

*El proveedor digital de televisión DirecTV obtuvo, para seis países latinoamericanos, incluyendo Venezuela, los derechos exclusivos de transmisión de los Mundiales de Fútbol de 2002 y 2006, poniendo fin a la era en la que la señal del evento deportivo más seguido del planeta llegaba a los hogares sin costo alguno. La euforia y las expectativas de grandes ganancias que tenían los grupos comunicacionales que compraron los derechos a la FIFA, han declinado en los últimos meses al toparse con la realidad de los bajos ingresos recaudados por la reventa de la señal y los problemas financieros de los consorcios mediáticos dueños del marketing. Este panorama hace prever un escenario donde los ingresos por contratos televisivos irán cada vez más hacia la baja*

■ **Elsa Pilato**

A propósito del Mundial 2002

# La TV le pone precio al balón

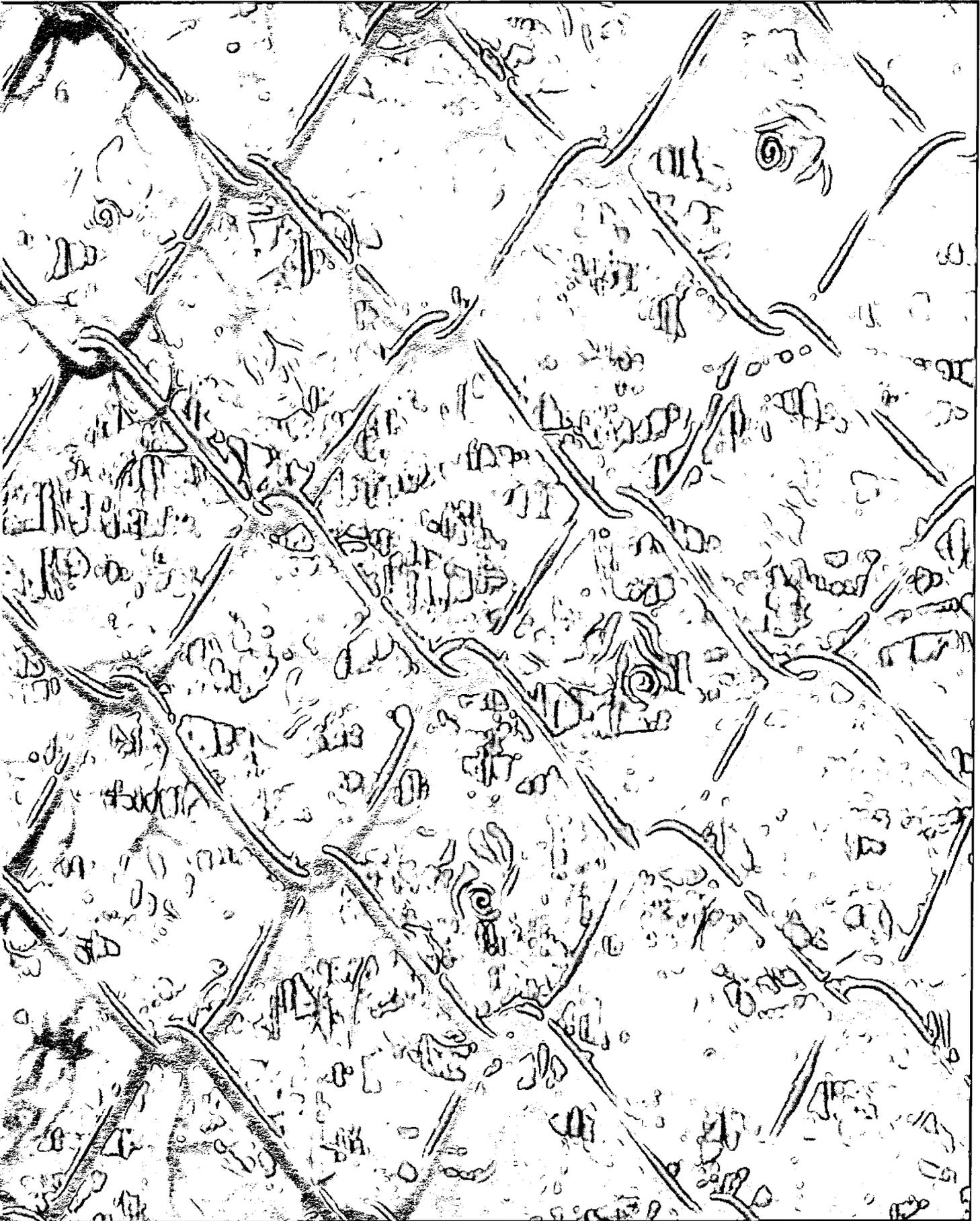
**C**uando comience la Copa Mundial de Fútbol Japón/Corea 2002, que se jugará del 31 de mayo al 30 de junio, a los aficionados latinoamericanos no les bastará con trasnocharse o madrugar para seguir los partidos en directo, tendrán que pagar si quieren verlos.

