Las tecnologías de la información en las emisiones deportivas

POR **JAMES LARSON**

Las tecnologías de la información en las emisiones deportivas

La vinculación deporte-medios de comunicación masiva ha estado marcada profundamente por los cambios en las tecnologías de la información. Pero su futuro dependerá también de las políticas aplicadas, de sus objetivos y de la participación abierta a los públicos.

Mirando hacia atrás en el tiempo, parece claro que la evolución de los deportes en las últimas décadas sólo puede entenderse en relación con los cambios que paralelamente se han producido en los medios de comunicación y en las tecnologías de la información, ese campo al que nos referimos colectivamente con expresiones tan genéricas como «sociedad de la información» o «era informática». Los medios de comunicación han llegado a tener un papel extremadamente importante en la financiación de los deportes, en los ámbitos tanto profesional como aficionado. También han modificado el carácter del deporte como espectáculo, transformando la experiencia tanto de los atletas como de los espectadores, hasta el punto de que el público deportivo se encuentra ahora predominantemente en la audiencia de la televisión.

La convergencia de tecnologías, industrias y normas reguladoras en el campo de las comunicaciones es una característica destacada de la era informática. La evolución de los medios de comunicación parece orientarse, en términos generales, en el sentido de la integración, la gestión de redes y los dispositivos multimedia. No obstante, no es en absoluto fácil discernir el significado futuro de la era multimedia, en lo que se refiere a la producción, difusión y experiencia de los deportes a través de la televisión. Este artículo parte de la hipótesis de que la relación que se desarrolla entre los deportes y los medios de comunicación sólo puede ser comprendida plenamente si se consideran en su conjunto todos los cambios acaecidos en las tecnologías relacionadas con la comunicación y con los medios, en vez de

Fundación Telefónica
Telefónica

considerar aisladamente uno u otro medio.

En este artículo se analizan algunas de las principales características de la era informática, se reconsidera el creciente papel de las telecomunicaciones y de las nuevas tecnologías de la comunicación en relación con los Juegos Olímpicos, y finalmente se exponen algunas ideas sobre las cuestiones que, en materia de política de comunicaciones, tendrá que afrontar el movimiento olímpico y, más en general, el deporte televisado.

I. LOS DEPORTES EN LA ERA INFORMÁTICA EMERGENTE

Desde el punto de vista de la tecnología y de la economía, la era informática se basa en el continuo progreso de la tecnología de semiconductores. El coste inexorablemente decreciente del procesamiento de la información es el condicionante de muchos de los actuales cambios respecto de los ordenadores, las telecomunicaciones y la electrónica de consumo.

La importancia determinante de estos cambios económicos y tecnológicos puede verse también en el fenómeno de la digitalización. La transición a la comunicación digital es uno de los principales factores que determinan la capacidad de integración de la convergencia en las comunicaciones modernas.

A. El fenómeno de la convergencia

Los años 80 fueron la era de la convergencia de las telecomunicaciones y de la tecnología informática, lo que dio como resultado un aumento de la importancia de todo tipo de redes de comunicaciones. El cambio principal fue el desarrollo y la instalación de los sistemas de conmutación electrónica y la conversión a la transmisión digital de información. Esto no sólo simplificó la conexión de los ordenadores con los teléfonos u otras redes de comunicaciones, sino que modificó también la naturaleza de las propias redes, haciéndolas inteligentes. Las implicaciones fueron múltiples. Entre ellas, la posibilidad de transmitir un mayor volumen de información, y la posibilidad de manipular o modificar dicha información en diferentes formas, lo que dio lugar al crecimiento y a la proliferación de las redes de valor añadido.

