

Madrid, 10 de junio de 2020

El emotivo homenaje de Paolo Vasile a los trabajadores de Mediaset España por su esfuerzo durante la crisis por la Covid 19

“Lo que seguro no ha cambiado es el espíritu que anima a la gente de Mediaset España: las ganas de hacer bien su trabajo, el espíritu de pertenencia, el espíritu de sacrificio, el amor por la televisión y el amor por esta empresa que, no solo no han decaído ni siquiera en los momentos más duros, sino que además han encontrado el modo de exaltarlos en una carrera de solidaridad y eficiencia entre todos los sectores que componen nuestra compañía”

“Todos los hombres y las mujeres de Mediaset España han dado todo, en condiciones psicológica y sentimentalmente muchas veces dramáticas, sin ahorrar esfuerzos, sin dudar, sin pedir más. Esta es nuestra gran fuerza, esta es Mediaset España”.

Hoy se ha celebrado la Junta General de Accionistas de Mediaset España, para reportar las principales conclusiones de la actividad de 2019, sin embargo **Paolo Vasile**, consejero delegado del grupo, no ha querido obviar en su discurso las especiales condiciones en la que ésta ha tenido lugar en este junio de 2020, ante el radical cambio de vida que hemos sufrido como sociedad con motivo de la pandemia propiciada por la COVID 19.

En su exposición a los accionistas, que han podido seguir su intervención por vía telemática, ha puesto en valor el servicio de la televisión, considerado esencial durante estos meses críticos, y el desarrollo de la actividad en estas adversas condiciones de miedo, riesgo e incertidumbre, lanzando un mensaje de agradecimiento a los empleados: *“Hoy todo parece diverso, pero lo que seguro no ha cambiado es el espíritu que anima a la gente de Mediaset España: las ganas de hacer bien su trabajo, el espíritu de pertenencia, el espíritu de sacrificio, el amor por la televisión y el amor por esta empresa que, no solo no han decaído ni siquiera en los momentos más duros, sino que además han encontrado el modo de exaltarlos en una carrera de solidaridad y eficiencia entre todos los sectores que componen nuestra compañía”.*

Personal técnico y de producción, periodistas y administrativos, área digital y televisiva, artistas y responsables de comunicación, recursos humanos y del servicio sanitario, personal de la asesoría jurídica y de la comercialización de la publicidad, responsables de la programación, marketing, emisión, también de los

estudios, las diversas tecnologías, los deportes, el cine, la venta de contenidos, la comercialización editorial: todos los hombres y las mujeres de Mediaset España han dado todo, en condiciones psicológica y sentimentalmente muchas veces dramáticas, sin ahorrar esfuerzos, sin dudar, sin pedir más. Esta es nuestra gran fuerza, esta es Mediaset España”.

El consejero delegado, en enlazado el inicio de su discurso centrándose en el adverbio “normalmente”, aludiendo precisamente a la “anormalidad” en las condiciones del desarrollo de la Junta y por extensión del trabajo y de la vida:

“Normalmente, la Junta General de Accionistas es el momento para la síntesis de la actividad de una compañía; normalmente se trata de la información a los propietarios de la empresa sobre lo que se ha hecho, cómo se ha hecho, qué resultados económicos e industriales se han obtenido. Normalmente es el momento de la reflexión sobre la situación económica del país, sobre las expectativas, las esperanzas, los objetivos. Normalmente la Junta es el momento en el que se manifiesta la estrategia editorial e industrial. Normalmente... Pero, podemos hoy hablar de ‘normalmente’? Ha sido siempre difícil, a veces efímero e incluso ilusorio hablar de normalidad: hoy puede parecer grotesco”.

“En pocas semanas nuestra normalidad, de la que no estábamos para nada contentos y que ahora nos parece algo maravilloso, se ha destrozado. Nuestros hábitos han cambiado, nuestras certezas se han perdido y nuestras conquistas se han desvanecido. Mientras fortalecidos por nuestra arrogante soberbia, mirábamos a la estratosfera pensando en cómo cambiar los destinos y caprichos de la naturaleza, ha llegado la calamidad más vieja del mundo: una epidemia. Velocísima y feroz ha portado la muerte y se ha apoderado de nuestra vida cambiándola radicalmente. Junto al miedo, a la tristeza y la desesperación han emergido con fuerza disruptiva la ‘pietas’ y el heroísmo. Un heroísmo anónimo y multitudinario, una solidaridad unánime y dolida. En estas semanas nos propusimos informar a nuestros espectadores sobre lo que estaba ocurriendo y al mismo tiempo transmitir a los nuevos héroes la inmensa gratitud, la admiración y el afecto de todos los españoles. Creo que nadie olvidará, creo que nadie volverá a la normalidad”.

Su introducción a los detalles de la actividad del año 2019, en el que Mediaset España volvió a situarse como grupo audiovisual líder, ha concluido con una reflexión esperanzadora por su parte: *“Esta tragedia se ha llevado tantos afectos y tantas ilusiones y ahora tenemos que hacer de todo para renacer más fuertes, mejores; debemos volver a empezar, pero no de donde estábamos sino de un mundo nuevo, herido, pero lleno de ganas de recomenzar. Decía mi padre ‘éramos felices y no lo sabíamos’. Yo espero, con todo mi corazón, que cuando volvamos de nuevo a ser felices seamos también capaces de darnos cuenta”.*

“No debemos olvidar, sin embargo, que 2019 ha sido un año muy importante para Mediaset España: un año de fuerte consolidación del proyecto audiovisual multiplataforma que, iniciado años atrás con humildad y discreción, ha entrado con gran éxito en toda su actividad. Televisión e Internet, información y entretenimiento, reflexión y diversión, cine y ficción, deporte y moda, se han amalgamado como los diversos canales y las diversas plataformas que Mediaset España ha sabido construir. Este trabajo de integración e interacción nos

ha permitido ofrecer a todos, espectadores e internautas, un cóctel de emoción siempre fresco, perfumado, reparador. Sí, reparador, porque desde siempre nuestra vocación ha sido la de hacerle compañía a la gente, informarla, pero también distraerla, divertirla, consolarla”.

Y ha concluido afirmando que “lamentablemente, este empeño nuestro, esta promesa, ha encontrado su máxima expresión y aceptación en el dramático periodo que estamos viviendo. Y pongo el acento en lamentablemente: el gran éxito de nuestra oferta de compañía tiene, hoy, un sabor amargo, mitigado solo por la conciencia de haber intentado por todos los medios aliviar la tristeza, la angustia y la incertidumbre de estos días oscuros”.