Además de las novedades concernientes a la competencia y a la organización -por primera vez la Copa se juega en Asia y la organizan dos países conjuntamente- la TV también impuso las suyas, acabando con las emisiones abiertas y gratuitas: el proveedor de televisión digital DirecTV Inc. obtuvo, en el año 2000, por 400 millones de dólares los derechos de transmisión en exclusividad para seis países de América Latina de la edición 2002 y también del Mundial 2006.

Esto significa que la compañía, a través de DirecTV Latin America, posee los derechos exclusivos de transmisión por radio y televisión de circuito cerrado en Argentina, Chile, Colombia, México, Uruguay y Venezuela, así como la potestad de negociar la reventa de esos derechos a estaciones radiales y televisivas de señal abierta, transacciones que no resultaron tan jugosas pues hasta ahora, a poco del pitazo inicial, no han recaudado las ganancias estimadas por la empresa.

La irrupción de DirecTV en los Mundiales dejó atrás los tiempos cuando la OTI (Organización de Televisión Iberoamericana) vendía los derechos de transmisión a los canales públicos.

Únicamente a través del sistema, previa suscripción, se podrá seguir en directo los 64 partidos del Mundial, pero el acuerdo establece que DirecTV, en sus negociaciones para revender los derechos, debe ofrecer a los canales abiertos la transmisión de hasta 32 partidos, incluidos el juego inaugural, los encuentros



Galería de papel / Decadencia. Lanier Diaz (Cuba)

de semifinales y la final. Con este mandato la FIFA dijo preservar los derechos de los televidentes en todo el mundo.

*“El secretario general de la organización, Michel Zen-Ruffine (...) dijo que el encuentro de apertura en Seúl, dos encuentros de semifinales, el partido por el tercer puesto y la final en Yokohama (Japón) serán transmitidos gratuitamente. Asimismo, lo serán los partidos correspondientes a las distintas selecciones en sus respectivos países (...) 'Ha habido alguna confusión sobre los partidos que se podían vender a canales por suscripción o de televisión por satélite', dijo. 'Pero no se trata de eso. Queremos que la serie final del Mundial pueda ser vista por cuanta más gente se pueda’”.*

### **QUIEBRAN LOS DUEÑOS DE LA PELOTA**

El temor por la posibilidad de que el Mundial asiático no pudiera ser emitido cundió dos veces en un año debido a la quiebra sucesiva de los grupos poseedores de los derechos mercadotécnicos y televisivos. Y más importante para los mercaderes del balón, el negocio de la reventa de los derechos de televisión tampoco andaba bien y no cubría las expectativas.

En 2001 ISMM (International Sports Media & Marketing), propietario de ISL Worldwide (International Sport Leisure), catalogado como el grupo de marketing deportivo más importante del planeta y brazo comercial de la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado), se declaró insolvente poniendo en riesgo el destino el segmento de los derechos de transmisión que poseía y con ello todo el negocio.

