

Cómo citar este texto:

Aguilar Calderón, F., Adeliño Recasens, A. y Carretero Nevado, A. (2017). La guerra del fútbol: regulación, adquisición y explotación de los derechos para las retransmisiones televisivas del fútbol en España, desde la llegada de la tv privada hasta hoy.

Derecom, 22, 01-20. <http://www.derecom.com/derecom/>

**LA GUERRA DEL FÚTBOL:
REGULACIÓN, ADQUISICIÓN Y EXPLOTACIÓN DE LOS
DERECHOS PARA LAS RETRANSMISIONES TELEVISIVAS DEL FÚTBOL EN ESPAÑA,
DESDE LA LLEGADA DE LA TV PRIVADA HASTA HOY¹**

**THE FOOTBALL WAR:
THE REGULATION, ACQUISITION AND EXPLOITATION OF
TELEVISION BROADCASTING RIGHTS OF FOOTBALL IN SPAIN,
SINCE THE ARRIVAL OF PRIVATE TV UNTIL TODAY**

© Francisco Aguilar Calderón
Universitat Autònoma de Barcelona (España)
aguilarcalderonfran@gmail.com

© Anna Adeliño Recasens
Universitat Autònoma de Barcelona (España)
annaar96@gmail.com

© Azahara Carretero Nevado
Universitat Autònoma de Barcelona (España)
azaharacn@gmail.com

Resumen

La disputa por el control de los derechos para las retransmisiones futbolísticas ha sido habitual en Europa desde la aparición de la competencia en el mercado televisivo. Este artículo describe el funcionamiento de la industria de este deporte en España analizando la regulación, adquisición y explotación de los derechos audiovisuales. El estudio se articula en dos grandes bloques: un marco comparativo que analiza los modelos europeos de las ligas con mayor impacto económico en el mercado audiovisual y la evolución sufrida por el modelo español hasta el nuevo marco legal surgido en nuestro país: Real Decreto Ley 5/2015, de 30 de abril, de Medidas Urgentes en Relación con la Comercialización de los Derechos de Explotación de Contenidos Audiovisuales de las Competiciones de Fútbol Profesional.

Summary

The dispute over the control of broadcasting rights for football has been an ongoing at a European level since the emergence of competition in the television market. This article focuses on Spain and describes the operations of its football industry, analyzing the regulation, acquisition and exploitation of audiovisual rights. The study is divided into two main sections. On the one hand, a comparative framework analyzing the European models of the leagues that have the greatest economic impact on the audiovisual market. On the other hand, the evolution of the Spanish model until the new legislation emerged in our country: Real Decreto Ley 5/2015, de 30 de abril, de Medidas Urgentes en Relación con la Comercialización de los Derechos de Explotación de Contenidos Audiovisuales de las Competiciones de Fútbol Profesional.

Palabras clave: Fútbol. Derechos de retransmisión. Televisión. Regulación. Modelo centralizado. Modelo individualizado

Keywords: Football. Broadcast rights. Television. Regulation. Centralized model. Individualized model

1. Introducción

La importancia del fútbol como contenido de entretenimiento para los medios de comunicación, la evolución de los mismos y el modelo de negocio existente ha generado diferentes disputas en España desde la desaparición del monopolio de Televisión Española (TVE) en los años 80. En el nuevo siglo, alguno de estos desencuentros ha llegado hasta los tribunales.² El conflicto del fútbol televisado pone de manifiesto la relevancia del mismo como contenido de entretenimiento de alta repercusión social y de gran atractivo para las audiencias y, con ello, la publicidad (Bonaut Iriarte, 2010). Por ello, este artículo analiza la regulación, adquisición y explotación de los derechos televisivos del fútbol en España y la evolución desde sus primeras retransmisiones hasta la temporada 2015-2016, en la que ha cambiado su modelo.

