

Las Operaciones de prensa

Martí Perarnau

Director de la División de Operaciones de Prensa del COOB'92



El Centro de Estudios Olímpicos y del Deporte publica trabajos en elaboración con el objetivo de facilitar su discusión científica. Su inclusión en esta colección no limita su posterior publicación por parte del autor, que conserva la integridad de sus derechos. Este trabajo no puede ser reproducido, ni íntegro ni parcialmente, sin el permiso del autor.

Este texto es la transcripción de la intervención del Sr. Martín Perarnau en el Curso Universitario sobre Olimpismo que organizó el Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB) el mes de febrero de 1992.

Ref. WP002

Para referenciar este documento, podéis utilizar la siguiente referencia:

Perarnau, Martí (1992): Las operaciones de prensa [artículo en línea]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB.
[Consultado el: dd/mm/yy] <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp002_spa.pdf>

[Fecha de publicación: 1992]

Para situar bien el tema que trataré querría, en primer lugar, dejar claro un principio: los Juegos Olímpicos serían poca cosa sin los medios de comunicación, o, como mínimo, su dimensión sería muy diferente de la que conocemos.

De hecho, los Juegos existen desde hace casi un siglo. Si bien su extensión popular es más moderna y su universalidad de espíritu ha existido desde siempre, la extensión de su mensaje es mucho más reciente y ha sido posible gracias al vehículo de la comunicación. Incluso podríamos apuntar que la progresión ha sido geométrica en la década de los ochenta, coincidiendo con el auténtico boom del periodismo olímpico.

De la misma manera que los Juegos serían poca cosa sin los medios de comunicación, estos (los diarios, las agencias, las radios, las televisiones, los fotógrafos, los periodistas...) viven su gran momento durante el acontecimiento olímpico. Los Juegos también son los Juegos Olímpicos del Periodismo, el acontecimiento más esperado, donde se vuelcan todos los medios de comunicación y cada uno con sus propios medios. Es donde la comunicación local, nacional y global llegan a su máxima expresión.

Para hacernos una idea de la dimensión periodística de los Juegos, es preciso valorar algunas cifras. Por ejemplo, la Copa de Europa de Fútbol reúne 600 periodistas. Los partidos de las estrellas de básquet de la NBA convocan 800 periodistas y 70 cadenas de televisión. La reunión entre James Baker y Tarek Aziz en Ginebra, poco antes de que explotase la guerra del Golfo, reunió un millar de periodistas. Y la cima de Bush-Gorbachov en Malta, dos mil. En los Mundiales de Fútbol llegaron a 3.500.

En los Juegos de Barcelona acreditaremos 13.000 periodistas y 8.000 empleados del COOB'92 les darán apoyo. Es decir, son cantidades que se multiplican por cuatro, cinco, seis e incluso por diez en comparación con otros grandes acontecimientos periodísticos. Y no sólo basta con fijarnos en esta cantidad, también acudirán 135 cadenas de radio y televisión y 1.450 diarios o agencias diferentes, todo ello con periodistas de 150 países. Podemos afirmar, que los Juegos del 92 suponen la máxima cumbre de los medios de comunicación mundial. Serán los Juegos de la Comunicación.

Para que este gran momento del periodismo pueda dar el rendimiento deseado por los medios, el Comité Organizador de los Juegos ha de preparar con detenimiento todo aquello que necesitarán los periodistas. No es suficiente sólo con que vengan. Es preciso, que, sobretodo, puedan trabajar a gusto. Y como esto es más fácil decirlo que hacerlo, los comités organizadores de los Juegos Olímpicos han creado, desde hace muchos años, un departamento que se denomina *Press Operation*, Operaciones de Prensa. En Seúl se constituyó como dirección general y en Barcelona como división.