En los años 90, el fenómeno de convergencia ha continuado, haciendo más difusas aún las distinciones entre televisión, telecomunicaciones e informática, llevando al mundo a los umbrales de la era multimedia (1). La convergencia se puede considerar también en otros ámbitos, además del relativo a las tecnologías y redes de comunicación. Un primer ámbito es el correspondiente a las industrias y servicios, como se manifiesta en la actual oleada de fusiones de empresas telefónicas, operadoras de televisión por cable y productoras de cine y vídeo de entretenimiento. Otro ámbito es el relativo a las leyes y estructuras normativas. El esfuerzo del Congreso de Estados Unidos por una reelaboración global de las leyes en materia de comunicación coincide con iniciativas similares en muchos otros países. Estos cambios afectan al deporte actual de muchas maneras.

Fundación Telefónica
Telefónica

B. La experiencia humana en relación con el deporte

Los avances en la tecnología de las comunicaciones han modificado ya la experiencia humana en relación con los deportes, aunque no de modo uniforme en todo el planeta. Entre los ejemplos de este cambio cabe destacar el uso de la función de repetición y repetición en cámara lenta en las emisiones televisadas de numerosos acontecimientos deportivos.

Estas técnicas ofrecen al espectador de televisión una experiencia cualitativamente diferente a la vivida por la persona que está presente en el propio campo de juego. También podemos referirnos al simple uso de las lentes fotográficas en las cámaras utilizadas para televisar los deportes, que permite una mayor proximidad de los televidentes respecto de la acción. Consideremos, por ejemplo, el hecho, cada vez más frecuente, de que los espectadores acudan al recinto deportivo, estadio o campo de béisbol equipados con sus propios televisores de bolsillo, que funcionan con pilas, para captar un primer plano de la acción, completada con las repeticiones.

C. Mundialización del deporte

Los cambios en la tecnología de las comunicaciones han modificado también la experiencia del deporte en otro aspecto muy importante, por medio de la mundialización. Entre las categorías de contenidos televisivos que traspasan sin dificultad las fronteras nacionales y culturales, los programas informativos, musicales y deportivos ocupan las primeras posiciones. La televisión juega un importante papel en la información deportiva y en la popularización de los deportes, como se ha podido comprobar en los ejemplos del fútbol americano en Europa o de las competiciones de sumo fuera de Japón. Ninguna de ambas cosas habría sido posible sin los satélites, sin el cable de fibra óptica y demás tecnologías en las que se basan las telecomunicaciones a escala planetaria.

II. LOS JUEGOS OLÍMPICOS EN UNA ERA INFORMÁTICA

A. Como escaparate para las cadenas de televisión y medios de comunicación

A lo largo de los años, los Juegos Olímpicos se han impuesto como escaparate de primer orden para la industria televisiva. Debido a las infraestructuras necesarias para gestionar, producir y difundir la emisión televisada de los Juegos, sirven también, cada vez en mayor medida, como escaparate para las empresas de telecomunicaciones y de informática (2). En ellos se exhiben todas las tecnologías y modalidades de producción más recientes.

B. Acontecimientos mediáticos: audiencias masivas en una era informática

Por supuesto, la razón por la que los Juegos Olímpicos son un escaparate industrial tiene mucho que ver con las audiencias masivas que atraen y con el papel crucial que dichas audiencias juegan en la economía de la televisión comercial. En particular, los Juegos Olímpicos pertenecen tal vez a una pequeña categoría de acontecimientos capaces de atraer la atención simultánea de una audiencia masiva mundial en una era en la que se produce una

Fundación Telefónica
Telefónica

proliferación general de canales y medios, y en la que las audiencias son más fragmentadas y especializadas. Daniel Dayan y Elihu Katz son autores de la que tal vez sea la obra definitiva sobre este fenómeno hasta la fecha, el libro titulado Media Events: The Live Broadcasting of History [Acontecimientos mediáticos: la transmisión de la historia en directo] (3).

En este libro se argumenta que los acontecimientos mediáticos constituyen un nuevo género narrativo que pone de manifiesto el excepcional potencial de los medios electrónicos para suscitar una atención global y simultánea. Su definición de los acontecimientos mediáticos como género incluye los siguientes elementos:

1. Son una interrupción de la rutina. Durante un acontecimiento mediático, las programaciones normales quedan suspendidas o absorbidas, lo que contribuye a transformar la vida cotidiana en algo especial.

