

Un partido entre televisiones

EL fútbol español

se está convirtiendo en uno de los negocios más lucrativos, tanto para dirigentes como para las empresas de publicidad. Cada día crecen como entramados comerciales que culminan el proceso de mercantilización a que los clubes se han visto sometidos. Los miles de millones con que las televisiones puján por los derechos de retransmisión nos muestran el índice del crédito social de este espectáculo.

Los hábitos del balón

LAS retransmisiones de este deporte han aumentado en los últimos años. Si comparamos los 433 millones de beneficios televisivos de los clubes de la temporada 1985-86, con los 10.600 actuales, observamos que el crecimiento ha sido de un 244% en esa década. Estos datos resultan más espeluznantes si vemos que, este año, las ofertas se han casi triplicado hasta rozar los 30.000 millones. Frecuentemente hemos reflexionado sobre la moralidad de los grandes sueldos de los futbolistas, y el signo de escándalo que supone en una sociedad como la nuestra con ocho millones de pobres (según el último informe de Cáritas de 1995). Como podemos ver, el gran capital que mueve este espectáculo contrasta enormemente con otros importantes problemas sociales.

Esta desproporción nos recuerda que en esta sociedad de bajo asociacionismo y «prácticas civiles», el fútbol se sitúa en el primer motivo de ingreso en una asociación, de movilización semanal y de creatividad social. Es cierto que el fútbol ofrece un servicio incomparable a nuestro país: apacigua los ánimos a costa de mantenernos pendientes de los directivos; recrea una sociedad bélica en la que, en realidad, no jugamos nada; crea, con una carga emocional, renovada, nuevas ideologías, nacionalismos, ritos, identidades sociales, etc., que sustituyen los desengaños políticos. Si el espectáculo es un componente sano en una vida equilibrada, el problema surge cuando se desequilibra promoviendo neuróticos del fútbol. Esa desproporción también se sufre en las programaciones televisivas, que han aumentado las horas de fútbol de modo alarmante. Todo esto crea un ambiente alrededor del fútbol que hace que cada vez tenga menos que ver con el deporte. De ahí que gestas numantinas, como las de algunos pequeños clubes sin presupuesto, despierten simpatías de todos los aficionados e incluso de los «fútbolfobos».

Hay que cuidar que el espectáculo no mate al deporte. Hay que procurar sociedades equilibradas. Hay que promover que la socialización para lo público no esté toda en el fútbol. Es triste cuando en una sociedad se sustituyen los «hábitos del corazón» por los «hábitos del balón».

Servicio público

EXISTE otro aspecto de este fenómeno de la millonada que se paga por las retransmisiones. La Liga es una entidad privada con ordenamiento, competencias y atribuciones públicas. Se trata de un servicio público reconocido políticamente por el que hay que salvaguardar el derecho de información.

Las retransmisiones son un mercado donde las grandes empresas de comunicación pretenden hacerse con el máximo campo posible. Desde 1989 los derechos televisivos recayeron sobre Canal Plus, las autonómicas y Televisión Española. Como ellos habían conseguido el contrato con la Liga de

Fútbol Profesional, prohibieron a Antena 3 y Tele 5 la emisión de cualquier partido, ni siquiera una mínima información sobre los resultados o goles más importantes. En esto, aquéllas demostraron una sensibilidad nula ante el derecho de información que ampara nuestra Constitución (art. 20.3). Después de varios años, las televisiones excluidas han conseguido que los tribunales les den la razón, tras la sentencia del 19 de abril de 1996, por la que se les permitía transmitir resúmenes deportivos tras cada jornada de Liga.

Para la próxima liga, Antena 3 ha tratado de esquivar la exclusividad de Canal Plus y las autonómicas. Simplemente ha jugado ofreciendo club a club un contrato sobre la retransmisión de partidos. La subida significa triplicar los pagos de derechos de televisión. Inmediatamente, Canal Plus ha contraatacado con una oferta similar e incluso Televisa quiere apuntarse un tanto con una cuantía parecida.

PARA valorar esta situación, debe prevalecer el derecho del ciudadano de acceso a un bien público que se restringe, si es mermado por el sesgo autonómico (sólo los que dispongan de televisión autonómica pueden verlo), o por el canal de pago (sólo los que contraten el servicio pueden acceder a ello). Aunque creamos que la presencia del fútbol en la sociedad es excesiva y que existe una enorme inversión de tiempo, fuerzas, interés social y dinero en esta actividad, ante todo hay que defender el derecho del ciudadano. El Estado no puede dejar de garantizar el ocio de los españoles en el fútbol, pero, a la vez, debe procurar que el fútbol no sea sustituido por un partido entre los medios de comunicación.