En el panorama audiovisual europeo han existido fundamentalmente dos tipos de venta de derechos de fútbol. Por un lado, el modelo individualizado y, por otro, el centralizado o colectivo. Ahora bien, los condicionantes propuestos por el mercado han provocado que prácticamente la totalidad de las ligas europeas que se regían por el primero, el vigente en la liga española hasta la temporada 2014-2015, hayan pasado al segundo. Esto ha sucedido paulatinamente, especialmente a raíz de las sucesivas decisiones comunitarias de autorización, bajo ciertas condiciones, de modelos de venta centralizada.³ En este artículo analizamos también por qué ha durado tanto nuestro modelo y qué suerte correrá la nueva forma de operar.

Hasta la temporada 2014-2015 la venta individualizada permitía a los clubes españoles la capacidad de negociar la cantidad a percibir por la retransmisión de sus partidos, en tanto que el operador estuviera dispuesto a pagar por ello. En la negociación individual los clubes licencian los derechos audiovisuales de todos los partidos (competiciones nacionales) en que su equipo participa por una o varias temporadas. Son negociaciones individuales, por lo que pueden darse enfrentamientos entre sí de equipos cuyos derechos pertenecen a más de una plataforma.

Ante este panorama, durante el año 2015, la Liga de Fútbol Profesional (LFP) y el Consejo Superior de Deportes (CSD) estudiaron nuevas fórmulas para alcanzar acuerdos que defendieran los intereses de cada una de las posturas enfrentadas. Este hecho derivó en un nuevo marco legal, con un modelo centralizado y que se ha iniciado ya, de manera experimental, durante la temporada 2015-2016.

Este estudio describe el funcionamiento de la industria del fútbol en nuestro país y la interacción entre los diferentes actores que intervienen. Así, analizamos el modelo de gestión existente en España y los modelos de las ligas europeas con mayor impacto económico en el mercado audiovisual. Este estudio servirá para mostrar las bases jurídicas bajo las que se sustentan los derechos de retransmisión del fútbol y a qué modelo de negocio responden, descubrir cuándo se empiezan a regular los derechos televisivos en España y hallar qué conflictos ha supuesto la interacción entre los diferentes actores. El artículo permite comparar el nuevo marco legal español con los principales modelos europeos. Para ello, hemos llevado a cabo estudios de corte cualitativo a través de técnicas de investigación como la entrevista o el análisis documental.

2. El modelo europeo centralizado y sus diferentes criterios de repartición

El modelo centralizado o modelo de negociación conjunta es un sistema en el cual el acuerdo se realiza de forma colectiva, existiendo un solo punto de venta. Los clubes de fútbol ceden sus derechos a un organismo central, las asociaciones organizadoras de los campeonatos (las ligas y federaciones nacionales o la UEFA), encomendando a estas el mandato de negociar y pactar con los operadores televisivos la cuantía y las condiciones de explotación por un período determinado. La explotación mediante este sistema permite a los clubes aumentar sus ingresos por otros conceptos (ingresos comerciales e ingresos obtenidos de la venta de entradas) así como democratizar los beneficios obtenidos, ya que con este modelo se respeta el tamaño de cada club y es posible incrementar anualmente los ingresos.

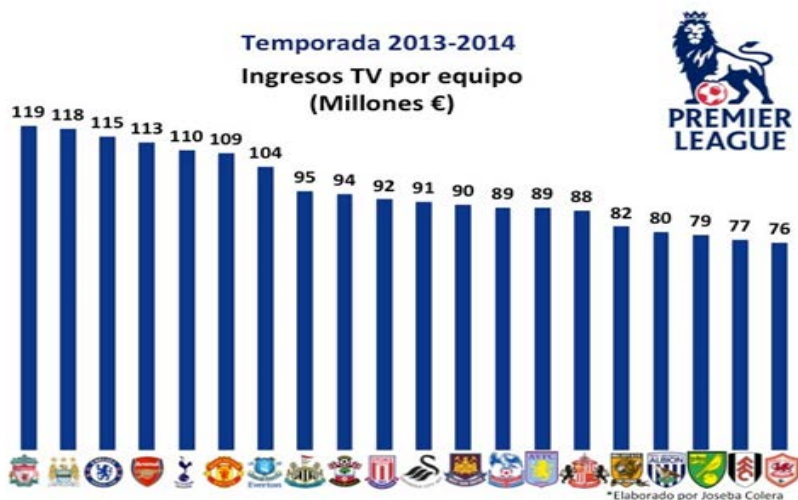
A continuación, analizaremos las características principales de las grandes ligas europeas (con base en sus ingresos totales) en las que se realiza una venta conjunta de derechos de retransmisión.