2. La interrupción es monopolística. La mayoría de los canales de televisión abandonan su programación habitual, creándose un consenso sobre la importancia del acontecimiento.

3. El hecho es en directo. Los acontecimientos se transmiten en el momento en que ocurren, en tiempo real.
4. Los acontecimientos, generalmente, están organizados fuera de los propios medios. Estos sucesos se producen fuera del estudio, en lo que las cadenas emisoras denominan «localizaciones remotas», y normalmente no son generados por las propias cadenas.

5. Los acontecimientos son planificados con antelación. Son anunciados y publicitados por anticipado por las emisoras.

6. Los acontecimientos mediáticos son presentados de forma reverente y ceremoniosa. Los comentaristas periodísticos que presentan estos acontecimientos prescinden de su actitud crítica y abordan el tema con cierto grado de reverencia e incluso temor.

7. Los acontecimientos celebran la reconciliación, más que el conflicto. Esta es una diferencia crucial con respecto a los informativos diarios.

8. Apasionan a públicos muy amplios. Estos sucesos atraen poderosamente a los espectadores de uno o varios países, o del mundo entero.

9. Son hegemónicos. En términos generales, celebran iniciativas oficiales.

10. Son proclamados como hechos históricos. Incluso en el caso de un suceso repetido, como los Juegos Olímpicos, que son presentados como hechos históricos excepcionales.

11. Hay una norma de visión. Durante un acontecimiento mediático, los espectadores se dicen unos a otros que el resto de la programación debe pasar a segundo plano.

12. Los televidentes celebran el acontecimiento. Muy a menudo, los espectadores se reúnen

Fundación Telefónica
Telefónica

ante el televisor en grupo, en lugar de hacerlo solos.

13. Promueven la integración social y la renovación de la lealtad hacia una sociedad. Aunque este artículo trata sobre las tecnologías informáticas y de comunicación y su nuevo papel en relación con el deporte, las observaciones de Dayan y Katz vienen a subrayar que la respuesta del espectador o del cliente, junto con los avances de las tecnologías de los medios de comunicación, contribuirán a determinar el futuro de los deportes televisados y difundidos a través de dichos medios.

III. DE SEUL A BARCELONA: REDES Y SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

Al asumir los avances generales en el campo de las telecomunicaciones, las emisiones de televisión a escala mundial y otras formas de cobertura informativa de los Juegos Olímpicos de nuestra época requieren la construcción y la utilización de gran número de redes de comunicaciones, junto con la provisión de servicios diversos a través de dichas redes. Estas redes pueden ser de ámbito mundial o local, y su grado de interconexión e integración es cada vez mayor, formando así una gran «red de redes». En este sentido, la ciudad anfitriona de los Juegos Olímpicos es literalmente una «ciudad electrónica» [wired city] durante la celebración de los Juegos Olímpicos.

Las redes construidas como soporte de la emisión televisada a escala mundial, y de otras formas de cobertura informativa de los Juegos Olímpicos, cumplen diversos fines. En primer lugar, transportan las señales de televisión, así como otras emisiones acústicas, radiofónicas, de fax, correo electrónico o transmisión telefónica, realizadas por los periodistas de la prensa escrita. En segundo lugar están las redes que proporcionan una multitud de servicios informativos necesarios para que las cadenas de televisión y la prensa vayan desentrañando los Juegos Olímpicos a medida que se van desarrollando. Por último, están las redes y servicios necesarios para una gran diversidad de funciones de gestión imprescindibles para organizaciones como la cadena de televisión anfitriona, el comité organizador, las cadenas de televisión internacionales y demás organismos relacionados con los medios de comunicación. En Barcelona, la infraestructura de comunicaciones incluía elementos tan diversos como la torre de telecomunicaciones de la Sierra de Collserola, los marcadores electrónicos en los diferentes recintos empleados, los tableros de información interactiva, los sistemas PA y de seguridad electrónica. Una amplia gama de redes informáticas y de comunicación diversas facilitaban a los usuarios (público, prensa, funcionarios de las distintas federaciones o atletas) un servicio informativo completo y tecnológicamente avanzado. Por poner un ejemplo, la acreditación y entrega de tarjetas de identificación fotográfica laminadas, para los 7.951 miembros acreditados de los medios de televisión y los 4.800 miembros acreditados de la prensa escrita, requirieron el uso de tecnología informática de procesamiento de imágenes y datos.