ISL había sido creado por el jefe de Adidas, Horst Dassler, después del Mundial España 82 para dar paso a una cooperación de largo plazo entre un grupo reducido y cerrado de patrocinadores -grandes empresas del mundo que pasaron a ser los “privilegiados” *sponsors* oficiales del evento- y la FIFA. International Sport Leisure comercializó el Mundial México 86 y en 1987 un nuevo acuerdo con la Federación le otorgó los derechos para las siguientes tres copas mundiales.

El entonces presidente del organismo, el brasileño Joao Havelange, impulsó ese convenio para “afianzar la seguridad de la fortuna financiera de la FIFA a largo plazo y proporcionó asimismo a ISL una base más firme para un programa de comercialización más coherente en nombre de la FIFA y su competición más importante.

“

**La irrupción de DirecTV en los Mundiales dejó atrás los tiempos cuando la OTI (Organización de Televisión Iberoamericana) vendía los derechos de transmisión a los canales públicos**

”

Desde entonces, la conformación del grupo de patrocinadores se mantuvo increíblemente estable (...).”

El pensamiento mercantilista, más que deportivo, de quien comandó a la FIFA por más de veinte años, queda evidenciado en su propio discurso: “El fútbol es un producto comercial que debe venderse lo más sabiamente posible”. Y algunos números que arroja ese sabio manejo son los 225 mil millones de dólares que el movimiento financiero de ese deporte produce anualmente en el mundo. “La venta de los derechos para televisión es la veta que más rinde, dentro de la pródiga mina de las competencias internacionales (...) El dinero se ha multiplicado espectacularmente desde que la tele empezó a transmitir en directo, para todos los países, los torneos mundiales”.

ISL prometía extender sus derechos de marketing y de parte de las transmisiones hasta el Mundial de 2006, pero se fue a la quiebra. Al rescate, mediante el ejercicio de una opción preferencial y el pago de 2.140 millones de dólares, el consorcio mediático alemán Kirch Media, que ya contaba con los derechos televisivos para Europa, se hizo con los de los demás continentes que estaban en posesión de ISM-M/ISL, con lo cual logró el monopolio mundial sobre la retransmisión de las Copas de fútbol de 2002 y 2006. Igualmente, el consorcio germano es el responsable de producir la señal televisiva internacional en Corea y Japón.

Con esta compra el negocio del Mun-

dial estaba de nuevo a salvo. Kirch -cuyos socios minoritarios son los magnates de los medios Rupert Murdoch y Silvio Berlusconi- logró negociar, en una puja que le obligó a bajar sus precios, la transmisión de los 64 partidos de los Mundiales 2002 y 2006 con las cadenas británicas de señal abierta BBC e ITV por un monto de 230 millones de dólares, además de llegar a arreglos con canales de los otros países europeos. También llegó a un acuerdo en Corea del Sur con las cadenas públicas KBS (Korea Broadcasting System), MBC (Munwha Broadcasting Corporation) y la privada SBS (Seoul Broadcasting System) y con O Globo, para los derechos en Brasil, y lo había hecho con anterioridad con Direct TV por las transmisiones para otros seis países latinoamericanos.

Pero el grupo empresarial de la comunicación, propiedad del alemán Leo Kirch, quien lo levantó durante las últimas cinco décadas, se declaró también insolvente en 2002 ante una deuda de 6.500 millones de euros. Uno de los factores que contribuyeron al desplome del consorcio mediático fueron las desmesuradas inversiones para la retransmisión de eventos deportivos, entre los cuales no se contaban solo los Mundiales, también la Fórmula 1 y los partidos de la liga alemana, entre muchos otros. Para muestra, el precio pagado por Kirch a la FIFA por los derechos de las Copas del Mundo 2002 y 2006 fue ocho veces superior a la que se pagó por los tres Mundiales anteriores.