2.1. El modelo inglés

La Premier League (PL) es, sin duda, la liga europea con mayor repercusión a nivel mundial, con más de 600 millones de espectadores repartidos por más 200 países de los cinco continentes. Por ello, es también la liga europea que obtiene más ingresos domésticos por la retransmisión del fútbol, por delante de las otras cuatro grandes ligas europeas (García Santamaría, 2011, 5).

Desde la temporada 1992-1993 hasta el año 2006, todos los derechos de retransmisión de partidos en directo fueron vendidos en exclusiva a la compañía BSkyB, ya que el modelo centralizado así lo permite, aunque no es lo habitual. A raíz de una investigación de las autoridades de la competencia, en 2006 se cambió el modelo de venta de derechos agrupándolos en seis paquetes con una duración máxima de tres años. Se acordó que al menos uno de esos seis paquetes debía ser para una segunda televisión, con el fin de evitar de nuevo situaciones de monopolio.

Ingresos de TV percibidos por los clubes de la Premier League



Fuente: Cólera (2014)

En el modelo británico, el dinero obtenido de la venta de derechos se reparte de la siguiente forma: el 50% por ciento del total es repartido equitativamente entre los 20 clubes que forman la PL; un 25% se distribuye en función de la posición final de cada equipo en la Liga, y el 25% restante se gestiona con base en el número de partidos televisados (Spink y Morris, 2000, 181; Deloitte, 2006, 15).

En el modelo inglés destaca su éxito en la explotación de derechos audiovisuales futbolísticos a nivel internacional, hecho que ha posicionado a la liga inglesa como la liga europea más rentable y significa que es la que goza de mayor salud financiera, siendo así, junto a la liga alemana, uno de los modelos de gestión de derechos referentes en Europa.

2. 2. El modelo alemán

El modelo germano es quizá el más sencillo y ortodoxo de los modelos, si lo comparamos con sus homólogos europeos. La Bundesliga es el órgano encargado del reparto de los derechos de retransmisión.

Siempre que se habla del éxito de la Bundesliga se suele destacar una particularidad en la estructura societaria de sus clubes: la norma del 50+1, introducida en 1999, para adecuar las fórmulas tradicionales de organización a la realidad del fútbol como negocio. Por entonces, casi todos los clubes eran entidades sin ánimo de lucro y de naturaleza polideportiva, pero el crecimiento económico del fútbol era exponencial y generaba ciertas tensiones e incoherencias. Entonces, Alemania permitió a sus equipos que separaran la sección de fútbol del resto del club para dotarla de independencia jurídica, financiera e impositiva, con una condición: que el antiguo club (que permanecía estructurado como tal, con la figura tradicional del socio como elemento característico) mantuviera la propiedad de, al menos, el 50% más una de las acciones de esa nueva sociedad estrictamente futbolística. Los inversores externos sólo pueden acceder como máximo al 49% del accionariado hasta que no demuestren una fidelidad a los colores de más de 20 años (Snedecor, 2011, 5).

La poca aceptación del fútbol de pago entre el público germano fomentó la exploración de nuevas vías para percibir ingresos como el *marketing*, así como una fuerte inversión en las academias de los clubes con objeto de limitar las inversiones futuras en jugadores consolidados y fortalecer la selección nacional. También fueron vitales las medidas de control financiero acordadas por los propios clubes y supervisadas por la Federación Alemana de Fútbol, la Deutscher Fussball-Bund (DFB).

Además, el modelo alemán ha ido más allá y se ha marcado como meta equilibrar las diferencias entre clubes: ha optado por repartir la misma suma de dinero base correspondiente de la recaudación internacional de la Bundesliga a todos los clubes por igual. La medida, que entró en vigor en 2015, pretende sortear la gran brecha que existía entre los grandes clubes y los clubes menos afortunados, que acababan compitiendo en condiciones de desigualdad.

