

MITJANS

# La ràdio en català certifica que té bona salut a l'era d'internet

El Fòrum de la Comunicació del CAC debat el futur del mitjà amb els directores de les principals cadenes

FRANCESC BRACERO  
Barcelona

Si els senyals del present evidencien com serà el futur de la ràdio en català, el sector pot ser molt optimista. Davant els reptes del nou panorama, les ràdios catalanes han viscut una transició exitosa a l'era d'internet i fixen els seus pròxims objectius en una gestió més ben adaptada a les oportunitats que els dona la tecnologia. Així ho van constatar ahir els directores de les tres principals cadenes en català, RAC1, Catalunya Ràdio i Flaix, en una de les jornades del Fòrum de la Comunicació que organitza el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

Eduard Pujol, director de la primera emissora en audiència de Catalunya, RAC1, va destacar que la ràdio en català viu un gran moment de "creativitat, talent i innovació" i va observar que no s'han complert les previsions dels anys seixanta sobre l'enfonsament del sector.

Molt al contrari, la ràdio ha guanyat a Catalunya un milió d'oients en 15 anys, justament l'edat que té RAC1, que ha supe-



Cuní, Pujol, Loppacher i Riera a la seu del Barcelona Mobile World Centre

**En els últims 15 anys, l'edat que compleix RAC1 el 2015, el sector ha guanyat un milió d'oients**

rat els rècords d'audiència més grans de tots els temps i ara té 824.000 oients diaris.

Entre els factors d'aquest èxit, Pujol va esmentar la tradició, l'ofici, el paper de les emis-

sores municipals i el de Catalunya Ràdio i els seus professionals. La tecnologia, que avui permet escoltar programes o fragments en diferit (podcast), "juga a favor del ritme", va apuntar Pujol.

El director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, va advocar per una immersió molt decidida en l'àmbit digital i per la creació de "serveis associats als continguts". "Ja no es pot fer ràdio d'esquena a la digitalització", va assenyalar.

Carles Cuní, director del grup Flaix, de ràdio musical, va explicar que la seva cadena treballa amb criteris basats en quatre pilars: "programació, potència, promoció i publicitat", i va obrir un debat sobre el futur del sistema comunicatiu català.

El president del CAC, Roger Loppacher, va destacar que la ràdio en català arriba al 66% de la població. "La ràdio -va afegir- s'ha sabut adaptar a cada moment i ha demostrat que té una salut de ferro.●

## La ràdio catalana es mira al mirall

El directors de les tres principals emissores del país reflexionen sobre el present i el futur del mitjà

ALBERT CASTELLVÍ ROCA Barcelona | Actualitzada el 30/01/2015 00:00



**DEBAT SOBRE EL FUTUR DE LA RÀDIO** El director del grup Flaix, Carles Cuní; el director de RAC1, Eduard Pujol; el president del CAC, Roger Loppacher, i el director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, van participar ahir, a la seu del Mobile World Centre, en la quinzena sessió del Fòrum de la Comunicació del CAC, centrada en el futur de la ràdio en català. / CAC

La ràdio en català viu el moment més dolç i li espera un gran futur si és capaç d'adaptar-se als reptes que suposa l'aparició de noves formes de consum mediàtic. En essència, aquest és el missatge que van llançar ahir els directors de les tres principals emissores de ràdio catalanes: Fèlix Riera, de Catalunya Ràdio -l'emissora pública del país-; Eduard Pujol, de RAC1 -la més escoltada-, i Carles Cuní, del grup Flaix -líder entre les ràdios musicals en català-. Tots tres van contrastar punts de vista sobre el present i el futur del mitjà en un acte organitzat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), que d'aquesta manera saldava el seu "deute pendent" amb la ràdio, un mitjà "a vegades infravalorat" però que és "el que té més credibilitat" i "el més pròxim", com va subratllar a l'inici de la sessió el president de l'organisme, Roger Loppacher.

### **Catalunya, país de ràdio?**

#### **Cuní alerta que gairebé la meitat dels catalans no l'escolten mai**

En la seva intervenció, Pujol va subratllar la llarga trajectòria que ha seguit la ràdio a Catalunya, des de la posada en marxa de Ràdio Barcelona -la primera emissora de l'Estat-, ara fa 90 anys, fins a l'actualitat, i va remarcar que, malgrat tots els pronòstics que asseguraven que l'aparició de nous mitjans, com la televisió i internet, suposarien la seva fi, "la ràdio és viva, res no l'ha matat". "Som un país de ràdio", va concloure. Cuní, però, va posar en dubte aquesta sentència recordant que la ràdio té una penetració del 60% entre la població catalana. "Ho veiem com una mala notícia", va advertir el director del grup Flaix, ja que això suposa que gairebé la meitat dels ciutadans "no escolten mai la ràdio". "Catalunya no és un país de ràdio, és un país de televisió", va assenyalar Cuní, i va argumentar que en països com França i la Gran Bretanya l'abast d'aquest mitjà és superior al 80%.

#### **Un èxit compartit**

## **La rivalitat entre les dues grans emissores afavoreix el sector**

En qualsevol cas, Cuní sí que va admetre que la ràdio en català viu ara mateix “un moment únic” a causa de “la lluita” pel lideratge que mantenen Catalunya Ràdio i RAC1. “Això és bo per a tots els que ens dediquem a la ràdio, per al sector i per al país -va argumentar Cuní-. Jo crec que tots els altres ens n'estem aprofitant”, va reconèixer. Pujol, d'altra banda, va elogiar el paper de les emissores locals com a “escola” dels futurs professionals del mitjà. “Sovint aquestes ràdios rebutgen aquesta etiqueta. Jo en faria bandera”, va assegurar.

