

## LA TV DEPORTIVA ES LA REINA DE LA COMPETENCIA

Por Jose Emilio Jozami Delibasich \*

El reciente fallo del Supremo que dio la razón a la Liga sobre la RFEF, por el caso de los partidos de los lunes y viernes muestra una sentencia proactiva atenta a valorar el negocio legítimo como parte de los beneficios de la actividad deportiva.

El deporte, como lo hemos definido muchas veces como un verdadero derecho fundamental en la práctica de los seres humanos, como un verdadero derecho económico, social y cultural, se caracteriza por estar presente en valores como la salud, la educación, el trabajo, la competencia y también en todo negocio lícito, que no deben ser confundidos con los negociados que generan delito.

Los contratos televisivos y la adquisición de derechos audiovisuales son hasta una materia de estudio en los cursos de Derecho deportivo, lo que muestra que es trabajo y negocio vinculado al deporte.

El fallo marcó la división de competencias entre la Liga y la RFEF, como bien lo dijo en su artículo en este prestigioso medio el maestro Antonio Aguiar, indicando que entre las dos instituciones no hay jerarquía sino una convivencia institucional.

Me permito agregar un granito de arena en este tema en base a mi experiencia de haber trabajado más de 25 años en la televisión argentina como narrador de fútbol en el programa exclusivo y más premiado “Fútbol de Primera” que emitía Canal 13 de Buenos Aires a través de las empresas Torneos, TYC Sports y Fox Sports, y como abogado siempre me he interesado en conocer de las cuestiones jurídicas que abordaba este tema.

En Argentina hace más de 20 años que se juegan los partidos de la Liga principal televisados todos, entre los días viernes a lunes, (llamándose este último partido final), los jueves y sábados se televisan los de segunda división y entre semana generalmente se acomodan los partidos de copa argentina (Copa del Rey de España) o los juegos de copas internacionales, (Libertadores, o Sudamericana) organizados por CONMEBOL, la segunda organización continental más importante del fútbol después de la UEFA.

En algunos años un gobierno nacional rompió unilateralmente la relación de la empresa dueña de los derechos del fútbol con la Asociación argentina de fútbol y pasó a transmitir por el canal del estado, un proyecto que se denominó “FUTBOL PARA TODOS”, evitando el sistema de PAY PER VIEW.

Esto se resolvió por la justicia que se encargó de devolver los derechos al verdadero inversor, y dueño del negocio legítimo contractual de la reproducción audiovisual del fútbol argentino

La televisión marca el ritmo del juego por los tiempos televisivos que muchas veces son tiranos por el hecho que hay que cumplir con las pautas publicitarias y compromisos periodísticos y de publicidad. Por ello es que los productores deben pedir a los equipos que no demoren sus salidas al campo, que este todo dentro del tiempo prolíjamente marcado.

La televisión colabora también cuando se reforma o se construye un nuevo estadio, a través de los trabajos de los directores de cámara para asesorar a los constructores por las estratégicas posiciones donde deben colocarse hoy las más de 15 cámaras que se utilizan para grandes eventos.

El juego es desde hace un tiempo un show, además de deportivo de entretenimiento para hombres, mujeres, niñez, familia entera. Los televidentes encendidos en hogares, en bares, restaurantes, clínicas, consultorios en horarios tempranos es una costumbre que llego para quedarse. Incluso en el mismo estadio donde se juega la competencia donde los asistentes suelen verse cuando una cámara los sorprende al aire.

La televisión es la compañía silenciosa o con volumen para millones de personas que son atraídos por el fútbol.

En Argentina existen algunas personas que prefieren escuchar la narración más vibrante de la radio y verlo por la televisión.

Otra anécdota sudamericana es la que sucedía en Brasil, el país más grande y poblado de Sudamérica y uno de los más grandes del mundo. Muchas veces las empresas de televisión brasileña se encontraban con una contrariedad en el prime time nocturno con una gran competencia de rating frente a las populares y reconocidas novelas del país de los grandes carnavales.

El fútbol como el voleibol, otro de los deportes de mucha preferencia en el público brasileño, y la novela trataban de no chocarse, aunque seguramente en todos los lugares ya habían más de un televisor para repartir la audiencia.

La televisión ha sido desde siempre una gran ayuda para el deporte, no solo desde el beneficio económico que deja a federaciones, ligas, clubes, por el pago del canon que representa adquirir los derechos para una o varias empresas que se reparten luego las tareas, sino que también para los jugadores, que les permite ser reconocidos y mostrar al mundo entero su talento, y también para los entrenadores que pueden ver todos los juegos y atesorar los videos que les permite estudiar a sus rivales.

Hoy ya no se puede concebir el deporte sin la televisión, donde los jugadores y el útil representan al rey, pero la pantalla donde se transmite el juego, la TV, lleva la corona de ser la reina de la competencia.



\*Abogado y Periodista. Diplomado en D. Deportivo por Universidad Austral. Master en D. Deportivo por ISDE Madrid. Mediador por Fundación Retoño y Escuela Argentina de Negocio (Argentina), Escuela de Derecho de Universidad de Yale. Escuela de Negocios de Universidad de Harvard (EEUU) IEMEDEP Madrid (Mediador Deportivo Internacional). Ex Juez civil y Mercantil. Profesor universitario. Mediador Jurídico FIFA. Ex miembro Tribunal de Disciplina de AFA. Miembro de la Red Latam de DDHH.

---

**EDITA: IUSPORT**

**Octubre 2025**