

## SAÜL GORDILLO

# «Catalunya Ràdio està a l'altura dels moments que viu el país»

Saül Gordillo (Calella, 1972) és vingut a fer una revolució a la ràdio pública catalana. També vol recuperar el lideratge. Les seves idees clares ressonen amb força en el redreçament d'un mitjà públic de gran trajectòria i impacte social en la construcció de la Catalunya restaurada. Periodista de raça, la seva carrera ha coincidit en el temps, en l'espai, en l'amistat i en les aventures professionals amb Carles Puigdemont, el periodista-president de la Generalitat de Catalunya.

*Per Borja Vilallonga  
Fotografies de Jordi Borràs*

**D**irector de les quatre ràdios públiques catalanes (Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, Catalunya Música i iCat) des de gener de 2016, Gordillo s'ha significat per la seva aposta digital en el periodisme i la premsa. Ha dissertat sobre l'impacte d'internet i les xarxes socials en els mitjans i la nació a *Nació.cat* (2007), *Superperiodistes en l'era de la sobreinformació* (2010) i *Sobirania.cat* (2014). Va ser un dels impulsors de la Fundació puntCat per al domini .cat. Va ser també director de l'Agència Catalana de Notícies entre 2007 i 2011. La seva carrera periodística s'ha desenvolupat als diaris *El Punt* i *El Periódico*, i també a les ràdios Ràdio Marina, Ràdio Pineda i Ràdio Calella. Amb Carles Puigdemont van crear l'empresa Doble Utopia el 2006. Hem parlat del present i futur del periodisme radiofònic i la internet catalana.

**—A més d'un any del teu nomenament, com valors l'estat en el qual et vas trobar Catalunya Ràdio i com el veus ara? Hi ha una "marca Saül" que s'hagi imprès a l'emissora?**

—[Riu.] Crec que he contribuït a fer revertir un estat d'ànim, en positiu. Gràcies a la gent de la casa i a l'equip de direcció hem estat capaços d'instal·lar la idea que Catalunya Ràdio es mou. Hem pogut tornar a la idea que Catalunya Ràdio ha de ser el líder que havia estat anys enrere. Això es pot percebre en el dia a dia, sobretot en l'entorn digital. També en el contingut en antena. L'emissora torna a tenir rellevància.

**—Recentment, has llançat +CatRàdio, una aposta netament digital. Què n'esperes? Quina ha estat la resposta del públic?**

—Es tracta d'una ampliació del contingut de la ràdio, en un entorn on el consum funciona de manera diferent de la ràdio convencional. La idea és crear

comunitats a l'entorn de cada programa. La gent interessada en temes molt concrets saben que tenen de manera periòdica a la nostra web contingut radiofònic especialitzat. La ràdio pública és qui ho pot fer. Per dos motius: és qui ha d'innovar en l'entorn digital i qui té l'obligació de tractar temes que no tracta ningú més. Aquí entren les arts escèniques, música en català, empenedoria, etc. Poden anar guanyant audiència i tenir una comunitat al seu voltant.

**—Fins on estàs disposat a dur la innovació digital i de contingut?**

—Catalunya Ràdio va ser una escola dels grans referents de la ràdio en català. Avui exigeix experimentar i fer coses noves fora de l'antena tradicional —sense límits però conscients del context pressupostari i dels recursos disponibles. Hem de valorar com reacciona l'audiència. L'avantatge de l'àmbit digital és que tens informació en temps real de com es comporta l'audiència. La novetat és que es po-

→ den prendre decisions gràcies a l'evolució diària dels continguts. No cal esperar un EGM que arriba cada tres mesos.

—**Esperes que el sorpasso a RAC1 arribi aviat o hauràs de fer una opa hostil a en Jordi Basté?**

—En Jordi Basté sap que té les portes obertes a Catalunya Ràdio. L'emissora les té sempre obertes per a la seva gent. Nosaltres no som aquí per fer un fitxatge que desequilibri a ningú. Hem de fer la nostra proposta pròpia i desacomplexada. Hem de pensar en la millor oferta de la ràdio pública en el moment actual que viu el país. La pressió per la pluralitat, el rigor i el servei públic són alts. Sempre ho ha estat. Avui més. Ho hem de fer sense renunciar a la visió del lideratge. La missió és tan transcendent que no ho podem supeditar a una persona o figura concreta —per molt rellevant que aquesta figura sigui. Si algun dia en Jordi Basté volgués tornar a Catalunya Ràdio, sap que aquí seria benvingut.