La inversión total realizada por Telefónica en la provincia de Barcelona entre 1988 y 1992 ascendió a 345.400 millones de pesetas, de los cuales 92.300 millones correspondían a inversiones directamente destinadas a los Juegos Olímpicos.

A. Redes y servicios de comunicaciones

Fundación Telefónica
Telefónica

El sistema del satélite Intelsat sirve como red de base para la difusión mundial de la señal de televisión de los Juegos Olímpicos, mientras que, en el caso de Barcelona, el sistema EUTELSAT cumplió las mismas funciones en la región europea. La distribución internacional de señales de televisión se llevó a cabo en España por medio de una red terrestre de enlaces nacionales e internacionales a cargo de Telefónica y Retevisión (la empresa proveedora de la infraestructura de red para las cadenas españolas de televisión). Los enlaces establecidos enviaban programas de televisión desde el Centro Emisor Internacional (IBC), a través de: 1) los centros de comunicaciones por satélite situados en el Penedès (Barcelona), para las conexiones permanentes, y en Guadalajara (Armuna) y Buitrago (Madrid) para las conexiones ocasionales con satélites para cobertura a escala mundial; y 2) los países cercanos a España, que se comunicaban a través de circuitos terrestres que permitían la transmisión de señales a otros países europeos y a la zona mediterránea (4).



RAFAEL ALVARADO

Una característica de las redes de telecomunicaciones actuales, que pone en entredicho su poder y su influencia, es que, al igual que ocurre con el soporte lógico informático, son en gran parte invisibles para el público. Uno no suele ver cables de fibra óptica, especialmente cuando están bajo tierra o bajo el mar, como tampoco ve las microondas viajar por el aire o en transmisiones por satélite. No obstante, la construcción de la infraestructura de red para los Juegos Olímpicos de Barcelona dejó dos señales muy visibles en el perfil de la ciudad. Una es la Torre de Comunicaciones de Collserola, en la cima del Tibidabo. La otra es la Torre Telefónica de Montjuic.

Algunas otras redes de comunicación se instalaron en el Centro Emisor Internacional, en el Centro Principal de Prensa y otras instalaciones olímpicas. La televisión por cable dentro del Centro Emisor Internacional permitía la visión de hasta 72 señales o canales. Estos canales proporcionaban a las cadenas internacionales de televisión acceso a la cobertura deportiva de los principales recintos olímpicos, junto con resúmenes de la RTO (Radio Televisión Olímpica), ruedas informativas en el Centro Principal de Prensa, información de la Villa Olímpica, imágenes de hermosos paisajes captados por las cámaras por toda Barcelona, y emisiones de

Fundación Telefónica
Telefónica

canales comerciales de televisión por cable, tales como la CNN, Sky News y MTV.

Había también redes propias de cadenas individuales de televisión o de agrupaciones de emisoras. En el caso de cadenas de televisión de tanta entidad como la estadounidense NBC, el empleo de las redes de área local (LAN) se ha convertido en parte esencial de la producción de programas de televisión sobre los Juegos Olímpicos. Este tipo de red conecta cientos de ordenadores personales instalados en la ciudad olímpica con los ordenadores de la sede central de la NBC en Nueva York y con sus delegaciones en otros lugares. Gestiona gran número de aplicaciones diferentes, incluidas las siguientes:

– un sistema de biblioteca que permite a los usuarios localizar rápidamente cualquier película de vídeo entre miles con material olímpico;

– un sistema de investigación que permite a los ayudantes de los locutores que intervienen en directo el acceso instantáneo a biografías de atletas, historias y resultados de acontecimientos recientes de atletismo y normas olímpicas;

– un sistema de seguimiento de personal que permite controlar el paradero y los horarios de los miles de empleados que trabajan en los Juegos;
– un sistema de apoyo logístico que contiene información personal y financiera para ayudar a gestionar y localizar información sobre viajes y alojamientos;

– un dispositivo de seguimiento visual (que permita introducir, en directo, un guión en un ordenador personal, para su transmisión a un monitor de seguimiento visual (teleprompter) en cuestión de segundos (5).

