



LA CONTRAPORTADA de VALENTÍ PUIG

La premsa i els caps de premsa

“Hi ha algun cap de premsa tan majestàtic que ni tan sols torna la trucada que li fas i cada vegada et diuen que ‘és en una reunió’. No hauran passat els cent dies abans que sapiguem com és la política informativa del nou inquilinat de la Moncloa.”

Sovint trobes caps de premsa d’institucions públiques que han pres el seu ofici com si fos qüestió d’arruixar periodistes a fi que no torbin la tasca dels polítics. Fins i tot hi ha algun cap de premsa tan majestàtic que ni tan sols torna la trucada que li fas i cada vegada et diuen que “és en una reunió”. Suposo que l’anglofília no em cega si recordo que l’oficina de premsa del número deu de Downing Street té per costum respondre com pugui totes les preguntes. No hauran passat els cent dies abans que sapiguem com és la política informativa del nou inquilinat de la Moncloa.

Els caps de premsa de la Casa Blanca arriben a ser pura llegenda. Per exemple, Pierre Salinger, Kennedy fins al dia del judici final. M’agradava molt Marlin Fitzwater, encara que reconec que té cara de carnisser de Chicago. Fitzwater, com tot bon cap de premsa, ni enganyava ni perdia el sentit de l’humor, amb un toc de bonhomia de Kansas. Ara tothom n’ha parlat bé, quan publica un llibre de memòries, tota una dècada amb presidents i la premsa. Té un punt de murri, capaç d’anunciar amb serenitat l’inici de la guerra d’alliberació de Kuwait o de celebrar amb un somriure els gols que li marcaven les primeres espases del cos de premsa de la Casa Blanca.

En casos semblants, una paraula de més pot equivaldre a un suïcidi. Paul Gigot –del *Wall Street Journal*– ha dit que si li fessin dir quin és el treball més perillós de Washington diria que és fer de secretari de premsa de la Casa Blanca: consisteix a servir a la vegada dos senyors, el president i la premsa, i els dos senyors mesuren i qualifiquen la feina del cap de premsa des de criteris notòriament contraposats perquè el president pretén que només surtin notícies que l’afavoreixen i la premsa vol que li siguin confirmades de seguida les notícies pitjors. Des

d’aquesta perspectiva, Fitzwater és el secretari de premsa avui més ben valorat des que Salinger actuava a la Casa Blanca, als anys de la cort de Camelot.

Per Fitzwater, la prova de foc haurà estat treballar per a dos presidents tan distints com Reagan i Bush: primer, el populista conservador, després el patrici partidari de l’*understatement*. Segons les biografies de Bush, sa mare criticava els fills si a la conversa pretenien demostrar amb excés que eren intel·ligents: són coses que un patrici no fa. En el cas de George Bush, Fitzwater recorda una mala interpretació periodística que va donar la volta al món. L’aleshores president va entrar a un supermercat i va fer una exclamació de sorpresa quan va veure funcionar l’escàner que controla els preus dels productes a caixa. Això era a la campanya electoral de 1992 i alguns periodistes que no havien vist l’escena *in situ* ho agafaren pel cantó que més crema: Bush era un home tan desconegut de la realitat quotidiana del seu país que no havia vist mai funcionar aquells escàners.

Però la realitat era ben distinta: Bush simplement havia expressat, gairebé per cortesia, l’admiració per un fet de la nova tecnologia. D’això en diem estereotips i els periodistes hauríem de fer un cert *mea culpa* per la disponibilitat que demostrem a l’hora d’adjudicar-ne als polítics si creiem que seran convincents per al públic lector. Com que tothom donava per fet que Bush no coneixia molts aspectes de la vida quotidiana de la gent, arribaven a la conclusió que mai no havia entrat a un supermercat. Aquí els polítics ho solucionen aprenent-se el preu del bitllet de metro o del quilo de cigrons.