



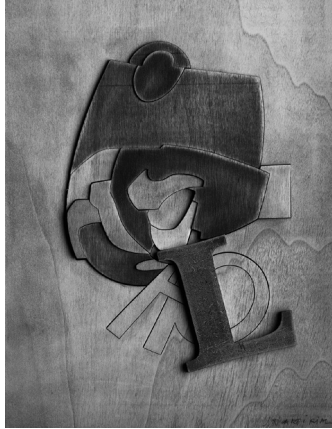
ACTE D'INVESTIDURA DE
DOCTOR *HONORIS CAUSA*

DEL SENYOR

LLUÍS BASSAT COEN

UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

4 DE NOVEMBRE DE 2021



ACTE D'INVESTIDURA DE
DOCTOR *HONORIS CAUSA*

DEL SENYOR
LLUÍS BASSAT COEN

UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA
4 DE NOVEMBRE DE 2021

ACTO DE INVESTIRUDA DE
DOCTOR *HONORIS CAUSA*

DEL SEÑOR
LUIS BASSAT COEN

UNIVERSIDAD DE VIC
UNIVERSIDAD CENTRAL DE CATALUÑA
4 DE NOVIEMBRE DE 2021

Novembre de 2021
Noviembre de 2021

Edita / Edita
Servei de Publicacions de la Universitat de Vic -
Universitat Central de Catalunya
C. de la Sagrada Família, 7. 08500 Vic
www.uvic.cat

Disseny / Diseño
Eumo_dc

Caplletra de la coberta / Letra capital de la cubierta
Josep Ricart

Impressió / Impresión
Impremta Mater

SUMARI

7

ACORD DEL CONSELL DE GOVERN DE LA UNIVERSITAT DE VIC -
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA I DEL PATRONAT DE LA FUNDACIÓ
UNIVERSITÀRIA BALMES DE CONCESSIÓ DEL TÍTOL DE
DOCTOR *HONORIS CAUSA* AL SR. LLUÍS BASSAT COEN

9

APADRINAMENT DEL DOCTORAND
LLUÍS BASSAT COEN
DR. JOSEP BURGAYA

13

LAUDATIO DEL SR. LLUÍS BASSAT COEN
DR. SANTIAGO JORDÁN

19

ELS VALORS HUMANS DELS COMUNICADORS
SR. LLUÍS BASSAT COEN

35

PARLAMENT DEL **DR. JOSEP ARIMANY-MANSO**
PRIMER TINENT D'ALCALDE DE L'AJUNTAMENT DE VIC
I PATRÓ DE LA FUNDACIÓ UNIVERSITÀRIA BALMES

41

PARLAMENT DEL **DR. JOSEP ELADI BAÑOS**
RECTOR MAGNÍFIC DE LA UNIVERSITAT DE VIC - UNIVERSITAT
CENTRAL DE CATALUNYA

46

LA CAPLLETRA DEL DOCTOR *HONORIS CAUSA*

47

TEXTOS EN ESPAÑOL



**SCIENTIAE PATRIAEQUE
IMPENDERE VITAM**

UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

ACORD DEL CONSELL DE GOVERN DE LA UVIC-UCC
DE CONCESSIÓ DEL TÍTOL DE DOCTOR *HONORIS CAUSA*
AL SR. LLUÍS BASSAT COEN

El dia 5 de maig de 2021, a proposta de la Facultat d'Empresa i Comunicació, el Consell de Govern de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya va acordar elevar al Patronat de la Fundació Universitària Balmes la proposta de concessió del títol de doctor *honoris causa* per la UVic-UCC al Sr. Lluís Bassat Coen per ser una autoritat en el món del màrqueting, la comunicació i l'empresa. Pel seu esperit emprenedor en l'àmbit publicitari, cultural, esportiu, social i intel·lectual. Per les aportacions que ha deixat paleses en una extensa bibliografia de consulta obligada per als professionals de la comunicació i en els estudis universitaris de comunicació i màrqueting. Per la seva gran sensibilitat social i cultural, que l'han portat a ser un dels principals mecenes artístics d'aquest país.

ACORD DEL PATRONAT DE LA FUNDACIÓ UNIVERSITÀRIA BALMES
D'APROVACIÓ DEL TÍTOL DE DOCTOR *HONORIS CAUSA* PER LA
UVIC-UCC AL SR. LLUÍS BASSAT COEN

El Patronat de la Fundació Universitària Balmes, a proposta del Consell de Govern de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya, va aprovar el dia 27 de maig de 2021 la concessió del doctorat *honoris causa* al Sr. Lluís Bassat.



Lluís Bassat Coen

APADRINAMENT DEL DOCTORAND LLUÍS BASSAT COEN

Dr. Josep Burgaya

Degà de la Facultat d'Empresa i Comunicació

Em provoca una immensa satisfacció poder ser avui aquí en l'acte d'investidura del senyor Lluís Bassat Coen com a doctor *honoris causa* de la nostra institució, la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya. Com a degà de la Facultat d'Empresa i Comunicació i en nom seu, voldria explicar-los breument què significa això per a la nostra universitat. Fa més de 35 anys que impartim estudis en l'àmbit d'empresa i ara en fa 20 que vam fer una opció decidida, estratègica, pels estudis de comunicació. I, en aquest camp, es va fer una aposta pels estudis de Publicitat i Relacions Públiques, una disciplina fonamental en l'impuls de l'activitat econòmica i amb un component molt potent de creativitat que ha generat en el nostre país companyies i professionals reconeguts arreu del món. Barcelona i Catalunya han estat i són un referent en l'àmbit de la publicitat. En aquest sentit, parlar de la publicitat com a fenomen, com a activitat creativa i com a professió els darrers cinquanta anys és parlar de Lluís Bassat. Aquí i fora d'aquí. Tal com s'explicarà en la *laudatio*, ho ha estat tot en aquest camp, i ho evidencien les campanyes publicitàries reconegudes, premiades i recordades. Però també ho ha estat per les seves reflexions teòriques i per la seva capacitat d'exercir el mestratge en unes quantes generacions de publicistes.

Entenem que, per a la Facultat d'Empresa i Comunicació, per a la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya, no hi ha ningú que representi millor què significa la creació publicitària com ho fa ell. Reuneix totes les condicions i els valors que el fan un digníssim doctor *honoris causa*. Encarna, a més, els valors que volem transmetre als nostres estudiants al llarg del procés formatiu: honestedat, exigència, qualitat, rigor, imaginació, creativitat i, especialment, l'amor per una professió

practicada de manera àmplia, intensa i responsable. Lluís Bassat és un humanista que ha desenvolupat activitats molt diverses al voltant de la publicitat, el màrqueting i la comunicació, i ha esdevingut un referent en l'àmbit de la cultura del nostre país en la seva dimensió de protector i col·leccionista d'art. Les seves campanyes publicitàries encarregades per les principals marques del món, en sectors diversos que van des dels productes alimentaris als automòbils, no només fan la funció pràctica que s'espera de la publicitat, sinó que sovint es converteixen en icòniques, en un referent estètic. A més d'efectiu, el seu treball sempre emana distinció, sensibilitat i elegància. Sempre és reconeixible. Més enllà de promoure i divulgar productes comercials, Lluís Bassat és reconegut com un gran constructor de marques, cosa que va molt més enllà de promocionar productes. Va fundar la seva primera agència el 1975 i, a partir de 1980, la societat Bassat, Ogilvy & Mather es va anar convertint en el primer grup publicitari espanyol.

La dimensió de Lluís Bassat ultrapassa el marc català i espanyol. Tal com demostren la seva activitat professional i el reconeixement que ha obtingut de nombroses institucions i universitats, és àmpliament reconegut en l'àmbit internacional. Combina bé l'amor i arrelament al país amb una evident mirada global, amb una notòria visió cosmopolita. Forma part del millor de la societat civil, d'aquells professionals i intel·lectuals distingits que no dubten a col·laborar i a posar-se al servei dels grans projectes de país de manera desinteressada. A tall d'exemple, va ser el creador del més gran esforç mai fet per donar a conèixer Catalunya al món, com va ser la cerimònia d'inauguració dels Jocs Olímpics de 1992. La Catalunya oberta, progressista, avançada, mediterrània i colorista que ensenyava el millor d'ella mateixa i mostrava al món els valors de la tolerància, la llibertat, el respecte, l'avantguarda dialogant amb la tradició, la modernitat i el bon gust. Valors universals dels quals el nostre doctorand d'avui resulta un magnífic exponent.

Persona de lletres i amb una forta vocació pedagògica i de mestratge, ha publicat llibres que són un compendi del seu coneixement i que resulten imprescindibles no només per a les persones que es formen en l'àmbit de la publicitat i el màrqueting, sinó per a tothom que vulgui conèixer els elements fonamentals de la comunicació contemporània.

El llibre vermell de la publicitat o bé *El llibre vermell de les marques* es continuen llegint, rellegint i reeditant any rere any. No han estat superats perquè contenen molt saber professional, a més de saviesa profunda. Un coneixement que Lluís Bassat comparteix sempre de manera generosa en multitud de cursos, seminaris i conferències arreu del món. Una dimensió de divulgació de la qual justament la nostra Facultat i la nostra Universitat també han estat beneficiaris i esperem continuar-ne essent per mitjà de projectes compartits amb ell que endegarem properament. Aquesta conjunció de grandesa professional amb una dimensió social i cultural tan pronunciada té un instrument fonamental, que és la Fundació creada amb la seva esposa Carmen Orellana. Perquè Lluís Bassat emana valors i la Fundació simbolitza el que és i ha estat la seva vida. Col·labora amb programes de combat a la pobresa per fomentar l'educació, divulgar la publicitat i fer mecenatge de l'art i la cultura. No és anecdòtic que aquesta institució, que és la nineta dels seus ulls, s'hagi convertit en la millor i més gran col·lecció d'art de caràcter privat que hi ha al país. Tot té una lògica i una coherència en la llarga activitat del nostre doctorand.

És per tot el que he explicat, pel que té d'extraordinària una figura amb la qual ens reconeixem, que la Facultat d'Empresa i Comunicació proposa el senyor Lluís Bassat Coen com a doctor *honoris causa* de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya, com a reconeixement a la seva trajectòria com a publicista i comunicador, per la seva vinculació amb el país i el seu progrés material, cultural i humà, i per ser portador i dipositari d'uns valors que també volem que siguin els nostres.

LAUDATIO DEL SR. LLUÍS BASSAT COEN

Dr. Santiago Jordán

Professor del Departament de Comunicació
de la Facultat d'Empresa i Comunicació

Rector Magnífic,
Membres de la comunitat universitària,
Senyores i senyors que amb tant d'afecte ens acompanyeu avui en aquest acte.

I, d'una manera molt merescuda, permeteu-me una menció especial a la Sra. Carmen Orellana, esposa i companya de vida del doctorand.

Una *laudatio* o elogi és aparentment un moment fàcil i agradable, ja que, com és lògic, es fa a algú que reuneix mèrits i honors infinitament superiors als de la persona que en fa la lloança, fet que en aquesta ocasió és absolutament verídic.

Normalment se sol aprofitar la circumstància per parlar de la relació mútua. I, així, sembla que comparteixes les seves qualitats; però aquest no és el cas. No n'abusaré, d'això, encara que més endavant aprofitaré la circumstància, ja que només conec el doctorand de quan tots dos lluïem generosos bigotis i cabell fosc.

Els mèrits del doctorand han estat reconeguts per grans dones i homes. Com a referència citaré Shelly Lazarus i David Ogilvy. Aquest darrer, el rei de *Madison Avenue* i l'home que va inspirar la famosa sèrie televisiva *Mad Men*, en va dir: «Lluís Bassat és el meu soci a Espanya. És un dels millors publicitaris del món. És una *rara avis*: combina el geni creatiu amb una aguda perspicàcia comercial. No fa gaire, un periodista espanyol em va preguntar si no temia que en Lluís acabés sent més important que jo. Li vaig contestar que ja ho és».

Shelly Lazarus, en aquell temps presidenta i CEO d'Ogilvy Worldwide, va dir: «En realitat és un dels nostres membres més apreciats. Quan en Lluís parla en una reunió, totes les mirades se centren en ell amb la

seguretat que dirà quelcom de gran importància. El fet que comparteixi els seus coneixements sobre les marques és una gran sort per als professionals de tot el món».

Pascual Maragall, Miquel Roca Junyent, Emilio Botín, Adolfo Suárez i Jordi Pujol, entre altres moltes personalitats del món universitari, polític cultural i empresarial, també li han concedit elogiosos comentaris que, per les limitacions de temps d'aquest acte no reproduiré.

Ha construït marques des del no-res, com Hellmann's, Prenatal, Lladró, Fundació Purina, Filomatic, Hospital de Catalunya, L'Illa de Barcelona, i ha fet altres marques ja existents més grans, com Ford, Telefónica, Levi's, Freixenet, Mattel, Frigo, Nestlé, la Generalitat de Catalunya o la pròpia ciutat de Barcelona, amb l'espot més llarg del món, que fou la cerimònia d'inauguració olímpica, que va durar tres hores i va tenir una audiència de 1.500 milions de persones a tot el món. Observin que he incidit en la construcció de la marca, no solament en la venda d'un producte. Perquè no és el mateix la marca que el producte.

Com a director creatiu d'Ogilvy Europa, Àfrica i Orient Mitjà i president del Consell Creatiu Mundial d'Ogilvy, ha portat als cinc continents l'empremta catalana, que ha estat reconeguda internacionalment. Només gràcies al seu talent, la creativitat catalana ha obtingut més de 400 premis nacionals i internacionals, de Cannes, Sant Sebastià, Nova York, el FIAP, el Clio...

Els mèrits pels quals el doctorand Lluís Bassat mereix una distinció tan rellevant són molts. Permetin-me ressaltar-ne una petita part avui, en aquest breu però important període de temps:

En l'àmbit empresarial:

Va fundar la seva agència, Bassat y Asociados, l'any 1975 i el Grupo Bassat, Ogilvy and Mather l'any 1980, el qual es va convertir en el primer grup publicitari del panorama espanyol, no només en facturació, sinó també per la qualitat del seu producte estratègic i creatiu. Mentrestant, i com qui no vol la cosa, ha tingut temps per formar part de rellevants consells. Fins a data d'avui, n'he pogut comptabilitzar 26.

En l'àmbit de la creativitat, del màrqueting i de la empresa, Lluís és un català universal. La Generalitat de Catalunya així ho va reconèixer en atorgar-li la Creu de Sant Jordi l'any 2012. I el govern central el va

distingir amb la Gran Cruz del Mérito Civil, atorgada pel Ministerio de Ciencia y Tecnología l'any 2004. I amb la Medalla al Mèrit del Treball.

Ara em referiré a l'àmbit cultural:

Es diu que, el 1973, una tarda, sortint de treballar, Lluís Bassat va entrar a la Galeria Adrià de Barcelona. Tres hores més tard, havia comprat el segon quadre de la seva vida i el 35 % de la galeria.

Així s'inicia una meravellosa història d'amor amb el món de la cultura i l'art contemporani, que hom pot gaudir a través de la col·lecció Bassat, formada per més de 3.000 peces, amb obres i autors tan rellevants com Pablo Picasso: *Home amb barretina*, *Ram de flors* i *Mousquetaire assis*, i un llarg catàleg d'autors, tant de la pintura com de l'escultura: Miró, Tàpies, Clavé, Saura, Millares, Chillida, Manolo Valdés, Guinovart, Ràfols Casamada, Hernández Pijuan, Arranz-Bravo, Bartolozzi...

I no content només amb això, els ha promocionat internacionalment. Per exemple, ha difós a l'exterior la figura de Josep Guinovart, que ara té tres de les seves obres al Guggenheim, una exposició d'obra a la galeria Martha Jackson i una exposició antològica al museu de Brooklyn.

Per tot això, també en l'àmbit de la cultura, el Lluís és un català universal, que ha passejat la nostra empremta pels cinc continents, des de la ciutat de Mataró a tots els racons de món, passant per Nova York, París, Londres i un llarg etcètera.

En l'àmbit de la responsabilitat social:

Durant un viatge a la Índia el 1967, Carmen i Lluís van sentir que havien de fer alguna cosa per a la societat, deixar de ser subjectes passius per convertir-se en subjectes actius. El cert és que en aquells anys es parlava poc de responsabilitat social o d'altres conceptes similars. Entenc que la segona «crida» va venir gràcies al seu fill Quique, destinat a Moçambic per lluitar contra la malària. En qualsevol cas, van posar en marxa la Fundació Carmen & Lluís Bassat, amb cinc grans objectius, mirall dels seus valors i principis:

- Promoure l'educació, l'entesa entre cultures i/o religions i el foment de la pau mundial.
- Facilitar ajuda a persones o col·lectius amb problemes específics,

discapacitats físiques o psíquiques, o en situació de desemparament.

- Donar suport a la tasca d'altres fundacions, associacions o entitats, locals o internacionals, que treballin per erradicar la pobresa, la fam, les malalties i altres dificultats que afecten els col·lectius més vulnerables.
- Promoure i fomentar, per si mateixa o col·laborant amb altres entitats públiques o privades, l'art contemporani, així com transferir els coneixements i la cultura associats a aquest art.
- Promoure l'ensenyament i divulgació de la comunicació publicitària, així com també assessorar en aquesta matèria a entitats, empreses, institucions i altres fundacions.

Això els ha portat a involucrar-se en projectes com la Fundació Germina, el Partit per la Pau, la Fundació Pasqual Maragall, Metges Sense Fronteres, Càritas, el Banc dels Aliments, Col·legis del Món Unit, UNICEF, el Centre d'Investigació de Moçambic i un llarg etcètera.

Què més es pot demanar a un ciutadà, després de tot el que hem dit? Doncs sí, el doctorand encara ens ha donat més. Avancem cap a un terreny tan grat per a nosaltres com és el de la transferència de coneixement: compartir i transmetre cultura i formació a la societat. En aquest àmbit m'agradaria destacar algunes de les seves contribucions:

- Professor de l'EAE, Escola d'Administració d'Empreses
- Instructor dels cursos de Dale Carnegie sobre relacions humanes
- Professor de l'Escola Oficial de Periodisme de Barcelona
- Professor de la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)
- Professor d'ESADE, Escola Superior d'Administració d'Empreses
- Professor i creador del curs «100 % Creativity» a ESADE, Escola Superior d'Administració d'Empreses, a Barcelona i Madrid
- Fundador de la Càtedra Lluís Bassat de Publicitat a la Universidad Europea de Madrid
- Ha impartit conferències i seminaris de publicitat en diferents ciutats espanyoles i a París, Londres, Milà, Frankfurt, Budapest,

Helsinki, Johannesburg, Ciutat del Cap, Nova York, Washington, Praga, Moscou, Mèxic, Caracas, Montevideo, Santiago de Xile, Buenos Aires, Sao Paulo, Rio de Janeiro, Seül, Nova Delhi, Bombay.

Cal afegir-hi la conferència que va impartir recentment i en primícia a la Facultat d'Empresa i Comunicació de la UVic-UCC amb el títol «Com dinamitzar l'economia de la seva empresa» durant les Primeres Jornades de Màrqueting i Comunicació Empresarial que van tenir lloc el passat mes d'abril i que va fer les delícies dels assistents.

Tot això, conjuntament amb la formació impartida dins del grup Bassat Ogilvy, ha donat uns resultats excel·lents per a la nostra professió. Molts dels professionals d'èxit actuals s'han format entre les parets del seu despatx. Només cal esmentar José M^a Lapeña, Lidia Espasande, Santiago Yago, Jordi Urbea, Jordi Alavedra... o jo mateix.

