

Saül Gordillo “Que se li demanin tantes coses a Catalunya Ràdio és un estímulo”

Parlem amb el director de Catalunya Ràdio

CULTURA

Divendres, 3 febrer 2017. 03:00. Redacció AnoiaDiari.

D'UN COP D'ULL

Saül Gordillo (Calella, 1972) és un home avesat a assumir grans reptes. Després de dedicar una primera part de la seva carrera al diari ‘El Punt’, quan pràcticament ningú hi creia va agafar les regnes de l’Agència Catalana de Notícies i la va convertir en un poderós instrument a favor dels mitjans locals i també nacionals. Després de ser cap de continguts digitals de El Periódico, el gener de 2016 va ser nomenat director de Catalunya Ràdio, des d’on intenta disputar el lideratge de la ràdio en català a Rac1 sense renunciar a la vocació de ràdio pública. Tot això en un moment en què l’emissora situada a Diagonal 614 es reinventa com a plataforma de continguts sobretot sonors però també de vídeo i de text. No en va, al càrrec de màxim responsable de Catalunya Ràdio Gordillo hi ha sumat també el de la direcció dels mitjans digitals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Han passat deu mesos des del seu nomenament com a màxim responsable de Catalunya Ràdio i ja ha pogut

POLÍTICA SOCIETAT CULTURA ESPORTS ECONOMIA GENT ENSENYAMENT OPINIÓ MÉS ▾

implementar una bona colla de canvis a la graella de l'emissora. Quina és la sensació, de moment?

Les sensacions són bones. S'ha fet una renovació important a la graella, s'ha intentat renovar i rejuvenir i trencar amb la inèrcia d'acabar parlant, durant tot el dia, dels mateixos temes de l'agenda informativa, molt centrats en la política. Hem posat un contingut d'humor d'una hora al dia i un altre programa nou de tendències, internet i de cultura digital; hem intentat que el programa de 4 a 7, l'*Estat de Gràcia*, tingui molta petjada cultural i defugui el tema polític; hem fet una aposta molt forta pels esports, de 7 a 9, hem posat una hora més tard el *Catalunya Vespre* que sí que incorpora una tertúlia política de manera que hi ha aquesta, la de la nit, i la del matí... I així durant la resta del dia la idea és que Catalunya Ràdio faci aflorar altres continguts i respiri d'una altra manera. A la nit hem fet una aposta molt innovadora que és el *Club de la Mitjanit*, que és un programa 360 graus de ràdio, televisió i xarxes socials alhora. No és una temporada més sinó que pot marcar l'inici d'una nova etapa de Catalunya Ràdio.

Pel que diu, del que es tracta és de treure la forta presència dels continguts polítics a la graella. És perquè detecten cansament del tema o perquè dedicar-hi tant de temps els va en contra perquè se'ls acaba acusant –als mitjans públics catalans– d'impulsar el Procés permanentment?

Intentem donar més temes, tocar més registres, i evitar que Catalunya Ràdio es quedi només amb l'etiqueta que és "la ràdio de les notícies i dels esports". I sí, som líders en informació i també tenim una aposta pels esports molt potent –de fet, informació i esports són els grans actius històrics de l'emissora– amb la incorporació de la Sònia Gelrà i d'en Jordi Costa però

també creïem que havíem d'apostar per l'entreteniment i per l'humor i per un contingut una mica més amable en una època que la gent també està una mica cansada del mateix plantejament informatiu i del debat polític. Si a més a més aconseguim –i en això sóc escèptic– treure aquesta idea de què els mitjans públics només parlen del Procés... doncs perfecte. Però tampoc ho fem per un complex. No ho fem a remolc de ningú sinó pensant amb l'audiència.

Se li demana massa a Catalunya Ràdio? O és que la societat catalana s'ha convertit en tant complexa i plural que és impossible abraçar tantes necessitats?

Se li demana el que és legítim que se li demani com a mitjà públic que és. El que passa és que això se li demana en un moment en què aquest país està en un moment convuls. En un moment fins i tot amb algun aspecte de crispació o de tensió política. I per tant és lògic que un mitjà públic tingui una pressió, unes exigències externes superiors a una situació normal. Però jo crec que això és bo; un estímul. Ens fa ser molt exigents, ens fa pensar que hem de fer molt bé les coses i que hem de garantir el que sempre s'ha fet des dels mitjans públics que és complir el llibre d'estil, ser molt plurals, ser molt rigorosos, posar al davant de tot sempre la voluntat de servei públic... Però sí: el país és plural, el país és divers, hi ha moments complexos, i recollir tot això satisfent a tothom és gairebé impossible. Del que es tracta és de treballar cada dia amb aquesta voluntat, d'exigir-nos que tenim aquest repte, i de donar-ho tot intentant satisfer o abastar el màxim de pluralitat, arribant al màxim públic possible.



Vostè, de totes maneres, des d'un primer moment ha fet el discurs de què calia recuperar el lideratge de Catalunya Ràdio.