Ante esta situación, la FIFA dispuso de algunas medidas para garantizar la protección de los derechos de la Copa Mundial y las operaciones de radiodifusión. La Federación consiguió que Kirch Media realizara una reestructuración “que garantiza la operatividad durante y después de la Copa Mundial de la FIFA 2002. Con ello, se ha conseguido que todos los intereses de la FIFA en este ramo, así como la implementación y gestión operativa de los derechos de radiodifusión de la Copa Mundial de la FIFA, se combinen en un grupo de compañías con organización vertical, que dependen ahora de KirchSport SA, compañía domiciliada en Zug, Suiza (...) La reestructuración no afecta en absoluto los derechos contractuales que Kirch Media ha cedido a las compañías radiodifusoras de la Copa Mundial de la FIFA” ni los preparativos para la producción de la señal internacional.

Estos descalabros y las acusaciones de corrupción contra el actual presidente de la FIFA, Joseph Blatter, han hecho temer por la estabilidad del organismo y por el

futuro de algunas competencias como el Campeonato Europeo de 2004 en Portugal. Además, en Europa, los clubes de fútbol prevén una disminución considerable de ingresos por contratos televisivos. “La imposibilidad de rentabilizar esos tremendos contratos deportivos es la lepra que amenaza a los grandes grupos mediáticos. En Gran Bretaña, donde se renegocian ya a la baja los contratos del fútbol, se vaticina ya un brutal redimensionamiento a la baja del deporte profesional. Y la TV habrá de buscarse otras fuentes de ingresos...”.

Los expertos apuntan a que los contratos televisivos tendrán que comenzar a negociarse a la baja y esta tendencia ya empezó a mostrarse en los tratos por los derechos de retransmisión de las Copas de 2002 y 2006. En España, la Televisión Española se negó a comprarle a Vía Digital, poseedora de los derechos, los diez juegos que le ofrecía por considerar el precio demasiado elevado. Tampoco en Colombia, Chile y Uruguay se ha llegado a acuerdos -a un mes del comienzo del Mundial- entre los canales locales de señal abierta con DirecTV para la retransmisión debido a los altos precios, mientras la Red Globo de Brasil y la propia DirecTV ya estiman un escenario igual o peor para el año 2006 y tratarán de renegociar las sumas acordadas para el Mundial alemán. En Venezuela los dos canales que tradicionalmente han llevado a la pantalla los Mundiales, Radio Caracas Televisión y Venevisión, todavía negocian con DirecTV la transmisión de un “paquete” de partidos, quizá la mitad de los 64 que componen el calendario de Japón/Corea 2002.

Las consecuencias de la quiebra de ISL, que ha sido acusada también de fraude, más las de los atentados del 11 de septiembre, arrojan un balance hacia lo negativo de las ganancias previstas por la FIFA por el Mundial 2002, cuya audiencia televisada acumulada alcanzaría los 35.000 millones de espectadores. Se incrementó el presupuesto para la realización de la Copa y los beneficios ya no serán los estimados. “Nuestras dos fuentes principales de ingresos son los derechos televisivos y el *merchandasing*. En cuanto a la televisión, tenemos una garantía mínima de 890 millones de euros, que será recortada en 75 millones, desviados por directivos de ISL. Respecto a los derechos de marketing, ya deberíamos haber ingresado 340 millones, pero de momento se han perdido 35 millones”, afirmó Blatter. La Copa 2002 debería generar un volumen de negocios cercano a los 1300 millones de euros, pero los gastos de preparación y la quiebra de ISL,

“

**El escritor uruguayo Eduardo Galeano dice que el estadio de fútbol es hoy un gigantesco estudio de televisión. “Se juega para la tele, que te ofrece el partido en casa. Y la tele manda”**

”

a poco de iniciarse la competencia, ya han reducido los ingresos en 204 millones de euros.

La situación de ISL y Kirch Media ha llevado a que el Parlamento Europeo discuta próximamente los efectos de la relación entre el deporte y la venta de los derechos de transmisión. En debate se centrará también en las grandes cantidades de dinero que se mueven en el mundo del fútbol y las consecuencias que esto tiene.