Los servicios de telecomunicación móvil incluían servicios interurbanos de radio y buscapersonas, junto con servicios de telefonía móvil, analógica y digital. El teléfono móvil digital paneuropeo (GSM) se introdujo a título de prueba en los Juegos Olímpicos de Barcelona.

B. Servicios de información

El sistema AMIC de información de la comunidad olímpica era un sistema de información y comunicación diseñado básicamente para los medios de comunicación y a disposición de toda la comunidad olímpica. Permitía la conexión de unos 1.500 ordenadores personales con un ordenador central donde se almacenaban las bases de datos. Desarrollado por IBM, se podía consultar en el Centro Emisor Internacional, en el Centro de Prensa central y en los centros de prensa establecidos en distintos recintos olímpicos de Barcelona. La información incluía datos históricos (categorías de medallas de juegos anteriores, mejores marcas, resultados de campeonatos mundiales), biografías, boletines y previsiones meteorológicas, información textual (sobre Barcelona, recintos de competición, biografías de famosos), noticias (generadas por 157 informadores y 77 traductores), resultados y un calendario. La información era facilitada en los cuatro idiomas oficiales, inglés, francés, español y catalán. Además, el AMIC ofrecía una opción de correo electrónico para el envío y la recepción de mensajes entre los miembros de la comunidad olímpica (6).

Fundación Telefónica
Telefónica

El sistema de información para comentaristas (CIS, Commentary Information System) era una innovadora base de datos instalada en los centros de transmisión de información de algunos de los espacios olímpicos y en el Centro Emisor Internacional. (Funcionaban 850 secciones del CIS, de las cuales 200 habían sido instaladas en el Centro Emisor Internacional) (7). El CIS estaba integrado por un monitor de imagen con una pantalla sensible al tacto y opciones que incluían listas de comienzo de competición, resúmenes, estadísticas, récords y biografías. El CIS permitía el acceso a la base de datos del ordenador central para consultar las biografías (al igual que el AMIC) y a la información sobre las medallas obtenidas en Barcelona 92. El sistema estaba disponible en los cuatro idiomas oficiales y permitía a los comentaristas seleccionar datos sobre sus respectivos países y atletas. Con ocasión de la ceremonia de apertura, incluyó información básica especial de apoyo para los comentaristas.

El Centro Emisor Internacional, el Centro Principal de Prensa y los centros de prensa de los distintos recintos de competición incluían también casilleros electrónicos complementarios de los casilleros manuales habituales. Estaban compuestos por un estudio con pantalla táctil y equipos de impresión para la recogida de información sobre resultados. En otro ejemplo de conexión entre redes, los resultados calculados por el servicio de gestión de resultados estaban conectados a la señal de televisión de RTO 92 para 12 grandes deportes, entre ellos atletismo, ciclismo, gimnasia, natación y levantamiento de pesas. Este servicio se podía consultar principalmente en los propios lugares de competición, aunque también se podía acceder a él en el Centro Emisor Internacional (8).

Para las agencias de noticias, se organizó un servicio de resultados consistente en la distribución directa de los resultados a los ordenadores de las agencias en el Centro Principal de Prensa, nada más conocerse. Para las agencias informativas oficiales (Reuters, AP, UPI, France-Press y EFE) existía un servicio personalizado, en lo relativo a formatos de información (9).

Existían también unos servicios de prensa de teléfono modular mediante tarjeta, que funcionaba con tarjetas telefónicas de crédito. Los teléfonos estaban preparados para transmitir datos, telefax y telefoto, y estaban instalados en 46 centros de prensa situados en los distintos recintos olímpicos.

