

/Josep M. Fonalleras i Carles Gorini/

Rosa Cullell (Barcelona, 1958) és llicenciada en Ciències de la Informació.

La seva primera feina va ser la de corresponsal de premsa al Baix Llobregat.

Amb el temps, va arribar a ser membre del Comitè de Direcció de “la Caixa”,

més endavant va dirigir el Liceu i, després, la

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Ha estat presidenta del

Consell Social de la

UAB. Assegura que no va planificar mai la carrera.

Rosa Cullell





«Es pot ser un professor molt important, un catedràtic reconegut, però els joves estudiants no et respectaran només per ser de l'Acadèmia; t'hi has de comunicar i, a més, has fer-ho de tu a tu».

Quina importància tenen les noves tecnologies per a la comunicació?

La tecnologia està tan assumida que, sense ella, no hi ha comunicació. Els mitjans ja no existeixen com a tals, sinó com a canals als quals es van agregant continguts, dels quals cadascú i pot prendre el que vulgui. Abans, els *mass media* tenien molt més poder del que segurament es mereixien perquè controlaven la informació. Ara, el món de la comunicació s'ha obert de tal manera que hem d'acostumar-nos al fet que ningú no controli res, amb els perills i els avantatges que això representa.

Creu que han perdut influència?

Aquest és un dels aspectes més interessants, perquè trobo que hi havia una certa supèrbia en els gran mitjans. Es creien grans *penseurs*: com més grans fossin, millor. Uns mitjans en què els que hi escrivien eren els millors, els més educats i els més cultes. Ara, aquesta supèrbia no té cabuda, perquè pot arribar a tenir molta més influència el bloc d'una senyora, o d'un senyor, que aconseguix contactar amb altra gent que pensa de manera semblant i intercanviar-hi informació. És una cura d'humilitat que han d'assumir les grans empreses de comunicació. I també els periodistes.

Però el paisatge de grans empreses de comunicació es manté...

Sí, però la comunicació se'ls escapa de les mans. Tota la crisi de què parlem, dels grups empresarials dels quals fa deu o quinze anys no haguéssim imaginat que no poguessin anar

bé, ve del fet que qualsevol pot entrar al web, penjar una informació i tenir més influència que un article publicat en un mitjà.

A l'escola, a la universitat, el mestre controlava la informació i tenia el poder. Aleshores, segons el que explica...

Vaig una mica per aquí. La *Galàxia Gutenberg* de què ens parlava Marshall McLuhan s'ha acabat. Ja no hi ha impremta i ningú no té el control sobre el que es publica, ni els monjos de l'edat mitjana, ni els grans empresaris de la comunicació del segle XX. A la universitat li passa el mateix, i si no és més humil, al final, a l'Acadèmia se li escaparà de les mans l'educació i el coneixement. Cal que arribem als estudiants amb continguts que els interessin, perquè, si no, marxaran de classe. De fet, cada cop marxen més! Es pot ser un professor molt important, un catedràtic reconegut, però els joves estudiants no et respectaran només per ser de l'Acadèmia; t'hi has de comunicar i, a més, has fer-ho de tu a tu.

Creu que la universitat té present el que diu?

No, crec que la universitat no n'és conscient; ni tampoc n'és conscient la premsa ni els periodistes. Hi ha acadèmics — potser passa més en les universitats grans i amb més tradició — que han viscut sempre en un món molt de portes endins, molt seu. Penso que ara toca viure cap enfora.

Bolonya hi té a veure?

Bolonya els obliga a obrir-se, i per això n'hi ha una colla, d'apocalíptics, que condemnen els canvis. Les classes magis-



trals estaven molt bé, però ja no n'hi ha. En tot cas, seran magistrals en funció dels continguts que s'hi proposin, no des del lloc que s'expliquin. En darrer terme, el que cal és fer-ho bé, interessar les persones i, aleshores, vindran. S'hi està molt bé vivint en una galàxia teva, que coneixes a fons, però avui això és impossible.

Anem cap a microgalàxies, cap a públics més segmentats?