## **Noves formes de consum**

### **El podcast fa créixer el públic però no pot fer oblidar el directe**

“La tecnologia és la nostra còmplice”, va afirmar el director de RAC1. D'una banda, perquè els telèfons mòbils permeten “explicar qualsevol cosa des de qualsevol lloc”, i, de l'altra, perquè la digitalització ha permès arribar a nous públics. “El consum digital ha multiplicat la nostra audiència”, va dir Pujol, i va remarcar que els oients de RAC1 descarreguen cada mes tres milions de podcasts, un servei que ha permès “enterrar la tirania del directe”. “Ja no cal escoltar ara el que s'emet ara”, va subratllar. Amb tot, Fèlix Riera va replicar que, si bé “l'experiència del podcast és molt interessant”, convé que la ràdio no s'oblidi de la importància del directe. “La nostra audiència vol participar del fet mateix de la creació de la ràdio”, va advertir, i va recordar que aquest mitjà, i especialment Catalunya Ràdio, és un referent informatiu a l'hora de seguir grans esdeveniments. Tots dos van convenir, això sí, que “la ràdio ha d'estar al servei de l'oient”, arribant-hi a través de totes les vies possibles i oferint-li en cada moment el que reclama.

## **L'EGM no és suficient**

### **Cal conèixer l'audiència amb detall per atraure els anunciants**

Segons Riera, el fet de posar l'oient en el centre implica també conèixer-lo més bé, “saber qui ens escolta en cada moment”, la qual cosa és fonamental en la relació amb els anunciants. “Passarem de la gestió de l'audiència, en plural, a la de l'oient, en singular”, va pronosticar el director de Catalunya Ràdio. En aquest sentit, Carles Cuní lamenta que la ràdio segueixi depenent de l'EGM per conèixer les dades d'audiència. “Hem de fer un esforç com a sector, perquè no podem viure de les tres onades de l'EGM. Competim amb sectors que tenen dades detallades al minut”, va reflexionar. En aquest sentit, Riera va assenyalar que el consum per internet i l'ús de les aplicacions poden donar pistes per obtenir un perfil més definit dels oients.

## **Arribar als joves**

### **La ràdio musical com a porta d'accés al mitjà**

A la part final del debat Carles Cuní va alertar que només un 14% dels ciutadans d'entre 14 i 25 anys són oients de ràdio, i va qualificar de “preocupant” que s'hi incorporin “cada vegada menys joves”. Malgrat això, va reivindicar el paper de la ràdio musical com a “porta d'entrada” al sector, a través de la qual després s'arriba a les emissores generalistes. Tot i així, Pujol es va mostrar optimista en relació amb l'accés dels joves a aquest mitjà, i va exposar que RAC1 “ha rejuenit” l'audiència de la ràdio.

# Les principals ràdios catalanes coincideixen: el seu futur passa per l'adaptació a internet

Redacció | Actualitzat el 29/01/2015 a les 19:42h



Carles Cuní,

Eduard Pujol, Roger Loppacher i Fèlix Riera.

La 15a edició del Fòrum de la Comunicació de Catalunya que organitza el [Consell de l'Audiovisual](#) ha reunit aquest dijous Eduard Pujol, director de RAC1; Fèlix Riera, director de Catalunya Ràdio, i Carles Cuní, cofundador del grup Flaix. Durant la sessió, els tres han destacat la bona salut que té actualment la ràdio en català, i han coincidit en què el futur del mitjà passa per la seva capacitat d'adaptació a internet.

Durant la seva intervenció en el Fòrum, **Eduard Pujol** ha afirmat que els internautes consumeixen més ràdio que el públic en general i que ja no ho fan exclusivament en directe. “La ràdio ha enterrat la tirania del directe”, ha dit al respecte. En aquest sentit, Pujol ha assegurat que RAC1 produeix tres milions de podcasts al mes: “Amb una mitjana de 20 minuts per podcast significa que distribuïm un milió d'hores de contingut de ràdio al mes”, ha destacat.

Per la seva part, **Fèlix Riera** ha coincidit en què “ja no es pot fer ràdio d'esquenes a la digitalització” i ha ressaltat que, actualment, a banda d'escoltar-se, la ràdio també es llegeix, tot destacant les bones xifres d'audiència dels seus mitjans digitals. A més, el director de Catalunya Ràdio ha explicat que l'adaptació radiofònica a l'entorn digital també implica un canvi en la publicitat.

**Carles Cuní** ha corroborat la importància de l'adaptació de la ràdio a l'àmbit digital, però ha destacat la dificultat per monetitzar els nous productes que es distribueixen a la xarxa: “Avui en dia poden obrir-se tantes ràdios per internet com es vulgui, perquè no cal llicència, però, en canvi, veiem que només triomfem aquelles que estan associades a ràdios tradicionals”, ha remarcat.

En la presentació de l'acte, el president del CAC, **Roger Loppacher**, ha destacat l'impacte social i la influència a l'hora de marcar l'agenda informativa que té el mitjà. “La ràdio s'ha sabut adaptar a cada moment i ha demostrat tenir una salut de ferro”, ha assegurat. A més, ha ressaltat que és el mitjà on la presència del català presenta una situació més equilibrada respecte al castellà. En aquest sentit, ha recordat que la ràdio en català té una audiència de 2,5 milions de persones, al 66% dels oients.