

→ Els a: [Portada](#) > [Entrevistes](#) > Enric Sierra, director de *La Vanguardia.es* i redactor en cap adjunt a la direcció de *La Vanguardia*

## Entrevistes

Enric Sierra, director de *La Vanguardia.es* i redactor en cap adjunt a la direcció de *La Vanguardia*

### «Abans de l'estiu hi haurà una nova *La Vanguardia.es*, ja sigui per la via de la transició o amb una transformació total»



Bregat a la premsa gratuïta, Enric Sierra (Arenys de Mar, 1963) va ingressar fa tres mesos a can Godó amb un encàrrec clar: liderar una reconversió de *La Vanguardia.es* que en aquesta ocasió no es quedi en els aspectes formals. Amb do de comandament tant sobre el diari a paper com del digital, Sierra es proposa tendir els ponts que calguin per fusionar dues redaccions que a dia d'avui no comparteixen ni planta en un futur no gaire llunyà. Com a antic director de *20 minutos* Barcelona, sap que és possible. Poc abans de la seva marxa, el gratuït va culminar amb èxit un procés similar a la seva redacció central.

■ Natalia Aragüés (text) / Sebastián Scarso (fotos)

El 2006 sembla que ha estat l'any en què els grans diaris han despertat i s'han decidit a impulsar les seves versions *on line*. Hi ha hagut redissenys de les webs d'*El País*, *20 minutos*, l'*ABC*, *La Vanguardia*... Per què ara, precisament?

Per necessitat. Si els diaris volen continuar sent importants s'han d'adaptar a internet, així ho marca la tendència social. La premsa convencional està perdent vendes des dels 90, no és que la gent hagi deixat de llegir sinó que consumeix informació per altres vies. Del 1995 al 2000 els diaris *on line* van viure una fase experimental, aquell any van patir una frenada fruit de la crisi del Nasdaq i a partir de 2004 hi ha hagut de nou un gran avenç. Des del punt de vista comercial s'ha produït sobretot un canvi, les majoristes de publicitat ara sí veuen que és una bona inversió anunciar-se a internet. Això n'explica la incursió i l'aposta, que no ha fet més que començar. A Espanya anem a la cua de la resta del món, especialment dels Estats Units i el nord d'Europa. No estem innovant res, sinó que ens ha arribat el tsunami.

El fenomen del creixement de la publicitat a internet es viu, com a mínim a nivell espanyol, amb una certa lentitud...

Aquí s'ha de consolidar, al món llatí en general hi ha una certa reticència a comprar i adquirir serveis per internet per allò del Lazarillo de Tormes, no ens acabem de refiar del que no veiem. Aquestes manies s'acabaran vencent, ja s'ha fet en alguns sectors com la venda de viatges o els bancs *on line*. En el moment que això estigui més normalitzat, es produirà el boom.

Algunes persones, com el director de *20 minutos* Arsenio Escolar, vaticinen una eclosió de la publicitat per internet en un període de dos o tres anys. Comparteix aquesta tesi?

Sí. A internet s'ha produït un fenomen invers a la premsa gratuïta, que quan va néixer va haver de picar pedra i convèncer els publicitaris que feia un bon producte. A la premsa escrita són els operadors de publicitat els qui empenyen els editors a fer portals potents per poder anunciar-se, és al revés. D'aquí que la lectura d'Arsenio sigui correcta. En breu, en mesos, el creixement serà espectacular, i el nivell d'ingressos publicitaris per internet podrà equiparar-se als ingressos d'un diari.

A principis d'aquesta setmana sortia l'OJD de mitjans electrònics del gener. *El Mundo.es* continua com a líder indiscutible, amb 9.692.655 usuaris únics: quatre milions més que el segon en el rànking, *Marca* i molt lluny del següent mitjà generalista, *20 minutos* (3.351.277). La distància amb el segon diari de pagament, l'*ABC* (3.000.467 usuaris únics), era encara major. Aquesta situació és revertible; recuperaran tots aquests anys perduts?

Efectivament *El Mundo* va continuar corrent quan tots els altres frenaven i ara juga amb un gran avantatge i fidelització dels seus usuaris. Fins fa poc competia sol al mercat, els altres estaven però latents, sense creure-hi. A partir d'ara es produirà una fragmentació de l'audiència, hi haurà cada cop menys lideratges tan escandalosos. La resta de diaris s'han posat a córrer i, per poc bé que ho facin, augmentaran d'audiència: en part serà nova però també distribuirà la que ara té *El Mundo*, entre d'altres mitjans. Els que estaven adormits creixeran i els que han corregut molt s'estabilitzaran. Tant com per dir que algú guanyarà *El Mundo*? A curt i mig termini ho veig complicat perquè la distància és molt llarga, però a llarg termini la situació tendirà a igualar-se.

