualizadores de información (infografistas, grafiqueros...) “que no informan y a los que si no entiendes eres tonto”; contra la mediocridad de profesionales de la información; contra la moda del periodismo ciudadano: “El buen periódico –afirma– es siempre unilateral y no participativo”.

Luego, he releído –siempre es mejor releer que sólo leer– con alevosía y premeditación cada una de las entregas (las cortas y las largas) recreándome en cada razonamiento, en cada descripción, en cada insinuación.

Resulta alentador que alguien ponga palabras a lo que tú sospechas y, por ende, defiendes a la menor ocasión. Por ejemplo, al convencimiento cierto de que Periodismo no es otra cosa que contar historias (bien contadas) aunque no sean bonitas, no tengan una presentación perfecta y aparezcan en un único soporte. Que lo que emociona es el contenido y no tanto el continente. Que por eso la ficción televisiva se demanda y funciona en las pantallas... pero, ¿quién no ha oído que la realidad siempre supera a la ficción? Pues eso. Tenemos el mejor material para contar historias, que es la propia actualidad. Y las contamos de manera torpe, repetitiva y sin alma (que es lo mismo que agregar en el continuo monstruo devorador en que se han convertido algunos digitales). Alimentar plataformas tampoco es periodismo, por mucho que algunos se empeñen.

Contra el asentado corta/pega que se mueve imparable en las redacciones, Javier Errea defiende la originalidad: “Nada se puede comparar al milagro de la escritura –dice–. Hay que escribir. Tenemos que seguir escribiendo. Como sea. A toda costa. Contener la respiración y dejar que surjan las palabras. Contra la locura. Aunque no sirva para nada”.

Hay otra idea en los alcances de Errea que se repite insistentemente: que no hay que estar conectados las 24 horas al día para ser un buen periodista.

Es lo que yo pienso y me ha costado más de una discusión en mesas sesudas de facultades de Comunicación donde los invitados de grupos mediáticos que pasaron por mejores épocas alientan a los alumnos al uso de tecnologías emergentes para estar al día y no se habla nada de investigar, ordenar, documentar, escribir bien.

Es la pregunta del millón que se hace Javier y nos hacemos cuantos nos dedicamos a esto: ¿Qué estamos formando en las facultades de Periodismo? Hay que dejar de llorar por la leche derramada (no insistir ni regocijarse en la caída de los medios) e ilusionar con hacer periodismo (incómodo, valiente, subversivo...); dejar de incidir en tecnologías, redes sociales (que los alumnos dominarán mejor que nosotros –a todo hay quien gane– y, si no, peor para ellos) y enseñar a buscar, no sólo en Internet. Preguntar, preguntar, preguntar...

Hay muy diversas temáticas en los escritos de Javier Errea –reflexiones que le asaltan al final de una jornada extenuante, cuando está cruzando el Atlántico a la ida o a la vuelta, de vacaciones en el sur– pero una única obsesión por el futuro del Periodismo y los periódicos. “Me pregunto –nos dice– por qué los diarios están tan obsesionados [...] con la dichosa participación. Los botones de compartir, me gusta, añadir, etc. se han convertido en el mantra de este periodismo de *ratings* que nos devora ¿No hay nadie que tenga el coraje de eliminarlos? Modestamente, creo que es urgente cerrar muchos canales de participación en los medios, apagar así el vocerío y devolver serenidad al periodismo. De la misma manera, limitar la sobreexposición vanidosa de los periodistas”.

Por eso Javier habla de lectores, y no de consumidores ni usuarios; de portadas (“la tinta me excita”) y no de *homes*; defiende las redacciones en los centros de las ciudades; y sostiene que “el mejor diario del mundo no es *The New York Times* sino el que uno lee”. Son convicciones –algunos pensarán que un tanto viscerales– de una trayectoria profesional pegada al medio que merecen considerarse. Presume de no tener perfil digital y cree que “el papel nos humaniza y nos hace entender el mundo mejor que la pantalla”.

Y tiene claro dónde surgió la crisis: “Los diarios se jodieron –apuntando cuando decidieron arrevistarse [...] cuando se olvidaron de que esto va de dar noticias. Cuando se asociaron al poder y se vendieron por un plato de lentejas. Cuando pensaron que eran imbatibles, inmortales y regalaron la información. Cuando olvidaron que la información es un combate”.

Pero también aporta las que considera soluciones y mantiene, contra viento y marea, que “el periodismo no tiene que ver nada con la tecnología”, que “las galácticas redacciones multimedia son el gran timo de nuestro

tiempo”, que “la integración es una mentira y además imposible”, y que “la clave está en pagar, pagar por todo”.

A sabiendas de que el autor persigue sacudir la modorra de la crisis instalada en los medios impresos y que las recetas fáciles no existen, ¿hay o no hay razones para considerar el volumen en esta sección de reseñas sobre Comunicación?