—**Esmentes pluralitat i rigor. Fa pocs dies, es va presentar un manifest signat per destacats periodistes i polítics que assenyalava que cal posar fi a la precarietat de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i la seva politització. Subscriu les tesis dels impulsors del manifest?**

—Hi ha una inquietud generalitzada pel funcionament de la Corporació. Respon a dos eixos: d'una banda, el moment actual del país, i d'una altra el debat sobre si el sistema de governança dels mitjans públics és millorable. El debat de la governança és saludable. Amb tot, arriba en un moment en què cal valorar la seva idoneïtat pel context polític, econòmic i d'audiències. Hem d'evitar la desestabilització. Tothom fa aportacions a fi de bé, tothom vol el millor per als mitjans públics del país, i tothom té una idea de governança. En el cas català, la idea de governança pot ser millorable, però és molt millor que en altres territoris —tant de l'àmbit lingüístic com del conjunt de l'Estat. No estem tan malament des del punt de vista de la inde-

pendència professional i les garanties de pluralitat i rigor i servei públic. No més depèn del Parlament de Catalunya destil·lar aquestes aportacions.

—**Caldria incloure periodistes i independents en la governança de la Corporació?**

—La independència absoluta del professional no existeix. Uns càrrecs escollits pel Parlament ja tenen una certa independència i ja responen a una aritmètica i a unes sensibilitats. La qüestió és si socialment i políticament s'ha posat l'accent sobre la suposada manca d'independència d'uns òrgans que depenen d'una cambra elegida democràticament. Aquesta qüestió no té en compte les concentracions de mitjans privats i el seu poder. No sempre es planteja qui hi ha al darrere dels mitjans privats. És obvi que cal exigir el màxim als mitjans públics. Però no es pot perdre de vista que cal garantir la propietat dels mitjans públics, la llibertat dels seus professionals, els recursos necessaris i un funcionament que expressi la pluralitat del país. Fa uns anys era més fàcil. Avui, amb el moment polític que viu Catalunya, és més difícil de satisfer tothom. Patim crítiques injustes que hem d'acceptar com un estímul. No podem ser ni cofois ni resignats. Però no es pot oblidar la dificultat del que se'ns demana. Hem d'arribar al màxim de públic possible amb uns estàndards de qualitat i amb uns temes d'actualitat controvertida.

—**Com s'ha de gestionar una ràdio pública? Neoliberalisme de mercat o el vell negoci estatal?**

—No som un Estat i, per tant, l'emissora no ha conegut l'època dels monopolis estatals. També som molt lluny del neoliberalisme de mercat perquè tenim un finançament públic. Crec que històricament hem jugat un paper de normalització del català en el món de la ràdio. Ha estat un cas d'èxit. Afortunadament, tenim una oferta privada i una oferta pública —la nostra— que han permès que hi hagi hagut un creixement espectacular de l'audiència en català. A diferència



de la premsa i la televisió, vivim una satisfactòria i positiva excepcionalitat radiofònica. Hi ha molt de terreny per córrer en altres àmbits i suports quant a la normalització lingüística.

Això s'ha fet amb una ràdio pública amb finançament públic però també publicitat. Continua essent així. Actualment s'estan revisant les lleis de l'audiovisual a Catalunya i no s'allunyan del model que hem tingut fins ara. Continuarem essent un producte de qualitat i èxit, des dels millors informatius, fins a una emissora de música clàssica internacionalitzada i de referència. Catalunya Ràdio són quatre emissores, molts propòsits alhora. Però, sobretot, l'objectiu de tornar al lideratge i captar públic jove. És per això que l'aposta digital és tan important. Així, puc anunciar que iCat tornarà a l'antena aquest setembre. Forma part d'aquesta missió pel lideratge radiofònic de Catalunya.

—**És Catalunya un país més radiofònic que els altres?**



—En la llengua catalana és evident. La proporció d'oients en català pels seus parlants és molt més gran que en altres realitats territorials lingüístiques i culturals. Dit d'una altra manera: tenim un públic que escolta ràdio en català però llegeix o mira mitjans en espanyol. Que nosaltres els informem, entretenim i fem companyia en català és molt assumit. Això és un èxit —tant de Catalunya Ràdio com de les altres emissores en català.