I no menys rellevant és la seva producció literària, amb alguns dels títols més importants, de consulta obligada, dins el món universitari, com ara:

- *El Libro rojo de la publicidad*, que ha assolit 30 edicions
- *El libro rojo de las marcas*, amb 14 edicions
- *Inteligencia comercial*, amb 15 edicions
- *La verdad en la publicidad*
- *Confesiones personales de un publicitario*
- *El libro rojo de la vida*
- *La creatividad*
- *El Arte de mi vida*
- *Sueña como Luther King, habla como Obama, manda sin mandar y sé tú mismo*

Gràcies Lluís per la generositat de compartir els teus coneixements i experiència entre els professionals, que algunes vegades eren competència directa. I gràcies per fer-ho als cinc continents, la qual cosa demostra, un cop més, la universalitat de la teva figura.

I ja vaig acabant.

Entenc que, després de fer honor a les circumstàncies, em queda poc per dir, però em queda el més important.

Davant nostre tenim un empresari d'èxit, un creatiu brillant, un estratega, un constructor de marques, un mecenes cultural, però, i més important, una molt bona persona, molt exigent però molt humana. Un home molt proper a la seva gent, que quan s'enfada es conté sense creuar línies estranyes. Un home afable, afectuós, empàtic, respectuós i de memòria formidable.

Per cert, crec que en aquests comentaris finals no he abusat del coneixement i vivències compartides de les quals parlava a l'inici, que han estat moltes, però que avui no toquen. Però sí que desitjo, a les acaballes de la *laudatio*, tornar a mencionar a Carmen Orellana, ja que, si m'ho permetes, tant per motius professionals com humans, als meus ulls ella també és mereixedora de la nostra màxima distinció. A Carmen la caracteritza una bella personalitat que perceben totes les persones que l'envolten.

Gràcies Carmen. I gaudeix d'aquesta distinció amb ell.

I també als seus quatre fills, dels quals està profundament orgullós: Anna, Yolanda, José Manuel i Quique. Tots plegats formen una família unida que es dona suport en tot moment. Per a ell la família és sens dubte el seu major èxit.

Crec que fins aquí hem donat proves clares del mereixement de la màxima distinció que la UVic-UCC pot oferir. Lluís, t'oferim el nostre més gran reconeixement. Més ens és impossible. Ens il·lusiona la teva il·lusió per aquest *honoris causa*.

Pots dir amb tot l'orgull que ets profeta a la teva terra.

Per a nosaltres ets català i universal. El primer en el teu àmbit. Tant de bo la teva escola ens doni molts més fruits.

Catalunya t'estima i t'ho diu des de la Catalunya central.

És per tot això, Magnífic Rector, que la Facultat d'Empresa i Comunicació va proposar nomenar el senyor Lluís Bassat Coen doctor *honoris causa*.

Gràcies per acceptar-ho!

ELS VALORS HUMANS DELS COMUNICADORS

Sr. Lluís Bassat Coen

Doctor *honoris causa* per la UVic-UCC

Rector Magnífic de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya,
membres de la comunitat universitària,
President de la Universidad Europea,
Magnífica Rectora de la Universidad Europea,
Secretari General de la Universidad Europea Miguel de Cervantes,
de Valladolid,
autoritats que m'honoreu amb la vostra presència,
benvolguts amics,
mil gràcies a la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya
i al seu rector per l'immens honor que em fan concedint-me el doctorat
honoris causa.

Gràcies al degà de la Facultat d'Empresa i Comunicació per les seves paraules i per la Càtedra de Creativitat.

Gràcies a tots per ser aquí i, molt especialment, als que heu vingut d'altres llocs, alguns molt llunyans.

Gràcies per la vostra comprensió pel fet que el meu discurs sigui en català i alguns m'hàgiu d'escoltar mitjançant una traducció simultània.

Quan em vaig associar a Ogilvy & Mather, vaig rebre un regal de David Ogilvy, una matrioixka. Dins de la nina més petita hi havia un paperet que deia: «Estimat Lluís, benvingut a Ogilvy. Si t'envoltes de persones més petites que tu, acabaràs sent un nan. Si t'envoltes de persones més grans que tu, acabaràs sent un gegant». No em va poder donar un consell millor. Per això m'agradaria dedicar aquest discurs a totes les persones que he contractat al llarg de la meua vida i que m'han ajudat a créixer.

He comès errors, però em sembla que puc dir que els encerts guanyen per molt. Vull descobrir-vos el secret d'haver aconseguit reunir al meu voltant un dels millors equips de la publicitat espanyola: un equip de gegants professionals plens de valors humans.

El primer d'aquests valors, òbviament, és la capacitat de comunicació. La comunicació té un objectiu primordial: que allò que nosaltres diem, els altres ho entenguin.

Ja ho deia el gran humorista Gila quan li preguntaven pel secret del seu èxit: «Has de pensar com el més intel·ligent de l'audiència, però has de parlar perquè t'entengui el més ximple», és a dir, perquè t'entengui tothom.

I en la publicitat mundial l'idioma que tothom coneix és l'anglès. El 1983 vaig entrevistar Bettina Farreras, que feia el cinquè any de carrera. Em va fascinar, però li calia millorar l'anglès. Li vaig dir que marxés uns mesos als EUA i que, en tornar, la contractaria. I així va ser. Va començar com a becària i va ser successivament executiva de comptes, directora de comptes, subdirectora i vicepresidenta. Va demostrar que tenia una voluntat i una tenacitat extraordinàries, valors imprescindibles en un professional de la comunicació.

Einstein va dir: «Hi ha una força més gran que l'electricitat: la voluntat». La voluntat és el que et permet seguir quan et fallen les forces, quan penses a rendir-te, quan fins i tot poses en dubte les teves capacitats. La força de voluntat és fonamental en la nostra professió, que t'obliga a treballar moltes hores, dies i nits, caps de setmana i fins i tot durant les vacances. Sense voluntat és impossible seguir el ritme que et marquen molts clients i, sobretot, la competència. Amb esforç, voluntat i tenacitat s'aconsegueix arribar allà on no s'arriba només amb intel·ligència.

En les entrevistes per contractar un publicitari o una publicitària se senten moltes coses recurrents: estudis, idiomes i, sobretot, èxits. «He guanyat clients nous, tinc diplomes i fins i tot guardons del Festival de Cannes», etc. Però això a mi no em diu gran cosa, sobretot perquè els nous clients i els premis els guanya l'equip, gairebé mai una persona sola. En canvi, quan algú em parla d'un valor humà, hi paro atenció immediatament. La professió és pot aprendre; els valors humans s'han de dur posats.

Vaig conèixer Jorge Villena en una taula rodona on vam participar tots dos i me'n va impressionar el talent. En sortir, em va acompanyar caminant a casa i, un cop hi vam arribar, jo el vaig acompanyar caminant a casa seva. Després em va tornar a acompanyar, amb la qual cosa vam estar parlant gairebé tres hores. Em va agradar tant la seva filosofia personal i professional que li vaig fer una oferta perquè vingués a treballar amb mi. I la seva resposta em va reafirmar en la meva decisió: «No puc», em va dir. «M'he compromès amb l'agència on soc ara i no els puc deixar. S'han portat bé amb mi i els dec lleialtat i gratitud. Però, si d'aquí a un any et segueixo interessant, ja hauré complert el que els vaig prometre i m'agradaria aprofitar l'oportunitat que em dones.» Em van impressionar els seus valors humans: el compromís, la lleialtat i la gratitud. I allò no formava part del seu currículum, però era i continua sent important per a mi. Vaig esperar un any i el vaig contractar. Va ser un director creatiu extraordinari fins que un infart se'l va endur als quaranta-tres anys: una pèrdua terrible, tant professional com humana. Confiar en algú compromès és fàcil. Si, a més, et consta que valora la lleialtat i que demostra gratitud, encara més.

A la meva agència hem portat el compromís i la lleialtat al límit, no només entre l'empresa i nosaltres, sinó també en la relació amb els nostres clients. Hem brindat amb Cinzano, Freixenet i Cruzcampo, hem menjat brou Avecrem i sopes Gallina Blanca, tonyina Isabel, maionesa Hellmann's, pastes Gallo i plàtans de Canàries, hem esmorzat Cola Cao, hem berenat Nocilla i Petit Suisse, hem conduït cotxes Ford i Jaguar, ens hem vestit amb Burberry i Levi's, hem rentat amb Norit, hem pintat amb Titanlux, ens hem calçat amb Adidas o Camper, hem comprat a L'illa, hem pagat amb American Express, hem regalat Barbies, ens hem perfumat amb Paco Rabanne, ens hem divertit a PortAventura... Comentant això amb un amic, em va preguntar si també portava roba de Prenatal o sostenidors Warners. Li vaig contestar que no, però que la meva dona, sí.

Ser amable no és només demanar les coses si us plau. És molt més. I és un valor a l'alça, segurament perquè la gent no és planteja que és molt més professional ser cordial i amable que no ser-ho. Fa molts anys se'm va acudir imprimir un petit díptic de sobretaula que deia «Somrigueu, és contagiós». Ho vaig posar a les taules del nostre despatx i és va fer viral.

Ogilvy ho va traduir a molts idiomes i ho va distribuir pel món. Un dia a l'oficina de Bombai, vaig veure el cartell sobre el moble de la recepció i li vaig preguntar a la recepcionista en anglès: «Hi diu “Somrigui, si us plau”, oi?». Es va quedar parada pensant que entenia l'hindi.

L'amabilitat és una actitud i el somriure, una expressió externa d'aquesta actitud i de l'alegria de viure, que també és un valor humà. No hi ha res de més agradable que entrar en un despatx i que et rebin amb un somriure natural, com feien Olga Gasull i Mónica Segura a Barcelona i Maleny Pereita a Madrid, i professionals com Marta Galí, Carmen Mallol, Cristina Medianu, Isabel Olivella i Marina Sanmartín. Ja ho deia Dale Carnegie: «No obris una botiga si no saps somriure». Això és aplicable a qualsevol relació humana i, per descomptat, també a les relacions professionals. No s'és un bon director de comptes si no es té el valor humà de l'amabilitat i no se sent l'alegria de viure, com María Barberá, Iolanda Casalà, Sandra Parcet i Berta Roca.

Carlin Miracle, nord-americana, i Cristina Lastra, danesa, van ser dues professionals que em van ajudar extraordinàriament en la meua feina internacional amb Ogilvy. Carlin parlant-me exclusivament en anglès els cinc anys que va treballar amb mi i Cristina traduint-me a l'anglès com no ho sap fer ningú més. Llegia un text meu en anglès, traduït per ella i era com si estigués parlant jo mateix. I totes dues em van alegrar la vida amb la seva actitud i aquest valor tan important que és l'alegria de viure.

Saber escoltar és tan important com saber comunicar. Però, mentre que hi ha cursos i llibres que ensenyen a comunicar bé, no n'hi ha que ensenyin a escoltar bé. I és importantíssim. Quan vam començar a ser coneguts, va venir a veure'ns Encarna Culebret, directora de publicitat de Rodier, una important firma francesa de moda que tenia la seua espanyola a Logronyo. Va començar explicant-nos la situació de l'empresa, la seva problemàtica, els seus productes, la força de la seva marca, la seva política de preus i de rebaixes, les botigues on es venia Rodier, i així tres hores. Pràcticament no la vam interrompre més que per fer-li alguna pregunta que li permetés seguir explicant-nos-ho tot. Quan va acabar, ens va dir que ens donava el seu compte: ens va confiar la seva publicitat perquè vam saber escoltar-la!

Els directius Salvador Aumedes, Melendy Britt, Lorena Clapers, César Correa, Josep Maria Fàbregas, Lourdes Llorens, Borja Puig de La Bellacasa, Oscar Prats, Santiago Ramentol tenien també aquest valor humà. Igual que els especialistes en comunicació Eugenia Carreres i Marc Casanovas. Escoltar no és només romandre callat: és mostrar interès per les opinions de l'altre, prendre notes d'allò que diu l'altra persona, és fer les preguntes adequades en el moment adequat. És, en definitiva, saber rebre un *briefing*.

Proactivitat. Tan important com ser actiu, és ser proactiu. No hi ha cap plaer més gran per a un director quan demana a un col·laborador que faci alguna cosa que sentir com a resposta «ja ho he fet». Això m'ha passat tota la vida amb la meva ajudant Montse Beltrán, que va començar amb mi quan era molt jove i que m'ha ajudat durant gairebé tota la meva vida professional.

Saber allò que necessita l'empresa, tenir la iniciativa i avançar-se sense esperar que t'ho demanin és tenir el valor de la proactivitat.

Ana Beltrán, la seva germana gran, també posava en pràctica aquest valor. Coses de família. Per ser proactiu cal tenir informació i criteri, saber si es pot fer una cosa o no. Com més intel·ligent és la persona, més fàcil li resultarà ser proactiva. I, com més experiència tingui, més cops l'encertarà. L'eficàcia és això. Per això sempre he pensat que l'edat no és un inconvenient per treballar en publicitat. David Ogilvy, als 80 anys donava lliçons de talent i de modernitat a persones moltíssim més joves que ell.

Un adagi llatí diu que les paraules mouen, però els exemples arrosseguen. I això és el que ha de fer un bon director, tant d'un gran equip com d'un de petit. Hi ha una diferència enorme entre un capità que diu als seus soldats: «Avanceu!» i un altre que els diu: «Segueu-me!». Josep Maria Clapés va ser el nostre director financer. Va ser exemplar, íntegre, ferm, honrat i just.

I, com que donava exemple, no permetia que ningú fes aquelles petites trampes que es toleren en tantes companyies. Fermesa també és saber dir que no.

Efectivament, els exemples arrosseguen. Un 28 de juliol ens va veure a veure, per primer cop, José Luis Pérez Torres, director general de

Seguros Vitalicio, per demanar-nos si seríem capaços de tenir una campanya per a la seva empresa enllestida l'1 de setembre. La seva agència l'havia deixat penjat. No va aprovar la campanya que li havien presentat i li van dir que es posarien a treballar en una altra campanya després de les vacances. Li vaig respondre que «és clar que sí» i, tan bon punt va marxar, vaig reunir tots els creatius per demanar-los si hi havia cap voluntari per quedar-se amb mi el mes d'agost a fer la campanya. Es van oferir tots amb una enorme solidaritat i jo en vaig seleccionar uns quants, els que em va semblar que tenien menys compromisos familiars i que podrien fer les vacances el setembre. Va sortir una idea entranyable en menys de quinze dies, vam trobar qui la pogués rodar la segona quinzena d'agost i va aparèixer a la televisió, tal com ho necessitava en nostre nou client, l'1 de setembre. Jo no hauria estat capaç de demanar a la meua gent que es quedés treballant a l'agost mentre jo marxava de vacances. José Luis Pérez Torres va ser un client extraordinari.

Mercedes Claramunt, Begoña Cortázar, Toni Majoral, Sylvie Michaut, Joan Viñas i Esteve Viñas treballaven al departament financer amb Josep Maria Clapés. Ho van fer extraordinàriament bé, amb austeritat, humilitat i modèstia. Com si la seva feina no fos fonamental en una agència de publicitat, quan sí que ho és. I molt. Vaig tenir la sort de poder-me dedicar a la creativitat i a les persones, gràcies al fet que ells ho van fer molt bé en l'àmbit de les finances, com ho fa ara Nuria Fusté a Bassat Partners i a la nostra Fundació. La humilitat, la modèstia i la publicitat sembla que no vagin plegades, però hi van. Dir *nosaltres* en lloc de *jo*, sempre és millor. Un bon professional no diu mai: jo he pensat, jo crec, jo he tingut una idea. Fa servir preferentment: hem pensat, creiem, hem tingut una idea. No només és més modest: és més veritat, perquè en publicitat es pensa, es crea i es tenen idees en equip. També els extraordinaris directores de mitjans, com Juan Luis Gil i Enrique Yarza.

Miquel Pongiluppi tenia una gran disciplina, personal i professional. Corria cada dia per mantenir-se en forma. Em va ajudar molt quan vam obrir Bassat & Asociados amb ell, Jesús Muñoz, Josep Maria Clapés, Cristina Izquierdo, Mina Perdices i Octavio, el motorista. Crec que hauria pogut fer una bona carrera amb nosaltres, però en un moment donat, va preferir fer-la sol.

Miquel Martret, que també venia de la disciplina de Nestlé ara té una magnífica agència, especialitzada en Internet, on segueix col·laborant amb ell Celia Martín, que tant ens va ajudar a l'agència.

Adaptar-se a les circumstàncies és un valor que tenen poques persones. És molt més fàcil quedar-nos còmodament allà on som que adaptar-nos a una nova situació. Però per progressar és imprescindible adaptar-nos sempre al present i estar preparats per al futur, no deixar d'aprendre i tenir amplitud de mires. Jesús Muñoz era un excel·lent director de mitjans que havia iniciat la seva carrera professional a J. Walter Thomson, de Madrid, la primera agència de publicitat d'Espanya en aquell moment. Va voler venir a viure a Barcelona, però la seva agència no tenia departament de mitjans a la nostra ciutat, per la qual cosa em va venir a veure, em va convèncer i el vaig contractar. Junts vam fundar Bassat & Asociados. Ell, naturalment, portava els mitjans, fins que un dia vam guanyar el compte d'Adidas i ens vam plantejar fer un *spot* important. A l'agència no teníem cap director de producció i vaig pensar que Jesús, que entenia molt de cinema i estava absolutament al dia de música, ho podria ser si delegava una part de la feina que feia a mitjans. Li ho vaig oferir i ho va acceptar encantat. Aquella producció la vam rodar a Hollywood. La va dirigir Jaime de la Peña i va tenir tant d'èxit que Adidas la va difondre a catorze països. D'aquesta manera la va convertir en la seva campanya internacional.

Jesús Muñoz es va convertir, doncs, en un director de producció conegut i reconegut a Espanya. Gràcies a la seva capacitat d'adaptar-se a una responsabilitat nova i desconeguda per a ell, a les seves ganes d'aprendre, el seu optimisme i la seva amplitud de mires.

Mina Perdices va ser la meva primera ajudant a Bassat & Asociados i una de les persones amb qui més i millor he dialogat. Parlàvem del bé i del mal, de tot, perquè Mina tenia aquest valor, la capacitat de dialogar amb bondat i naturalitat, que no és només parlar, també és escoltar.

Els productors de televisió també van demostrar aquella capacitat de dialogar amb les millors productores del país: Esther Fillat, Rafa Montilla, Miguel Valls i Xavier Vidiella. Igual que Glenn Mogdasy, director de producció gràfica.

La resiliència és més que la resistència, tot i ser de la mateixa família.

És la capacitat de les persones de sobreposar-se a situacions adverses. Winston Churchill va escriure: «L'èxit és anar de fracàs en fracàs sense perdre l'entusiasme». Els primers cinc anys de Bassat & Asociados van ser així. Vam guanyar clients, vam fer bones campanyes, però cada any un client feia suspensió de pagaments i ens deixava de pagar. Vam decidir no traslladar el nostre problema als proveïdors, amb la qual cosa va córrer la veu que «Bassat paga» a costa de quedar-nos pràcticament sense beneficis cadascun d'aquells cinc anys. I vam aguantar sense perdre l'entusiasme. Tot l'equip va demostrar una resiliència, una confiança i un entusiasme extraordinaris.

Víctor Sagi, un dels pioners de la publicitat al nostre país em va dir quan jo començava: «En l'àmbit de la publicitat només guanyen diners les empreses petites com la teva o les grans com la meva. Les mitjanes en perden sempre». Per aquest motiu, quan només érem 17 persones ens vam passar un any guanyant clients sense contractar ningú i esperant a fer el salt de petits a grans directament. Per aconseguir-ho vaig contractar Quirico Cuervo, director de Trinaranjus, amb molta experiència en el món dels professionals del màrqueting, i en un any vam passar de ser 17 persones a ser-ne 95. No va ser difícil perquè ja teníem els clients. Com que la gent no arribava puntual, un dia Quirico va decidir posar un rellotge marcador a l'entrada i ho va comunicar al personal. L'endemà tothom va arribar abans de les nou, però a dos quarts de set en punt van marxar com si fossin una sola persona. Vam tenir una llarga conversa i Quirico va saber rectificar. Va treure el rellotge. Si en una empresa la gent marxa quan acaba la feina, de vegades molt tard, no pots demanar-li que arribi puntualment a les nou.

