

## OLIMPIADAS, COMERCIO Y TELEVISION INVERSIONES Y ESTRATEGIAS

FRANCISCO TREMONTI

Todas las Olimpiadas de la época moderna han tratado de superar a las anteriores en asistencia, vistosidad y records olímpicos. Seúl no ha sido una excepción. La tecnología se ha superado a sí misma en estos juegos, las inversiones se han multiplicado y las ganancias también. En Seúl se han aceptado como ordinario, tres deportes más que en los Angeles (1984), llegándose al record de participación con 161 países y más de 9.264 atletas, que han competido por medallas en 26 deportes diferentes, además de contar con tres deportes de exhibición: Baseball, Judo Femenino y Taekwondo. Junto a esto, se contaba con más de un cuarto de millón de visitantes extranjeros, mediante paquetes especiales de turismo, que dejaron unos 500 millones de dólares en el país. La audiencia estimada para presenciar las competencias se calculó en unos tres mil millones de personas.

Otro de los records que han batido las Olimpiadas de Seúl ha sido la danza de millones de dólares, girando alrededor de los derechos de transmisión para televisión. Solamente para Norteamérica, la CBS pagó 350.000 dólares para efectuar la retransmisión de los juegos en Roma, 1960. La cadena ABC pagó en México, 1968, la cantidad de 4,5 millones de dólares. La misma ABC pagó en 1972, en Munich, 7,5 millones de dólares y en 1976, en Montreal, 25 millones. La NBC compró los derechos para la Olimpiada de Moscú, 1980, en 87 millones. Nuevamente la ABC pagó 225 millones de dólares por la transmisión de las competencias de Los Angeles, 1984. En Seúl se sobrepasaron los 300 millones. Algo parecido sucede con los Juegos de Invierno, cuyos precios varían dependiendo del país sede y el horario ordinario que estos países mantengan, ya que este último factor influye en los horarios de "tiempo preferencial" de las transmisiones en vivo para los países destinatarios. De esta manera, la ABC pagó 309 millones de dólares por la transmisión de los Juegos de Invierno de Calgary (Canadá) y pagará solamente 243 millones por los Juegos en Albertville (Francia), en 1992.

También la nueva tecnología ha estado presente en Seúl. Se emplearon cámaras CCD de circuito cerrado para los efectos de cámara lenta y congelamiento de imagen, así como se hizo un uso extensivo de la Skycam, una cámara que se puede elevar a 200 metros de altura y tiene cuatro horas de autonomía de vuelo. Del mismo modo, se facilitaron instalaciones electrónicas para la medición del tiempo transcurrido y la distancia re-

corrida para competencia como el Marathon, mientras las cámaras de "alta definición", especialmente diseñadas por la firma japonesa NHK, tomaron los principales eventos deportivos.

Es indudable que para celebrar u organizar unos Juegos Olímpicos, en cualquier nación, se necesita en primer lugar una actitud positiva del pueblo y gobierno como país, junto a una correcta vitalidad y visión empresarial, que haga de los Juegos un riesgo compartido, para bien o para mal, de todos sus socios. Así fue el caso de Korea.

## SEUL 1988: KBS/SORTO

En Korea, la responsabilidad principal sobre cobertura, transmisión y organización, recayó sobre la cadena nacional de televisión Korean Broadcasting Service (KBS), quien a su vez puso en marcha una organización -SORTO- destinada a dirigir todo lo referente a Medios de Comunicación en las Olimpíadas. La KBS fue ayudada por la otra cadena comercial existente en el país, Munwha Broadcasting Company (MBC), quien actuó como soporte coyuntural y técnico de la cadena oficial. Bajo la dirección del presidente de la KBS, Chung Koo-hou, ambas cadenas ensamblaron la más grande operación de transmisión de televisión jamás montada para un solo evento. El director ejecutivo de SORTO señaló que en estas olimpíadas se ha usado al menos un 20% más de equipo que el instalado en Los Angeles hace cuatro años. Así mismo, señaló con orgullo que aproximadamente el 45% de todo este equipo fue manufacturado en la propia Korea del Sur. La lista incluye grabadores de audio, amplificadores de distribución de video, generadores de caracteres y grabadores de video-cassette.