Para el público o la «familia olímpica», Barcelona incrementó el número de teléfonos públicos en más de un 42 por ciento, instalando 1.750 nuevos aparatos además de los 4.000 teléfonos públicos normales. De ellos, 594 fueron instalados en los centros de prensa, 602 en cabinas públicas, 481 en distintos recintos olímpicos y 65 en locutorios de Telefónica (10).

C. Avances tecnológicos esenciales

Barcelona supuso la primera ocasión en que una televisión anfitriona adoptaba una norma digital de 1/2? para la producción de televisión olímpica. Esta aplicación a gran escala de la tecnología digital hizo posible una importante mejora de la calidad de la imagen videográfica. También significó que las 2.800 horas de señal internacional registrada, contenidas en el archivo audiovisual de Barcelona 92, no se deterioren con el paso del tiempo o por sucesivas copias, gracias a los magnetoscopios digitales.

Fundación Telefónica
Telefónica

Durante 1992, tanto Barcelona como los Juegos Olímpicos de Invierno de Albertville fueron empleados como campo de prueba a gran escala para el lanzamiento de la norma europea de televisión de alta definición. En una colaboración entre RTO 92, Retevisión, Pesa Electrónica, S.A. y RTVE, durante los Juegos de Barcelona se produjeron en alta definición 12 horas diarias de programación en directo y en diferido. La NHK emite diez horas diarias a Japón utilizando su propia norma de alta definición. También instaló una sala de visionado para que los visitantes del Centro Emisor Internacional pudieran experimentar por sí mismos la calidad de la televisión de alta definición.

Las actividades de investigación y desarrollo hicieron posible la utilización de cámaras y sistemas de grabación con un mayor número de opciones y flexibilidad de tipos de filmación. Las cámaras submarinas y las cámaras de control remoto fueron algunas de las principales innovaciones que permitieron una mayor variedad de expresiones en la transmisión de los deportes olímpicos por televisión.

D. Conflicto entre patrocinadores

La dependencia del patrocinio comercial en las redes y servicios informáticos necesarios para televisar los Juegos Olímpicos, implica también una serie de problemas. Un ejemplo de ello fue el Proyecto Alcatel en Barcelona 92. Se trataba de un proyecto conjunto del COOB y la empresa Alcatel, con participación de Toshiba. Dentro de este proyecto, se repartieron ordenadores portátiles gratuitamente entre 3.600 usuarios, casi todos ellos periodistas del mundo entero. Alcatel prestó apoyo técnico y la red internacional mediante la cual se podría acceder a una base de datos en Barcelona desde 50 países de todo el mundo, simplemente con una llamada telefónica local. Los ordenadores fueron especialmente configurados con un soporte lógico que permitía a los usuarios acceder a una base de datos de información sobre los Juegos Olímpicos de Barcelona en cada uno de los cuatro idiomas oficiales de los Juegos. La base de datos estaba dividida en las siguientes nueve principales categorías de información: Historia de los Juegos Olímpicos; Barcelona 92 (programas y proyectos); Estrellas del 92; El movimiento olímpico; Barcelona hoy; Cataluña hoy; España hoy; Boletín de noticias y Servicio de buzón electrónico. Este último servicio permitía a los usuarios solicitar y recibir la información específica solicitada sobre Barcelona 92.

El servicio se inició en octubre de 1990 y fue un éxito absoluto. No obstante, dado que IBM organizaba el sistema de información AMIC durante los Juegos Olímpicos, el proyecto Alcatel concluyó en la medianoche del 24 de julio de 1992. Parece algo sin importancia, pero, desde la perspectiva de los periodistas que utilizaban la base de datos del proyecto Alcatel, habría sido preferible continuar con dicho proyecto a lo largo de los 16 días de la competición olímpica, o bien, en alguna medida, haberlo integrado en el sistema AMIC.

