

Públicos y medios

El mundialito de futbol y los dueños de la transmisión

Nicolás Casullo

7/11/80

La mundialización de los eventos deportivos será un signo cotidiano de la TV en la década de los ochenta. Si en estos últimos años las grandes competencias, algunos deportes de alto consenso y el box fueron las transmisiones de punta que más frecuentemente entraron en pantalla, los *managers* de programaciones en Estados Unidos consideran que "los deportes" (clásicos y nuevos, violentos y no violentos) cubrirán casi la mitad de los horarios de emisión dentro de muy pocos años.

El deporte es considerado el gran espectáculo de las cámaras; alcanza audiencias de cuatrocientos o quinientos millones de espectadores simultáneamente, y es patrocinado por una serie muy estrecha de grandes *trusts* que lo diagraman y lo organizan. Campeones, certámenes, duelos, títulos en disputa, forman hoy parte del negocio y los criterios de la televisión. El ya "viejo" deporte nacional, patrocinado por los distintos estados y sus instituciones beneméritas con su historial de políticas y trofeos, va quedando para el desván de los olvidos. La transnacionalización comunicacional, sus nuevos códigos y poderes, se nota hoy —sobre lo deportivo— mucho más cristalinamente que en otros temas.

Un ejemplo lo tenemos en relación a la Copa de Oro, o "Mundialito" que a fines de diciembre comenzará a disputarse en el Uruguay, y que reúne a todos los campeones mundiales que registra la historia del futbol a nivel de seleccionados.

El certamen pareciera que lo organiza Uruguay y que la transmisión del mismo sería el elemento accidental, de acuerdo a los intereses que tenga cada país por llevarlo a sus audiencias. Sin embargo la historia es al revés. El certamen logra realizarse a partir de la adquisición de los derechos de televisión y transmisión radial, comprados por la Strasad Trading and Investments Corporation, empresa suiza que se dedica a la importación y exportación de ramos generales, donde quedan incluidos, como negocio preferencial, los derechos de la TV para transmisiones de carácter mundial. Esta empresa ofertó a la Asociación del Futbol Uruguay (AUF) tres millones doscientos cincuenta mil dólares

por los derechos exclusivos, con lo cual la Asociación Nacional puede hacer su mundial de campeones. Esta suma le permite a la AUF, pagar ciento cincuenta mil dólares por partido para los contendientes, pasaje de las delegaciones deportivas y estadía, cincuenta dólares de viáticos por integrante de delegación y cien mil dólares de premio al ganador del torneo. El económicamente crítico Uruguay tiene entonces la posibilidad de tener su mundial de campeones.

El problema (hasta ahora no resuelto en cuanto a la transmisión del certamen) surgió cuando la conocida Organización de Televisión Iberoamericana (OTI), cuyos países líderes son México, Brasil y Argentina, decidió que sus miembros no comprasen los derechos altísimos que cobra la Strasada Trading Corporation. En realidad la OTI, en el momento de la oferta, se hizo presente con una cuarta parte del dinero de la empresa suiza para la compra de los derechos. Pero la OTI tiene sus armas de combate para defenderse: es dueña de los derechos para el Mundial España 1982 y para el Mundial Colombia 1986, ambos futbolísticos. Amenazó con que los países que compren los derechos del Mundialito uruguayo, no podrán transmitir los partidos de los mundiales grandes. A estas alturas esta advertencia se complica por cuanto Chile no sólo compró los derechos del Mundialito sino que pagó por ellos 700 mil dólares. Estados Unidos los compró por 500 mil y Colombia por 200 mil. A pocos días de empezar el certamen, Brasil, Argentina y México, al parecer, no lo transmitirán. Según los representantes de la Strasad Trading, a principios de noviembre hubo una oferta de compra de los derechos, por parte de la OTI a los suizos, de un millón y medio de dólares, que no fue aceptada. La Asociación uruguaya entiende que le concedió los derechos al mejor postor, y que el error de la OTI, básicamente de Guillermo Cañedo, fue no haberle dado al certamen la importancia que indudablemente tenía, es decir, jugarán "los mejores de la historia del futbol". El pleito continúa. Los dueños de la comunicación decidirán sobre la suerte del torneo. Los grandes seleccionados nacionales viven de la imagen vía satélite, o mueren con ella.