Abriendo un paréntesis sobre esta materia, debemos considerar, aunque sea de manera general, las inversiones que se han tenido que efectuar para lograr este éxito olímpico. En primer lugar, el Gobierno Koreano inició la operación invirtiendo unos 1.400 millones de dólares, que correspondieron a obras civiles, prensa e infraestructura de Radio y Televisión.

Inversores privados pusieron algo más de 800 millones de dólares, principalmente en las áreas de hostelería, manufactura y distribución de artículos diversos (souvenirs, etc.),



comercio y servicio en general. El COI y el Comité Olímpico Surcoreano también aportaron unos 960 millones, que se dedicaron preferentemente a la infraestructura y servicios dentro del área deportiva. Esta inversión total de 3.100 millones de dólares fue otro record coreano en las Olimpiadas de Seúl. Para no faltar a la verdad, también hay que decir que las ganancias de este singular evento deportivo se situaron en 270 millones de dólares, 35 millones más que lo logrado en las comercializadas Olimpiadas de Los Angeles. El Instituto Estatal Surcoreano de Desarrollo calcula que el producto social del país subirá después de las Olimpiadas en un 0,4%. Estos juegos, además, han logrado la creación de 334.000 nuevos puestos de trabajo, que se espera sean estables. Solamente el Comité Olímpico Nacional Surcoreano espera recaudar unos 1.230 millones de dólares por su participación en los derechos de transmisión de Radio y Televisión, junto a su magro porcentaje de la comercialización de productos olímpicos. El COI, por su parte, también saldrá ganando en las Olimpiadas, a base de su participación en los derechos de Radio y Televisión y un programa de mercadeo puesto en marcha por la International Sports-Culture and Leisure Marketing (ISL), en Lucerna, Suiza. El 51% de las acciones de esta empresa los posee la marca internacional de productos deportivos "Adidas", y el resto lo mantiene la multinacional japonesa de la publicidad "Dentsu". A esta empresa se le han concedido los principales derechos de comercialización de las Olimpiadas, incluyendo el anagrama de los aros olímpicos.

## DERECHOS DE TRANSMISION COBRADOS EN SEUL 1988

Total hasta Febrero 1988 millones		\$	403,2	
OIRT	Europa del Este-16 países	\$	3,0	millones
NBC	USA (+ porcentaje sobre \$ 200 mil)	\$	303,0	millones
NHK	Japón	\$	52,0	millones
EBU	Europa Occidental	\$	28,0	millones
TEN		\$	7,1	millones
HK/ATV		\$	0,9	millones
OTI	Latinoamérica	\$	2,92	millones
ASIA Pac. B.U.	Australia y afines	\$	1,5	millones
CBC	Canadá	\$	3,6	millones
Puerto Rico		\$	0,38	millones
URTNA	Africa	\$	0,17	millones
CARIB. BU		\$	0,13	millones
FIJI		\$	0,04	millones
ESTADOS ARABES	Filipinas, Taiwan	\$	1,5	millones

Fuente: Joseph Roicen - WBN Mayo 1988

El esfuerzo tecnológico de la organización coreana SORTO ha sido muy grande. En primer lugar, la instalación del Centro de Prensa (MPC), que estuvo funcionando en el e-

edificio de cuatro pisos del Centro de Exposiciones de Korea. En la primera planta se acomodó una sala abierta de redacción, donde fueron colocadas más de un millar de máquinas de escribir, con teclados en los más diversos idiomas, desde el inglés hasta el Árabe, Chino y Noruego. Entre otros servicios contaron con varias instalaciones para faximil, telex y teléfonos. En otra sección del mismo centro las principales Agencias de Noticias y Periódicos del mundo dispusieron de salas especiales, donde pudieron instalar sus propios equipos de recepción y transmisión. Este hormiguero de periodistas y fotógrafos contó también con servicios especiales de monitoreo y telecomunicaciones por computadora, laboratorios fotográficos, reparación y renta de equipos, aparte de restaurante, cafetería, banco, bares. En el mismo edificio estuvo funcionando, además, el Centro de Información, que ofreció los resultados de cada una de las competencias cinco minutos después de haberse realizado, la mitad del tiempo empleado en las anteriores olimpiadas de Los Angeles. Esto último se pudo lograr gracias a la implementación de 35 subcentros de prensa y televisión desde el propio lugar en que sucedieron.