La Bundesliga destaca por ser un modelo más social y proteccionista, apostando así por los socios y la cantera nacional y basando el reparto de los derechos audiovisuales entre los clubes en unos criterios que permiten que sea la Liga más equitativa. Este hecho permite que las diferencias entre los ingresos de cada club y el posterior estén perfectamente escalonadas.

Ingresos de TV percibidos por los clubes de la Bundesliga



Fuente: Cólera (2014)

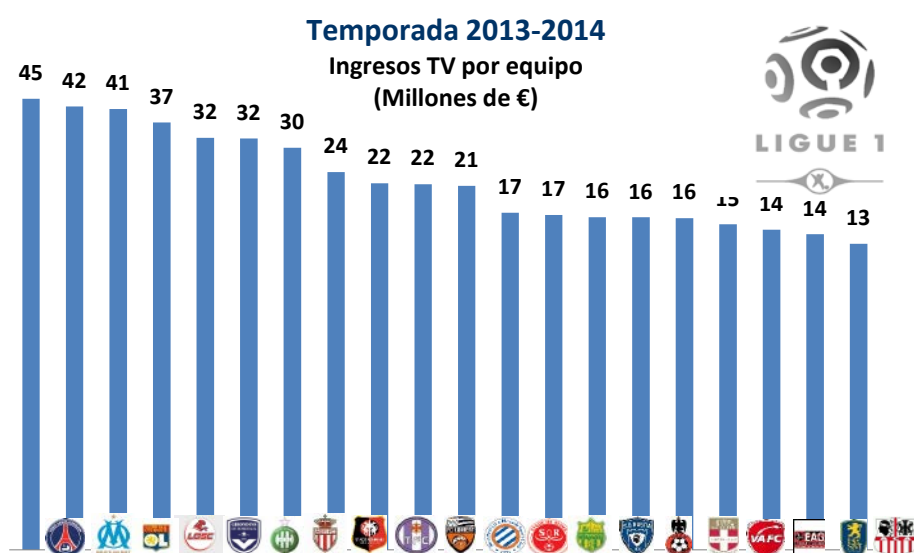
2. 3. El modelo francés

Francia fue un país pionero en lo que a sistemas de control y supervisión de la gestión deportiva se refiere. Cada actividad deportiva está organizada y gestionada por una Federación (art. 131-8 del Código de Deporte), mientras que las Ligas tienen como principal vocación la comercialización de sus derechos. Para poder retransmitir cualquier evento, las cadenas de televisión deben dirigirse a un único interlocutor: las Ligas profesionales, que constituyen una especie de “monopolizadores legales” de derechos y, en aplicación de estas disposiciones, la Federación Francesa de Fútbol (FFF) ha confiado su comercialización a la Liga Francesa de Fútbol (LFP).⁴

La adquisición de derechos de retransmisión no se realiza de manera agrupada, sino en forma de lotes, lo cual permite la apertura al mercado a los operadores de la competencia. Cada lote se adjudica al candidato cuya oferta sea más favorable, con una diferencia respecto a la siguiente de, al menos, un 5% y los contratos no pueden tener una duración de más de tres años con el mismo operador. Además, la Ligue 1 debe rechazar proposiciones de ofertas globales o acopladas y, aunque solo un operador podría poseer en exclusiva los derechos, la Comisión de la Competencia se encarga de evitar que esto ocurra.

El reparto de los ingresos se hace conforme a la Carta 2002 de los derechos de los clubes de fútbol profesional francés, firmada el 28 de enero de 2002 (García Santamaría, 2011). De esta forma, se reparte un 50% como parte fija e igual para todos los clubes; un 25% según la clasificación de la temporada; un 5% según la clasificación de las cinco últimas temporadas y un 20% en función de los partidos televisados, lo que permite un reparto más igualitario entre los clubes.