**—Actua Catalunya Ràdio com una estructura d'Estat?**

—Indiscutiblement, és una estructura de país. Fa una funció de cohesió territorial, rigor informatiu, companyia, potenciar valors, afavorir continguts culturals, visibilitzar creadors i opinadors que qualsevol ràdio pública d'un país normal ha de fer —i fa. Som una ràdio solvent i de qualitat. Si de la teva pregunta es desprèn si Catalunya Ràdio ha de fer més del que ja fa, penso que Catalunya Ràdio està a l'altura dels moments que viu el país.

**—Però Catalunya Ràdio no és només una ràdio de país: és una ràdio de països. També cobreix els Països Catalans. Ha transformat això la seva vocació inicial d'emissora pública de Catalunya per abastar tota una realitat lingüística i nacional?**

—En això hem de ser generosos. No podem fer més del que cada territori ens demani. Catalunya Ràdio no ha d'imposar res a ningú, ni ha d'ocupar l'espai que d'altres considerin que han d'ocupar des de la seva pròpia idiosincràsia territorial. És cert que no manllevem una informació, una visió i una realitat econòmica, cultural, lingüística i social als nostres oients del Principat. I no parlo de realitat política. Només pel fet que existeix aquesta realitat de quatre pilars, ja és exigible que nosaltres no l'obviem. El que no podem fer és ocupar espais que ningú ens demani.

**—En aquest sentit, com segueixes el relançament dels mitjans públics al País Valencià?**

—És una bona notícia per als valencians i per a tothom. La recuperació dels mitjans públics es fa aprenent algunes lliçons. En la nova etapa hi haurà un resultat més positiu en molts aspectes. Nosaltres estem a disposició dels nostres homòlegs del País Valencià per si els podem ajudar en tot el que calgui. Des d'un punt de vista estrictament empresarial, tenim molt a oferir.

**—Com evoluciona la relació amb el nou director de Televisió de Catalunya, Vicent Sanchis?**

—Jo coneixia en Vicent de l'etapa estrictament periodística. Ara hem coincidit tots dos al capdavant dels mitjans públics catalans. En els pocs dies que ell porta, hi ha bona sintonia. Tots dos entenem que Catalunya Ràdio i TV3 han d'anar de la mà. Són temps que totes les empreses periodístiques aprofiten les distintes plataformes, marques i canals per optimitzar recursos, continguts i per retroalimentar-se. En aquest global, Catalunya Ràdio i TV3 poden fer un camí plegat. Aquest ja és un procés iniciat amb l'anterior director de TV3, Jaume Peral.

**—Com es viu el fet de ser periodista amb un president-periodista com Puigdemont, que a més ha estat soci i és amic?**

—El president Puigdemont ha deixat clara la seva sensibilitat pels mitjans de comunicació. La seva presidència és molt marcada pel seu interès d'aparèixer als mitjans i tenir-hi una presència. La seva relació amb els mitjans públics té un alt sentit de la responsabilitat i el respecte professionals. En els papers que fem l'un i l'altre ara, la relació és molt pulcra i correcta. Tots dos vam ser periodistes en el mateix diari sense saber el nostre destí. És bo que se'ns jutgi pel que fem i les decisions que prenem avui i no tant per la coneixença prèvia de fa anys.

**—Has dissertat a bastament sobre la transformació del periodisme i el periodista en el món d'avui. Cap a on camina el futur del periodisme en aquests moments?**

—Tenim un repte important i apassionant alhora per fer-nos rellevants i per recuperar el prestigi que teníem fa un temps. En el context actual de soroll, de xarxes socials i notícies falses, això és una oportunitat. Fa temps que ho tinc clar: aquest entorn de caos i sobreinformació és una oportunitat perquè els →

→ mitjans —especialment els públics— tinguin un renovat prestigi entre l'audiència. Hem de tenir l'habilitat de ser propers i col·locar els nostres continguts en les xarxes socials i canals alternatius. Avui el contingut té més importància que mai. El canal comença a ser secundari. Cal preservar i distribuir efectivament el contingut. Estem convivint amb projectes i persones que no són periodístics. Fins i tot vivim amb plantejaments que són una amenaça per a la convivència i la democràcia. En aquest entorn difícil, el paper de mitjans públics i els seus periodistes té més sentit que mai.