Operaciones de Prensa significa, esencialmente, planificar, coordinar y gestionar todo aquello que la prensa necesita para realizar sus trabajos durante los Juegos. Esto significa poner al alcance de los periodistas los equipamientos técnicos y profesionales y también los servicios que sean precisos para garantizar que puedan informar de la manera más acertada y segura. Incluye actividades como diseño, distribución y gestión de espacios, selección de equipamientos, coordinación con la Radio Televisión

Olimpica, organismo productor de la señal internacional de televisión, selección y formación del personal que desplegarán a cada sede y atención de la prensa durante los Juegos.

Aún así, cada comité organizador otorga a esta tarea un cariz ligeramente diferente. En el COOB'92, su Consejero Delegado, Josep Miquel Abad, tomó una decisión que el tiempo ha demostrado que era acertada: constituir dos departamentos diferentes y separados, uno para dedicarse a lo que hemos definido como Operaciones de Prensa y el otro para mantener las relaciones informativas con la prensa durante los años previos a la celebración de los Juegos.

El responsable del departamento de Prensa, Pedro Palacios, trabaja como jefe de prensa del COOB y soporta, por tanto, toda la tensión informativa del Comité en el día a día. La dedicación especializada de Pedro Palacios en el día a día, me permite a mí centrarme con toda la energía en la dirección operativa de prensa de los Juegos. La distribución de papeles ha sido, por tanto, la más acertada.

Para llegar donde se encuentra actualmente el proyecto de Operaciones de Prensa, ha sido preciso desarrollar una tarea agotadora, pero sumamente facilitada por la utilización de un PERT, según el cual, diseñamos el camino crítico de todas las actividades necesarias para realizar este proyecto, en función de su madurez.

Para disponer de este Plan Director de prensa fueron precisos cinco meses. El primer mes fue utilizado para estudiar la escasa documentación existente -en realidad las memorias de los Juegos de Munich, Montreal, Moscú, Los Ángeles y Calgary-, analizar el potencial operativo del COOB y fijar, en calidad de anteproyecto, los objetivos y la propuesta de estructura.

El objetivo que ya señalamos era y es muy sencillo de explicar: ofrecer a la prensa mundial las mejores condiciones de trabajo de la historia de los Juegos Olímpicos. Para conseguir este objetivo precisamos realizar diversos hechos trascendentales, según decía el documento que entregué al Consejero Delegado del COOB:

1. Asegurarnos la utilización de los palacios feriales necesarios para instalar el Centro Principal de Prensa.
2. Imponer la idea de instalar un Centro de Prensa bien equipado en cada sede de competición, rompiendo el modelo de Los Ángeles y de la propia candidatura barcelonesa.
3. Conseguir que la tecnología de los Juegos sea la más avanzada posible, pero sobre todo la más fiable.
4. Limitar, por primera vez, la acreditación de los medios de comunicación, señalando unos "numerus clausus" prudentes que permitan la máxima difusión pero que eviten el denominado "turismo mediático".
5. Construir una Villa de Prensa para alojar a la mayor parte de los medios de comunicación.

Tres años después, los cinco objetivos se encuentran cumplidos. Vale la pena señalar que mis colaboradores y yo ya teníamos la experiencia de unos cuantos Juegos Olímpicos, la estancia en Seúl como observadores atentos de la organización fue muy provechosa. Con todo lo que aprendimos allí,

dedicamos los últimos meses de 1988 a confeccionar la planificación definitiva. En diciembre de aquel año, el Consejero Delegado y el nuevo director general del COOB, Josep M. Vilà, anunciaron oficialmente la creación de la División de Operaciones de Prensa. El PERT diseñado se componía de siete proyectos:

- 1) El del Centro Principal de Prensa. Será el corazón de la prensa durante los Juegos. El lugar donde se puede encontrar, a cualquier hora del día, los mejores periodistas del mundo. Será el Centro de Prensa más grande que jamás haya existido, no tan sólo en la historia olímpica, también en la historia del periodismo, ya que superarán los 50.000 metros cuadrados. La sala de entrevistas tiene capacidad para 1.200 personas. La sala de trabajo permite el trabajo simultáneo de 600 periodistas, con 300 teléfonos y un centenar de faxes a su disposición, 150 diarios y agencias tienen previsto instalar sus despachos y oficinas propias y algunos de ellos han decidido acabar todo el diario en este Centro y enviarlo por satélite hasta sus rotativas.
- 2) Precisamente el segundo proyecto hace referencia a esta monstruosa reserva de espacios particulares. Es el proyecto que hemos denominado de *Booking*, un proyecto de gestión operativa que incluye la reserva de más de cuatro mil teléfonos diferentes en una cincuentena de sedes distintas.
- 3) El tercer proyecto se denomina Centro de Servicios Comunes y es el diseño y gestión de aquellos servicios básicos (alimentación, bancos, correo, farmacia, tiendas, etc.) que instalaremos en la Plaza del Universo del recinto ferial y que permitirá a todos los medios, prensa, radio y televisión utilizar estos servicios.
- 4) El cuarto proyecto es el de los Centros de Prensa. Instalaremos un Centro en cada una de las 42 instalaciones de competición de los Juegos más las dos Villas de Prensa, la Villa Olímpica de los deportistas y el hotel donde el Comité Olímpico Internacional realizará sus reuniones. Es decir, un total de 47 Centros. Cada uno es un Centro Principal de Prensa en pequeño, aún así hemos de indicar que, por ejemplo, el del Estadio de Montjuïc tiene una capacidad, en tribuna, de 1.850 periodistas, 450 comentaristas de radio y televisión y 400 fotógrafos, con una sala de trabajo para 400 periodistas simultáneamente. Sólo un dato, en la tribuna será preciso instalar 400 teléfonos particulares. En total hemos reservado 11.500 asientos para la prensa, que si los pusiésemos uno al lado del otro ocuparían seis kilómetros de largo.

Hemos diseñado también un pupitre especial, no utilizado hasta ahora, y que permitirá que el periodista pueda realizar todo su trabajo sin moverse de su sitio. Es un mueble de medidas muy amplias, para dos personas, con monitor de televisión, enchufes eléctricos, enchufes telefónicos y de transmisión de datos. El monitor recibirá, como promedio, 16 señales diferentes por cable, provenientes de 16 deportes diferentes, además de los diversos canales de resultados. El periodista recibirá también con suma rapidez, que ya hemos comprobado en competiciones reales, los resultados en papel fotocopiado, las declaraciones de los ganadores, las estadísticas más relevantes y el historial de las figuras. En algún caso, como en el Estadio, además podrá ver en su monitor -ver y escuchar- las declaraciones del ganador de cada final durante la rueda de

prensa oficial. Es decir, este lugar de prensa permitirá a un periodista transmitir prácticamente un tiempo real -como si fuese una radio o televisión- lo que está sucediendo, lo que dicen los campeones, describir el entorno ambiental e incluso observar y escribir lo que acontece en otros deportes. Por tanto, hacer mejores crónicas y sobretodo respetar los horarios de cierre.

- 5) Complementariamente al resto de proyectos, creamos el proyecto de Fotografía, ya que sus características técnicas así lo aconsejaban. Fotografía se ha encargado de prever todas las posiciones de los fotógrafos en cada instalación. Ahora ya sabemos donde se colocarán, incluso en qué fila de la gradería, con qué ángulo podrán fotografiar y de qué luz dispondrán. Se ha organizado un servicio de recogida de carretes que es como poner en marcha una empresa de alto nivel de mensajería, ya que hay que pensar que los fotógrafos imprimirán como mínimo los 110.000 carretes que les regalamos. Se han comprado las embarcaciones necesarias para fotografiar la competición de vela, y sobretodo, se ha firmado un contrato con Kodak, de un talante tan técnico, que incluso se contempla el grueso máximo que pueden tener las partículas de polvo que pueden entrar en el laboratorio central, previsto para revelar más de 6 millones de diapositivas.