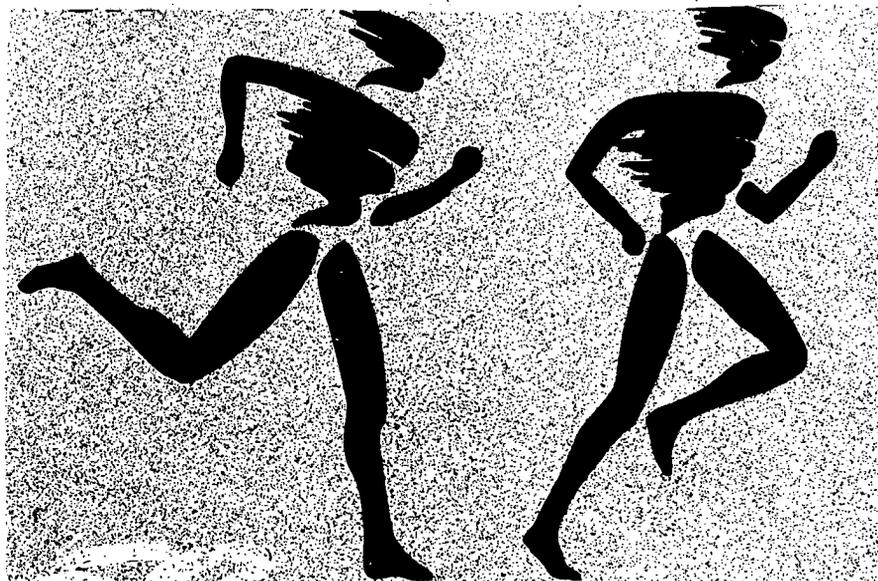
Cercano a la sede central de la KBS comenzó a funcionar desde el pasado mes de Septiembre el International Broadcast Center (IBC), es decir, el centro nervioso de todas las transmisiones de Radio y Televisión para el mundo entero. Este Centro fue instalado en un edificio de nueve pisos, construido expresamente para este fin por la cadena de televisión coreana. Allí se albergan todos los Estudios y Salas de Edición que alimentaron la señal olímpica a todas las estaciones de radio y televisión comprometidas con el evento deportivo. Desde allí se enviaron 25 señales diferentes de satélite, 12 para la región del Océano Indico y 13 para la del Pacífico.

Según fuentes de la KBS/SORTO se han empleado unas 229 cámaras de video, 49 cámaras más que en Los Angeles, incluyendo un uso extensivo de la Skycam y cámaras montadas sobre helicópteros. Tres camiones Super O B de trece metros de largo y cuatro de alto llevaron equipo de captación de imágenes y retransmisión comparable a cualquier televisora en tierra. Además, para las carreras largas como el Marathon, se incorporaron dos nuevas unidades móviles, operadas por baterías y libres de contaminación, con cámaras de 360 grados de giro. Así mismo, los estudios de la KBS utilizaron más de 72 videograbadores de una pulgada, casi todos Ampex CPR-6 equipados con Corrección de Base de Tiempo, 82 grabadores de tres cuartos de pulgada (U-Matic), infinidad de maquinaria auxiliar, completando el servicio un gran stock de cámaras y editores BETACAM, de media pulgada. La televisora coreana también destacó unos 50 grabadores de videocassette Panasonic M-II para uso de la NBC norteamericana, así como el equipo auxiliar necesario. Todo este material fue manejado por unos 1.500 profesionales coreanos entre camarógrafos, directores, editores y técnicos. La organización SORTO estuvo encargada de producir la Señal Internacional de Televisión (ITS) exigida por la Carta Olímpica, que incluyó las repeticiones en cámara lenta, el cronometraje y el sonido de fondo, pero no los comentarios. La señal tenía que ser producida en la forma más objetiva posible, sin limitarse a los atletas de uno o varios países, cubriendo las competencias con la imparcialidad que exige una audiencia internacional. Posteriormente, las diversas televisoras mundiales editaban el material recibido, conforme a los intereses de cada región, cubriendo las imágenes con los comentarios necesarios. Los funcionarios de la SORTO precisaron por su parte que, fuera de la atención debida al vencedor de cada competencia, se interesaban en cada atleta participante. Este es el espíritu universal de las Olimpiadas también en la producción de Radio y Televisión.