La lleialtat no està renyida amb l'ambició, un valor humà imprescindible per progressar. Conrado Llorens era un esplèndid director de comptes que tenia l'ambició d'acabar dirigint una empresa i a Bassat Ogilvy tenia força persones al davant, per la qual cosa un dia em va dir, amb tota sinceritat, que ens deixava per anar a dirigir una altra companyia especialitzada en marques. El vaig entendre. Ha fet una gran carrera, que segurament li ha permès satisfer la seva ambició.

Pere Guardiola va fer una feina excel·lent i avui és el director de *La Vanguardia*.

Mercè Segú ha arribat a ser la directora del ADC*E (FAD).

L'ordre és un valor humà que no tothom necessita. Els enginyers el solen tenir al cap però als creatius ens cal desordenar-nos el cap per generar idees. Per això ens cal tenir ordre a la taula de treball i segurament a la nostra vida. Que hi hagi desordre arreu pot ser caòtic. D'altra banda, l'ordre porta a la capacitat d'organització, absolutament imprescindible quan s'ha de treballar en equip, com la que tenien els directors de comptes Xavi Admetlla, Jaume Armenter, Anna Bosch, Leticia del Corral, Amaya Grijalvo, Silvia Hernández, Nelly Herranz, Nona Ibarz, Jordi Lopez Botell, Laura Loverdos, Nuria Marmol, María Muñoz, Guillem Recolons, Linda Reichard, Cristina Sandín, Teresa Tarragó, Ana Varela, Jesús Vergès i Jaume Vilalta.

Raimon Torres, el meu conductor durant la preparació de les cerimònies olímpiques, Toni Campos, Manolo Sánchez i Ángel Díaz, a Madrid, també van treballar amb molt bon sentit de l'organització. El Toni segueix sent clau a la nostra empresa i a la nostra fundació avui dia.

La memòria és un do i un valor que sé que es pot millorar si ens ho proposem. Pilar Mestre era telefonista a Netol. Jo hi havia trucat un parell de cops i passats sis mesos, vaig tornar a fer-ho. Vaig preguntar pel propietari, el senyor Camps, i la telefonista em va contestar: «Un moment, si us plau, senyor Bassat». Em vaig quedar de pedra. De seguida que vaig visitar Netol i la vaig veure, li vaig dir que, si un dia deixava Netol, tenia un lloc a la meva agència. I així va ser. Quan va morir el senyor Camps i Netol va tancar, la Pilar va venir a treballar amb nosaltres i reconeixia tots els clients que trucaven, amb la bona impressió que feia això.

Fernando Romero va ser el meu cap quan em va contractar a Interlas, una agència espanyola que volia convertir-se en multinacional, igual que jo. Però passats dos anys van canviar d'opinió i jo vaig marxar per obrir una altra vegada la meva agència, que es va acabar associant a Ogilvy. Al cap d'un temps vaig obrir Bassat Ogilvy & Mather a Madrid i, després d'un primer director que no va anar bé, em vaig veure en la necessitat de buscar un nou responsable per a aquella oficina. Vaig recordar com de bé m'havia entès amb Fernando Romero i el vaig contractar. Poques persones m'han demostrat una disponibilitat, un respecte, una

moral i una ètica tan importants com ell, que havia estat el meu cap, un respecte que jo també he tingut sempre per Fernando Romero.

Enric Pujadas, que em va substituir com a president del grup, també tenia una disponibilitat total i una capacitat de reflexió extraordinària.

Altres directius amb gran capacitat de reflexió van ser Elvira Arzubalde, Enric Gómez, Vicente Grau, Marta Gutiérrez, Javier Marina, Albert Maruny, Samuel Ortega, Nuria Padrós, Carlos Peira, Nacho Rufin, Jorge Santacana, Jesus Valderrábano y Núria Poch. Reflexionar no és només pensar: és arribar al fons de les qüestions amb total objectivitat.

Educació, la bona educació, és un gran valor que normalment devem als pares, però és mèrit nostre mantenir-la i acréixer-la. Quan vaig conèixer Jordi Alavedra ja em va semblar un gran professional i una persona extraordinàriament educada i culta. Al llarg dels gairebé quaranta anys que fa que el conec ho he pogut comprovar centeners de vegades. Sempre ha demostrat un gran criteri professional aplicat amb una enorme educació. Una educació des de molt petit en català, castellà i anglès, com hauria de ser a totes les escoles de Catalunya si volem preparar els nostres fills i nets per a la vida. El Jordi el van educar així i es nota. Té un anglès perfecte, igual que les seves maneres, el seu criteri i el seu comportament.

Cada any a la feina es produeixen molts moments de tensió: un client important que decideix treure a concurs el seu compte, un creatiu de gran talent a qui intenta contractar la competència, etc. És en aquests moments quan la serenitat, el no perdre la calma, es fa imprescindible. El poeta romà Horaci va escriure: «Recorda't de conservar la ment serena en els esdeveniments greus». Rolando Sainz de la Peña, que va substituir Fernando Romero com a màxim responsable de Bassat Ogilvy Madrid, té el valor humà de la serenitat. Potser la seva experiència d'haver treballat a Nova York, on es viu i es treballa amb estrès li havia donat la serenitat que ens va ser tan necessària.

També Carlos Municio, primer director financer i després director general a Madrid, va passar per moments difícils, que la seva responsabilitat i la seva seguretat li van ajudar a superar. Com quan vam haver d'acomiar el seu primer cap. Fa 40 anys i és un moment que encara recordo amb tot detall. O quan va contractar Luis Riva, de gran talent, perquè el substituís un dia.

Heinrich Joos em va ajudar amb el seu altruisme, la seva capacitat i el seu talent a l'agència de Madrid i també al programa de La Sexta *El aprendiz*.

També el periodista esportiu Josep M. Deu, que primer em va ajudar en la meva candidatura a la presidència del Barça amb els seus coneixements i després, a l'agència.

Igual que Daniel Llano, que primer ens va aportar la seva professionalitat a l'agència i més tard a Activación de Ventas, la nostra empresa de promocions.

Damià Calveras, igual que Heinrich Joos, em va ajudar en dos llocs diferents: a l'agència de Barcelona i després a la nostra Fundació Carmen & Lluís Bassat, i a tots dos llocs, amb una vitalitat i una efectivitat notables. Damià és un home gran, de vida, que es diu aquí, i la seva vitalitat i capacitat de treball l'apreciem tant a l'agència com a la Fundació.

L'elegància és un valor innat, que es pot aprendre i desenvolupar, però que moltes persones porten dins, com la meva ajudant Tatat Cardona, filipina, que vaig contractar per a facilitar-me, gràcies al seu perfecte anglès, la relació amb Ogilvy. Tatat va desenvolupar la seva elegància, no només en temes de vestir, sinó també en el tracte amb els nostres socis internacionals, una cosa que sempre li he agraït.

També Sara Glattstein, que ens va deixar per anar a dirigir la revista *Cosmopolitan*.

Reyes Calzada té molts valors humans, com l'autenticitat, la generositat i l'humor, igual que la seva germana Loli, però el valor que més em va sorprendre va ser la seva capacitat de sobreposar-se a la mort del seu marit, Juan Luis Fernández, als 46 anys.

Eva Tabah va assumir la responsabilitat del compte d'Adidas amb una empatia enorme, entenent tot el que el client necessitava, i avançant-se a les seves necessitats. Val a dir que el seu bilingüisme amb el francès li va ser molt útil. Igual que a Eric Legras, francès de naixement. Eva i jo vam plorar junts quan vam saber que Jean Louis Denu, el nostre jove i estimat client, havia perdut la vida en un accident aeri als Alps.

També Jorge Torrens, José Miguel Alonso, Joan Alós i José Pardo van demostrar un gran empatia; no en va van ser els responsables d'investigar el comportament dels consumidors amb rigor i professionalitat.

Santi Yago és l'expressió perfecta del dit i fet. El vaig invitar a incorporar-se a l'equip i hi va venir corrents. Li vaig demanar que anés a Saragossa a supervisar el client de l'exposició que es va fer sobre l'aigua, i hi va anar. Quan va tornar, li vaig demanar que seguís portant un altre client que havíem guanyat allà i ho va fer, amb il·lusió i conduint cap a Saragossa, d'anada i tornada, diversos cops per setmana. Això es diu diligència, que és el contrari de la mandra.

La dignitat a la vida i a la feina és un valor que cal tenir sempre. Luis Platón i Joan Massana la van exercir continuadament.

Un dels valors humans més importants en la nostra professió és la visió de futur. A més dels nostres informàtics Robert García i Javier Escorza, quatre persones em van començar a parlar d'Internet fa molts anys: el productor Jordi Güell, el creatiu Curro Astorza, Ramon Guàrdia, director de la nostra empresa de màrqueting directe, i Jordi Urbea, que avui és vicepresident d'Ogilvy. Recordo les converses amb el Jordi sobre la Palm i la BlackBerry, antecessores del que avui dia és un iPhone. Ara, a la meva empresa i a la meva Fundació, el director informàtic i de comunicació, Joan Camps, m'ajuda, més que mai, amb la seva visió de futur.

L'amistat, l'estima i la capacitat d'estimar són valors humans sublims que van estar molt presents a l'agència, com prova el fet que algunes persones, que no es coneixien de res, es van acabar casant. Com ara els directors creatius Fernando Ellakuría i María Martínez de Urbina, Cristina Izquierdo i Rafa Llinás, Oscar Pla i Reyes Solé, Miguel Samper i Esther Vicente. I els directors de comptes Ana Ullod i Santiago Jordán, que m'ha presentat avui aquí tan bé.

La creativitat és el valor humà més important al món de la publicitat. És la raó de ser d'aquesta professió. Això no vol dir que els que planifiquen i compren els mitjans, els que dissenyen promocions o les persones que mantenen el contacte amb els clients no siguin molt importants, però si no hi hagués creatius i els creatius no poguessin treballar amb llibertat, no hi hauria publicitat. Si sempre he intentat contractar els millors per a qualsevol lloc dins de l'agència, imagineu-vos amb quina cura he contractat els creatius. Ja he explicat com vaig contractar Jorge Villena. Amb Esther Vicente va ser més fàcil. Vaig ser-ne profes-

sor a la Universitat Autònoma de Barcelona i tan bon punt va acabar la carrera, la vaig contractar. Segurament ha estat la millor redactora creativa amb qui he treballat a la meua vida, fins a l'extrem de demanar-li que revisés els set llibres que he escrit. Totes les campanyes són fruit d'un treball en equip, però al final algú les escriu o les dissenya. Eren seves les campanyes de Prenatal, amb textos com aquest: «Durant nou mesos la mare l'ha portat amb ella a tot arreu. Ara que ha nascut, també ho pots fer tu, pare. Benvingut a Prenatal». Es van vendre totes les motxilles-cangur que va fabricar Prenatal. Miguel Samper també es va incorporar aviat a l'agència i li devem campanyes històriques, com la del gos abandonat per a la Fundació Purina que deia: «No l'abandonis, ell mai no ho faria».

Contractar Lidia Espasande, una brillant creativa argentina que portava ja un temps a Espanya fent molt bones campanyes, va ser com una història d'amor. No aconseguia parlar amb ella per telèfon i aleshores em vaig plantar a casa seva, en una cantonada del carrer Amigó, i per l'interfon li vaig proposar que treballés amb mi. Jo semblava el trobador que li cantava les meravelles de l'agència i ella des de dalt m'anava dient que no. Vaig tenir paciència, vaig ser prou perseverant i al cap d'un temps, la vaig convèncer. Pràcticament de seguida va fer una de les nostres campanyes més notables, per a Muletón, uns bolquers en els que es veien símbols meteorològics que indiquen humitats i pluges i que donaven pas, amb Muletón, a un sol radiant i a temps sec.

Carles Graell, dissenyador i director d'art, va demostrar una maduresa i un talent enormes quan va dissenyar 108 logotips per a la marca Santander amb l'ajuda de Janina Bea, Alex Lázaro, Magda Rosas i Reyes Solé. Es va actualitzar i va fer el canvi de marca pràcticament sense que el públic se'n adonés, que és com s'han de fer els canvis de marca.

Ignasi Clarà també va ser dels primers a unir-se i va escriure, entre moltes altres, la campanya per a la Generalitat, que advertia: «Si aquesta nit barreges alcohol i gasolina, el combinat pot ser mortal. Barrejar alcohol i gasolina mata».

Xavi García ha estat el creatiu més prolífic que he conegut. Li passaves un *briefing* a les nou del matí i a la una tenia cinc campanyes. Vam gaudir molt fent les de «Som 6 milions» per a la Generalitat de Catalunya.

Oscar Pla és periodista, però sempre ha pensat en imatges. Les portades dels meus set llibres són seves i també, amb Xavi García, la campanya en què Johan Cruyff deia: «A la vida he tingut dos grans vicis, fumar i jugar a futbol. El futbol m'ho ha donat tot a la vida. Fumar gairebé me la pren».

Pepe Rosas té el do de les imatges i de la imaginació. És un dels millors visualitzadors que he conegut mai. Jo vaig escriure per a Bitter Kas: «El sabor que enamora» i el Pepe ho va potenciar amb una impactant imatge de l'ampolla travessada per una fletxa.

Carlos Rolando, un dels dissenyadors més premiats d'Espanya, va col·laborar amb nosaltres des que va arribar de l'Argentina en moltes campanyes que apareixen publicades al seu últim llibre, com aquesta d'Adidas.

Rodolfo Vanni, brillant creatiu argentí, va fer un preciós anunci per a Roca amb el suggestiu títol de «Feliz Baño Nuevo».

Jorge Gómez també va venir de l'Argentina directament a la nostra agència i va aportar una creativitat nova i fresca a la campanya del desodorant Byly, en què la mala olor corporal se simbolitzava amb uns porquets que la gent duïa sota el braç.

Enrique González va crear una magnífica campanya per a les prunes de Califòrnia, amb la música original de la cançó «No plou mai al sud de Califòrnia», que jugava un rol transcendental.

Els creatius Salva Güemes i Gerardo Prieto van treballar junts amb l'ambició de progressar i van fer un excel·lent treball publicitari.

Ángel Sánchez va assumir la direcció creativa quan es va morir el seu gran amic Jorge Villena. En les meves conferències sempre ensenyo un spot seu per al Banco Millennium BCP, portuguès, que acabava d'obrir molts caixers automàtics a l'Àfrica. En l'spot es veia un guepard perseguint un petit impala i, quan estava a punt d'enxampar-lo, xocava amb un d'aquells caixers automàtics. Final sorprenent i memorable.

Camil Roca ha fet importants campanyes internacionals a la seva vida, però segurament serà recordat per unes de locals: totes les de La Marató de TV3, en les quals ha demostrat que moltes vegades l'emoció ven més que la raó, especialment quan es tracta de gratar-se la butxaca per ajudar a combatre una malaltia.

Punt i apart és la creativitat de les cerimònies olímpiques de Barcelona de 1992, de les quals vaig tenir l'honor de ser el màxim responsable. Vaig comptar amb l'extraordinària col·laboració de Pepo Sol, Josep Maria Casanovas, Manel Huerga, la Fura dels Baus, els Comedians, Cristina Hoyos, els nostres millors cantants d'òpera i les 165 persones que van deixar-hi la pell per fer el que Juan Antonio Samaranch va qualificar com la millor cerimònia de la història dels Jocs Olímpics. Un espot en directe de tres hores i mitja de duració que va contribuir a vendre la imatge de Barcelona, Catalunya i Espanya.

Estic orgullós d'aquests treballs i de molts més, d'altres excel·lents creatius que van col·laborar amb mi a Barcelona i a Madrid, com Miguel Aza, Ramón Bilbao, Marc Caballé, Gustavo Caldas, Alexandra Cuadros, Ramiro Eduardo, Fernando Ellakuría, Beat Keller, José M.^a Lapeña, Nacho Magro, Alfonso Martín, Julio Martín, María Martínez de Urbina, Jaume Monés, Roger Montón, Maribel Muñoz, Tito Muñoz, Carles Patris, Mariano Resquín, Berta Rodón, David Ruiz, Francesc Talamino, Pedro Urbez i Alfonso Marián, actual president d'Ogilvy Espanya. Tots ells, persones amb una enorme imaginació i talent creatiu, que són els valors humans més importants d'un publicitari.

És possible que la memòria em traeixi i m'hagi oblidat de mencionar algun altre professional dels molts que han treballat amb mi i m'han ajudat a créixer. Espero que em sàpiguen perdonar.

En definitiva, un professional de la comunicació és millor professional si té, a més del coneixement, valors humans, com els que he pogut apreciar en els meus col·laboradors més propers, especialment en Carmen Orellana, la meva companya de vida i de feina, que, a més de tenir i practicar la majoria d'aquests valors, els ha sabut transmetre als nostres quatre fills. I ara, als nostres nets:

VOLUNTAT

LLEIALTAT

AMABILITAT

CAPACITAT D'ESCOLTAR

PROACTIVITAT

AMPLITUD DE MIRES

INTEGRITAT
HONRADESA
EXEMPLARITAT
MODÈSTIA
DISCIPLINA
CAPACITAT DE DIALOGAR
CAPACITAT D'ADAPTAR-SE
RESILIÈNCIA
CAPACITAT DE RECTIFICAR
AMBICIÓ
ORDRE
MEMÒRIA
ÈTICA
REFLEXIÓ
EDUCACIÓ
SERENITAT
RESPONSABILITAT
ALTRUISME
VITALITAT
ELEGÀNCIA
CAPACITAT DE SOBREPOSAR-SE
EMPATIA
DILIGÈNCIA
DIGNITAT
VISIÓ DE FUTUR
CAPACITAT D'ESTIMAR
I, PER SOBRE DE TOT, CREATIVITAT.

PARLAMENT DEL PRIMER TINENT D'ALCALDE
DE L'AJUNTAMENT DE VIC I PATRÓ DE LA FUNDACIÓ
UNIVERSITÀRIA BALMES

Dr. Josep Arimany-Mansó

Molt bon dia a tothom,
Rector Magnífic de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya,

Doctor Lluís Bassat, sigueu benvingut a la ciutat de Vic i a la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya,

Doctor Josep Burgaya, degà de la Facultat d'Empresa i Comunicació de la UVic-UCC,

Doctor Santiago Jordán, professor de la Facultat d'Empresa i Comunicació de la UVic-UCC, la meua felicitació per la excel·lent *laudatio*,

Rectores i rectors convidats, exrectores i exrectors de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya, autoritats polítiques i acadèmiques, membres del patronat, directores i directores generals de la Fundació Universitària Balmes, Fundació Universitària del Bages, Fundació d'Estudis Superiors en Ciències de la Salut i Fundació Elisava, doctors i doctores, docents, estudiants, senyores i senyors,

Per a mi és un honor dirigir unes breus paraules a aquest auditori, en representació de l'Ajuntament de Vic i del patronat de la Fundació Universitària Balmes (FUBalmes). De fet, em faig meua també la representació de totes aquelles persones a les quals per motius diversos i pel propi aforament de la sala no ha estat possible ser presents en aquest acte.

Les meves primeres paraules són de felicitació i benvinguda al doctor Lluís Bassat Coen, ja investit com a doctor *honoris causa* de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya i, per tant, ja incorporat al claustre de doctors de la nostra universitat. La qualitat humana del doctor Bassat, la seva trajectòria com a publicista, i el fet de ser un pioner de talent en la comunicació comercial, pensador i home del nostre temps en múltiples vessants, ha quedat reflectida en la *laudatio* que ha

pronunciat el doctor Santiago Jordan, professor de la Facultat de Empresa i Comunicació de la UVic-UCC.