Seguramente será en el apartado fotográfico donde podremos ver más innovaciones tecnológicas durante los Juegos. Ya es sabido que los laboratorios oscuros han desaparecido en los diarios modernos y que se ha impuesto la transición directa, desde los propios estadios de las fotografías en color; aún así, la transmisión todavía tarda un cuarto de hora. En el 92 ya veremos bastantes fotógrafos equipados con antenas parabólicas y aparatos que digitalizan las fotos y las transmiten a tiempo real por satélite.

- 6) El proyecto de Información tiene una gran complejidad. Ha definido las 667 ruedas de prensa oficiales que tendremos que realizar con los ganadores de las competiciones y los idiomas a los que se traducirá. Por primera vez en unos Juegos Olímpicos, todas las ruedas de prensa de los campeones se realizarán con interpretación simultánea y utilizaremos 160 intérpretes para poderlas realizar.

Hemos definido también la redacción que necesitamos para obtener declaraciones instantáneas de los ganadores (lo que llamamos *Flash Interviews*), las estadísticas, las noticias que surgen alrededor de las competiciones. Y, créanme, es una redacción gigante formada por 180 periodistas o estudiantes, que deberán redactar más de 4.000 noticias que se imprimirán en unos 15 millones de folios. Los medios, además, podrán consultar toda esta información en 1.000 ordenadores distribuidos por las instalaciones o seleccionar en otros 300 ingenios el resultado que desean recibir o fotocopiarlo.

También hemos iniciado una tarea de hormigas: la investigación de las biografías, los historiales deportivos de todos los participantes. Cuenten que habrán 10.000 participantes. El nivel de unos 4.000 será discreto y en este caso nos limitaremos a los datos básicos. Pero para los 6.000 restantes se tendrá que buscar todo. Y es obvio que la biografía de Carl Lewis es muy fácil de encontrar, pero las que más interesan durante los Juegos serán la de los deportistas que ganen

de forma inesperada y éstas son las difíciles de conseguir. Este proceso de búsqueda ha sido preciso iniciarlo ya por razones de fiabilidad y es sabido que ahora no se conoce quién participará en los Juegos. Es decir, que afrontamos el reto de encontrar miles y miles de historiales deportivos.

- 7) Por último, el proyecto de Servicios, el único de los siete que no gestionamos directamente, sino que lo hacen otras divisiones del COOB bajo la Dirección General de Operaciones de Pedro Fontana. Aún así, ha sido preciso fijar todos los procesos y requerimientos de transporte, alojamiento, alimentación y acreditación de la prensa. Lo hemos hecho así durante dos años y ahora los diversos proyectos ya están en marcha y nosotros lo supervisamos.

La prensa disfrutará de un servicio exclusivo de transporte, compuesto por 216 autobuses que unirán las dos Villas con el Centro Principal de Prensa y éste con todas las instalaciones de competición.-

Habrán dos Villas de Prensa: una en la Vall d'Hebron y otra en Montigalà, con una cabida total de más de 7.000 personas, mientras el resto se alojará en hoteles.

En cuanto a la acreditación, hemos luchado por el rigor y hasta ahora hemos vencido en esta cuestión. Finalmente, acreditaremos 4.500 periodistas y fotógrafos y 6.850 miembros de las radios y televisiones, más casi dos mil personas de apoyo.

Quedará muy poco para la hora de la verdad y para comprobar si la planificación, toda la preparación y los manuales operativos diseñados nos permiten conseguir el objetivo marcado de ofrecer a la prensa mundial las mejores condiciones de trabajo de la historia. Naturalmente, todo esto no será posible sin un factor esencial que será la clave del éxito: el factor humano. Para llevar a cabo todo esto no sólo se necesitan 31 Directores de Prensa, sino un total de 2.500 personas directamente ligadas a la División de Operaciones de Prensa del COOB'92 y otras 5.500 de otras divisiones y empresas dándonos apoyo. Si les ayudamos a aplicar bien lo que hemos planificado conseguiremos triunfar.