## CADENA NORTEAMERICANA NBC

También en esta ocasión, Jarobin Gilbert, Vicepresidente de Operaciones de la NBC, fue el encargado por el Cadena para dirigir las negociaciones con el fin de ganar los derechos de retransmisión para EE.UU. de las Olimpiadas de Seúl. Las reuniones informales por el comité surcoreano comenzaron hace siete años en Baden Baden, Alemania Federal. Desde entonces hasta que la NBC ganó los derechos exclusivos de retransmisión por 302 millones de dólares, en Octubre de 1985, Gilbert tuvo más de una docena de reuniones con el Comité Organizador de las Olimpiadas y alrededor de catorce viajes a Seúl. El resultado fueron 179,5 horas de transmisión y resúmenes, algo que dejó satisfechas a ambas partes negociadoras.

Nativo de Harlem, J. Gilbert se describe a sí mismo como un deportista del montón, que practicó boxeo, jugó basketball y remó. Experto en idiomas e internacionalista, con grados en Harvard y Columbia, habla francés, alemán, japonés y español, además del inglés, y en los últimos años ha estado incursionando en el coreano. A él se debe también la obtención de los derechos por parte de la NBC para las Olimpiadas de Moscú, 1980, un logro que se vino al suelo posteriormente cuando Estados Unidos decidió boicotear esas competencias en represalia por la invasión soviética a Afganistán. "No estábamos en condiciones de hacer algo para influir en las decisiones del Gobierno", afirmó Gilbert a modo de justificación cuando, en otras difíciles negociaciones, le correspondió intervenir para obtener la reducción de la penalidad por el contrato firmado, que se tasó finalmente en 34 millones de dólares. En aquel momento, la NBC tenía un seguro que cubría el 90% de lo pagado al COI. Sin embargo, el traslado e instalación de material y per-



sonal, hacia y desde Moscú, hizo subir su pérdida a unos 20 millones de dólares.