#### FÚTBOL Y TELEVISIÓN

El escritor uruguayo Eduardo Galeano dice que el estadio de fútbol es hoy un gigantesco estudio de televisión. “Se juega para la tele, que te ofrece el partido en casa. Y la tele manda”.

Es bien conocido que la televisión ha impuesto los horarios de los juegos en los campeonatos mundiales para favorecer las transmisiones de sus audiencias más importantes. Cuando la Copa se jugó en México, por presiones de la cadena Televisa, que prácticamente consiguió la organización del Mundial en tierras mexicanas y con ello el monopolio del negocio, los futbolistas tuvieron que soportar las elevadas temperaturas en los partidos disputados en pleno mediodía en América, atardecer en el continente y en la TV europeos. Igual sucedió en el Mundial de USA 94. “Cada vez más el fútbol debe subordinarse a las exigencias programáticas y económicas de la TV, subordinando de forma más cla-

ra y estricta los factores estrictamente deportivos”, afirma el periodista chileno Eduardo Santa Cruz.

La televisión, instrumento central de la mercantilización del balompié, significa una forma distinta -en comparación con la de la radio, por ejemplo- de tratamiento del hecho futbolístico. “La realización televisiva (...) crea una nueva realidad, entregando siempre partes del acontecimiento, impone sus propios códigos y condiciona los procesos de decodificación. Al decir de Verdú, ‘... transmuta el fútbol de estadio en fútbol de estudio’”, prosigue el especialista.

Las innovaciones tecnológicas para el Mundial 2002 harán posible que el espectador suscrito a DirecTV modifique en parte el estudio de fútbol que le ofrece la pantalla chica, permitiendo, por ejemplo, mirar el juego desde la perspectiva de uno de los equipos. “En cada estadio tendremos multicámaras para mostrar un mismo partido desde diferentes ángulos a través de distintos canales. Uno con la transmisión oficial, otro donde el espectador verá el juego mediante una cámara que en todo momento persigue a la persona que tiene el balón, un canal dedicado exclusivamente a tomas aéreas, otro con un *delay* de un minuto en relación con el partido en vivo, un canal de estadística y otro con efecto mosaico que permitirá ver las anteriores señales juntas mediante ventanas”, explicó Joel Barradas, director de Servicios de Mercadeo, de la empresa.

En el trayecto para llegar al punto de sofisticación de tecnología y mercadeo de hoy se marcaron algunos hitos que repasaremos a continuación.

#### EL IMPULSO DE EUROVISIÓN

Papel determinante en la configuración del fútbol en producto televisivo lo tuvo Eurovisión, una federación de servicios de TV europeos creada para facilitar el intercambio de programas culturales. Como lo cuentan Peter Law y Lynton Guest, “a pesar de que no se cumplieran nunca realmente sus nobles objetivos, el sector que aportó constantemente buenos resultados a la Eurovisión fue el deporte. Más aún, fue la transmisión de partidos de fútbol en toda Europa lo que se convirtió en el pilar principal de los programas extraterritoriales de Eurovisión”.

Eurovisión y el desarrollo de la tecnología de la TV condujeron al primer evento futbolístico televisado de envergadura: la Copa Mundial Suiza 1954. Por esa épo-

ca se comenzaron a transmitir también algunos juegos amistosos de equipos europeos.

En los años 50, continúan Law y Guest, la RAI comenzó a experimentar en Italia con la cobertura de partidos de la liga de fútbol de ese país, mientras la BBC inglesa difundía, en su principal programa de deportes *Grandstand*, parte de los juegos del campeonato local. Pero sería a finales de esa década cuando se produciría el primer verdadero impacto en función de número de espectadores con la popularización de los juegos de los clubes de Europa en los torneos organizados por la UEFA (Unión Europea de Fútbol Asociado). “El fútbol televisado se impuso definitivamente en la época de la gran victoria del Real Madrid contra el Eintracht Frankfurt en Glasgow en 1960, junto con televisores más baratos, más tiempo de transmisión y un aumento inexorable de propietarios de aparatos de televisión”.