Públics més segmentats i missatges més petits, però que arribaran millor a la gent. N'hi haurà que arribaran a grups reduïts i d'altres que ho faran a grups molt més grans, però arribaran a les persones que estiguin interessades a connectar amb el missatge. Crec que la comunicació ja no és unidireccional, ni ho serà mai més. És d'anada i tornada: tu has d'anar a buscar les persones que estan interessades en el teu missatge i elles han de venir a tu: és un diàleg, és una altra història! Caldrà que et facis l'interessant, no podràs arribar a dir: «sóc el gran expert!».

Com afecten tots aquests canvis a la comunicació del coneixement?

Pel que fa a la recerca, també caldrà treballar molt més de cara enfora i en l'àmbit internacional. He estat a la universitat bastants anys i en tinc una bona opinió, perquè hi ha gent amb ganes de canviar, de sortir i de renovar-se. Els investigadors són vocacionals, que ja és més del que passa en altres àmbits. Però hauran de comunicar millor, hauran de sortir a vendre el coneixement, a explicar-lo. I aquesta segona part, a l'Acadèmia, li costa molt. La comunicació no és una exclusiva dels periodistes i cal explicar-ho. En darrer terme, qualsevol acadèmic ha de comunicar i ha de saber fer-ho, com qualsevol empresari... i ha de ser capaç d'explicar

què fa, de vendre-ho. La universitat pública s'ha d'explicar, però no ha de ser un tècnic en comunicació qui ho faci, han de ser els acadèmics, els professors. Han d'entendre que és important fer-ho.

I saben, els membres de l'Acadèmia, quin és el seu públic?

D'entrada, com a universitats públiques el seu públic som tots. Perquè les mantenim amb els nostres impostos i hi portem els nostres fills. Per tant, crec que han de retre comptes davant la societat en general i després davant de científics d'altres acadèmies. També és cert que tenen públics molt diversos i que hauran de saber a quin públic es dirigeixen, perquè no tothom els vol escoltar.

Ha simultaniejat la direcció de l'empresa privada amb la participació en iniciatives socials. Creu que aquí es practica prou aquest costum?

El directiu que treballa a l'empresa privada ha de retre comptes a la junta d'accionistes, que és qui li paga el sou. El que no pot ser és que la seva vida estigui lligada només a l'empresa en què treballa —costum, d'altra banda, bastant espanyol o del sud d'Europa—. Un anglosaxó entén de manera natural que treballa en una empresa privada, però alhora col·labora en iniciatives de barri, en iniciatives culturals que li interessin. En canvi, aquí, sembla que hi ha aquesta separació tan greu entre el que és la feina privada i la pública de cadascun de nosaltres.

Hi ha algun fil conductor en l'evolució que ha seguit professionalment?

De vegades penso que la vida et presenta opcions. Tu les agafes o no, i de vegades t'equivoques. No sóc de la ge-

neració que planifica una carrera professional. Em fa gràcia sentir els meus fills, o els seus amics, explicar que la planifiquen. Potser sóc d'un temps una mica anterior, i a més sóc dona. Per tant, feia el que podia. Quan era jove no triava gaire, perquè pensava que no podia fer-ho —a mi m'hauria agradat ser periodista cultural—. Vaig començar com a corresponsal del Baix Llobregat i després feia la crònica de ballet. Em deien que no era coherent, però a mi m'agradava el ballet, i feia la corresponsalia del Baix Llobregat. Tampoc pensava que pogués triar. Potser ara la gent pensa que pot triar més, organitzar-se millor...

En l'entorn en què s'ha mogut ha percebut alguna evolució en el tracte cap a la dona?

Sense cap mena de dubte. Penso que les dones dels setanta i les del dos mil deu no tenen res a veure. La meva filla Berta, que ara començarà Medicina, té expectatives, diu que vol ser cirurgiana, i ho diu de la manera més natural: la seva expectativa és molt elevada. Jo diria que la meva expectativa era tenir un sou. Tinc la sensació que els joves d'avui no només volen un sou, volen molt més. De vegades em fa una mica de por, perquè tenen tantes expectatives i es posen tan amunt el llistó... Nosaltres ens el posàvem tan baix que per poca cosa que féssim estàvem contents, el nostre entorn estava content. I ara, si la meva filla no arriba a ser cirurgiana, què?