No cal dir que el privilegi que em suposa adreçar-me a un nou doctor *honoris causa*, ja des d'avui incardinat a la nostra universitat, per si mateix ve revestit pel respecte i la solemnitat propis de l'academicisme.

Més encara, tenint davant una persona adornada per un bagatge extens i excepcional, alhora que acreditada per una amplíssima formació en disciplines diverses, com són les humanitats, l'administració d'empreses, les ciències socials, la publicitat, la comunicació, i un llarg etcètera que culmina amb el do de la creativitat.

Després d'escoltar les paraules pronunciades en el seu apadrinament i en la *laudatio*, poques coses es poden afegir que no hagin quedat reflectides en el prolífic currículum i en la seva trajectòria plena de mèrits i reconeixements en tots els àmbits en què ha participat.

La personalitat i el prestigi que té reconeguts el Dr. Lluís Bassat no coneixen fronteres, tota vegada que se sustenten d'una manera especial en la seva intel·ligència comercial a bastament contrastada, així com en la facilitat comunicadora, capaç d'encomanar la convicció sobre allò que defensa amb un discurs sempre respectuós, allunyat de l'ostracisme i procliu a la proximitat.

No dic res de nou, quan constato que Lluís Bassat Coen és un home amb grans relacions d'àmbit internacional, molt ben connectat amb sectors empresarials i institucions de tot tipus, a part de ser una persona vinculada a l'àmbit de la cultura, amb una inquietud especial orientada a la formació i el coneixement. També destaca el relleu de persona solidària, sempre disposada a col·laborar en projectes per afavorir el bé comú.

En definitiva és una d'aquelles persones que tenen acreditat l'honor que avui se li atorga, sense oblidar que les seves qualitats enalteixen la nostra universitat.

En realitat són tants els valors que afloren per molts dels seus actes, que l'intent de mencionar-los em faria caure en repeticions poc respectuoses i innecessàries, més encara si tenim en compte que la seva obra s'ha expandit més enllà dels oceans.

Dit això, em cal fer esment del goig que suposa la utilització de la sala Ramon Montanyà, espai emblemàtic del singular edifici de l'Atlàn-

tida, avui convertit per aquest acte solemne en paranimf o aula magna de la Universitat.

El conjunt harmònic que ens ofereix el recinte, icona que s'afegeix a les que identifiquen la ciutat, em porta a recordar que la promoció i l'ensenyament que s'hi exerceixen, vinculades a les arts escèniques, a la música i a la cultura, en general, el converteixen en un equipament addicional per al conjunt de la docència.

Altrament, no deixa de ser una baula de l'encadenat que forma part del recorregut històric d'aquell Vic medieval, que antigament se significava com a ciutat que impulsava l'escolàstica, igual que la majoria de ciutats medievals d'Europa, seguint el moviment filosòfic i teològic que anys més tard propiciaria l'aparició de personatges il·lustres dintre el camp de la teologia, la sociologia, la filosofia i altres disciplines.

D'aquí que em permeti fer una petita ressenya dels orígens històrics de la Universitat de Vic, coneguts perfectament pels vigatans i osonencs. L'ocasió de l'acte acadèmic d'avui, amb la presència de moltes persones foranes que ens acompanyen, bé mereix que en faci un petit recordatori.

Lembrió de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya té els seus orígens en els segles IX i X, període en què es crearen a Vic l'Escriptori i l'Escola Catedralícia, bressol de la futura universitat, com en tantes altres ciutats europees. Per les seves aules hi passaren nombroses persones il·lustres, entre elles el monjo francès Gerbert d'Orlhac que, sota el mestratge del Bisbe Ató, va estudiar a Vic i Ripoll i que posteriorment esdevindria el Papa Silvestre II. També del seu mestratge, durant tota l'Edat Mitjana, en sorgiren erudits i intel·lectuals de renom.

El 1599 es creà la Universitat Literària de Vic i el 26 de juny d'aquell any, el rei Felip III concedia a l'Estudi General de Vic el privilegi de graduar els estudiants en Arts i Filosofia.

El 1717 es produïa el tancament de la Universitat com a represàlia per la Guerra de Successió. El rei Felip V imposà el Decret de Nova Planta i suprimí totes les universitats catalanes, les quals substituï per una de nova creació, la Universitat de Cervera.

El 1749 es va fundar el Seminari de Vic, la qual cosa implicava el retorn dels estudis superiors (de Teologia) a la ciutat. El 1873 l'Ajuntament de la ciutat de Vic va intentar, sense èxit, restablir la Universitat de Vic.

Fou a l'inici de la restauració de la democràcia, que es va crear l'Escola Universitària de Mestres Jaume Balmes de Vic, adscrita a la Universitat de Barcelona. Poc després es creà l'Escola d'Infermeria d'Osona, concretament el 1980, i l'any 1987 fou el primer curs dels Estudis Universitaris de Vic, amb tres escoles universitàries de titularitat de la Fundació Universitària Balmes: Mestres, Empresarials i Infermeria. Amb posterioritat, el 1989, es creà l'Escola Universitària Politècnica d'Osona i el 1993 es creà la Facultat de Traducció i Interpretació.

Finalment el dia 21 de maig de 1997, al cap de 20 anys i després d'un llarg recorregut dels Estudis Universitaris de Vic, el Parlament de Catalunya va aprovar per unanimitat la Llei 5/1997 de 30 maig en la qual es reconeixia formalment la Universitat de Vic.

Com queda palès, la Universitat de Vic, tal com explica el primer rector i el seu impulsor, Ricard Torrents, respon a un llarg recorregut que durant anys semblava no tenir final. No obstant això, seria injust deixar de reconèixer que la iniciativa de la societat civil, portada a terme amb la creació de l'Escola de Magisteri el 1977 i amb els Estudis Universitaris l'any 1987, va suposar un dels pilars fonamentals per aconseguir la Universitat.

Avui Vic i Osona són un referent a la Catalunya central, reconeguda pel seu dinamisme social, econòmic i cultural, i per l'aposta ferma pel coneixement i la recerca.

El lligam amb Manresa mitjançant la federació constituïda entre la Fundació Universitària Balmes i la Fundació Universitària del Bages, no deixo mai de recordar-ho, fomenta el lideratge de la Catalunya central, tal com deia el que fou rector de la Universitat de Vic, Jordi Montaña, convençut que aquesta fusió suposava una «marca atractiva», tant per a la gent que ens visita com per als estudiants de grau i de postgrau que escullen la nostra Universitat.

Són il·lustratives també les paraules de Pilarín Bayés, reconeguda ninoaire vigatana, que es refereix a Vic com a «reserva de l'espiritualitat catalana en un entorn on apareixen de forma recurrent el coneixement i la cultura».

No puc deixar d'esmentar que el reconeixement de la Universitat de Vic, abans assenyalat, porta implícites les aportacions del primer rector

Ricard Torrents i de l'excalcalde de la ciutat Jacint Codina, malauradament traspasat recentment. Justament d'aquest últim sempre quedaran en els annals de la història vigatana el paper transcendental que va tenir per aconseguir el reconeixement de la nova Universitat, el seu esperit lligat al municipalisme, avalat pels projectes més emblemàtics de la ciutat, i sobretot la seva bonhomia i la dedicació incansable a la ciutat. Per a ell un record perdurable i l'agraïment més profund.

També vull recordar que la Fundació Universitària Balmes (FUBalmes) és l'òrgan titular de la UVic-UCC, regida per un patronat presidit per l'alcaldesa de la ciutat, Anna Erra. La FUBalmes és una fundació de règim i gestió privats, pel que fa al funcionament orgànic. Aquest règim civil de funcionament és compatible i coherent amb la seva vocació de servei públic. De fet, té la condició legal de fundació del sector públic.

La Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya es consolida com un model de prestigi dins del sistema universitari català pel seu model de governança, pel tracte personalitzat que ofereix als estudiants i per la qualitat dels ensenyaments impartit pels seus docents.

La UVic-UCC ha aconseguit una fita molt important aquest curs en què compleix 25 anys des que la cambra legislativa catalana la va reconèixer oficialment: ha aparegut per primera vegada en el prestigiós *World University Ranking* de *Times Higher Education (THE)*, entitat que audita el rendiment de les universitats a nivell mundial. La UVic-UCC hi figura inclosa per primera vegada i se situa a la franja de posició 401-500, d'un total de 1.662 universitats públiques i privades de tot el món. És reconeguda entre les 52 universitats espanyoles representades, entre les quals ocupa la sisena posició a nivell estatal i la quarta en l'àmbit català. Tot això gràcies al paper rellevant de les autoritats acadèmiques i de tot el professorat, ja que el seu esforç i dedicació són la clau de l'èxit aconseguit.

Europa és plena de ciutats petites amb gran tradició universitària. Només posaré uns quants exemples que jo personalment conec: Coïmbra, a Portugal; Siena i Pisa, a Itàlia; Heidelberg, a Alemanya; Maastricht, als Països Baixos; Lovaina, a Bèlgica; i Cambridge o Middlesbrough (Teesside University), al Regne Unit. Vic hauria pogut ser això per a Catalunya si la seva trajectòria no hagués estat estroncada, a principis del

segle XVIII (amb l'abolició per part de Felip V, el 1717, de la Universitat literària). No obstant això, gràcies a la seva Universitat, en l'actualitat la ciutat de Vic té un lloc d'excepció en el món del coneixement i ocupa el quart lloc en el rànquing esmentat.

Un cop fet aquest relat, que he intentat sintetitzar, m'agradaria fer èmfasi en un dels elements transcendents de la nostra universitat, posar-lo en valor i, a la vegada, fer-ne una transposició a una de les característiques més notòries que adornen el nou doctor Lluís Bassat i Coen, avui honorat i reconegut com a tal, per la seva aportació a la societat.

Em refereixo al concepte de «creativitat», en el qual, com és públic i notori, Lluís Bassat ha deixat petja en tots els seus àmbits de treball.

Doncs bé, aquesta creativitat també és un dels pilars bàsics que distingeix la nostra universitat. En aquest sentit, m'agradaria fer èmfasi en la Facultat de Medicina, que segueix un model docent que traspasa l'ortodòxia i aplica una nova didàctica a través de tècniques i mitjans adequats als temps actuals.

Poso l'accent final, tal com abans he assenyalat, en el fet que avui la nostra Universitat incorpora una persona il·lustre, avançada en la innovació de múltiples projectes en certa manera coincidents amb els plans d'estudi dissenyats per la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya.

I com epíleg, vull acabar amb dues frases. La primera, del Premi Nobel de Medicina i Fisiologia de l'any 1906, Don Santiago Ramón y Cajal, que crec molt encertada en el món universitari: «Els cops dels mestres no fereixen, sempre modelen o esculpeixen».

I, per a la segona, em serveixo de les paraules del psicòleg suís Jean Piaget, pare de l'epistemologia, que en la seva teoria del desenvolupament cognitiu i de la intel·ligència humana, diu: «L'objectiu de l'educació és crear persones que puguin fer coses noves, en lloc de repetir les que han fet altres generacions».

Estic convençut que Lluís Bassat i la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya remem en la mateixa direcció.

Moltes gràcies!

PARLAMENT DEL RECTOR

Dr. Josep Eladi Baños

Rector Magnífic de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya

Concedir aquest doctorat *honoris causa* al Sr. Lluís Bassat és una satisfacció molt gran per a la nostra universitat, per la seva rellevància en l'àmbit de la comunicació, la publicitat i el màrqueting, per la seva activitat de mecenatge i de promoció de la cultura i l'art i per la seva capacitat d'emprenedoria, la seva profunditat intel·lectual i la seva sensibilitat social.

I

Com que la meua és la darrera de les intervencions d'aquest acte solemne, poca cosa puc afegir sobre el nou doctor que no s'hagi destacat encara. Tot i així, em plau posar en relleu que Lluís Bassat és una autoritat dins del món del màrqueting i de la comunicació i que serà una important incorporació a nostra Universitat. S'han esmentat les seves responsabilitats a l'empresa Bassat, Ogilvy & Mather, però poques de les persones presents saben que fa algunes dècades vaig participar en cursos per a farmacèutics que va organitzar aquesta empresa. No vull insistir en la trajectòria empresarial del nou doctor, que ha estat considerada a bastament. En canvi, vull recordar algunes de les seves activitats en les relacions amb el món universitari que justifiquen encara més el reconeixement que fem avui.

Lluís Bassat ha tingut una notable relació amb les universitats, tal com podrien confirmar alguns dels assistents a aquest acte. Ha estat professor de la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat Ramon Llull i la Universidad Europea de Madrid. En aquesta darrera va rebre un doctorat *honoris causa* com el que la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya li atorga avui. També vull recordar la seva presidència del Consell Assessor de la Universidad Europea de Madrid, la seva presència com a membre del Consell Europeu de la Universitat

Ben-Gurion del Negev i del Consell Social de la Thunderbird School of Global Management d'Arizona i el seu nomenament com a governador associat de la Hebrew University de Jerusalem. A més, ha impartit conferències en nombroses universitats de tot el món. Per tant, serà un orgull tenir un doctor amb aquesta extensa relació amb l'acadèmia en el nostre claustre.

També voldria destacar de manera rellevant la seva projecció internacional, inherent a un professional de la seva categoria. I ho faig perquè la UVic-UCC té una important vocació de projectar-se al món alhora que es manté arrelada al territori que li és proper i al qual dona servei. Lluís Bassat va contribuir en gran mesura a fer conèixer i reconèixer Barcelona internacionalment, i, per extensió, també Catalunya, després de la llegendària cerimònia d'inauguració dels Jocs Olímpics de Barcelona. Només recordaré les xifres: tres hores de retransmissió i 1.500 milions d'espectadors. Un efecte mediàtic que ens va ajudar a tenir una projecció mundial que fins aleshores no havíem tingut mai i que va disparar el que podríem anomenar la «marca Barcelona» fins a extrems impensables per a molts de nosaltres.

Finalment, també voldria destacar la seva sensibilitat social i cultural. La contribució a millorar la situació de milers de persones desvalgudes i el fet de ser un dels mecenes artístics més importants del país també són factors que contribueixen a justificar el doctorat que avui li atorguem. La majoria de les persones presents sap la importància que la UVic-UCC dona a ambdós aspectes, que són elements indispensables en la nostra activitat diària.

I és per tot el que acabo d'esmentar, i per molts altres aspectes de la trajectòria professional i vital de Lluís Bassat, que des de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya creiem que és més que mereixedor del nostre màxim reconeixement i que ha estat, és i serà un bon model per a l'alumnat de tots els estudis que aquesta institució imparteix en els àmbits de la comunicació, el màrqueting o el disseny, però també per als de la resta de disciplines acadèmiques.

El lliurament d'un doctorat *honoris causa* és un reconeixement universitari als mèrits de la persona a qui s'atorga. Però alhora també significa que la universitat fa seus els valors i l'exemple professional de la persona

homenatjada. Així, doncs, amb aquest acte la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya assumeix els valors i l'exemple professional del doctor Lluís Bassat com a propis i com un model per a la comunitat d'estudiants, professorat i professionals d'administració i serveis.

2

Doctor Lluís Bassat, sapiguen que, amb aquest nomenament de doctor *honoris causa*, des d'avui la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya també és la vostra universitat. Formareu part de la nostra comunitat i així us acull el Claustre de Doctores i Doctors, perquè els vostres coneixements, el vostre exemple i la vostra lliçó professional i de vida reverberin entre els nostres estudiants, el nostre professorat i els nostres professionals d'administració i serveis.

Aquest és el sentit de l'acte d'avui: de reconeixement i d'admiració per una trajectòria professional plena i admirable; i d'acolliment entre nosaltres d'un referent del món de la publicitat amb uns mèrits ben glossats en aquest acte que van molt més enllà del seu àmbit d'expertesa principal.

3

Permeteu-me explicar-vos, Dr. Bassat, que la medalla que us hem imposat, que identifica els nostres doctors d'honor, és obra de l'escultor Emili Armengol i s'inspira en la lletra A d'un alfabet d'orfebreria carolíngia que es troba a la sala del tresor del monestir de Conques, a Occitània, i que rememora els orígens dels estudis superiors a Europa amb els escriptòries i les escoles catedralícies, primer, i els estudis generals, després.

Es tracta d'una A sense travessar amb un sol al capdamunt que simbolitza els coneixements que creixen i conflueixen cap al vèrtex del saber i que, des d'allà, com un sol ixent, il·luminen les intel·ligències humanes.

En aquests actes de gran solemnitat les nostres doctores i doctors s'engalanen amb una medalla en forma de cercle amb el lema *Scientiae patriaeque impendere vitam*, és a dir: "Esmerçar la vida al servei de la ciència i la comunitat". Aquest lema sintetitza perfectament la missió que aquesta Universitat s'ha imposat: servir el saber i el país i que la docència, la recerca i la transferència de coneixement aportin al territori.



La medalla de doctor *honoris causa*



La medalla de doctor de la UVic-UCC

Aquest cercle és el mateix que representa el sol a la part superior de la medalla del doctor *honoris causa*, que irradia cap al conjunt de la societat en forma de coneixements, d'investigació i d'innovació. La medalla dels nostres doctors simbolitza la unitat del saber i els emplaça i els compromet a transmetre'l a la societat. Alhora, és una baula que els uneix al col·lectiu d'iguals que treballen i investiguen a tot el món per al conjunt de la humanitat. Em permeto recordar que originalment el terme *universitas* descrivia la comunitat o gremi de professors i estudiants que es dedicaven a aprendre plegats.

Benvingut, doncs, a la nostra comunitat, de la qual podem resseguir els orígens a Vic fa més de mil anys.

4

Vull cloure la meua intervenció agraint al Dr. Santiago Jordán la magnífica i detallada *laudatio* que ha fet del Dr. Lluís Bassat. I al Dr. Josep Burgaya, l'apadrinament que ha fet del nou doctor *honoris causa* de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya. A l'artista Josep Ricart i Rial vull agrair-li la cessió de la imatge que hem utilitzat en totes les publicacions i que quedarà com a emblema del doctorat *honoris causa* del Dr. Lluís Bassat. I també vull agrair al Claustre de Doctors i Doctors el gest solemne i amable d'acompanyament i d'acollença que han tingut envers el nou doctor d'honor de la nostra universitat.

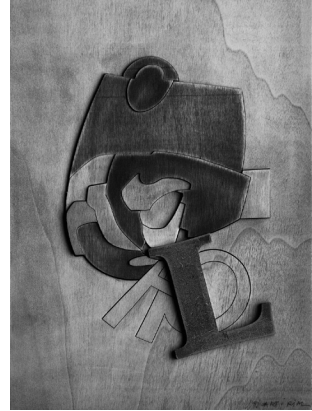
També em cal expressar el meu agraïment a totes les persones dels serveis que, d'una manera o altra, sempre amb una professionalitat inqüestionable, han col·laborat en el desenvolupament d'aquest acte.

Moltes gràcies a totes i a tots, membres de la Junta de Rectorat, del Consell de Direcció de la Universitat, dels patronats de la Fundació Universitària Balmes, de la Fundació Universitària del Bages, de la Fundació d'Estudis Superiors en Ciències de la Salut i de la Fundació Privada Elisava Escola Universitària; professores i professors, professionals d'administració i serveis, estudiants, familiars i amics per l'assistència a aquest solemne acte acadèmic.

Benvingut, doctor Lluís Bassat Coen, a la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya. Sou a casa vostra.