IV. LOS RETOS DE LA POLÍTICA DEPORTIVA EN LA ERA INFORMÁTICA

Existen diversos paralelismos entre la política de telecomunicaciones, según es convencionalmente concebida, y las cuestiones de política de televisión y comunicaciones en relación con el movimiento olímpico o con el deporte más en general. Tradicionalmente, los servicios de telecomunicaciones de la mayoría de los países del mundo eran facilitados por las

Fundación Telefónica
Telefónica

empresas públicas de correos, teléfonos y telecomunicaciones. Funcionaban como proveedores en régimen de monopolio (el regulador es también el proveedor) de dichos servicios, en parte con el argumento de que las telecomunicaciones constituían un monopolio natural en el que las economías de escala permitían que un único proveedor ofreciera servicios a un coste inferior al que tendrían de existir servicios competidores. Otro de los soportes tradicionales de la política de telecomunicaciones ha sido el ideal y el objetivo del servicio universal. Desde sus inicios en los años 70 y 80, el sector de las telecomunicaciones ha experimentado, a escala mundial, una oleada de nuevas tecnologías y nuevos servicios, acompañada de una evolución hacia una liberalización del mercado o una situación de desregulación o privatización.

Aunque la televisión olímpica no es un monopolio exactamente en el mismo sentido en que lo son las empresas públicas de telecomunicaciones, en ciertos aspectos ha funcionado con un único regulador, el COI, que actúa a través de la cadena de televisión anfitriona y a través del comité organizador de los Juegos, para facilitar una señal internacional de televisión. Por otra parte, la política aplicada ha exigido la limitación de los derechos de emisión a una emisora o asociación de emisoras por país. Como ha sucedido en general en el campo de las telecomunicaciones, los avances en la tecnología de los medios han suscitado ya una presión sobre el COI, en el sentido de abrir la cobertura televisiva a organizaciones de la competencia, tendencia que probablemente se mantendrá.

A. El objetivo del servicio universal

Los objetivos del universalismo olímpico suponen para la televisión y para los medios de comunicación algo muy similar al objetivo del acceso universal a los servicios de telecomunicaciones. Realmente, dada la importancia clave de la televisión en relación con la experiencia olímpica de la mayor parte de las personas del mundo, el COI no puede argumentar que ha logrado sus objetivos hasta que todos los pueblos del mundo no tengan acceso aproximadamente a un mismo volumen y diversidad de programación de los medios de comunicación sobre los Juegos Olímpicos. Hoy en día, este objetivo sigue estando muy lejos de verse realizado, al igual que ocurre con el objetivo de la UIT de acceso universal a los servicios básicos de telecomunicaciones a escala mundial.

En relación con las visiones de superautopistas de la información y de proliferación de las redes y servicios de comunicación avanzados, el problema es que, históricamente, tales innovaciones se han difundido por todo el mundo según un patrón extremadamente desigual. Pese a los progresos y avances tecnológicos, la diferencia entre ricos y pobres en materia de información sigue siendo muy difícil de superar. Por consiguiente, el objetivo del servicio universal -entendido aquí como acceso universal y participación en relación con el deporte- puede seguir siendo algo tan esquivo como siempre, en un futuro previsible. Esto supone un reto esencial en materia de política deportiva, no sólo para el movimiento olímpico, sino también para el campeonato mundial de fútbol y en general para el deporte internacional.

B. Financiación del deporte

La creación de nuevas empresas de medios de comunicación, ante la convergencia de las

Fundación Telefónica
Telefónica

tecnologías de información y comunicación, tiene profundas implicaciones para la futura financiación del deporte. Aunque probablemente la relación entre el deporte y los medios de comunicación seguirá teniendo un carácter básicamente comercial, el inminente aumento del número de canales, junto con una programación más interactiva y más adaptada a los individuos, significará que los ingresos comerciales dependerán de una base distinta de la que determina las actuales negociaciones con redes y asociaciones de empresas de televisión, sobre derechos de televisión.