Para acomodar su centro de operaciones de recepción y transmisión la NBC alquiló un piso completo del International Broadcast Center en Seúl. Según Charlie Jablonski, Director de Ingeniería en las Olimpiadas por parte de la NBC, la operación montada por la Cadena en el IBC será la tercera instalación más grande de la NBC, después de New York y Burbank (California) en los Estados Unidos. El contrato de diseño de las instalaciones técnicas fue otorgado a la firma inglesa Dynamic Technology Ltd, por 7 millones de dólares. Además del diseño se exigió a la DTL la condición de aceptar equipo enviado por la NBC, prefabricar el sistema completo en su fábrica de Londres, montarlo y probarlo antes de su embarque a Seúl, además de encargarse de todos los detalles de embarque y aduanas, así como su completa instalación en Korea. Las instalaciones comprenden dos grandes estudios, dos salas de control, cuatro salas grandes de edición, más once salas pequeñas de edición, instalaciones para gráficos y una amplia área central técnica. El sistema acepta 26 entradas de señal de la KBS, más las 21 entradas propias de la NBC, ví-a amplificadores de video de control remoto y sincronizadores de cuadro, controlados todos por un sistema UTEC Graham-Pattén. Las dos salas de control de estudio son idénticas. Cada una contiene una consola de video especialmente fabricada por la 3M, en base a la Grass Valley 300-3A. Este tipo de consola tiene el increíble número de 214.144 puntos de cruce, conteniendo en su interior unas 600 millas de cableado. Tiene acceso a 8 canales asignables de efectos digitales Grass Valley Kaleidoscope y 36 canales de audio, en una instalación Solid State Logic 6000, así como una terminal de gráficos Quantel Cypher. Esta moderna instalación de video tiene capacidad para recibir 56 fuentes remotas de señal simultáneamente. Cada sala de control puede albergar a 20 técnicos, conteniendo una pared con más de 100 monitores a color. Según Jablonski, en estas olimpiadas va a haber algunas "inauguraciones" para la NBC, como serán los primeros juegos en ser transmitidos completamente en sonido estéreo, de acuerdo al compromiso de la Cadena en la producción de video con múltiples canales de audio. Va a ser ésta la primera vez que se utilice "en vivo" una consola digital de video. Un conjunto de más de 25 instalaciones de gráficos—Quantel, Wavefront y Abekas— fueron usadas en Seúl para la creación de efectos especiales, mientras 110 cámaras de todos los tipos captaron los principales eventos en que participaron atletas norteamericanos, completando así la cobertura original de la KBS. La operación técnica de la NBC supuso el almacenamiento de más de 7.500 cintas, para ser usadas en unos 98 grabadores de video, la mayoría de ellos, grabadores Panasonic M-II, y el resto grabadores de carrete abierto tipo C. Para cumplir con las exigencias de su transmisión, la NBC destacó en Seúl a más de 1.200 personas, entre comentaristas, técnicos y personal auxiliar.

Todo este esfuerzo tiene que tener una compensación en ingresos adicionales para la Cadena, porque si no... no sería negocio. Es cierto que las televisoras pagan grandes precios por los derechos de transmisión, pero también exigen precios de primera categoría a sus clientes por sus espacios publicitarios. La NBC espera alcanzar la cifra de 550 millones de dólares de ingresos brutos, provenientes exclusivamente de sus anunciantes olímpicos. Cada comercial de 30 segundos, transmitido en tiempo preferencial, costó al cliente unos 330.000 dólares, es decir, unos \$ 11.000 por segundo. Para finales de mayo de este año la NBC anunció que tenía vendido ya más del 80% del total de su tiempo comercial disponible. Negocio es negocio.

## TRANSMISIONES POR TELEVISIÓN EN VENEZUELA

Es indudable que las Olimpiadas fueron los eventos protagónicos de la televisión venezolana, del 17 de septiembre al 2 de octubre. Además de presentar en vivo la apertura y el cierre de los juegos, las cinco principales televisoras del país ofrecieron al público largos horarios de transmisión olímpica. Algunos de los canales de televisión comenzaban sus olimpiadas, los sábados y domingos, a las 6.00 a.m., manteniéndose en antena casi toda la mañana. Por la tarde, horarios especiales de 2:00 a 5:00 y de 7:00 a 9:00 p.m., y por la noche a partir de las 10:00 p.m. hasta la 1:00 de la madrugada, transmitieron preferentemente en vivo. Esto último estaba conformado por la diferencia de 14 horas entre Caracas y Seúl. Los días ordinarios no se quedaban muy atrás, ya que Venevisión, por poner un ejemplo, abría su información olímpica de 7:30 a 9:00 de la mañana, continuaba de 4:00 a 6:00 de la tarde y comenzaba de nuevo a las 10:00 p.m. hasta la 1:00 de la madrugada, solamente interrumpidos por el noticiero estelar. Los espacios intermedios durante el día estaban también perforados por "flashes" y "minutos olímpicos". Cabe destacar que para llenar tanto tiempo de transmisión se recurrió a la mala práctica —solamente para el espectador— de incontables repeticiones y grabaciones de videotape, lo que hacía que los juegos fueran a veces un poco pesados para el televidente, que prefería ver más bien competencia y eventos deportivos nuevos. Otra cosa que lamentar fueron los equipos de comentaristas destacados en cada canal. Según su propia autopromoción previa a las olimpiadas, cada planta contaba con el mejor grupo de comentaristas y especialistas del país en materia de deporte, extensamente preparados para las competencias de Seúl. La verdad es, en nuestra opinión, que salvo honrosas excepciones, los comentaristas de estas transmisiones no dieron la talla. O bien narraban lo que ya se estaba viendo, lo cual no era necesario, o bien aturdíán con una serie de comentarios al margen, que no tenían nada que ver con las imágenes en pantalla, o ambas cosas. Esto último sin contar con las peleas de los propios comentaristas entre sí ante el micrófono. Hubiera sido preferible un discreto silencio. Solamente, quizás, el grupo preparado por RCTV se acercó más a lo que debe ser el respeto a la inteligencia del espectador, aportando comentarios ajustados al deporte, en concreto, presentado en cada ocasión.