LA CAPLLETRA DEL DOCTOR *HONORIS CAUSA*

L'emblema que il·lustra i personalitza la cerimònia d'investidura del Sr. Lluís Bassat com a *doctor honoris causa* per la Universitat de Vic - Universitat de Central de Catalunya, obra de l'artista Josep Ricart, té com a motiu principal una L, caplletra del nom de l'homenatjat, i una figura humana amb unes mans poderoses que juguen amb un abecedari. Hi destaquen les lletres alfa i omega, la primera i l'última de l'alfabet grec, que simbolitzen el començament i el final de totes les coses.



JOSEP RICART I RIAL (1964)

Llicenciat en escultura per la Facultat de Belles Arts de la Universitat de Barcelona. Escultor i pintor, ha fet nombroses exposicions, sobretot a Vic i a Barcelona, però també als Països Baixos, Bèlgica, Tòquio, a la Fira d'Art Contemporani Art Miami, al Museo Laboratorio di Arte Contemporanea - Sapienza Università di Roma i al Centre d'Estudis Catalans de la Sorbonne Université, a París.

Ha estat professor d'escultura a l'Escola d'Art i Superior de Disseny de Vic des dels seus inicis.

Com diu el poeta i traductor Miquel Desclot, «a Josep Ricart li ha agradat sempre respondre creativament als nombrosos estímuls que li provoquen altres creacions artístiques, ja siguin pictòriques, escultòriques, arquitectòniques, literàries o fins i tot musicals».

TEXTOS EN ESPAÑOL

SUMARIO

5

TEXTOS EN CATALÁN

51

ACUERDO DEL CONSEJO DE GOBIERNO DE LA UNIVERSITAT DE VIC -
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA I DEL PATRONATO DE LA FUNDACIÓ
UNIVERSITARIA Balmes de Concesión del título de
DOCTOR *HONORIS CAUSA* AL SR. LUIS BASSAT COEN

53

APADRINAMIENTO DEL DOCTORANDO
LUIS BASSAT COEN
DR. JOSEP BURGAYA

57

LAUDATIO DEL SR. LUIS BASSAT COEN
DR. SANTIAGO JORDÁN

63

LOS VALORES HUMANOS DE LOS COMUNICADORES
SR. LUIS BASSAT COEN

79

PARLAMENTO DEL **DR. JOSEP ARIMANY-MANSO**
PRIMER TENIENTE DE ALCALDE DEL AYUNTAMIENTO DE VIC
Y PATRÓN DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA Balmes

87

PARLAMENTO DEL **DR. JOSEP ELADI BAÑOS**
RECTOR MAGNÍFICO DE LA UNIVERSIDAD DE VIC - UNIVERSIDAD
CENTRAL DE CATALUNYA

92

LA LETRA CAPITAL DEL DOCTOR *HONORIS CAUSA*



**SCIENTIAE PATRIAEQUE
IMPENDERE VITAM**

UNIVERSITY OF VIC
CENTRAL UNIVERSITY OF CATALONIA

ACUERDO DEL CONSEJO DE GOBIERNO DE LA UVIC-UCC
DE CONCESIÓN DEL TÍTULO DE DOCTOR *HONORIS CAUSA*
AL SR. LUIS BASSAT COEN

El día 5 de mayo de 2021, a propuesta de la Facultad de Empresa y Comunicación, el Consejo de Gobierno de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña acordó elevar al Patronato de la Fundación Universitaria Balmes la propuesta de concesión del título de doctor *honoris causa* por la UVic-UCC al Sr. Luis Bassat Coen por ser una autoridad en el mundo del marketing, la comunicación y la empresa. Por su espíritu emprendedor en el ámbito publicitario, cultural, deportivo, social e intelectual. Por las aportaciones que ha dejado patentes en una extensa bibliografía de consulta obligada para los profesionales de la comunicación y en los estudios universitarios de comunicación y marketing. Por su gran sensibilidad social y cultural, que lo han llevado a ser uno de los principales mecenas artísticos de este país.

ACUERDO DEL PATRONATO DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
BALMES DE APROBACIÓN DEL TÍTULO DE DOCTOR *HONORIS CAUSA*
POR LA UVIC-UCC AL SR. LUIS BASSAT COEN

El Patronato de la Fundación Universitaria Balmes, a propuesta del Consejo de Gobierno de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña, aprobó el día 27 de mayo de 2021 la concesión del doctorado *honoris causa* al Sr. Luis Bassat.



Luis Bassat Coen

APADRINAMIENTO DEL DOCTORANDO LUIS BASSAT COEN

Dr. Josep Burgaya

Decano de la Facultad de Empresa y Comunicación

Me provoca una inmensa satisfacción poder estar hoy aquí en el acto de investidura del señor Luis Bassat Coen como doctor *honoris causa* de nuestra institución, la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña. Como decano de la Facultad de Empresa y Comunicación y en su nombre, quisiera explicar brevemente qué significa esto para nuestra universidad. Hace más de 35 años que impartimos estudios en el ámbito de empresa y ahora hace 20 que optamos de forma decidida, estratégica, por los estudios de comunicación. Y, en este campo, se hizo una apuesta por los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas, una disciplina fundamental en el impulso de la actividad económica y con un componente muy potente de creatividad que ha generado en nuestro país compañías y profesionales reconocidos por todo el mundo. Barcelona y Cataluña han sido y son un referente en el ámbito de la publicidad. En este sentido, hablar de la publicidad como fenómeno, como actividad creativa y como profesión durante los últimos cincuenta años es hablar de Luis Bassat. Aquí y fuera de aquí. Tal y como se explicará en la *laudatio*, Luis lo ha sido todo en este campo, y lo evidencian las campañas publicitarias reconocidas, premiadas y recordadas. Pero también lo ha sido por sus reflexiones teóricas y por su capacidad de ejercer la maestría en varias generaciones de publicistas.

Entendemos que, para la Facultad de Empresa y Comunicación, para la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña, no hay nadie que represente mejor qué significa la creación publicitaria como lo hace él. Reúne todas las condiciones y los valores que lo convierten en un dignísimo doctor *honoris causa*. Encarna, además, los valores que queremos transmitir a nuestros estudiantes a lo largo del proceso for-

mativo: honestidad, exigencia, calidad, rigor, imaginación, creatividad y, especialmente, el amor por una profesión practicada de forma amplia, intensa y responsable. Luis Bassat es un humanista que ha desarrollado actividades muy diversas en torno a la publicidad, el marketing y la comunicación, y ha sido un referente en el ámbito de la cultura de nuestro país en su dimensión de protector y coleccionista de arte. Sus campañas publicitarias encargadas por las principales marcas del mundo, en sectores diversos que incluyen desde los productos alimenticios a los automóviles, no solo llevan a cabo la función práctica que se espera de la publicidad, sino que a menudo se convierten en icónicas, en un referente estético. Además de efectivo, su trabajo siempre emana distinción, sensibilidad y elegancia. Siempre es reconocible. Más allá de promover y divulgar productos comerciales, Luis Bassat es reconocido como un gran constructor de marcas, lo que va mucho más allá de promocionar productos. Fundó su primera agencia en 1975 y, a partir de 1980, la sociedad Bassat, Ogilvy & Mather se fue convirtiendo en el primer grupo publicitario español.

La dimensión de Luis Bassat rebasa el marco catalán y español. Tal y como demuestran su actividad profesional y el reconocimiento que ha obtenido de numerosas instituciones y universidades, es ampliamente reconocido en el ámbito internacional. Combina bien el amor y arraigo al país con una evidente mirada global, con una notoria visión cosmopolita. Forma parte de lo mejor de la sociedad civil, de aquellos profesionales e intelectuales distinguidos que no dudan en colaborar y ponerse al servicio de los grandes proyectos de país de manera desinteresada. A modo de ejemplo, fue el creador del mayor esfuerzo jamás hecho para dar a conocer Cataluña en el mundo: la ceremonia de inauguración de los Juegos Olímpicos de 1992. La Cataluña abierta, progresista, avanzada, mediterránea y colorista que enseñaba lo mejor de ella misma y mostraba al mundo los valores de la tolerancia, la libertad, el respeto, la vanguardia que dialogaba con la tradición, la modernidad y el buen gusto. Valores universales de los que nuestro doctorando de hoy resulta un magnífico exponente.

Persona de letras y con una fuerte vocación pedagógica y de maestría, ha publicado libros que son un compendio de su conocimiento y

que resultan imprescindibles no solo para las personas que se forman en el ámbito de la publicidad y el marketing, sino para todo aquel que quiera conocer los elementos fundamentales de la comunicación contemporánea. *El libro rojo de la publicidad* y *El libro rojo de las marcas* se siguen leyendo, relejendo y reeditando año tras año. No han sido superados porque contienen mucho saber profesional, además de sabiduría profunda. Un conocimiento que Luis Bassat comparte siempre de forma generosa en multitud de cursos, seminarios y conferencias en todo el mundo. Una dimensión de divulgación de la que justamente nuestra Facultad y nuestra Universidad también han sido beneficiarios y esperamos continuar siendo por medio de proyectos compartidos con él que pondremos en marcha próximamente.

Esta conjunción de grandeza profesional con una dimensión social y cultural tan pronunciada tiene un instrumento fundamental, que es la Fundación creada con su esposa Carmen Orellana. Porque Luis Bassat emana valores y la Fundación simboliza lo que es y ha sido su vida. Colabora con programas de lucha contra la pobreza para fomentar la educación, divulgar la publicidad y hacer mecenazgo de arte y cultura. No es anecdótico que esta institución, que es la niña de sus ojos, se haya convertido en la mejor y mayor colección de arte de carácter privado que existe en el país. Todo tiene una lógica y una coherencia en la larga actividad de nuestro doctorando.

Es por todo lo que he explicado, por lo que tiene de extraordinaria una figura con la que nos reconocemos, que la Facultad de Empresa y Comunicación propone al señor Luis Bassat Coen como doctor *honoris causa* de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña, como reconocimiento a su trayectoria como publicista y comunicador, por su vinculación con el país y su progreso material, cultural y humano, y por ser portador y depositario de unos valores que también queremos que sean los nuestros.

LAUDATIO DEL SR. LUIS BASSAT COEN

Dr. Santiago Jordán

Profesor del Departamento de Comunicación
de la Facultad de Empresa y Comunicación

Rector Magnífico,
Miembros de la comunidad universitaria,
Damas y caballeros que con tanto cariño y afecto nos acompañan en este acto.

Y, de una manera muy merecida, permítanme una mención especial a la Sra. Carmen Orellana, esposa y compañera de vida del doctorando.

Una *laudatio* o elogio es aparentemente un momento fácil y agradable, pues lógicamente se dedica a alguien que reúne méritos y honores infinitamente superiores a los de la persona que realiza la alabanza, cosa que en esta ocasión es absolutamente verídica.

Normalmente se suele aprovechar la circunstancia para hablar de la relación mutua. Y, así, parece que uno comparte sus cualidades. No es el caso. No abusaré de ello, aunque más adelante aprovecharé la circunstancia, ya que sólo conozco al doctorando de cuando ambos lucíamos generosos mostachos y pelo oscuro.

Los méritos del doctorando han sido reconocidos por grandes mujeres y hombres. Tan solo como referencia citaré a Shelly Lazarus y David Ogilvy. Este último, el rey de *Madison Avenue* y el hombre que inspiró la famosa serie televisiva *Mad Men*, dijo de él: «Luis Bassat es mi socio en España. Es uno de los mejores publicitarios del mundo. Es una *rara avis*: combina el genio creativo con una aguda perspicacia comercial. No hace mucho, un periodista español me preguntó si no temía que Luis acabara siendo más importante que yo. Le conteste que ya lo es.»

Shelly Lazarus, a la sazón presidenta y CEO de Ogilvy Worldwide, dijo: «En realidad es uno de nuestros miembros más apreciados. Cuando Luis habla en una reunión, todas las miradas se centran en él con la seguridad de que va a decir algo de gran importancia. El hecho de que com-

parta sus conocimientos acerca de las marcas es una gran suerte para los profesionales de todo el mundo.»

Pascual Maragall, Miquel Roca Junyent, Emilio Botín, Adolfo Suarez, Jordi Pujol, entre otras muchas personalidades del mundo universitario, político, cultural y empresarial, también han vertido elogiosos comentarios que, por las limitaciones de tiempo en este acto, no reproduciré.

Ha construido marcas desde la nada, como Hellmann's, Prenatal, Lladró, Fundación Purina, Filomatic, Hospital de Catalunya, L'Illa de Barcelona, y ha hecho más grandes a otras ya existentes, como Ford, Telefónica, Levi's, Freixenet, Mattel, Frigo, Nestlé, la Generalitat de Catalunya o la propia ciudad de Barcelona, con el *spot* más largo del mundo, que fue la ceremonia de inauguración olímpica, duró tres horas y tuvo una audiencia de 1.500 millones de personas en todo el mundo. Observen que he incidido en la construcción de la marca, no sólo de la venta de un producto. Porque no es lo mismo la marca que el producto.

Como director creativo de Ogilvy Europa, África y Oriente Medio y presidente del Consejo Creativo Mundial de Ogilvy, ha llevado a los cinco continentes la impronta catalana que ha sido reconocida internacionalmente. Solo gracias a su talento, la creatividad catalana ha obtenido más de 400 premios nacionales e internacionales, de Cannes, San Sebastián, Nueva York, el FIAP, el Clio...

Muchos son los méritos por los que el doctorando Luis Bassat merece tan relevante distinción. Permítanme resaltar una pequeña parte de estos hoy, en este breve pero importante periodo de tiempo:

En el ámbito empresarial:

Fundó su agencia, Bassat y Asociados, en 1975 y el Grupo Bassat, Ogilvy & Mather en 1980, convirtiéndolo en el primer grupo publicitario del panorama español, no sólo en facturación, sino también en términos de calidad de su producto estratégico y creativo. Mientras tanto, y como quien no quiere la cosa, ha tenido tiempo para formar parte de relevantes consejos. A fecha de hoy, he podido contabilizar 26.

En el ámbito de la creatividad, del marketing y de la empresa, Luis es un catalán universal. La Generalitat de Catalunya así lo reconoció otorgándole la Creu de Sant Jordi en 2012. Y el gobierno central lo distinguió

con la Gran Cruz del Mérito Civil, otorgada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología en el año 2004. Y con la Medalla al Mérito en el Trabajo.

Ahora me referiré al ámbito cultural:

Cuentan que, en 1973, una tarde, al salir de trabajar, Luis Bassat entró en la Galería Adrià de Barcelona. Tres horas después, había comprado el segundo cuadro de su vida y el 35 % de la galería.

Así se inicia una maravillosa historia de amor con el mundo de la cultura y el arte contemporáneo, que se ha podido disfrutar a través de la colección Bassat, compuesta por más de 3.000 piezas, con obras y autores tan relevantes como Pablo Picasso: *Home amb barretina*, *Ram de flors* y *Mousquetaire assis*, y un sinfín de autores, tanto de la pintura como de la escultura: Miró, Tàpies, Clavé, Saura, Millares, Chillida, Manolo Valdés, Guinovart, Ràfols Casamada, Hernández Pijuan, Arranz-Bravo, Bartolozzi...

Y no contento solo con ello, los ha promocionado internacionalmente. Por ejemplo, ha difundido en el exterior la figura de Josep Guinovart, que ahora tiene tres de sus obras en el Guggenheim, una exposición de obra en la galería Martha Jackson y una exposición antológica en el museo de Brooklyn.

Por ello, también en el ámbito de la cultura, Luis es un catalán universal, que ha paseado nuestra impronta por los cinco continentes, desde la ciudad de Mataró a todos los rincones del mundo, pasando por Nueva York, París, Londres y un largo etcétera.

En el ámbito de la responsabilidad social:

Durante un viaje a la India en 1967, Carmen y Luis sintieron que debían hacer algo por la sociedad, dejar de ser sujetos pasivos para convertirse en activos. Lo cierto es que en aquellos años poco se hablaba de responsabilidad social o similar. Entiendo que una segunda «llamada» vino de la mano de su hijo Quique, destinado en Mozambique para luchar contra la malaria. En cualquier caso, pusieron en marcha la Fundación Carmen & Luis Bassat, con cinco grandes objetivos, espejo de sus valores y principios:

- Promover la educación, el entendimiento entre culturas y/o religiones y el fomento de la paz mundial.

- Facilitar ayuda a personas o colectivos con problemas específicos, discapacidades físicas o psíquicas, o en situación de desamparo.
- Apoyar el trabajo de otras fundaciones, asociaciones o entidades, locales o internacionales, que trabajen para erradicar la pobreza, el hambre, las enfermedades y otras dificultades que afecten a los colectivos más vulnerables.
- Promover y fomentar, por sí misma o en colaboración con otras entidades, públicas o privadas, el arte contemporáneo, así como transferir los conocimientos y la cultura asociados a este.
- Promover la enseñanza y divulgación de la comunicación publicitaria, así como también asesorar en esta materia a entidades, empresas, instituciones y otras fundaciones.

Lo que los ha llevado a involucrarse en proyectos como la Fundación Germina, el Partido por la Paz, la Fundación Pascual Maragall, Médicos Sin Fronteras, Caritas, Banc dels Aliments, Colegios del Mundo Unido, UNICEF, el Centro de Investigación de Mozambique y un largo etcétera.

¿Qué más se le puede pedir a un ciudadano, teniendo en cuenta todo lo ya señalado? Pues sí, el doctorando aún nos ha dado más. Avancemos hacia un terreno tan grato para nosotros como es la transferencia de conocimiento, el compartir, el transmitir cultura y formación a la sociedad. En este ámbito me gustaría señalar algunas de sus contribuciones:

- Profesor de la EAE, Escuela de Administración de Empresas
- Instructor de los cursos Dale Carnegie sobre relaciones humanas
- Profesor de la Escuela Oficial de Periodismo de Barcelona
- Profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)
- Profesor de ESADE, Escuela Superior de Administración de Empresas
- Profesor y creador del curso «100 % Creativity» en ESADE, Escuela Superior de Administración de Empresas, en Barcelona y Madrid
- Fundador de la Cátedra Luis Bassat de Publicidad en la Universidad Europea de Madrid

- Ha dado conferencias y seminarios de publicidad en diferentes ciudades españolas y en París, Londres, Milán, Frankfurt, Budapest, Helsinki, Johannesburgo, Ciudad del Cabo, Nueva York, Washington, Praga, Moscú, México, Caracas, Montevideo, Santiago de Chile, Buenos Aires, Sao Paulo, Río de Janeiro, Seúl, Nueva Delhi, Bombay.

A todo ello hay que añadir la conferencia que muy recientemente y en primicia impartió en la Facultad de Empresa y Comunicación de la UVic-UCC bajo el título «Com dinamitzar l'economia de la seva empresa» durante las Primeras Jornadas de Marketing y Comunicación Empresarial realizadas el pasado mes de abril y que hizo las delicias de los asistentes.

Todo ello, junto con la formación impartida dentro del grupo Bassat Ogilvy, ha dado unos excelentes resultados para nuestra profesión. Muchos de los actuales profesionales de éxito se han formado entre las paredes de su despacho. Tan solo mencionar a José M^a Lapeña, Lidia Espasande, Santiago Yago, Jordi Urbea, Jordi Alavedra... o yo mismo.

Y no menos relevante es su producción literaria, con algunos de los títulos más importantes y de obligada consulta en el mundo universitario, tales como:

- *El Libro rojo de la publicidad*, con 30 ediciones
- *El Libro rojo de las marcas*, con 14 ediciones
- *La verdad en la publicidad*
- *Confesiones personales de un publicitario*
- *Inteligencia comercial*, con 15 ediciones
- *El libro rojo de la vida*
- *La creatividad*
- *El Arte de mi vida*
- *Sueña como Luther King, habla como Obama, manda sin mandar y sé tú mismo*

Gracias, Luis, por la generosidad de compartir tus conocimientos y experiencia entre los profesionales que en ocasiones fueron luego competencia directa. Y gracias por hacerlo en los cinco continentes, lo cual demuestra, una vez más, lo universal de tu figura.

Y ya voy acabando.