#### **LA INVENCION DE LA CÁMARA LENTA**

La invención de la cámara lenta en 1961, en Estados Unidos, revolucionó las transmisiones deportivas, pero este fue apenas el primero de una serie de cambios tecnológicos que se suscitarían en los siguientes veinte años, que llevarían a ampliar la cobertura de las competencias, a aumentar las cifras de televidentes y a conformar un envoltorio cada vez más atractivo para el fútbol alrededor del cual se sumarían empresas e innumerables negocios. “La cámara lenta permitía que grupos enteros de expertos pudiesen analizar los partidos antes de que finalizara la transmisión inicial. Con estos nuevos desarrollos estaba despuntando la nueva era futbolística”.

#### **DE LOS SATÉLITES AL CANAL PLUS**

La cobertura de la televisión de todos los partidos y la difusión de las imágenes alrededor del planeta hicieron que el Mundial de Inglaterra en 1966 se convirtiera en el primer evento deportivo universal. Sin embargo, fue en los años setenta con el

“

**Eurovisión y el desarrollo de la tecnología de la TV condujeron al primer evento futbolístico televisado de envergadura: la Copa Mundial Suiza 1954. Por esa época se comenzaron a transmitir también algunos juegos amistosos de equipos europeos**

”

uso de los satélites de comunicación que se pudo lograr la transmisión en directo en la Copa del Mundo de México 1970. “El fútbol se imponía como producto televisivo universal, al igual que la televisión en colores comenzaba a emerger como nuevo estándar”.

En los años siguientes se produjo el aumento en el número de cámaras empleadas para la cobertura de los eventos deportivos y montajes nuevos, más creativos y espectaculares en la promoción de las competencias, que fueron ganando cada vez más aficionados para el estadio que la pantalla chica llevaba a cada hogar.

Una compañía de televisión que invirtió muchos recursos que mejoraron el valor de las producciones fue la francesa Canal Plus, que además adoptó la modalidad estadounidense de las suscripciones para aumentar sus ingresos. “Ahora, el fútbol podía verse desde cualquier ángulo, todo podía repetirse y, quizás lo más importante, el número de partidos transmitidos aumentó enormemente. Esto evolucionó paralelamente con otro nuevo desarrollo,

que azotaría muy pronto toda Europa: la transición a las transmisiones en directo y a un dramático aumento en los ingresos por derechos de transmisión que convirtió al fútbol en la fuente de ingresos más importante de la televisión”.

La transmisión en directo de las competencias futbolísticas se fue expandiendo rápidamente desde los años ochenta, para multiplicarse alrededor del mundo en la década siguiente cuando surgieron competencias futbolísticas prácticamente creadas para el negocio de la televisión como la Liga de Campeones de la UEFA.

A la par del surgimiento de nuevos avances técnicos, se extendió el éxito de los canales deportivos por suscripción -que competían fuertemente entre ellos por obtener exclusividad de los derechos de transmisión de eventos deportivos- y la modalidad de pago por visión que en Venezuela se ha vivido con las transmisiones del fútbol español, campeonatos mundiales juveniles y ahora con el Mundial 2002 a través de DirecTV.

#### **FRANCIA 1998**

El Mundial de Francia 98 fue un espectáculo diseñado para la teleaudiencia, no para el espectador físico. Las transmisiones de televisión fueron generosas en el empleo de los últimos avances técnicos, además de que se prodigó el uso de las nuevas tecnologías de información también para el trabajo periodístico en los centros de prensa y en los estadios, así como para los fanáticos a través de la página web oficial del evento. Para la Fiesta del Fútbol, un día antes de la inauguración, el canal francés TF1 empleó más de 30 cámaras, entre las que se contaban cámaras teledirigidas y robotizadas, además de cuatro unidades móviles con cámaras en el techo, entre otros artefactos.

■ **Elsa Pilato**  
**Comunicadora Social**  
**Miembro del Consejo de Redacción de Comunicación**