Hablando de dinero, la transmisión de las Olimpiadas no fue un mal negocio. La danza de los juegos comenzó para las televisoras desde la pre-venta de espacios comerciales, a finales del año pasado. Ambos canales —RCTV, canal 2 y Venevisión, canal 4— presentaron paquetes similares de publicidad, que consistían en dos comerciales de 30 segundos, más presentación y despedida y tres inserts para cada transmisión, por un valor de 850.000 bolívares cada uno. A esto se unieron tres micros estelares sobre las olimpiadas al día, con compra rotativa y exclusividad en los tres horarios de transmisión, que costaron al cliente 300.000 bolívares cada 30 segundos. Si la compra del espacio se sucedía unos días antes de las competencias habría que añadir un 40% más al precio de pre-venta. No hay que olvidar tampoco los incontables "flashes" deportivos durante el día, así como tampoco los programas adicionales previos a los juegos, que tuvieron una estrecha relación comercial con las Olimpiadas. RCTV, por ejemplo, presentó un programa deportivo, denominado "Olimpiadas", que se transmitió de 5:00 a 6:00 de la tarde, a partir del 22 de agosto hasta el 17 de septiembre. El paquete comercial, pre-venta, para este programa constaba de cuatro comerciales de 30 segundos, sin exclusividad, con un precio de 120.000 bolívares. En conjunto, se esperaba que las dos plantas televisoras

ingresaran esos días más de 24 millones de bolívares adicionales cada una, además de su facturación normal de unos 50 millones cada quince días.

Ya desde el comienzo de los juegos surgió un impasse entre las diversas televisoras que transmitían las Olimpiadas. Tanto RCTV-canal 2, como Venevisión-canal 4, denunciaron públicamente en prensa y televisión la supuesta ilegalidad de las transmisiones olímpicas de Televen-canal 10. Denominaron a estas transmisiones como "filibusterismo y piratería de señal de satélite", ya que la Organización de Televisión Iberoamericana (OTI) había comprado en exclusividad los Derechos Internacionales de las Olimpiadas para Latinoamérica. Estos derechos fueron distribuidos en Venezuela a los tres únicos miembros de la OTI, es decir, RCTV, Venevisión y Venezolana de Televisión-canal 8. Esta última actuó de intermediario para que el canal 10 consiguiera también su pedazo de torta de las Olimpiadas. Televen, una vez conseguido un recurso de amparo, dictado por el Juzgado de Primera Instancia en lo Civil y Mercantil de la Circunscripción del Distrito Federal y Estado Miranda, contestó formalmente a sus acusadores, afirmando que sus transmisiones eran perfectamente legales. Había llegado a un acuerdo con Venezolana de Televisión-canal 8 para la transmisión de la mitad del material olímpico que dicha televisora había contratado con Bandeirantes, de Brasil. Por ello, Televen pagó al canal 8, de contado, la cantidad de 214.500 bolívares, cifra que correspondía al 50% de la factura que el canal venezolano mantenía con la televisora brasilera. Al haber contraído una serie de deberes con sus anunciantes y público en general, el canal 10 no podía interrumpir sus transmisiones de las Olimpiadas. A todo esto, sería bueno hacer notar que también Omnivisión-canal 12 transmitió resúmenes y eventos completos de las competencias sin ser miembro de la OTI y, sin embargo, nadie dijo absolutamente nada. Aquí se ve más claramente que lo que se traían entre manos anteriormente no era sino una simple lucha de intereses económicos, ya que Omnivisión, por ser un canal cerrado y asequible solamente a sus subscriptores, no transmite publicidad, por lo que no era competencia. Sin embargo, si solamente la OTI tenía los derechos exclusivos para Latinoamérica, y por tanto para Venezuela, quisiéramos que nos explicaran por qué Venevisión, por ejemplo, transmitió las Olimpiadas de manera adicional, usando en Venezuela el canal de la NBC, así como el por qué Venezolana de Televisión pudo contratar los servicios de la Televisión Brasileña. Como decimos en nuestro país, esto es una especie de arroz con mango que nadie entiende, donde sólo priva el negocio comercial.