Entiendo que, cumplido con el modo y tono que impone la circunstancia, me queda poco que decir, pero me queda lo más importante.

Tenemos ante nosotros a un empresario de éxito, un creativo brillante, un estratega, un constructor de marcas, un mecenas cultural, pero, y más importante, a una figura humana que es una muy buena persona, muy exigente pero muy humana. Un hombre próximo a su gente, que cuando se enfada se contiene sin cruzar líneas extrañas. Un hombre afable, cariñoso, empático, respetuoso y de formidable memoria.

Por cierto, creo no haber abusado en estos comentarios finales del conocimiento y vivencias compartidas de las que hablaba al principio, que han sido muchas, pero que hoy no tocan. Pero sí deseo, en las pos-trimerías de la *laudatio*, volver a mencionar a Carmen Orellana, pues, si me lo permites, tanto por motivos profesionales como humanos, a mis ojos también ella es merecedora de nuestra máxima distinción. Carmen disfruta de una bella personalidad que perciben aquellos que la rodean.

Gracias Carmen. Y disfruta de esta distinción con él.

Y también a sus cuatro hijos, de los cuales está profundamente orgulloso: Ana, Yolanda, José Manuel y Quique. Todos ellos forman una familia unida que se apoya en todo momento. Para él la familia es sin lugar a duda su mayor éxito.

Creo que hasta este momento se han dado claras pruebas del merecimiento de la máxima distinción que la UVic-UCC puede ofrecer. Luis, te ofrecemos nuestro mayor reconocimiento. Más nos es imposible. Nos ilusiona tu ilusión por este *honoris causa*.

Ya puedes decir con total orgullo que eres profeta en tu tierra.

Para nosotros eres: catalán y universal. El primero en tu ámbito. Ojalá tu escuela nos de muchos más.

Cataluña te quiere y te lo dice desde la Cataluña central.

Es por todo ello, Rector Magnífico de la UVic-UCC, que la Facultad de Empresa y Comunicación propuso investir a Don Luis Bassat Coen doctor *honoris causa*.

¡Gracias por aceptarlo!

LOS VALORES HUMANOS DE LOS COMUNICADORES

Sr. Luis Bassat Coen

Doctor *honoris causa* por la UVic-UCC

Rector Magnífico de la Universidad de Vic - Universidad Central de Catalunya,
miembros de la comunidad universitaria,
Presidente de la Universidad Europea,
Magnífica Rectora de la Universidad Europea.
Secretario General de la Universidad Europea Miguel de Cervantes de Valladolid,
autoridades que me honráis con vuestra presencia,
queridos amigos:

Mil gracias a la Universidad de Vic - Universidad Central de Catalunya y a su rector por el inmenso honor que me hacen concediéndome el doctorado *honoris causa*.

Gracias al decano de la Facultad de Empresa y Comunicación por sus palabras y por la cátedra de creatividad.

Gracias a todos por estar aquí y muy especialmente a los que habéis venido de otros lugares, algunos de ellos muy lejanos.

Gracias por vuestra comprensión de que mi discurso sea en catalán y algunos tengáis que escucharme a través de una traducción simultánea.

Cuando me asocié a Ogilvy & Mather, recibí un regalo de David Ogilvy, una matrioshka. Dentro de la muñeca más pequeña había un papeletito que decía: «Querido Luis, bienvenido a Ogilvy. Si te rodeas de personas más pequeñas que tú, acabarás siendo un enano. Si te rodeas de personas más grandes que tú, acabarás siendo un gigante». No pudo darme un consejo mejor. Por eso me gustaría dedicar este discurso a todas las personas que he contratado en mi vida y me han ayudado a crecer.

He cometido errores, pero creo que puedo decir que los aciertos han ganado de calle. Voy a descubrir el secreto de haber conseguido reunir a

mi alrededor uno de los mejores equipos de la publicidad española. Un equipo de gigantes profesionales, llenos de valores humanos.

El primero de esos valores, obviamente, es la capacidad de comunicación. La comunicación tiene un objetivo primordial: que lo que nosotros digamos, los otros lo entiendan.

Ya lo decía el gran humorista Gila cuando le preguntaban por el secreto de su éxito: «Hay que pensar como el más inteligente de la audiencia, pero hay que hablar para que te entienda el más tonto», es decir, para que te entienda todo el mundo.

Y en la publicidad mundial el idioma que todo el mundo entiende es el inglés. En 1983 entrevisté a Bettina Farreras que estaba en el quinto año de la carrera. Me encantó, pero tenía que mejorar su inglés. Le dije que se fuera unos meses a EE. UU. y que yo la contrataría al volver. Y así fue. Empezó como becaria y fue sucesivamente ejecutiva de cuentas, directora de cuentas, subdirectora y vicepresidenta. Demostró tener una voluntad y una tenacidad extraordinarias, valores imprescindibles de un profesional de la comunicación.

Einstein dijo: «Hay una fuerza más grande que la electricidad: la voluntad». La voluntad es lo que te permite seguir cuando te fallan las fuerzas, cuando piensas en rendirte, cuando incluso pones en duda tus capacidades. La fuerza de voluntad es fundamental en nuestra profesión, que te obliga a trabajar muchas horas, días y noches, fines de semana e incluso durante las vacaciones. Sin voluntad es imposible seguir el ritmo que te marcan muchos clientes y sobre todo la competencia. Con esfuerzo, voluntad y tenacidad se consigue llegar a donde no se llega solo con inteligencia.

En las entrevistas para fichar a un publicitario o a una publicitaria, se oyen muchas cosas recurrentes; estudios, idiomas y, sobre todo, éxitos. «He ganado clientes nuevos, tengo diplomas e incluso galardones del Festival de Cannes», etc. Pero eso a mí no me dice casi nada, sobre todo porque los nuevos clientes y los premios los gana el equipo, casi nunca una persona sola. En cambio, cuando alguien me habla de un valor humano, presto atención de inmediato. La profesión se puede aprender; los valores humanos hay que traerlos puestos.

Conocí a Jorge Villena en una mesa redonda donde participamos los dos y me impresionó su talento. Al salir me acompañó andando a mi casa y una vez ahí, yo le acompañé andando a la suya. Luego me volvió a acompañar, con lo cual estuvimos hablando casi tres horas. Me gustó tanto su filosofía personal y profesional que le hice una oferta para que se viniera a trabajar conmigo. Y lo que me contestó me reafirmó en mi decisión. «No puedo», me dijo. «Me he comprometido con la agencia en la que estoy y no puedo dejarlos. Se han portado bien conmigo y les debo lealtad y gratitud. Pero si dentro de un año te sigo interesando yo ya habré cumplido con lo que les prometí y me gustaría aprovechar la oportunidad que me brindas.» Me impresionaron sus valores humanos: el compromiso, la lealtad y la gratitud. Y eso no formaba parte de su currículo, pero era y sigue siendo importante para mí. Esperé un año y lo fiché. Fue un extraordinario director creativo hasta que un infarto se lo llevó a los cuarenta y tres años. Terrible pérdida, profesional y humana. Confiar en alguien comprometido es fácil. Si además te consta que valora la lealtad y que demuestra gratitud, todavía más.

En mi agencia hemos llevado el compromiso y la lealtad al límite, no solo entre la empresa y nosotros, sino también en la relación con nuestros clientes. Hemos brindado con Cinzano, Freixenet y Cruzcampo, comido caldo Avecrem y sopas Gallina Blanca, atún Isabel, mayonesa Hellmann's, pastas Gallo y plátanos de Canarias, desayunado Cola Cao, merendado Nocilla y Petit Suisse, conducido coches Ford y Jaguar, vestido con Burberrys y Levi's, lavado con Norit, pintado con Titanlux, calzado con Adidas o Camper, comprado en L'Illa, pagado con American Express, regalado Barbies, perfumado con Paco Rabanne y nos hemos divertido en PortAventura... Comentando esto con un amigo, me preguntó si también llevaba prendas de Prenatal o sujetadores Warners. Le contesté que no, pero que mi mujer, sí.

Ser amable no solamente es pedir las cosas por favor. Es mucho más. Y es un valor al alza, seguramente porque la gente no se plantea que es mucho más profesional ser cordial y amable que no serlo. Hace muchos años se me ocurrió imprimir un pequeño díptico de sobremesa que ponía «Sonría, es contagioso». Lo puse en las mesas de nuestro despacho y se volvió viral. Ogilvy lo tradujo a muchos idiomas y lo

distribuyó por el mundo. Un día en la oficina de Bombay, vi el letrero sobre el mueble de la recepción y le dije a la recepcionista en inglés: «¿Pone “Sonría, por favor”, ¿verdad?». Se quedó atónita pensando que yo entendía el hindi.

La amabilidad es una actitud y la sonrisa una expresión externa de esa actitud y de la alegría de vivir, que también es un valor humano. No hay nada más agradable que entrar en un despacho y que te reciban con una sonrisa natural, como hacían Olga Gasull y Mónica Segura en Barcelona y Maleny Pereita en Madrid y profesionales como Marta Galí, Carmen Mallol, Cristina Medianu, Isabel Olivella y Marina Sanmartín y ahora Elsa Morant. Ya lo dijo Dale Carnegie: «No abras una tienda si no sabes sonreír». Esto es aplicable a cualquier relación humana y, por descontado, también a las relaciones profesionales. No se es un buen director de cuentas si no se tiene el valor humano de la amabilidad y no se siente la alegría de vivir, como María Barberá, Iolanda Casalà, Sandra Parcet y Berta Roca.

Carlin Miracle, norteamericana, y Cristina Lastra, danesa, fueron dos profesionales que me ayudaron extraordinariamente en mi trabajo internacional con Ogilvy. Carlin hablándome exclusivamente en inglés, los cinco años que trabajó conmigo y Cristina, traduciéndome al inglés como nadie. Leía un texto mío en inglés, traducido por ella y era como si yo estuviera hablando. Y las dos me alegraron la vida con su actitud y ese valor tan importante que es la alegría de vivir.

Saber escuchar es tan importante como saber comunicar. Pero, así como hay cursos y libros que enseñan a comunicar bien, no los hay que enseñen a escuchar bien. Y es importantísimo. Cuando empezamos a ser conocidos, vino a vernos Encarna Culebret, directora de publicidad de Rodier, una importante firma francesa de moda que tenía su sede española en Logroño. Nos empezó explicando la situación de la empresa, su problemática, sus productos, la fuerza de su marca, su política de precios y de rebajas, las tiendas donde se vendía Rodier y así tres horas. Prácticamente no la interrumpimos más que para hacerle alguna pregunta que le permitiera seguir contándonos. Al final nos dijo que nos daba su cuenta. ¡Nos confió su publicidad porque supimos escucharla!

Los directivos Salvador Aumedes, Melendy Britt, Lorena Clapers,

César Correa, Josep Maria Fàbregas, Lourdes Llorens, Borja Puig de La Bellacasa, Oscar Prats, Santiago Ramentol tenían también este valor humano. Igual que los especialistas en comunicación Eugenia Carreres y Marc Casanovas. Escuchar no es solo estar callado, es mostrar interés por las opiniones ajenas, tomar notas de lo que dice la otra persona, es hacer las preguntas adecuadas en el momento adecuado. Es, en definitiva, saber recibir un *briefing*.

Proactividad. Tan importante como ser activo, es ser proactivo. No hay mayor placer para un director cuando le pide a un colaborador hacer algo que escuchar como respuesta: «ya lo he hecho». Esto me ha sucedido toda mi vida con mi ayudante Montse Beltrán, que empezó conmigo cuando era muy joven y que me ha ayudado durante la mayor parte de mi vida profesional.

Saber lo que necesita la empresa, tener la iniciativa y adelantarse sin esperar a que te lo pidan es tener el valor de la proactividad.

Ana Beltrán, su hermana mayor, también ponía en práctica ese valor. Cosas de familia. Para ser proactivo hay que tener información y criterio, saber si se puede hacer algo o no. Cuanto más inteligente es la persona, más fácil le resultará ser proactiva. Y cuanto más experiencia tenga, más veces acertará. Esto es la eficacia. Por eso siempre he pensado que la edad no es un inconveniente para trabajar en publicidad. A los 80 años, David Ogilvy daba lecciones de talento y de modernidad a gente muchísimo más joven que él.

Un adagio latino dice que las palabras mueven, pero los ejemplos arrastran. Y eso es lo que ha de hacer un buen director, tanto de un gran equipo, como de uno pequeño. Hay una diferencia enorme entre un capitán que les dice a sus soldados: «¡Avanzad!» y otro que les dice: «¡Seguidme!». Josep M. Clapés fue nuestro director financiero. Fue ejemplar, íntegro, firme, honrado y justo.

Y como él daba ejemplo, no permitía que nadie hiciera esas pequeñas trampas que se toleran en tantas compañías. Firmeza también es saber decir que no.

Efectivamente los ejemplos arrastran. Un 28 de julio nos vino a ver, por primera vez, José Luis Pérez Torres, director general de Seguros Vitalicio, para pedirnos si seríamos capaces de tener una campaña para

su empresa lista el 1 de setiembre. Su agencia le había dejado colgado. No aprobó la campaña que le habían presentado y le dijeron que se pondrían a trabajar en otra después de las vacaciones. Le contesté que «claro que sí» y en cuanto se fue reuní a todos los creativos para preguntarles si había algún voluntario para quedarse conmigo en agosto a hacer esa campaña. Se ofrecieron todos con enorme solidaridad y yo seleccioné a unos pocos, los que me pareció que tenían menos compromisos familiares y que podrían hacer sus vacaciones en setiembre. Salió una idea entrañable en menos de quince días, encontramos quien la pudo rodar en la segunda quincena de agosto y apareció en televisión, como nuestro nuevo cliente necesitaba, el 1 de setiembre. Yo no hubiera sido capaz de pedir a mi gente que se quedaran trabajando en agosto mientras yo me iba de vacaciones. José Luis Pérez Torres fue un cliente extraordinario.

Mercedes Claramunt, Begoña Cortázar, Toni Majoral, Sylvie Michaut, Joan Viñas y Esteve Viñas trabajaban en el departamento financiero con Josep M. Clapés. Lo hicieron extraordinariamente bien, con austeridad, humildad y modestia. Como si su trabajo no fuera fundamental en una agencia de publicidad, cuando sí que lo es. Y mucho. Yo tuve la suerte de poderme dedicar a la creatividad y a las personas, gracias a lo bien que lo hicieron ellos en las finanzas, como lo hace ahora en Bassat Partners y en nuestra Fundación Nuria Fusté. La humildad, la modestia y la publicidad parece que no vayan juntas, pero van. Decir «nosotros» en vez de «yo», siempre es mejor. Un buen profesional nunca dice: «yo he pensado», «yo creo», «yo he tenido una idea». Utiliza preferentemente: «hemos pensado», «creemos», «hemos tenido una idea». No solo es más modesto, es más verdad, porque en publicidad se piensa, se crea y se tienen ideas en equipo. También los extraordinarios directores de medios como Juan Luis Gil y Enrique Yarza.

Miquel Pongiluppi tenía una gran disciplina, personal y profesional. Corría todos los días para mantenerse en forma. Me ayudó mucho cuando abrimos Bassat & Asociados con él, Jesús Muñoz, Josep M. Clapés, Cristina Izquierdo, Mina Perdices y Octavio el motorista. Creo que habría podido hacer una buena carrera con nosotros, pero, en un momento dado, prefirió hacerla solo.

Miquel Martret, que también venía de la disciplina de Nestlé tiene ahora una magnífica agencia, especializada en Internet, donde sigue colaborando con él Celia Martín, que tanto nos ayudó en la agencia.

Adaptarse a las circunstancias es un valor que poca gente tiene. Es mucho más fácil quedarse cómodamente donde uno está que adaptarse a una nueva situación. Pero para progresar es imprescindible adaptarse siempre al presente y estar preparados para el futuro, no dejar de aprender y tener amplitud de miras. Jesús Muñoz era un excelente director de medios que había iniciado su carrera profesional en J. Walter Thomson de Madrid, la primera agencia de publicidad de España en aquel momento. Quiso venir a vivir a Barcelona, pero su agencia no tenía departamento de medios en nuestra ciudad, por lo que me vino a ver, me convenció y lo contraté. Fundamos juntos Bassat & Asociados. Él, naturalmente, llevaba los medios, hasta que un día ganamos la cuenta de Adidas y nos planteamos hacer un *spot* importante. En la agencia no teníamos un director de producción y pensé que Jesús, que entendía mucho de cine y estaba absolutamente al día de música, podría serlo, delegando algo su trabajo en medios. Se lo ofrecí y aceptó encantado. Aquella producción la rodamos en Hollywood. La dirigió Jaime de la Peña y tuvo tanto éxito que Adidas la difundió en catorce países, convirtiéndola en su campaña internacional.

Con ello Jesús Muñoz se convirtió en un director de producción conocido y reconocido en España. Gracias a su capacidad de adaptarse a una responsabilidad nueva y desconocida para él, de sus ganas de aprender, su optimismo y de su amplitud de miras.

Mina Perdices fue mi primera ayudante en Bassat & Asociados y una de las personas con las que más y mejor he dialogado. Hablamos del bien y del mal, de todo, porque Mina tenía ese valor, la capacidad de dialogar con bondad y naturalidad, que no es solo hablar, también es escuchar.

Los productores de televisión también demostraron esa capacidad de dialogar con las mejores productoras del país: Esther Fillat, Rafa Montilla, Miguel Valls y Xavier Vidiella. Igual que Glenn Mogdasy, director de producción gráfica.

La resiliencia es más que la resistencia, aunque es de la misma familia. Es la capacidad de las personas de sobreponerse a situaciones adver-

sas. Winston Churchill escribió: «El éxito es ir de fracaso en fracaso sin perder el entusiasmo». Los primeros cinco años de Bassat & Asociados fueron así. Ganamos clientes, hicimos buenas campañas, pero cada año un cliente hacía suspensión de pagos y nos dejaba de pagar. Decidimos no trasladar nuestro problema a nuestros proveedores, con lo que corrió la voz de que «Bassat paga» a costa de quedarnos prácticamente sin beneficios cada uno de esos cinco años. Y aguantamos sin perder el entusiasmo. Todo el equipo demostró una resiliencia, una confianza y un entusiasmo fuera de lo común.

Víctor Sagi, uno de los pioneros de la publicidad en nuestro país me dijo cuando yo empezaba: «En publicidad solo ganan dinero las empresas pequeñas como la tuya o las grandes como la mía. Las medianas pierden siempre». Por eso, cuando sólo éramos 17 personas pasamos un año ganando clientes sin fichar a nadie y esperando a dar el salto de pequeños a grandes directamente. Para eso fiché a Quirico Cuervo, director de Trinaranjus, con mucha experiencia en el mundo de los profesionales del marketing y en un año pasamos de 17 personas a 95. No fue difícil, porque ya teníamos los clientes. Un día Quirico, viendo que la gente no llegaba puntual, decidió poner un reloj marcador en la entrada y lo comunicó al personal. Al día siguiente todos llegaron antes de las nueve, pero a las seis y media en punto se fueron como una sola persona. Tuvimos una larga conversación con Quirico y supo rectificar. Quitó el reloj. Si en una empresa la gente se va cuando termina el trabajo, a veces muy tarde, no puedes pedirle que llegue puntualmente a las nueve.

La lealtad no está reñida con la ambición, valor humano imprescindible para progresar. Conrado Llorens era un espléndido director de cuentas que tenía la ambición de acabar dirigiendo él una empresa y en Bassat Ogilvy tenía bastantes personas por delante, por lo que un día me dijo, con toda sinceridad, que nos dejaba para irse a dirigir otra compañía especializada en marcas. Lo entendí. Ha hecho una gran carrera que seguramente le ha permitido satisfacer su ambición.

Pere Guardiola hizo un trabajo excelente y hoy es el director de *La Vanguardia*.

