# Albert Sáez (director d''El Periódico' i l''Sport'): 'Qui no entén les dones, no entén aquest món'




**El director d''El Periódico' i el diari 'Sport', Albert Sáez, considera que els mitjans de comunicació no poden fer la seva feina si no entenen el món en el qual treballen i, sobretot, explica que 'qui no entén les dones, no entén aquest món'. Sáez, que ha participat recentment en el congrés Women Evolution, aposta perquè l'esport femení guanyi terrenys als mitjans i defensa que 'això s'està accelerant' actualment. Amb ell també hem parlat de l'important moment que viuen els mitjans de comunicació en aquest context de pandèmia pel coronavirus.**

Com s'afronta la dualitat de dirigir dues capçaleres ('El Periodico' i l''Sport') que són històriques?
Amb molta il·lusió d'aconseguir aterrar en l'escenari digital el prestigi i el bon nom que tenen els dos diaris.

És un moment històric, de fet, per al periodisme. No sé si això d'històric ho podem allargar bastant en el temps, però en tot cas, és un moment que requereix de reptes. Com pot afrontar el sector el moment actual?
Ens sembla que el que hem de fer és això que diuen 'back to the basics', és a dir, tornar a l'essència de l'activitat periodística i de l'activitat dels mitjans de comunicació. Fonamentalment és donar un servei als lectors, que ara són usuaris, i aquest servei és garantir el dret que tenen d'estar informats i a tenir tots aquells coneixements que necessiten per prendre les seves pròpies decisions.

Això pot xocar frontalment amb un moment en què potser s'ha perdut credibilitat per part dels mitjans de comunicació?
És evident que hem perdut credibilitat perquè hi ha àmplies capes de la societat, sobretot les més joves, que ens veuen, per dir-ho gràficament, com a part d'això que diuen la "casta". És a dir, com a part del sistema, i consideren molts d'ells que hem traït la nostra missió, el nostre propòsit que és garantir-los el dret de la informació per garantir-nos el nostre model econòmic. Penso que això ha arribat a ser insostenible i que el que hem de fer els mitjans és retornar a donar servei als lectors com a primera missió i com a primer propòsit de l'empresa.

Parlava ara de digitalització i de portar aquest prestigi del paper a les versions digitals, però quin serà el paper del paper?
No ho sabem. Aquesta per a mi és un pseudoproblema, és a dir, un problema que no hi és. No sabem què passarà amb el paper. Els joves de 25 anys ara es compren vinils, i hem matat els vinils durant molt temps. Per tant, no sabem. El que sí sabem és que avui en dia el paper serveix per garantir una determinada informació -la informació reposada, la informació tranquil·la, l'anàlisi i el coneixement-, però no serveix per a una altra demanda que fan els ciutadans, que és la immediatesa: "voler saber què està passant mentre està passant", i, per tant, en aquesta demanda ens hem de llançar al canal digital i conviure en els dos.

Deia al començament de l'entrevista que s'ha de retornar una mica a l'inici de la funció dels mitjans de comunicació. En aquest context de pandèmia, quin creu que ha estat el rol dels mitjans de comunicació? Ha mancat crítica i autocrítica, també?

Noticia disponible a https://www.cugat.cat/diari/entrevista/150615.html

Copyright 2024 Cugat.cat

No és de les vegades que hem sortit més mal parats. Crec que davant d'un fet molt bèstia com ha estat aquesta pandèmia, la gent ha buscat informació de qualitat, i crec que en aquesta ocasió els mitjans, en general, hem estat a l'alçada i hem ajudat a desmuntar molts dels rumors i dels 'bulos' que s'han anat instaurant sobre la pandèmia. I aquí s'ha vist clarament la diferència entre la informació verificada i la informació sense verificar. Hem d'aprofitar aquest crèdit que ens ha donat l'audiència per traslladar-ho al conjunt de la nostra activitat.

El mateix podríem dir amb altres reptes pendents de la societat, com pot ser, per exemple la visibilització de la dona? Quin paper han de tenir els mitjans de comunicació en aquesta visibilització?
Els mitjans de comunicació no poden fer la seva feina si no entenen el món en el qual treballen. Si algú encara té la pretensió que des dels mitjans de comunicació es construeix el món, està molt equivocat. Avui en dia, el món el construeixen les persones, que individualment prenen decisions, i que individualment decideixen fer xarxa amb altres persones per informar-se, per consumir, per prendre decisions polítiques, etc, etc. I aquí estan les dones. Qui no entén les dones, no entén aquest món.

De fet, vostè ha substituït una dona al càrrec. Hi ha hagut altres exemples de dones que han arribat a liderar projectes comunicatius... però potser el repte està en els mitjans de comunicació esportius?
Sí, però això s'està accelerant. Per exemple, està la Carme Barceló que és una pionera en l'àmbit del periodisme esportiu, i en aquests moments podríem posar molts d'altres exemples. A mesura que l'esport protagonitzat per les dones vagi guanyant terreny, això encara s'accelerarà més. Aquesta setmana hem viscut un fet històric, d'aquells que a vegades marquen els veritables canvis socials. El principal diari esportiu, que és 'Marca', va fer una portada fa uns diumenges sobre el clàssic Barça-Madrid femení, que és el que tocava. Això vol dir que els mitjans esportius també han d'entendre el món en el qual viuen, que és un món de dones i homes.

Per tant, el topall no està en els continguts i aquesta visibilització, sinó en els càrrecs directius, potser, de mitjans i altres empreses?
La meva experiència és que moltes vegades hi ha moltes dones que estan molt preparades per accedir a càrrecs directius i que no ho fan perquè les obliguem a exercir els càrrecs a la manera masculina i, per tant, els genera incomoditat. Si el lideratge està basat a fer moltes hores, en cridar i en imposar-se, aleshores és lògic que una dona -i molts homes també- estigui incòmode en aquesta manera de liderar. Per tant, crec que no és que hagin de posar dones en llocs directius, sinó que hem de crear llocs directius que tinguin en compte la manera de liderar i aprofitin les aportacions que podem fer homes i dones en la manera de liderar.

Un repte del sector en aquest context de pandèmia que tenim ara mateix?
En aquests moments hi ha molta informació que genera soroll i nosaltres hem de distingir-nos amb continguts de qualitat i, per exemple, tant en 'El Periódico' com en l''Sport' el propòsit que ens hem posat és que no volem només que la gent conegui les coses, sinó que les entengui.

Noticia disponible a https://www.cugat.cat/diari/entrevista/150615.html

Copyright 2024 Cugat.cat