La cobertura de la televisión de pago en los Juegos Olímpicos de Barcelona [Olympic Triplecast] representa sólo la punta del iceberg en lo relativo a los futuros servicios olímpicos de vídeo y televisión. En general, no obstante, la televisión de pago plantea un dilema a la política olímpica en materia de comunicaciones. ¿Sólo aquéllos que puedan permitirse pagar tendrán acceso a esa programación más variada e interactiva? Si es así, esto parece ir directamente en contra del ideal de participación universal en la experiencia olímpica. Asimismo, si los servicios más avanzados son más costosos, ¿implicará eso una influencia excesiva, sobre la financiación y producción de la televisión olímpica, por parte de los pocos que puedan acceder a los servicios de alto coste, a expensas de las masas que no tiene esa posibilidad? Tales cuestiones sólo pueden ser abordadas en el terreno político, mediante difíciles decisiones políticas.

C. Nuevas comunicaciones, mensajes olímpicos y experiencia del público

Muchas empresas y especialistas sugieren, actualmente, que el mundo se acerca a una época de comunicaciones multimedia, interactivas, móviles (o sin trabas) y personalizadas. Una de las hipótesis se centra en los servicios de comunicación personal (PCS, Personal Communication Services), ofrecidos a través de las redes de comunicación personal (Personal Communication Networks). Dicha hipótesis sugiere que habrá una red de redes, dentro de la cual las redes celulares convencionales estarán conectadas a redes de edificios de oficinas, barrios y redes de terminales callejeros o subterráneos, todas ellas a su vez conectadas a una Red Digital Avanzada que coordina dicha red de redes. Los servicios de comunicación personal se distinguirán de los servicios existentes de teléfono y telecomunicaciones móviles, básicamente, en que habrá un número de teléfono para cada persona dentro de la red, y dicho número podría acompañar a una persona en cualquier parte del mundo.

Dada la fuerte tendencia hacia la informatización de la ciudad anfitriona de los Juegos Olímpicos y de la red global con la que está conectada para retransmitir los programas olímpicos, es totalmente plausible, incluso probable, que la difusión de los mensajes olímpicos sea, en el futuro, más personalizada, móvil e interactiva. Si se puede llegar a una red de servicios de comunicaciones móviles en el ámbito de la ciudad olímpica y de los recintos de competición olímpica, junto con dispositivos de comunicación personal ligeros de peso, portátiles y de fácil uso, no se requiere un gran esfuerzo de la imaginación para concebir cómo podrían ser utilizados. Podrían ofrecer explicaciones de fondo y apoyo informativo a la ceremonia de inauguración, junto a una información rica y variada sobre deportes, equipos, atletas, la ciudad anfitriona, etc. En pocas palabras, podrían abrir una red mucho más amplia para el tipo de servicios informativos que en la actualidad se están expandiendo, pero que permanecen aún relativamente confinados al ámbito de la comunidad olímpica. Mediante

Fundación Telefónica
Telefónica

conexiones con la red mundial, tales servicios se extenderán por todo el mundo.

Este breve ensayo ha abordado algunos de los avances producidos en las tecnologías y en los sectores relacionados con la comunicación, que no se limitan a describir la nueva y ampliamente anunciada era informática, sino que se aplican en su integridad a la relación cambiante de los medios de comunicación con los deportes. No obstante, sigue sin estar clara la forma precisa que adoptará en un futuro la imagen del deporte en los medios de comunicación. Al igual que ocurre con los cambios pasados y presentes, eso dependerá en gran parte de las políticas que se apliquen, y el proceso de elaboración política sigue siendo un proceso de carácter esencialmente político y humano.

Los Juegos Olímpicos nos ofrecen el ejemplo más claro en este sentido. El desarrollo de las políticas futuras de televisión y comunicaciones será mucho más positivo si se cede la palabra no sólo a los representantes de las empresas que construyan las nuevas redes y que produzcan unos servicios más avanzados de comunicación olímpica, sino también a una gran variedad de públicos interesados en el mundo del deporte y en el mundo en general.

Traducción: Antonio Fernández Lera

Fundación Telefónica
Telefónica