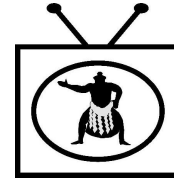


El Gran Debate Cobertura televisiva

por Chris Gould



Hemos aprendido, durante la reciente debacle de radiodifusión, que la NHK, canal de televisión estatal de Japón, posee los derechos de los torneos en directo del sumo hasta 2013. La pregunta que se debe plantear la próxima vez que los derechos estén disponibles es: "¿La NHK atrae a los espectadores de sumo o lo echa?" La mayoría de los aficionados al sumo en todo el espectro de edad parecen estar unidos en su veredicto.

Existen, como en cualquier parte de la vida japonesa, enormes obstáculos para la reforma del sistema. Como el sumo es reconocido oficialmente como el deporte nacional de Japón por el gobierno y está adscrito al Ministerio de Educación, sería muy embarazoso para el canal estatal NHK no emitirlo. Teniendo tanto el sumo como la NHK vínculos exclusivos con el gobierno, lo que sin duda los han hecho más seguros en los últimos 60 años que un agarre de Kotooshu, sería difícil ver a una compañía de televisión privada optar a tener los derechos. Ha habido intentos anteriores de transmitir el sumo en la televisión privada y al final fracasaron ante la imposibilidad de competir con la NHK.

Esto es una vergüenza, ya que la historia nos sugiere que hay mucho que decir sobre la comercialización de la cobertura de los deportes. Considerando que la televisión estatal puede salirse con la suya al hacer viables programas no comerciales, la televisión privada está en

persistente guerra por la audiencia y debe innovar sin descanso. Debe optar por lo sensacional sobre lo sensible, por el panorama general sobre los pequeños detalles. Pocos posiblemente pueden argumentar que esto no es lo que necesita el sumo.

La Copa del Mundo de 2010 fue otro ejemplo claro de cómo la novedosa cobertura comercial de televisión ha transformado las fortunas del fútbol mundial, tanto a nivel de clubes como a nivel internacional. Hace veinticinco años el fútbol aún era un pasatiempo de la clase trabajadora, confinado a un estrato específico de la sociedad y con una base de aficionados en peligroso declive. Ahora, bajo el influjo de la televisión privada, las historias sobre la pérdida de aficionados parecen mitos, al igual que las imágenes de estadios ruinosos, ahora transformados en recintos brillantes, agradables y con todas las plazas de asiento. La televisión privada ayudó a ampliar el alcance del fútbol a las clases medias como nunca antes, con el respaldo de atraer a las mujeres como nunca antes, y transformó el una vez debatido deporte en una industria que garantiza miles de millones de dólares anuales.

Sería ridículo, por supuesto, sugerir que el sumo podría convertirse en una industria de miles de millones de dólares. Pero no es ridículo sugerir que la televisión privada, libre de la competencia de la NHK, podría generar una importante inversión adicional y más aficionados. La televisión privada se vería obligada

a buscar más historias emocionantes de sumo, hablar más sobre las personalidades de los luchadores y tratar de poner de manifiesto el lado humano del sumo, animando a sus participantes a hablar más y no menos. Estaría obligada a ver cuál sería el momento óptimo para programar los combates, usando si es necesario su poder de negociación con la misma brutalidad que Sky TV en el Reino Unido. Se vería obligada a sexualizar las emisiones, con muchas jóvenes hermosas japonesas realizando las entrevistas, o haciendo el sumo más aceptable para las jóvenes. Lo mejor de todo, la televisión privada fácilmente podría firmar acuerdos con empresas de entretenimiento como Yoshimoto, asegurando que algunos de los mejores comediantes pudieran comentar sobre el sumo y hacer reír a la gente.

Es el calibre de los invitados en la actual NHK lo que demuestra que lo más adecuado es cambiar a la gente. Los invitados parecen haber sido puestos a dedo para recurrir exclusivamente al Japón anterior al 95. No recuerdo haber visto nunca a un joven actor como invitado especial, a pesar de que todas las pruebas demuestran que este es el tipo de estrella de televisión a la que los japoneses quieren ver. Es casi como si la NHK y la asociación de sumo creyesen que el deporte nacional de Japón es tan sagrado y serio que nadie puede ni siquiera hacer comentarios alegres sobre ello. El resultado es una emisión tremendamente tonta sin que

ningún canal de televisión intente en serio atraer a los espectadores.

A menos que la NHK alegre sus emisiones y los cambien los

comentarios de sumo para un público moderno que no necesariamente recuerdan el bigote del emperador Hirohito, la televisión privada debería tener el

derecho a garantizar que el deporte nacional consiga una atención de los espectadores que su intriga y singularidad merecen.