Sí, no perquè considerem que hem de fer coses només per l'audiència, en el pitjor sentit d'aquesta lluita, sinó perquè considerem que només pots garantir la pluralitat, només pots complir la missió de servei públic i només pots tenir el reconeixement social i la credibilitat social... si ets molt influent en quant a audiència. Això pot voler dir ser líder o no ser-ho però en tot cas sí tenir un gruix d'oients i un paper en moments concrets molt determinant que en el dia a dia et faci ser rellevant. Per tant el mitjà públic ha de ser molt rellevant, encara més en aquest context de canvi en la manera de consumir informació, en aquest context de canvis que el viu el país i en

aquest context en què les institucions de mediació estan en crisi –també els mitjans de comunicació–; amb un panorama així encara té més sentit que els mitjans públics vulguem arribar a més gent. I hi vulguem arribar d'una manera més inqüestionable i amb un segell de qualitat professional cada cop més indubtable.

A remolc del que vostè ara comentava de l'audiència, potser tampoc és tan estrany que hi hagi un esquema en què una ràdio privada que pot usar fórmules diguem-ne “més cridaneres” ostenti el lideratge, no? En canvi tothom els insisteix en què s'ha de de ser líder i que si no se n'és, el projecte fracassa. No som una mica massa exigents, també, en això?

Sí, els mateixos que et demanen lideratge et demanen continguts de ràdio pública, que molts cops són molt de nínxol. I se'ns demana fer unes cobertures, uns desplegaments, tenir una presència, acollir i fomentar una sèrie de continguts i de valors, donar resposta a moltes especificitats de la missió de servei públic... Però alhora se'ns demana lideratge, que no siguem cars en quant a pressupost, i que ens reinventem en el tema digital. Jo crec que tot això s'ha d'ordenar, que s'ha de prioritzar... que és bo que hi hagi aquestes pressions, aquestes exigències, però que tampoc les coses les hem de fer totes d'avui per demà.



Vostè a més de director de Catalunya Ràdio ha assumit també el càrrec de responsable de l'àrea digital de la CCMA, molt lligat al seu perfil 2.0. Lligant-ho amb la ràdio: aquest és també un moment de reinvençió en el sentit de passar d'una emissora que emet en directe una graella a una plataforma de continguts d'àudio però també de vídeo que es poden consumir quan es vulgui?

Des del primer moment hem fet el discurs de què no fèiem programes sinó continguts, que no fèiem només ràdio sinó que generàvem continguts en tots els formats, que fèiem textos i vídeos també, i que la manera d'encapsular i distribuir aquests continguts el fèiem sense ser deutors de la graella convencional i de l'antena clàssica. Estem en aquesta fase de reinvençió, sabent que tampoc tenim tots els recursos que voldríem ni tot el temps que voldríem, i que tampoc podem posar en risc l'antena convencional. Ens hem de reinventar i ho fem, però mentrestant intentem consolidar i reflotar la vessant tradicional.

Això ens porta al tema iCATfm, una de les iniciatives que els havien permès a vostès connectar amb el públic jove en el passat. El conseller de Cultural, Santi Vila, va anunciar a la gala dels deu anys de l'emissora que aquesta tornaria a l'FM. Però això no s'ha concretat.

Sí, de fet iCATfm no ha desaparegut mai i precisament aquest any hem celebrat el seu desè aniversari. Aquesta efemèride va servir per posar de manifest que hi ha una demanda del sector cultural i musical perquè iCAT torni a la FM. Però també és cert que els pressupostos són els que són i que això només es pot fer si hi ha compromís de garantir que aquest retorn a la FM tingui una viabilitat econòmica. Nosaltres els continguts els generem per internet, tenim ara mateix més dinamisme digital que mai i a l'entorn d'aquests continguts estem generant una certa participació i una certa comunitat que no va a la baixa sinó que la mantenim ben viva. Estem preparats per tornar a la pantalla anterior.

Una altra cosa que se li demana a la ràdio pública catalana és que estigui al territori. Vostè prové de la premsa comarcal i coneix bé aquesta dificultat. Com s'ho farà?

Bé, nosaltres en aquesta nova etapa de Catalunya Ràdio hem fet molt el discurs de què Catalunya Ràdio es movia. L'etiqueta que usem a les xarxes socials és #catradioesmuou. I l'hem concretat en fer sortides, en ser molt presents en el territori, en sortir dels estudis i en ser al carrer; ser molt propers. Això ho anirem incentivant i concretant i Catalunya Ràdio sortirà més i estarà més als llocs en els moments en què passin coses arreu. I després el que hem de veure és com Catalunya Ràdio i Catalunya Informació juguen un paper amb els seus recursos informatius fora de Barcelona. Tenim delegacions, tenim corresponsals, tenim professionals fora de Barcelona que

històricament han jugat un paper molt important i el repte és com garantim que això continuï però també alhora com tornem a ser rellevants en el territori. Part de la filosofia de reinventar-nos també l'hem de traslladar a l'àmbit territorial. Sense que això vulgui dir competir amb els mitjans del territori.

Joan Salicrú/Clack / AMIC