

Les operacions de premsa

Martí Perarnau

Director de la Divisió d'Operacions de premsa del COOB'92



El "Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport" publica treballs amb l'objectiu de facilitar el debat científic. La inclusió d'aquest text no limita una futura publicació per part de l'autor, que conserva la totalitat dels seus drets. Queda terminantment prohibida la reproducció, total o parcial, d'aquesta publicació sense el consentiment previ del seu autor.

Aquest text és la transcripció de la intervenció del Sr. Martí Perarnau en el Curs Universitari sobre Olimpisme que va organitzar el Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB) el mes de febrer de 1992.

Ref. WP002

Per fer referència a aquest document, podeu utilitzar la següent referència:

Perarnau, Martí (1992): Les operacions de premsa [article en línia]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB.
[Consultat: dd/mm/yy] <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp002_cat.pdf>

[Data de publicació: 1992]

Per situar bé l'assumpte que tractaré voldria abans de tot deixar clar un principi: els Jocs Olímpics serien ben poca cosa sense els mitjans de comunicació. O com a mínim, la seva dimensió seria ben diferent de la que coneixem.

De fet, els Jocs existeixen des de fa gairebé un segle, però el seu autèntic ressò popular és modern. La seva universalitat d'esperit ha existit des de sempre, però l'extensió del seu missatge és molt més recent i ha estat possible gràcies al vehicle de la comunicació. Fins i tot podríem apuntar que la progressió ha estat geomètrica en la dècada dels 80, coincidint amb l'autèntic boom del periodisme olímpic.

Però de la mateixa manera que els Jocs serien ben poca cosa sense els mitjans de comunicació, aquests (els diaris, les agències, les ràdios, les televisions, els fotògrafs, els periodistes...) viuen el seu gran moment durant l'esdeveniment olímpic. Els Jocs també són els Jocs Olímpics del periodisme, la fita més esperada, on s'aboquen tots els mitjans i cadascun amb tots els seus recursos. On la comunicació local, nacional i global arriba a la seva expressió màxima.

Per fer-nos una idea de la dimensió periodística dels Jocs cal valorar algunes xifres. Per exemple, la Copa d'Europa de Futbol reuneix 600 periodistes. El partit de les estrelles de bàsquet de la NBA convoca 800 periodistes i 70 cadenes de televisió. La reunió entre James Baker i Tarek Aziz a Ginebra poc abans que esclatés la guerra del Golf va reunir un miler de periodistes. I la cimera Bush-Gorbachov a Malta, dos mil. El Mundial de Futbol van arribar a 3.500.

Als Jocs de Barcelona'92 acreditarem 13.000 periodistes i 8.000 empleats del COOB'92 els donaran suport. És a dir, quantitats que multipliquen per quatre, cinc, sis i fins i tot deu els altres grans esdeveniments periodístics. I no només cal fixar-nos en la quantitat total, sinó també que hi haurà 135 cadenes de ràdio i televisió; o 1.450 diaris i agències diferents; o periodistes de 150 països. Podem dir, doncs, que els Jocs del 92 significaran la màxima cimera dels mitjans de comunicació mundial. Seran els Jocs de la comunicació.

Perquè aquest gran moment del periodisme pugui donar el rendiment desitjat pels mitjans, el Comitè Organitzador dels Jocs ha de preparar amb cura tot allò que necessitaran els periodistes. No n'hi ha prou que vinguin. Cal per sobre de tot que puguin treballar a gust. I com que això és molt més fàcil de dir que de fer, els comitès organitzadors dels Jocs Olímpics han creat des de fa molts anys un departament que s'anomena *Press Operations*, Operacions de Premsa. A los Ángeles va ocupar una vice-presidència; a Seül, una direcció general; i a Barcelona, una divisió.