Mercè Segú ha llegado a ser la directora del ADC*E (FAD).

El orden es un valor humano que no todo el mundo necesita. Los

ingenieros lo suelen tener en la cabeza, pero los creativos necesitamos desordenar nuestra cabeza para generar ideas. Por eso necesitamos orden en nuestra mesa de trabajo y seguramente en nuestra vida. Que haya desorden en todas partes puede ser caótico. Por otra parte, el orden lleva a la capacidad de organización, absolutamente imprescindible cuando hay que trabajar en equipo, como la que tenían los directores de cuentas Xavi Admetlla, Jaume Armenter, Anna Bosch, Leticia del Corral, Amaya Grijalvo, Silvia Hernández, Nelly Herranz, Nona Ibarz, Jordi Lopez Botell, Laura Loverdos, Nuria Marmol, María Muñoz, Guillem Recolons, Linda Reichard, Cristina Sandín, Teresa Tarragó, Ana Varela, Jesús Vergès y Jaume Vilalta.

Raimon Torres, mi conductor durante la preparación de las ceremonias olímpicas, Toni Campos, Manolo Sánchez y Ángel Díaz, en Madrid, también trabajaron con muy buen sentido de la organización. Toni sigue siendo clave en nuestra empresa y en nuestra fundación a día de hoy.

La memoria es un don y un valor que se puede mejorar si uno se lo propone. Pilar Mestre era telefonista en Netol. Yo había llamado un par de veces y a los seis meses, volví a hacerlo. Pregunté por el propietario, el señor Camps, y la telefonista me contestó: «un momento, por favor, señor Bassat». Me quedé de piedra. En cuanto visité Netol y la vi, le dije que, si un día dejaba Netol, tenía un puesto en mi agencia. Y así fue. Cuando falleció el señor Camps y Netol cerró, Pilar se vino a trabajar con nosotros y reconocía a todos los clientes que llamaban, con la buena impresión que eso causaba.

Fernando Romero fue mi jefe cuando me fichó en Interlas, una agencia española que quería convertirse en multinacional, como yo. Pero al cabo de dos años cambiaron de opinión y yo me marché para abrir otra vez mi agencia que se acabó asociando a Ogilvy. Al cabo de un tiempo abrí Bassat Ogilvy & Mather en Madrid y tras un primer director que no fue bien, me vi en la necesidad de buscar un nuevo responsable para esa oficina. Me acordé de lo bien que me había entendido con Fernando Romero y lo fiché. Pocas personas me han demostrado una disponibilidad, un respeto, una moral y una ética tan importantes como él, que había sido mi jefe. Respeto que yo también he tenido siempre por Fernando Romero.

Enric Pujadas, que me sustituyó como presidente del grupo, tenía también una total disponibilidad y una extraordinaria capacidad de reflexión.

Otros directivos con gran capacidad de reflexión fueron Elvira Arzubialde, Enric Gómez, Vicente Grau, Marta Gutiérrez, Javier Marina, Albert Maruny, Samuel Ortega, Nuria Padrós, Carlos Peira, Nacho Rufín, Jorge Santacana, Jesus Valderrábano y Núria Poch. Reflexionar no es solo pensar, es llegar al fondo de los asuntos con total objetividad.

La educación, la buena educación, es un gran valor que normalmente debemos a nuestros padres, pero es mérito nuestro mantenerla y acrecentarla. Cuando conocí a Jordi Alavedra ya me pareció un gran profesional y una persona extraordinariamente educada y culta. A lo largo de los casi cuarenta años que le conozco lo he podido comprobar en cientos de ocasiones. Siempre ha demostrado un gran criterio profesional aplicado con enorme educación. Una educación desde muy pequeño en catalán, castellano e inglés, como debería ser en todas las escuelas de Catalunya, si queremos preparar a nuestros hijos y nietos para la vida. A Jordi lo educaron así y se nota. Su inglés es perfecto, como sus maneras, su criterio y su comportamiento.

A lo largo de cada año de trabajo se producen muchas veces momentos de tensión: un cliente importante que decide poner su cuenta a concurso, un creativo de gran talento al que intenta fichar la competencia, etc. Es en esos momentos cuando la serenidad, el no perder la calma, se hace imprescindible. El poeta romano Horacio escribió: «Acuérdate de conservar la mente serena en los acontecimientos graves». Rolando Sainz de la Peña, que sustituyó a Fernando Romero como máximo responsable de Bassat Ogilvy Madrid, tiene el valor humano de la serenidad. Tal vez su experiencia de haber trabajado en Nueva York, donde se vive y trabaja estresadamente, le dio la serenidad que nos fue tan necesaria.

También Carlos Municio: primero, director financiero y luego, director general en Madrid, pasó por momentos difíciles, que su responsabilidad y su seguridad le ayudaron a superar. Como cuando tuvimos que despedir a su primer jefe, hace 40 años, momento que aún recuerdo con todo detalle. O cuando fichó a Luis Riva, de gran talento, para sustituirle un día.

Heinrich Joos me ayudó con su altruismo, su capacidad y su talento en la agencia de Madrid y también en el programa de La Sexta *El aprendiz*.

También el periodista deportivo, Josep M. Deu, que primero me ayudó en mi candidatura a la presidencia del Barça con su conocimiento y luego en la agencia.

Igual que Daniel Llano, que primero nos aportó su profesionalidad en la agencia y luego en Activación de Ventas, nuestra empresa de promociones.

Damià Calveras, de la misma manera que Heinrich Joos, me ayudó en dos sitios diferentes, en la agencia en Barcelona y luego en nuestra Fundación Carmen & Lluís Bassat, y en ambos lugares con una vitalidad y una efectividad notables. Damià es un hombre grande, de vida, que se dice aquí, y su vitalidad y capacidad de trabajo, la apreciamos tanto en la agencia como en la Fundación.

La elegancia es un valor innato, que se puede aprender y desarrollar, pero que muchas personas lo llevan dentro, como mi ayudante Tatat Cardona, filipina, que contraté para facilitarme, gracias a su perfecto inglés, la relación con Ogilvy. Tatat desarrolló su elegancia, no solo en el vestir, sino también en el trato con nuestros socios internacionales, cosa que siempre le he agradecido.

También Sara Glattstein que nos dejó para ir a dirigir la revista *Cosmopolitan*.

Reyes Calzada tiene muchos valores humanos, como la autenticidad, la generosidad y el humor, igual que su hermana Loli, pero el valor que más me sorprendió fue su capacidad de sobreponerse al fallecimiento de su marido, Juan Luis Fernández, a los 46 años.

Eva Tabah asumió la responsabilidad de la cuenta de Adidas con enorme empatía, entendiendo todo lo que el cliente necesitaba. Y adelantándose a sus necesidades. Hay que decir que su bilingüismo con el francés le fue muy útil. Como a Eric Legras, francés de nacimiento. Eva y yo lloramos juntos cuando nos enteramos de que Jean Louis Denu, nuestro joven y querido cliente, había perdido la vida en un accidente aéreo en los Alpes.

También Jorge Torrens, José Miguel Alonso, Joan Alós y José Pardo hicieron gala de gran empatía; no en vano fueron responsables de inves-

tigar el comportamiento de los consumidores con rigor y profesionalidad.

Santi Yago es la expresión perfecta del dicho y hecho. Le invité a incorporarse al equipo y vino corriendo. Le pedí ir a Zaragoza a supervisar el cliente de la Exposición que se hizo sobre el agua y se fue. Cuando volvió le pedí que siguiera llevando otro cliente que habíamos ganado ahí y lo hizo, con ilusión, conduciendo a Zaragoza ida y vuelta varias veces por semana. A eso se llama diligencia, que es lo contrario de pereza.

La dignidad en la vida y en el trabajo es un valor que ha de tenerse siempre. Luis Platón y Joan Massana la ejercieron continuamente.

Uno de los valores humanos más importantes en nuestra profesión es la visión de futuro. Además de nuestros informáticos Robert García y Javier Escorza cuatro personas me empezaron a hablar de Internet, hace muchos años: el productor Jordi Güell, el creativo Curro Astorza, Ramon Guàrdia, director de nuestra empresa de marketing directo, y Jordi Urbea, que hoy es el vicepresidente de Ogilvy. Recuerdo las conversaciones con Jordi acerca de la Palm y de la BlackBerry, antecesoras de lo que es hoy un iPhone. Ahora, en mi empresa y mi fundación, nuestro director informático y de comunicación, Joan Camps, me ayuda, más que nunca, con su visión de futuro.

La amistad, el aprecio y la capacidad de amar, son valores humanos sublimes que se dieron mucho en la agencia. Prueba de ello es que personas que no se conocían de nada se acabaron casando. Como los directores creativos Fernando Ellakuría y María Martínez de Urbina, Cristina Izquierdo y Rafa Llinás, Oscar Pla y Reyes Solé, Miguel Samper y Esther Vicente. Y los directores de cuentas, Ana Ullod y Santiago Jordán, que tan bien me ha presentado hoy aquí.

La creatividad es el valor humano más importante en el mundo de la publicidad. Es la razón de ser de esta profesión. Eso no quiere decir que los que planifican y compran los medios, los que diseñan promociones o las personas que mantienen el contacto con los clientes no sean muy importantes, pero si no hubiera creativos, y los creativos no pudieran trabajar con libertad, no habría publicidad. Si siempre he intentado fichar a los mejores para cualquier puesto dentro de la agencia: imaginen, pues, con qué cuidado he fichado a los creativos. Ya he explicado cómo

fiché a Jorge Villena. Con Esther Vicente fue más fácil. Fui profesor suyo en la Universidad Autónoma de Barcelona y en cuanto acabó la carrera, la contraté. Seguramente ha sido la mejor redactora creativa con la que he trabajado en mi vida, hasta el extremo de pedirle que revisara los siete libros que he escrito. Todas las campañas son fruto de un trabajo en equipo, pero al final alguien las escribe o las diseña. Suyas fueron campañas como la de Prenatal con textos como este: «Durante nueve meses, mamá lo llevó con ella a todas partes. Ahora que ha nacido, también puedes hacerlo tú, papá. Bienvenido a Prenatal». Se vendieron todas las mochilas-canguro que fabricó Prenatal. Miguel Samper también se incorporó pronto a la agencia y le debemos campañas históricas, como la del perro abandonado para la Fundación Purina que decía: «No lo abandones, él nunca lo haría».

Fichar a Lidia Espasande, una brillante creativa argentina que llevaba ya un tiempo en España haciendo muy buenas campañas, fue como una historia de amor. No conseguía hablar con ella por teléfono y entonces me planté en su casa, en una esquina de la calle Amigó, y por el interfono le propuse trabajar conmigo. Yo parecía el trovador que le cantaba las maravillas de la agencia y ella desde arriba me iba diciendo que no. Tuve paciencia, fui lo bastante perseverante y al cabo de un tiempo la convencí. Prácticamente enseguida hizo una de nuestras campañas más notables, para Muletón, unos pañales en los que se veían símbolos meteorológicos que indicaban humedades y lluvias y que daban paso, con Muletón, a un sol radiante y tiempo seco.

Carles Graell, diseñador y director de arte, demostró una madurez y un talento enormes cuando diseñó 108 logotipos para la marca Santander con la ayuda de Janina Bea, Alex Lázaro, Magda Rosas y Reyes Solé. Se actualizó y realizó el cambio de marca sin que prácticamente el público se diera cuenta, que es como se han de hacer los cambios de marca.

Ignasi Clarà también fue de los primeros en unirse y escribió, entre muchas otras, la campaña para la Generalitat que advertía: «Si esta noche mezclas alcohol y gasolina, el combinado puede ser mortal. Mezclar alcohol y gasolina mata».

Xavi García ha sido el creativo más prolífico que he conocido. Le da un *briefing* a las nueve de la mañana y a la una, tenía cinco campañas.

Disfrutamos mucho haciendo las de «Som 6 milions», para la Generalitat de Cataluña.

Oscar Pla es periodista, pero siempre ha pensado en imágenes. Suyas son las portadas de mis siete libros y también, con Xavi García, la campaña en la que Johan Cruyff decía: «En mi vida he tenido dos grandes vicios, fumar y jugar al fútbol. El fútbol me lo ha dado todo en la vida. En cambio, fumar casi me lo quita».

Pepe Rosas tiene el don de las imágenes y de la imaginación. Es uno de los mejores visualizadores que he conocido nunca. Yo escribí para Bitter Kas: «El sabor que enamora» y Pepe lo potenció con una impactante imagen del botellín atravesado por una flecha.

Carlos Rolando, uno de los diseñadores más premiados de España, colaboró con nosotros desde que llegó de Argentina en muchas campañas que aparecen publicadas en su último libro, como esta de Adidas.

Rodolfo Vanni, brillante creativo argentino, realizó un precioso anuncio para Roca con el sugestivo título de «Feliz Baño Nuevo».

Jorge Gómez también vino de Argentina, directamente a nuestra agencia y aportó una creatividad nueva y fresca en la campaña del desodorante Byly, donde el mal olor corporal se simbolizaba en unos cerditos que la gente llevaba debajo del brazo.

Enrique González creó una magnífica campaña para las ciruelas de California, con la música original de la canción «Nunca llueve al sur de California», que jugaba un rol trascendental.

Los creativos Salva Güemes y Gerardo Prieto trabajaron juntos con la ambición de progresar e hicieron un excelente trabajo publicitario.

Ángel Sánchez asumió la dirección creativa cuando su íntimo amigo Jorge Villena falleció. En mis conferencias siempre muestro un *spot* suyo para el Banco Millennium BCP, portugués, que acababa de abrir muchos cajeros automáticos en África. En el *spot* se veía un guepardo persiguiendo a un pequeño impala, y cuando estaba a punto de cogerlo, chocaba con uno de esos cajeros automáticos. Final sorprendente y memorable.

Camil Roca ha hecho importantes campañas internacionales en su vida, pero seguramente será recordado por unas de locales: todas las de La Marató de TV3, donde ha demostrado que la emoción vende mu-

chas veces más que la razón, especialmente cuando se trata de ponerse la mano en el bolsillo para ayudar a combatir una enfermedad.

Punto y aparte es la creatividad de las ceremonias olímpicas de Barcelona de 1992, de las que tuve el honor de ser el máximo responsable. Conté con la extraordinaria colaboración de Pepo Sol, Josep Maria Casanovas, Manel Huerga, la Fura dels Baus, els Comedians, Cristina Hoyos, nuestros mejores cantantes de ópera y las 165 personas que dejaron su piel para hacer lo que Juan Antonio Samaranch calificó como la mejor ceremonia de la historia de los Juegos Olímpicos. Un *spot* en directo de tres horas y media de duración que ayudó a vender la imagen de Barcelona, Cataluña y España.

Estoy orgulloso de estos trabajos y de muchos más, obra de otros excelentes creativos que colaboraron conmigo en Barcelona y en Madrid, como Miguel Aza, Ramón Bilbao, Marc Caballé, Gustavo Caldas, Alexandra Cuadros, Ramiro Eduardo, Fernando Ellakuría, Beat Keller, José M.^a Lapeña, Nacho Magro, Alfonso Martín, Julio Martín, María Martínez de Urbina, Jaume Monés, Roger Montón, Maribel Muñoz, Tito Muñoz, Carles Patris, Mariano Resquín, Berta Rodón, David Ruiz, Francesc Talamino, Pedro Urbez y Alfonso Marián, actual presidente de Ogilvy España. Todos ellos, personas con enorme imaginación y talento creativo, que son los valores humanos más importantes de un publicitario.

Es posible que mi memoria me traicione y haya olvidado mencionar a algún otro profesional de los muchos que han trabajado conmigo y me han ayudado a crecer. Espero que me sepan perdonar.

En definitiva, un profesional de la comunicación es mejor profesional si tiene, además del conocimiento, valores humanos como los que yo he podido apreciar en mis colaboradores más cercanos, especialmente en Carmen Orellana, mi compañera de vida y de trabajo, que además de tener y practicar la mayoría de esos valores, los ha sabido transmitir a nuestros cuatro hijos. Y ahora, a nuestros nietos:

VOLUNTAD

LEALTAD

AMABILIDAD

CAPACIDAD DE ESCUCHAR
PROACTIVIDAD
AMPLITUD DE MIRAS
INTEGRIDAD
HONRADEZ
EJEMPLARIDAD
MODESTIA
DISCIPLINA
CAPACIDAD DE DIALOGAR
CAPACIDAD DE ADAPTARSE
RESILIENCIA
CAPACIDAD DE RECTIFICAR
AMBICIÓN
ORDEN
MEMORIA
ÉTICA
REFLEXIÓN
EDUCACIÓN
SERENIDAD
RESPONSABILIDAD
ALTRUISMO
VITALIDAD
ELEGANCIA
CAPACIDAD DE SOBREPONERSE
EMPATÍA
DILIGENCIA
DIGNIDAD
VISIÓN DE FUTURO
CAPACIDAD DE AMAR
Y, POR ENCIMA DE TODO, CREATIVIDAD.

PARLAMENTO DEL PRIMER TENIENTE DE ALCALDE
DEL AYUNTAMIENTO DE VIC Y PATRÓN DE LA
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA BALMES

Dr. Josep Arimany-Manso

Muy buenos días a todo el mundo,
Rector Magnífico de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña,

Doctor Luis Bassat, bienvenido a la ciudad de Vic y a la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña,

Doctor Josep Burgaya, decano de la Facultad de Empresa y Comunicación de la UVic-UCC,

Doctor Santiago Jordán, profesor de la Facultad de Empresa y Comunicación de la UVic-UCC, mi felicitación por la excelente *laudatio*,

Rectoras y rectores invitados, exrectoras y exrectores de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña, autoridades políticas y académicas, miembros del patronato, directores y directoras generales de la Fundación Universitaria Balmes, Fundación Universitaria del Bages, Fundación de Estudios Superiores en Ciencias de la Salud y Fundación Elisava, doctoras y doctores, docentes, estudiantes, señoras y señores,

Para mí es un honor dirigir unas breves palabras a este auditorio, en representación del Ayuntamiento de Vic y del patronato de la Fundació Universitària Balmes (FUB). De hecho, hago mía también la representación de todas aquellas personas a las que por motivos diversos y por el propio aforo de la sala no ha sido posible estar presentes en este acto.

Mis primeras palabras son de felicitación y bienvenida al doctor Luis Bassat Coen, ya investido como doctor *honoris causa* de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña y, por tanto, ya incorporado en el claustro de doctores de nuestra universidad. La calidad humana del doctor Bassat, su trayectoria como publicista, y el hecho de ser un

pionero de talento en la comunicación comercial, pensador y hombre de nuestro tiempo en múltiples vertientes, ha quedado reflejada en la *laudatio* que ha pronunciado el doctor Santiago Jordán, profesor de la Facultad de Empresa y Comunicación de la UVic-UCC.

Ni que decir tiene que el privilegio que me supone dirigirme a un nuevo doctor *honoris causa*, ya desde hoy incardinado en nuestra universidad, por sí mismo viene revestido por el respeto y la solemnidad propios del academicismo.

Más aún teniendo ante nosotros a una persona adornada por un bagaje extenso y excepcional, a la vez que acreditada por una amplísima formación en distintas disciplinas, como son las humanidades, la administración de empresas, las ciencias sociales, la publicidad, la comunicación, y un largo etcétera que culmina con el don de la creatividad.

Después de escuchar las palabras pronunciadas en su apadrinamiento y en la *laudatio*, pocas cosas pueden añadirse que no hayan quedado reflejadas en el prolífico currículum y en su trayectoria llena de méritos y reconocimientos en todos los ámbitos en los que ha participado.

La personalidad y prestigio que tiene reconocidos el Dr. Luis Bassat no conocen fronteras, ya que se sustentan de un modo especial en su inteligencia comercial sobradamente contrastada y en su facilidad comunicadora, capaz de contagiar la convicción sobre lo que defiende con un discurso siempre respetuoso, alejado del ostracismo y proclive a la proximidad.