A part de director de *La Vanguardia.es*, a l'entrar al diari el van nomenar redactor en cap adjunt a la direcció. Això s'ha fet amb vistes que intensifiqui les sinergies entre les dues redaccions?

Sí. Fins que jo vaig arribar, la versió digital es limitava al bolcatge de l'edició en paper i a seguir l'estela del teletip. És absurd que un diari com *La Vanguardia*, amb el seu potencial en la redacció, treballi dos cops: la lògica diu que si un periodista cobreix una informació primer l'empaqueti en format digital i després decideixi què hi va a l'edició en paper. Aquest serà un camí llarg, ho reconec, però és molt important que la figura que jo ocupo estigui comandant el paper i el digital per establir les sinergies de forma directa. La meua feina és posar les bases perquè algun dia tot això conflueixi en un mateix cos de redacció tutelat per una taula de redacció conjunta que decideixi què va en cada suport.

Això a la pràctica suposarà que un redactor de *La Vanguardia* vagi a cobrir un acte amb el portàtil i escrigui per a paper i per a internet?

Molts redactors de *La Vanguardia* ja van al Parlament o al Congrés amb un portàtil i escriuen la crònica, a vegades sobre la mateixa maqueta en paper. Què impedeix que escriguin també per al digital? La informació d'urgència és per a la web, el tema més desenvolupat per al diari. Estem molt a prop que això succeeixi.

"Espanya és a la cua de la resta del món en matèria d'internet, especialment respecte als Estats Units i el nord d'Europa. No estem innovant res, sinó que ens ha arribat el tsunami."

"Fins fa poc *El Mundo.es* competia sol al mercat, els altres estaven latents, sense creure-hi. A partir d'ara es produirà una fragmentació de l'audiència dels mitjans electrònics."

"La meua feina és posar les bases perquè algun dia la redacció digital i la de paper conflueixin en un mateix cos, tutelat per una taula de redacció conjunta que decideixi què hi va en cada suport"

"*20 minutos* tenia dues redaccions separades i la direcció va veure que era absurd mantenir-ho així, com està passant ara a *La Vanguardia*. El que es va fer allà és una taula de redacció única i una redacció que treballa per torns."

"Un dels meus objectius és recuperar l'orgull dels periodistes digitals, que el redactor d'un mitjà electrònic pugui arribar a ser tant o més prestigiós que el d'un diari en paper."

**Quan preveu que les dues redaccions puguin estar unificades?**

Dir ara un termini és aventurar-se; ho farem paulatinament. Acabem de començar, però jo pensava que les coses anirien més lentes. Els professionals col·laboren, tenen clar que el futur va per aquí.

**Quina ha estat la reacció de la plantilla davant d'aquest canvi de plantejament? Potser la gent de més edat és més reticent a escriure dos cops un mateix tema...**

Per sobre de l'edat prima la professionalitat. La gent de més edat ha viscut més canvis tecnològics i aquest el veuen com una transició més. Per als més joves, internet és una eina d'ús quotidià i per tant són més proactius, et suggereixen coses que podries fer. El gran debat que s'està produint ara a *La Vanguardia* és la interacció del digital i el paper, com s'han de retroalimentar.

**Mantindran a internet un model mixt entre continguts de pagament i gratuïts com fins ara?**

Sí, perfeccionarem el model mixt que ja existeix. L'hemeroteca també continuarà, és un servei potent i específic de *La Vanguardia*, un diari que ja té 125 anys d'història.

***La Vanguardia* està caminant cap a un model inspirat en el *The New York Times*? S'havia dit que havieu mantingut converses amb els seus directius...**

Sí, mantenim converses amb els millors diaris del món i *The New York Times* és sense dubte un d'ells: ens estem fixant molt en el que fa. Clar que el seu editor diu que d'aquí a cinc anys no s'editarà en paper i jo el trobo massa exagerat: això no els succeirà ni a ells ni a nosaltres. Estem atents al que passa, tots els diaris estan tendint a integrar les dues redaccions. El *Wall Street Journal*, per exemple, aposta per donar al digital la notícia del dia i en el paper l'anàlisi. A *La Vanguardia* voldríem portar a terme un mix entre el que fa el *Wall Street Journal* i el *The New York Times*: que el diari en paper ofereixi continguts exclusius i opinió qualificada, i el digital el *breaking news*. Fer un producte més analític, que porti informació exclusiva perquè valgui la pena pagar un euro.