Operacions de Premsa significa, essencialment, planificar, coordinar i gestionar tot allò que la premsa necessita per a dur a terme els seus treballs durant els Jocs. Això significa posar a l'abast dels periodistes els equipaments tècnics i professionals i també els serveis que calen per a garantir que podran informar de la manera més adient i segura. Inclou activitats com el disseny, la distribució i gestió d'espais; la selecció d'equips; la coordinació amb la Ràdio Televisió Olímpica, organisme productor del senyal internacional de televisió; la selecció i formació del personal que desplegarem a cada seu; i l'atenció de la premsa durant els Jocs.

Cada comitè organitzador, però, atorga a aquesta feina un caire lleugerament diferent. Al COOB'92, el seu conseller delegat, en Josep Miquel Abad, va prendre una decisió que el temps ha demostrat que era encertada; constituir dos departaments diferents i separats, l'un perquè s'ocupés del que ja he definit com a Operacions de Premsa, i l'altre per a mantenir les relacions informatives amb la premsa durant els anys previs a la celebració dels Jocs.

El responsable del departament de Premsa, Pedro Palacios, treballa com a cap de premsa del COOB i suporta, per tant, tota la tensió informativa del Comitè en el dia a dia. La dedicació especialitzada de Pedro Palacios en el dia a dia em permet centrar-me amb tota l'energia en la direcció operativa de premsa dels Jocs. La distribució de papers ha estat, per tant, la més adient.

Per a arribar on es troba ara el projecte d'Operacions de Premsa, ha calgut desenvolupar una tasca feixuga, però summament facilitada per la utilització d'un PERT, segons el qual vàrem dissenyar el camí crític de totes les activitats necessàries per a realitzar aquest projecte, d'acord amb la seva durada.

Per a disposar d'aquest pla director de premsa, van caldre cinc mesos. El primer mes va ser utilitzat per estudiar l'escassa documentació existent en realitat, les memòries dels Jocs de Munic, Montreal, Moscou, Los Angeles i Calgary, analitzar el potencial operatiu del COOB i fixar, en un avantprojecte, els objectius i la proposta d'estructura.

L'objectiu que vaig assenyalar era i és molt senzill d'explicar: oferir a la premsa mundial les millors condicions de treball de la història dels Jocs Olímpics. Per a aconseguir aquest objectiu, calia assolir diverses fites transcendents, segons el que es deia al document que vaig lliurar al conseller delegat del COOB:

1. Assegurar-nos la utilització dels palaus firals necessaris per a instal·lar-hi el Centre Principal de Premsa.
2. Imposar la idea d'instal·lar un centre de premsa ben equipat a cada seu de competició, trencant el model de Los Angeles i de la mateixa candidatura barcelonina.
3. Aconseguir que la tecnologia dels Jocs sigui la més avançada possible, però sobretot la més fiable.
4. Limitar, per primer cop, l'acreditació dels mitjans de comunicació, assenyalant un "humerus clausus" prudent que permeti la difusió màxima però eviti l'anomenat "turisme mediàtic".
5. Construir una vila de premsa per a allotjar la major part dels mitjans de comunicació.

Tres anys després, els cinc objectius s'han complert. Val a dir que els meus col·laboradors i jo ja dúiem l'experiència d'uns quants Jocs Olímpics, però l'estada a Seül com a observadors atents de l'organització va ser molt profitosa. Amb tot el que vàrem aprendre, vàrem dedicar els darrers mesos de l'any 1988 a confeccionar la planificació definitiva. El desembre d'aquell any, el conseller delegat i el nou director general del COOB, Josep M. Vilà, varen anunciar oficialment la creació de la Divisió d'Operacions de Premsa. El PERT dissenyat constava de set projectes:

- 1) El del Centre Principal de Premsa. Serà el cor de la premsa durant els Jocs. El lloc on es poden trobar, a qualsevol hora del dia, els millors periodistes mundials. Serà el centre de premsa més gran que mai ha existit, no tan sols en la història olímpica, sinó en la història del periodisme, ja que supera els 50.000 metres quadrats. La sala d'entrevistes té capacitat per a 1.200 persones. La sala de treball permet la feina simultània de 600 periodistes, amb 300 telèfons i un centenar de faxes a la seva disposició. 150 diaris i agències tenen previst instal·lar-hi els seus despatxos i oficines pròpies i alguns d'ells han decidit acabar tot el diari en aquest centre i enviar-lo via satèl·lit fins a la seva rotativa.
- 2) Precisament el segon projecte fa referència a aquesta monstruosa reserva d'espais particulars. És el projecte que anomenem *Booking*, un projecte de gestió operativa que inclou la reserva de més de quatre mil telèfons diferents en una cinquantena de seus.
- 3) El tercer projecte s'anomena Centre de Serveis Comuns i correspon al disseny i la gestió d'aquells serveis bàsics (alimentació, banc, correus, farmàcia, botigues, etc.) que instal·larem a la plaça de l'Univers del recinte firal i que permetrà a tots els mitjans, premsa, ràdio i televisió, utilitzar aquests serveis.
- 4) El quart projecte és el de centres de premsa. Instal·larem un Centre a cadascuna de les 42 instal·lacions de competició dels Jocs més a les dues viles de premsa, la Vila Olímpica dels esportistes i l'hotel on el Comitè Olímpic Internacional tindrà les seves reunions. És a dir, un total de 47 centres. Cadascun equival, en petit, al Centre Principal de Premsa, tot i que cal dir que, per exemple, el de l'estadi de Montjuïc té una cabuda a la tribuna per a 1.850 periodistes, 450 comentaristes de ràdio i televisió i 400 fotògrafs, amb una sala de treball per a 400 periodistes simultàniament. Val a dir que només a la tribuna caldrà instal·lar 400 telèfons particulars. En total, hem reservat 11.500 seients per a la premsa, que, si els poséssim al costat de l'altre, ocuparien sis quilòmetres de llargada.

Hem dissenyat també un pupitre especial no utilitzat mai abans, que permetrà que el periodista pugui fer tota la seva feina sense moure's del seu lloc. És un moble de mesures molt àmplies, per a dues persones, amb monitor de televisió, endolls elèctrics, endolls telefònics i de transmissió de dades. El monitor rebrà com a mitjana 16 senyals diferents per cable, provinents de 16 esports diferents, a més dels diversos canals de resultats. El periodista rebrà també, amb una rapidesa que ja hem comprovat en competicions reals, els resultats en paper fotocopiats, les declaracions dels guanyadors, les estadístiques més rellevants i els historials de les figures. En algun cas, com a l'estadi, a més podrà veure en el seu monitor les declaracions del guanyador de cada final durant la roda de premsa oficial. És a dir, aquest lloc de premsa permetrà a un periodista transmetre pràcticament en temps real - com si fos una ràdio o una televisió - el que succeeix, el que diuen els campions, descriure l'entorn ambiental i fins i tot observar i escriure el que es desenvolupa en altres esports. Per tant, fer millors cròniques i, sobretot, respectar els horaris de tancament.

- 5) Complementari de tots els altres projectes, vàrem crear també el projecte de Fotografia, ja que les seves característiques tècniques ho aconsellaven. Fotografia s'ha encarregat de preveure totes les posicions dels fotògrafs a cada instal·lació. Ara ja sabem on es col·locaran, fins i tot la filera de la graderia, amb quin angle podran fotografia, de quina llum disposaran. S'ha organitzat un servei de recollida de rodets que és gairebé com posar en marxa una empresa d'alt nivell de missatgeria, ja que cal pensar que els fotògrafs imprimiran com a mínim els 110.000 rodets que els regalarem. S'han comprat les embarcacions necessàries per a fotografiar la competició de vela i, sobretot, s'ha signat un contracte amb Kodak de caràcter tècnic que fins i tot preveu el gruix màxim que poden tenir les partícules de pols que poden entrar en el laboratori central, preparat per a revelar més de 6 milions de diapositives.