No digo nada nuevo, cuando constato que Luis Bassat Coen es un hombre con grandes relaciones de ámbito internacional, muy bien conectado con sectores empresariales e instituciones de todo tipo, aparte de ser una persona vinculada al ámbito de la cultura, con especial inquietud orientada a la formación y el conocimiento. También destaca el hecho de ser una persona solidaria, siempre dispuesta a colaborar en proyectos para favorecer el bien común.

En definitiva es una de esas personas que tienen acreditado el honor que hoy se le otorga, sin olvidar que sus cualidades ensalzan nuestra universidad.

En realidad son tantos los valores que afloran por muchos de sus actos, que el intento de mencionarlos me haría caer en repeticiones poco

respetuosas e innecesarias, y más si tenemos en cuenta que su obra se ha expandido más allá de los océanos.

Dicho esto, debo mencionar la satisfacción que supone la utilización de la sala Ramon Montanyà, espacio emblemático del singular edificio de la Atlántida, hoy convertido gracias a este acto solemne en paraninfo o aula magna de la Universidad.

El conjunto armónico que nos ofrece el recinto, icono que se suma a los que identifican la ciudad, me lleva a recordar que la promoción y la enseñanza que se ejercen en él, vinculadas a las artes escénicas, a la música y a la cultura, en general, lo convierten en un equipamiento adicional para el conjunto de la docencia.

Y no deja de ser un eslabón del encadenado que forma parte del recorrido histórico de aquella ciudad de Vic medieval, que antiguamente se significaba como ciudad que impulsaba la escolástica, al igual que la mayoría de ciudades medievales de Europa, siguiendo el movimiento filosófico y teológico que años más tarde propiciaría la aparición de personajes ilustres dentro del campo de la teología, la sociología, la filosofía y otras disciplinas.

De ahí que me permita hacer una pequeña reseña de los orígenes históricos de la Universidad de Vic, conocidos perfectamente por los habitantes de la ciudad y de la comarca. La ocasión del acto académico de hoy, con la presencia de muchas personas foráneas que nos acompañan, bien merece que haga un pequeño recordatorio.

El embrión de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña tiene sus orígenes en los siglos IX y X, período en el que se crearon en Vic el Escritorio y la Escuela Catedralicia, cuna de la futura universidad, como en tantas otras ciudades europeas. Por sus aulas pasaron numerosas personas ilustres, entre ellas el monje francés Gerbert d'Orlhac que, bajo la maestría del Obispo Ató, estudió en Vic y Ripoll y que posteriormente se convertiría en el Papa Silvestre II. También de su maestría, durante toda la Edad Media, surgieron eruditos e intelectuales de renombre.

En 1599 se creó la Universidad Literaria de Vic y el 26 de junio de ese mismo año, el rey Felipe III concedía al Estudio General de Vic el privilegio de graduar a los estudiantes en Artes y Filosofía.

En 1717 se producía el cierre de la Universidad como represalia por la Guerra de Sucesión. El rey Felipe V impuso el Decreto de Nueva Planta y suprimió todas las universidades catalanas, las cuales sustituyó por una de nueva creación, la Universidad de Cervera.

En 1749 se fundó el Seminario de Vic, lo que implicaba el regreso de los estudios superiores (de Teología) a la ciudad. En 1873 el Ayuntamiento de la ciudad de Vic intentó, sin éxito, restablecer la Universidad de Vic.

Fue al inicio de la restauración de la democracia, cuando se creó la Escuela Universitaria de Maestros Jaume Balmes de Vic, adscrita a la Universidad de Barcelona. Poco después se creó la Escuela de Enfermería de Osona, concretamente en 1980, y en 1987 fue el primer curso de los Estudios Universitarios de Vic, con tres escuelas universitarias de titularidad de la Fundación Universitaria Balmes: Maestros, Empresariales y Enfermería. Posteriormente, en 1989, se creó la Escuela Universitaria Politécnica de Osona y en 1993 se creó la Facultad de Traducción e Interpretación.

Finalmente el día 21 de mayo de 1997, al cabo de 20 años y después de un largo recorrido de los Estudios Universitarios de Vic, el Parlamento de Cataluña aprobó por unanimidad la Ley 5/1997 de 30 mayo en la que se reconocía formalmente la Universidad de Vic.

Como queda patente, la Universidad de Vic, tal y como explica el primer rector y su impulsor, Ricard Torrents, responde a un largo recorrido que durante años parecía no tener final. Sin embargo, sería injusto dejar de reconocer que la iniciativa de la sociedad civil, llevada a cabo con la creación de la Escuela de Magisterio en 1977 y con los Estudios Universitarios en 1987, supuso uno de los pilares fundamentales para conseguir la Universidad.

Hoy Vic y Osona son un referente en la Cataluña central, reconocida por su dinamismo social, económico y cultural, y por su firme apuesta por el conocimiento y la investigación.

El vínculo con Manresa mediante la federación constituida entre la Fundación Universitaria Balmes y la Fundación Universitaria del Bages, nunca dejó de recordarlo, fomenta el liderazgo de la Cataluña central, tal y como decía el que fue rector de la Universidad de Vic, Jordi Monta-

ña, convencido de que esta fusión suponía una «marca atractiva», tanto para la gente que nos visita como para los estudiantes de grado y posgrado que eligen nuestra Universidad.

Son ilustrativas también las palabras de Pilarín Bayés, reconocida dibujante de Vic, que se refiere a la ciudad como «reserva de la espiritualidad catalana en un entorno donde aparecen de forma recurrente el conocimiento y la cultura».

No puedo dejar de mencionar que el reconocimiento de la Universidad de Vic, antes señalado, lleva implícitas las aportaciones de su primer rector, Ricard Torrents, y de Jacint Codina, exalcalde de la ciudad, desgraciadamente traspasado recientemente. Justamente de este último siempre quedarán en los anales de la historia de Vic el papel trascendental que tuvo para conseguir el reconocimiento de la nueva Universidad, su espíritu ligado al municipalismo, avalado por los proyectos más emblemáticos de la ciudad, y sobre todo su bondad y la dedicación incansable a la ciudad. Para él, un recuerdo perdurable y el agradecimiento más profundo.

También quiero recordar que la Fundación Universitaria Balmes (FUBalmes) es el órgano titular de la UVic-UCC, regida por un patronato presidido por la alcaldesa de la ciudad, Anna Erra. La FUBalmes es una fundación de régimen y gestión privados, en lo que se refiere al funcionamiento orgánico. Este régimen civil de funcionamiento es compatible y coherente con su vocación de servicio público. De hecho, tiene su condición legal de fundación del sector público.

La Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña se consolida como un modelo de prestigio dentro del sistema universitario catalán por su modelo de gobernanza, por el trato personalizado que ofrece a los estudiantes y por la calidad de las enseñanzas impartida por sus docentes.

La UVic-UCC ha conseguido un hito muy importante este curso en el que se cumplen 25 años desde que la cámara legislativa catalana la reconoció oficialmente: ha aparecido por primera vez en el prestigioso *World University Ranking* de *Times Higher Education (THE)*, entidad que audita el rendimiento de las universidades a nivel mundial. La UVic-UCC figura en él por primera vez y se sitúa en la franja de posición 401-

500, de un total de 1.662 universidades públicas y privadas de todo el mundo. Es reconocida entre las 52 universidades españolas representadas, entre las que ocupa la sexta posición en el ámbito estatal y la cuarta en el ámbito catalán. Todo ello gracias al papel relevante de las autoridades académicas y de todo el profesorado, puesto que su esfuerzo y dedicación son la clave del éxito conseguido.

Europa está llena de ciudades pequeñas con gran tradición universitaria. Sólo pondré algunos ejemplos que yo personalmente conozco: Coimbra, en Portugal; Siena y Pisa, en Italia; Heidelberg, en Alemania; Maastricht, en los Países Bajos; Lovaina, en Bélgica; y Cambridge o Middlesbrough (Teesside University), en el Reino Unido. Vic habría podido ocupar un lugar similar en Cataluña si su trayectoria no hubiera sido interrumpida, a principios del siglo XVIII (con la abolición por parte de Felipe V, en 1717, de la Universidad literaria). Y, a pesar de todo, gracias a su Universidad, en la actualidad la ciudad de Vic tiene un lugar de excepción en el mundo del conocimiento y ocupa el cuarto puesto en el ranking mencionado.

Después de este relato, que he intentado sintetizar, me gustaría hacer énfasis en uno de los elementos trascendentales de nuestra universidad, ponerlo en valor y, a la vez, hacer una transposición a una de las características más notorias que adornan al nuevo doctor Luis Bassat Coen, hoy honrado y reconocido como tal, por su aportación a la sociedad.

Me refiero al concepto de «creatividad», en el que, como es público y notorio, Luis Bassat ha dejado huella en todos sus ámbitos de trabajo.

Pues bien, esta creatividad es también uno de los pilares básicos que distingue a nuestra universidad. En este sentido, me gustaría poner énfasis en la Facultad de Medicina, que sigue un modelo docente que traspasa la ortodoxia y aplica una nueva didáctica a través de técnicas y medios adecuados a los tiempos actuales.

Pongo el acento final, tal y como antes he señalado, en el hecho de que hoy nuestra Universidad incorpora a una persona ilustre, avanzada en la innovación de múltiples proyectos en cierto modo coincidentes con los planes de estudio diseñados por la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña.

Y como epílogo, quiero acabar con dos frases. La primera, del Premio Nobel de Medicina y Fisiología del año 1906, Don Santiago Ramón y Cajal, que creo muy acertada en el mundo universitario: «Los golpes de los maestros no hieren, siempre modelan o esculpen».

Y, para la segunda, me sirvo de las palabras del psicólogo suizo Jean Piaget, padre de la epistemología, que en su teoría del desarrollo cognitivo y de la inteligencia humana, dice: “El objetivo de la educación es crear personas que puedan hacer cosas nuevas, en lugar de repetir las que han hecho otras generaciones”.

Estoy convencido de que Luis Bassat y la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña remamos en la misma dirección.

¡Muchas gracias!

PARLAMENTO DEL RECTOR

Dr. Josep Eladi Baños

Rector Magnífico de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña

Conceder este doctorado *honoris causa* al Sr. Luis Bassat es una satisfacción muy grande para nuestra universidad, por su relevancia en el ámbito de la comunicación, la publicidad y el marketing, por su actividad de mecenazgo y de promoción de la cultura y el arte y por la su capacidad de emprendimiento, su profundidad intelectual y su sensibilidad social.

I

Como la mía es la última de las intervenciones de este solemne acto, poco puedo añadir sobre el nuevo doctor que no se haya destacado todavía. Aún así, me complace poner de relieve que Luis Bassat es una autoridad dentro del mundo del marketing y de la comunicación y que será una importante incorporación a nuestra Universidad. Se han mencionado sus responsabilidades en la empresa Bassat, Ogilvy & Mather, pero pocas de las personas presentes saben que hace algunas décadas participé en cursos para farmacéuticos que organizó dicha empresa. No quiero insistir en la trayectoria empresarial del nuevo doctor, que ha sido considerada ampliamente. En cambio, quiero recordar algunas de sus actividades en las relaciones con el mundo universitario que justifican aún más el reconocimiento que le ofrecemos hoy.

Luis Bassat ha tenido una notable relación con las universidades, tal y como podrían confirmar algunos de los asistentes a este acto. Ha sido profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad Ramon Llull y la Universidad Europea de Madrid. En esta última recibió un doctorado *honoris causa* como el que la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña le otorga hoy. También quiero recordar su presidencia del Consejo Asesor de la Universidad Europea de Madrid, su presencia como miembro del Consejo Europeo de la Universidad Ben-Gurion del Negev y del Consejo Social de la Thunderbird School

of Global Management de Arizona y su nombramiento como gobernador asociado de la Hebrew University de Jerusalén. Además, ha impartido conferencias en numerosas universidades de todo el mundo. Por lo tanto, será un orgullo tener a un doctor con esta extensa relación con la academia en nuestro claustro.

También quisiera destacar de manera relevante su proyección internacional, inherente a un profesional de su categoría. Y lo hago porque la UVic-UCC tiene una importante vocación de proyectarse en el mundo al tiempo que se mantiene arraigada en el territorio que le es cercano y al que da servicio. Luis Bassat contribuyó en gran medida a dar a conocer y a promover el reconocimiento de Barcelona internacionalmente, y, por extensión, también de Cataluña, tras la legendaria ceremonia de inauguración de los Juegos Olímpicos de Barcelona. Sólo recordaré las cifras: tres horas de retransmisión y 1.500 millones de espectadores. Un efecto mediático que nos ayudó a tener una proyección mundial que hasta entonces no habíamos tenido nunca y que disparó lo que podríamos llamar la “marca Barcelona” hasta extremos impensables para muchos de nosotros.

Finalmente, también quisiera destacar su sensibilidad social y cultural. La contribución a mejorar la situación de miles de personas desvalidas y el hecho de ser uno de los mecenas artísticos más importantes del país también son factores que contribuyen a justificar el doctorado que hoy le otorgamos. La mayor parte de las personas presentes conoce la importancia que la UVic-UCC da a ambos aspectos, que son elementos indispensables en nuestra actividad diaria.

Y es por todo lo que acabo de mencionar, y por muchos otros aspectos de la trayectoria profesional y vital de Luis Bassat, que desde la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña creemos que es más que merecedor de nuestro máximo reconocimiento y que ha sido, es y será un buen modelo para el alumnado de todos los estudios que esta institución imparte en los ámbitos de la comunicación, el marketing o el diseño, pero también para los del resto de disciplinas académicas.

La entrega de un doctorado *honoris causa* es un reconocimiento universitario a los méritos de la persona a la que se otorga. Pero a la vez también significa que la universidad adopta como suyos los valores y

el ejemplo profesional de la persona homenajeada. Así pues, con este acto la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña asume los valores y el ejemplo profesional del doctor Luis Bassat como propios y como un modelo para la comunidad de estudiantes, profesorado y profesionales de administración y servicios.

2

Doctor Luis Bassat, sepa usted que, con este nombramiento de doctor *honoris causa*, desde hoy la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña también es su universidad. Usted formará parte de nuestra comunidad y así lo acoge el Claustro de Doctores y Doctores, para que sus conocimientos, su ejemplo y su lección profesional y de vida reverberen entre nuestros estudiantes, nuestro profesorado y nuestros profesionales de administración y servicios.

Este es el sentido del acto de hoy: de reconocimiento y de admiración por una trayectoria profesional plena y admirable; y de acogida entre nosotros de un referente del mundo de la publicidad con unos méritos bien glosados en este acto que van mucho más allá de su ámbito de especialización principal.

3

Permítame explicarle, Dr. Bassat, que la medalla que le hemos impuesto, que identifica a nuestros doctores de honor, es obra del escultor Emili Armengol y se inspira en la letra A de un alfabeto de orfebrería carolingia que se encuentra en la sala del tesoro del monasterio de Conques, en Occitania, y que rememora los orígenes de los estudios superiores en Europa con los scriptórium y las escuelas catedralicias, primero, y los estudios generales, después.

Se trata de una A sin travesaño con un sol en lo alto que simboliza los conocimientos que crecen y confluyen hacia el vértice del saber y que, desde allí, como un sol naciente, iluminan las inteligencias humanas.

En estos actos de gran solemnidad nuestras doctoras y doctores se engalanan con una medalla en forma de círculo con el lema *Scientiae patriaeque impendere vitam*, es decir: «Dedicar la vida al servicio de la ciencia y la comunidad». Este lema sintetiza perfectamente la misión

que esta Universidad se ha impuesto: servir al saber y al país y que la docencia, la investigación y la transferencia de conocimiento aporten al territorio.



La medalla de doctor *honoris causa*



La medalla de doctor de la UVic-UCC

Este círculo es el mismo que representa el sol en la parte superior de la medalla del doctor *honoris causa*, que irradia hacia el conjunto de la sociedad en forma de conocimientos, de investigación y de innovación. La medalla de nuestros doctores simboliza la unidad del saber y los empuja y los compromete a transmitirlo a la sociedad. Asimismo, es un eslabón que los une al colectivo de iguales que trabajan e investigan en todo el mundo para el conjunto de la humanidad. Me permito recordar que originalmente el término *universitas* describía la comunidad o gremio de profesores y estudiantes que se dedicaban a aprender juntos. Bienvenido, pues, a nuestra comunidad, de la que podemos trazar los orígenes en Vic hace más de mil años.

4

Quiero concluir mi intervención agradeciendo al Dr. Santiago Jordán la magnífica y detallada *laudatio* que ha hecho del Dr. Luis Bassat. Y al Dr. Josep Burgaya, el apadrinamiento que ha ofrecido al nuevo doctor *honoris causa* de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña. Al artista Josep Ricart y Rial quiero agradecerle la cesión de la imagen que hemos utilizado en todas las publicaciones y que quedará como emblema del doctorado *honoris causa* del Dr. Luis Bassat. Y también quiero agradecer al Claustro de Doctoras y Doctores el gesto solemne y amable de acompañamiento y de acogida que han tenido con el nuevo doctor de honor de nuestra Universidad.

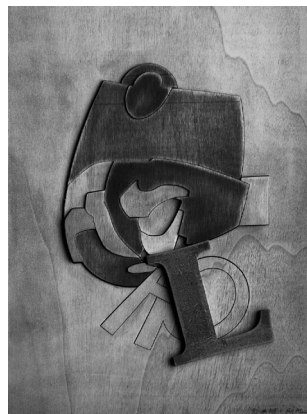
También necesito expresar mi agradecimiento a todas las personas de los servicios que, de una manera u otra, siempre con una profesionalidad incuestionable, han colaborado en el desarrollo de este acto.

Muchas gracias a todas ya todos, miembros de la Junta de Rectorado, del Consejo de Dirección de la Universidad, de los patronatos de la Fundación Universitaria Balmes, de la Fundación Universitaria del Bages, de la Fundación de Estudios Superiores en Ciencias de la Salud y de la Fundación Privada Elisava Escuela Universitaria; profesoras y profesores, profesionales de administración y servicios, estudiantes, familiares y amigos por la asistencia a este solemne acto académico.

Bienvenido, doctor Luis Bassat Coen, en la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña. Está en su casa.

LA LETRA CAPITAL DEL DOCTOR *HONORIS CAUSA*

El emblema que ilustra y personaliza la ceremonia de investidura del Sr. Luis Bassat como doctor *honoris causa* por la Universidad de Vic - Universidad de Central de Cataluña, obra del artista Josep Ricart, tiene como motivo principal una L, letra capital del nombre del homenajeado, y una figura humana con unas poderosas manos que juegan con un abecedario. Destacan las letras alfa y omega, la primera y la última del alfabeto griego, que simbolizan el comienzo y el final de todas las cosas.



JOSEP RICART Y RIAL (1946)

Licenciado en escultura por la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Escultor y pintor, ha realizado numerosas exposiciones, sobre todo en Vic y Barcelona, pero también en los Países Bajos, Bélgica, Tokio, en la Feria de Arte Contemporáneo Art Miami, el Museo Laboratorio di Arte Contemporanea - Sapienza Università di Roma y el Centro de Estudios Catalanes de la Sorbonne Université, en París.

Ha sido profesor de escultura en la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Vic desde sus inicios.

Como dice el poeta y traductor Miquel Desclot, «a Josep Ricart le ha gustado siempre responder creativamente a los numerosos estímulos que le provocan otras creaciones artísticas, ya sean pictóricas, escultóricas, arquitectónicas, literarias o incluso musicales».



Universitat de Vic
Universitat Central de Catalunya

Carrer de la Sagrada Família, 7
08500 Vic. Barcelona
Tel. 93 886 12 22
Fax 93 889 10 63
www.uvic.cat