***20 minutos* ha estat el primer diari de l'Estat en unificar les seves dues redaccions. Fins a quin punt va viure de prop vostè aquest procés, que es va fer públic poc abans que anunciés la seva marxa a *La Vanguardia*?**

Sí, tota aquesta transició la vam dissenyar conjuntament l'equip directiu. La integració de les redaccions de *20 minutos* ha afectat de moment la redacció de Madrid, on hi ha el gruix del *pelotón*. *20 minutos* tenia dues redaccions separades, amb uns 35 redactors cadascuna, i la direcció va veure que era absurd mantenir-ho així, com està passant ara a *La Vanguardia*. El que es va fer allà és una taula de redacció única, on hi ha els directors i els caps de secció, que decideixen en cada moment on van els continguts. I la redacció treballa per torns, un funcionament més semblant al d'una ràdio. El més nombros és el torn diürn, però també n'hi ha un de nit, de tarda... Què passa amb les 14 delegacions de *20 minutos*? L'única amb àrea d'internet és Barcelona, serà la segona en integrar digital i paper. I les altres ja tenen el xip de treballar per al digital i si tenen una informació important també la passen a la taula.

**A *La Vanguardia* també hi haurà torns?**

De fet ja n'hi ha, els diaris de pagament juguen a més amb l'avantatge que ja estan acostumats a treballar festius i caps de setmana, no com els gratuïts. Quan jo treballava a *El Correo*, l'hora de tancament eren les vuit perquè no es podia més tard, ara són les dues o les tres de la matinada. Els horaris d'un diari de paper s'han allargat molt, només queda per cobrir una franja molt petita. La idea dels torns cobra força per si mateixa.

**Quan integreu les dues redaccions donareu el mateix estatus i sou als periodistes digitals que als tradicionals? Tradicionalment, han estat menys valorats...**

Això és un procés llarg, tot just acabem de començar. *La Vanguardia* haurà de decidir si equipara una cosa amb l'altra o troba una via del mig. Un dels meus objectius és recuperar l'orgull dels periodistes digitals, que el redactor d'un mitjà electrònic pugui arribar a ser tant o més prestigiós que el d'un diaris en paper. Amb la premsa gratuïta, el temps ens va donar la raó.

**A *La Vanguardia*, el diari imprès i l'on line, depenen fins i tot d'empreses diferents dins del mateix grup...**

Sí, i hi ha dos sistemes de contractació diferents, etcètera. Ara estem treballant en aquesta línia i més endavant s'haurà de decidir de quina manera ho fem i en quines condicions laborals i econòmiques. Dir com serà avui és aventurar-se.

**En quin punt es troba ara mateix el procés de renovació de *LaVanguardia.es*?**

Estem a punt de tancar la primera fase, hem fet amb gran èxit retocs formals, hem afegit elements multimèdia que s'incrementaran aquest mateix mes i hem augmentat els continguts propis i la interacció amb l'usuari. Més tard valorarem com funcionen aquests canvis i ens tocarà decidir si fem la gran transformació del portal o si ho canviem paulatinament per arribar a la mateixa meta: una web més moderna, més visual i amb una usabilitat més gran. Abans de l'estiu hi haurà una nova imatge de *LaVanguardia.es*, ja sigui per la via de la transició o per la via de fer-ho tot nou.

**Ja per últim. Per què creu vostè, que procedeix de la premsa gratuïta, que va ser l'elegit per liderar el gran projecte digital de *La Vanguardia*? El Grup Godó buscava el gran gurú d'internet i el va trobar en vostè, que té una gran experiència en la premsa escrita però no tant en el periodisme digital...**

Això ho haurien de dir els que em van fixar, però jo crec que els diaris de pagament es van fixar molt en el procés de naixement i evolució de la premsa gratuïta. Més que un gran gurú d'internet volien algú procedent de la premsa escrita, d'un model nou que ha triomfat com són els gratuïts, que a més fan servir un llenguatge molt similar al periodisme digital. Algú que els pugui ajudar a afrontar una nova transició. Un gran gurú d'internet potser no és tan coneixedor de les entranyes d'un diari en paper i per fer això cal saber molt bé com funciona. El gran pas era posar al capdavant un periodista, i després els tècnics ja ens ajudaran a fer d'internet una gran eina: de les TC, les tecnologies del coneixement, és més important la C que la T. En definitiva, algú amb gran experiència en les redaccions de paper, que hagi estat innovador en el camp de la premsa escrita i no li sigui fàstic al món d'internet.

**"Més tard ens tocarà decidir si fem la gran transformació del portal o si ho canviem paulatinament per arribar a la mateixa meta: una web més moderna, més visual i amb una major usabilitat."**

**"La Vanguardia volia algú amb gran experiència en les redaccions de paper, que hagi estat innovador a la premsa escrita i no faci fàstics al món d'internet."**