## ESPAÑA 1992

Las marcas sin precedentes en cuanto a atletas participantes en la Olimpiada de Seúl y el número de eventos celebrados probablemente se superen dentro de cuatro años en Barcelona, España. En efecto, tradicionalmente los deportes que en los juegos anteriores han sido presentados como de exhibición, pasan a la categoría de medalla en los siguientes. Esto último acarrearía el posible aumento de un 10% en el número de participantes en las competencias, lo que supone problemas logísticos que comienzan a escaparse de todo control. El mismo Comité Olímpico Internacional está preocupado por esta situación y ha anunciado ya un estudio para contemplar la conveniencia de reducir el número de deportes en las próximas olimpiadas, incluyendo la desaparición de las competencias de exhibición. Las últimas declaraciones del Presidente del COI aparecidas en la prensa señalan la posible disminución o supresión total de un deporte tan po-

pular como el boxeo, dada la conducta parcial y antideportiva que mostraron los jueces de dicha competencia el Seúl.

Por otro lado, los organizadores de la Olimpiada de Barcelona esperan generar hasta seiscientos millones de dólares en ingresos por derechos de televisión, lo que superaría en casi doscientos millones la cifra sin precedentes alcanzada en Seúl.

Por otro lado, los organizadores de la Olimpiada de Barcelona esperan generar hasta seiscientos millones de dólares en ingresos por derecho de televisión, lo que superaría en casi doscientos millones la cifra sin precedentes alcanzada en Seúl. De esta cantidad, unos 400 millones serían aportados por alguna de las grandes cadenas norteamericanas de televisión, ABC, NBC o CBS. También se espera que la EBU, organización que distribuye la señal de televisión entre los países europeos occidentales, pueda pagar ese año unos 100 millones de dólares, ya que los Juegos serán televisados en horas pico en Europa. El resto saldría de consorcios que llevan las competencias a otros países. A pesar de todo, falta mucho que discutir y negociar en todos estos asuntos, sin contar con que las circunstancias pueden cambiar completamente el panorama de aquí a cuatro años. Esperemos.

### **COMPETICIONES DEPORTIVAS INTERNACIONALES**

- JUEGOS OLIMPICOS, "OLIMPIADAS", DE VERANO E INVIERNO.
- JUEGOS MUNDIALES UNIVERSITARIOS, "UNIVERSIADAS". DE VERANO E INVIERNO.
- CAMPEONATOS MUNDIALES.
- JUEGOS DE LA COMMONWEALTH.
- JUEGOS PANAMERICANOS.
- JUEGOS AFRICANOS.
- JUEGOS DEL MEDITERRANEO.
- JUEGOS ASIATICOS.
- JUEGOS BALCANICOS.
- JUEGOS CENTROAMERICANOS Y DEL CARIBE
- JUEGOS DEL CARIBE.
- CAMPEONATOS CONTINENTALES.
- ESPARTAKIADAS.
- COPAS DEL MUNDO.
- COPAS CONTINENTALES.
- ENCUENTROS INTERNACIONALES