Segurament serà a l'apartat fotogràfic, que podrem veure més innovacions tecnològiques durant els Jocs. Ja és sabut que els laboratoris foscos han desaparegut en els diaris moderns i que s'ha imposat la transmissió directa des dels mateixos estadis de les fotografies en color. Però la transmissió encara triga un quart d'hora i el 92 ja veurem força fotògrafs equipats amb antenes parabòliques i aparells que digitalitzen les fotos i les transmeten en temps real per satèl·lit.

- 6) El projecte d'informació té una gran complexitat. Ha definit les 667 rodes de premsa oficials que hauran de realitzar amb els guanyadors de les competicions i els idiomes els quals es traduirà. Per primer cop en uns jocs olímpics, totes les rodes de premsa dels campions es faran amb interpretació simultània i utilitzarem 160 intèrprets per dur-les a terme.

Hem definit també la redacció que necessitem per a obtenir declaracions instantànies dels guanyadors (el que anomenem *flash interviews*), les estadístiques, les notícies que sorgeixen al voltant de les competicions. I creieu-me que és una redacció gegant formada per 180 periodistes o estudiants, que hauran de redactar més de 4.000 notícies que s'imprimiran en uns 15 milions de folis. Els mitjans, a més, podran consultar tota aquesta i altra informació en 1.000 ordinadors distribuïts per les instal·lacions o seleccionar en uns altres 300 aparells el resultat que desitgen rebre i fotocopiar-lo.

També hem iniciat una tasca de formigues: la recerca de les biografies, els historials esportius de tots els participants. Compteu que hi haurà 10.000 participants. El nivell d'uns 4.000 serà discret i en aquest cas ens limitarem a les dades bàsiques. Però dels altres 6.000, caldrà buscar-ho tot. I és obvi que la biografia del Carl Lewis és molt fàcil de trobar, però les que més interessaran durant els Jocs seran les dels esportistes que guanyin de forma inesperada i aquestes seran les que difícilment s'hauran obtingut. A més, aquest procés de recerca, ha calgut iniciar-lo ja per raons de fiabilitat i és sabut que ara no es coneix qui participarà en els Jocs. És a dir, que afrontem el repte de trobar milers i milers d'historials d'esportistes.

- 7) Per acabar, el projecte de Serveis, l'únic dels set que no gestionem directament, perquè ja ho fan altres divisions del COOB, sota la direcció general d'Operacions de Pedro Fontana. Però ha calgut fixar tots els processos i necessitats de transport, allotjament, alimentació i acreditació de la premsa. Ho hem fet així durant dos anys i ara els diversos projectes ja estan engegats i nosaltres

els supervisem.

La premsa gaudirà d'un servei exclusiu de transport, compost per 216 autobusos que uniran les dues viles amb el Centre Principal de Premsa, i aquest, amb totes les instal·lacions de competició.

He esmentat ja que hi haurà dues viles de premsa: una a la Vall d'Hebron i l'altra a Montigalà, amb una cabuda total de més de 7.000 persones; la resta s'allotjaran en hotels.

Pel que fa a l'acreditació, hem lluitat pel rigor i fins ara hem vençut en aquesta qüestió. Finalment acreditarem 4.500 periodistes i fotògrafs i 6.850 membres de les ràdios i televisions, a més de gairebé dues mil persones de suport.

Quedarà molt poc per a l'hora de la veritat i per a comprovar si la planificació feta, tota la preparació i els manuals operatius dissenyats ens permeten assolir l'objectiu marcat d'oferir a la premsa mundial les millors condicions de treball de la història.

Naturalment, tot això no serà possible sense un factor essencial que serà la clau de l'èxit: el factor humà. Per a dur a terme tot això no només calen 31 directors de premsa, sinó un total de 2.500 persones directament lligades a la Divisió d'Operacions de Premsa del COOB i 5.500 d'altres divisions i empreses que ens donen suport. Si els ajudem a aplicar bé el que hem planificat aconseguirem triomfar.