**—Tu has estat sempre un gran defensor i propagador de la marca digital catalana a internet. Quina és la salut i estat d'aquesta marca actualment?**

—Hi ha molt de terreny per córrer encara en l'àmbit digital. Tenim la sort de disposar de la matrícula catalana a la xarxa, que és el .cat —el domini propi lingüístic. No ens hem de conformar amb això. Hem d'intentar de veure com acompanyem la gent que s'han quedat fora de les TIC i la xarxa. Aquesta incorporació s'ha de poder fer des del domini propi i en català. Aquí hi ha molta feina a fer. Després tenim les grans eines i *monstres* d'internet que han estat prou sensibles a l'adaptació en català de les seves aplicacions. Cal mantenir i continuar fent aquesta feina. No estem malament, però podríem estar millor. És cert que a internet alguns projectes comunicatius són solvents perquè arriben a grans volums d'usuaris en anglès o en espanyol. Però fins i tot l'espanyol no té prou volum per segons quins models de negoci. En català costa més. Aquí calen mesures correctores. No ho podem deixar en mans dels grans *monstres* d'internet i a xifres d'audiència pura. S'ha d'intentar que hi hagi una presència i oferta en català homologable als grans.

**—Per ser un país amb els parlants que té, la presència catalana a internet és absolutament sobredimensionada. Catalunya és un país molt digital.**



**«La cultura catalana ha utilitzat internet per mirar-se al mirall i ha vist que s'agrada»**

—Sí, però no n'hi ha prou.

**—Hem d'avançar i sobrepassar la nostra capacitat i força demogràfiques?**

—Sí, tenim el potencial. Amb internet podem adreçar-nos a una comunitat que supera demarcacions i límits polítics, i que té poca regulació. Internet ha estat un cas d'èxit per al català però no ens hem de conformar amb això i seguir treballant.

**—Aquest cas d'èxit és una reflex social de Catalunya i els Països Catalans o un reflex del seu activisme?**

—És més el segon cas, l'activisme. La manera de fer país i la cultura del país encaixaven molt bé amb el que és i representa internet. L'activisme i la perseverança catalans s'hi van sentir còmo-

des. Els catalans vam ser dels primers a ser-hi, a tenir domini propi, a innovar amb mitjans digitals pioners a l'Estat...

**—La pregunta s'imposa: què ha aportat la cultura catalana a internet?**

—La cultura catalana ha utilitzat internet per mirar-se al mirall i ha vist que s'agrada i que és bonica. La cultura catalana ha brillat quan ha pogut projectar-se en el món digital i segons la lògica d'internet. Li ha permès d'expressar pluralitat, coneixement, creativitat, talent, complicitats entre tots els territoris de parla catalana. El bolcat de tot això als inicis de la xarxa va possibilitar que ens posicionéssim molt bé. Els catalans vam saber veure, abans que altres països de dimensions semblants al nostre, la potencialitat que tenia internet. Hi ha hagut catalans pioners i innovadors de la xarxa en molts d'àmbits digitals. Això és sabut i ha estat escrit i publicat.

Tot això ja té derivades, tant en la part política com econòmica, cultural i social. Es poden fer gairebé totes les coses imaginables en català a la xarxa. És cert que el país i la ciutat de Barcelona han estat un referent en el tema del mòbil, les *start-ups*. S'ha fet des del món local, ultralocal i ha tingut una dimensió i impacte global. Això és la internet catalana. S'han fet coses locals molt potents que s'han venut i projectat molt bé al món. S'han fet coses de catalans i per a catalans de manera desacomplexada.

**—És possible que el domini .cat sigui el producte català de més abast a la xarxa. Com veus la seva salut?**

—El domini .cat té una bona salut. S'ha demostrat que era viable. La gestió empresarial és òptima. La Fundació puntCat ha de reconnectar amb els principis i valors inicials. En aquest sentit, el nou president de la fundació, Manuel Sanromà, sabrà traduir molt bé aquesta necessitat en la projecció de futur del .cat. En aquesta nova etapa, ha de recuperar aquest objectiu: anar més enllà de gestionar un domini i impulsar la presència del català a la xarxa global però també al seu àmbit territorial lingüístic. ●