Com veu l'espai català de comunicació?

No sóc gaire optimista. A la fi, la realitat econòmica acaba per influenciar el territori i la llengua d'una manera importantíssima. És difícil pensar que la independència política proporcionarà independència cultural. Per exemple, les televisions són castellanes. Només hi ha un grup de televisió generalista —TV3— dirigit al gran públic i d'abast nacional totalment en català, i és un grup públic que competeix amb altres grups, que són en castellà, siguin públics o privats. No hi ha cap grup català privat i penso que ningú no té ganes de fer-lo, perquè no s'hi guanyen diners. Ja no és com quan hi havia una televisió pública en castellà i una altra en català, als anys noranta. Aleshores els joves d'aquí o veien TVE o TV3... hi havia el cinquanta per cent de possibilitats que escollissin una tele en català. Ara, segur que ens movem en percentatges molt baixos. L'única força és produir una oferta de gran qualitat i convèncer l'espectador que els interessa veure-la, i també els seus fills.

Però els mitjans tradicionals tenen aquesta capacitat?

Només amb el mitjà tradicional no. Aquest és el problema: que encara que es programi amb molta qualitat, el públic objectiu (*target*) continuarà essent reduït. Per més qualitat que hi posis, competeixes amb moltíssimes plataformes i, a més, ho fas en una llengua minoritària. Amb un mercat tan fragmentat és difícil que els mitjans audiovisuals en català puguin competir. Tot i que ho estan fent raonablement bé, perquè TV3 és l'única televisió autonòmica que és líder al seu territori. Cap de les altres no ho és.

«L'única força és produir una oferta de gran qualitat i convèncer l'espectador que l'interessa veure-la, i també els seus fills».

Deia que les empreses grans cada cop tindran menys capacitat d'influència. Això no ens pot anar a favor?

Penso que als *mass media* no hi ha res a fer amb una llengua minoritària. Als mitjans més petits o en la comunicació de tu a tu que representen les xarxes, és una altra cosa. Aquí sí que es poden establir connexions, i encara està per veure què passarà, si nosaltres mateixos apostarem per la nostra llengua o per les llengües majoritàries. Costa pensar que podem guanyar, però els nous canals ens poden proporcionar oportunitats.

Es disposa d'estudis d'audiència a la xarxa, sabem on som?

Som una societat rica i culta que utilitza la tecnologia. La rellevància a internet depèn dels ordinadors que hi ha a les cases, i les que són catalanes faran servir el català. És per això que el català s'utilitza molt a la xarxa. Ara, de mesures d'audiències a la xarxa no n'hi ha, ni en català ni en castellà. Hi haurà un moment en què s'hauran de fer, perquè està molt clar que hi ha milers de persones que accedeixen a la informació a través de l'ordinador, i és un fet que anirà a més. No pot ser que tothom estigui participant en uns canals i que les marques, les empreses, no sàpiguen quanta gent hi ha. Al final s'establiran uns mecanismes, no sé quins seran, però s'establiran. Ens hem d'oblidar del control i la mesura: hi hem d'estar, comunicar i, després, ja hi haurà algú que ens dirà com ho hem de fer.

La comunicació és en un punt en què som capaços de reflexionar sobre aspectes que tot just estan passant...

Però van molt ràpids, eh! Hem passat segles fent servir un llenguatge molt similar i en vint anys tot ha canviat radicalment. Hi ha gent que encara pot sobreviure a la banda dels que no tenen ordinador, però els queda poc. És el que parlàvem de la universitat, l'acadèmic pot sobreviure sense comunicar, sense fer servir la tecnologia... però crec que d'aquí a molt poc no podrà. El periodista podrà sobreviure? No. La meva mare explica que ella s'assembla més a la seva besàvia que no pas a mi. Diu que jo he viscut en un món diferent al seu. Per exemple, les dones tenim la possibilitat de fer el que volem, elles no van poder. I, a més, es pensaven que era normal.