Ingresos de TV percibidos por los clubs de la Ligue 1



Fuente: Cólera (2014)

La liga francesa no destaca especialmente por su volumen de ingresos por derechos audiovisuales. De hecho, es la más débil en este apartado de entre las grandes ligas europeas. Pese a ello, su reparto es muy equitativo y las diferencias entre clubes provienen exclusivamente del 20% repartido entre los equipos con más partidos televisados. No obstante, la Ligue 1 fue la primera liga europea en regular la gestión de derechos audiovisuales deportivos de manera centralizada.

2.4. El modelo italiano

Italia resulta un caso curioso en lo que a distribución de derechos futbolísticos respecta. Inicialmente, la Lega Calcio comercializaba de manera centralizada los derechos televisivos de las Series A y B (equivalentes a la 1ª y 2ª división española), la Copa de Italia y la Supercopa de la Liga, con un reparto igualitario entre los distintos clubes. Sin embargo, el surgimiento a finales de la década de los 90, de la televisión de pago y la entrada de los operadores por satélite –Telepiú (1990) y Stream TV (1996)– puso en entredicho la venta colectiva de derechos.

Los grandes clubes italianos vieron la posibilidad de obtener mayores ingresos que los que venían percibiendo por mediación del Calcio. En 1999, algunos de ellos firmaron contratos de manera individual con Telepiú, cediendo derechos de explotación televisiva por seis años. La peor parte de estos acuerdos se la llevaron aquellos clubes modestos que se quedaron sin los jugosos contratos de los grandes y tuvieron que unirse para vender colectivamente sus retransmisiones (García Santamaría, 2011).

Sin embargo, aquel mismo año la Autoridad de la Competencia Italiana eliminó el modelo de venta centralizada, pasando a un modelo de venta individualizada mediante una nueva regulación. Tras ello, los ingresos de la Liga se doblaron, pero el crecimiento de las desigualdades entre clubes y la situación precaria en la que quedaban los clubes más débiles condujo de nuevo a una venta centralizada en la temporada 2010-2011.

Así, la duración de los contratos se extendía a un máximo de tres años y establecía unos porcentajes en el reparto de los ingresos generados: un 40%, a partes iguales, entre todos los clubes; un 30%, según la clasificación obtenida, y el 30% restante, de acuerdo a fórmulas más complejas, que tienen en cuenta el número de abonados y socios de cada club, así como el número de habitantes de donde proviene el equipo en cuestión, hecho que abre la duda de si se establece para ayudar a igualar la diferencia de ingresos entre clubes, marcando unos criterios fijos, o si se hace para que aquellos que históricamente han tenido mayor incidencia no pierdan demasiado potencial respecto a la época de venta individualizada de derechos (García Santamaría, 2011). De hecho, la liga italiana fue la última gran liga europea en cambiar a la venta centralizada de derechos y en ella persisten similitudes con el modelo español, en lo que se refiere a la diferencia por ingresos entre clubes.

Ingresos de TV percibidos por los clubes de la Serie A del Calcio



Fuente: Cólera (2014)

3. Evolución del modelo en España

Llegados a este punto, llevaremos a cabo el análisis del modelo individualizado de negociación por los derechos de retransmisión del fútbol con el fin de explicar en qué consiste y entender así cómo ha funcionado el modelo español hasta 2015, desde el monopolio de TVE, la aparición de las televisiones autonómicas, la llegada de la televisión privada y la irrupción de las plataformas digitales y su posterior fusión. Hasta la temporada 2015-2016 no ha existido un marco normativo definitivo que regule, a rasgos generales, las condiciones por las que se rige el mercado de adquisición y explotación audiovisual de las competiciones futbolísticas nacionales, como tampoco del resto de eventos deportivos que organiza la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), o en los que participan selecciones españolas de otros deportes, al margen de las disposiciones aplicables de la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte; y la Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos, que no está en vigor desde el 1 de mayo de 2010.

A pesar de ello, la comercialización de los derechos de difusión audiovisual se ha visto influida por una serie de precedentes, en los cuales las autoridades de competencia comunitaria y española han impuesto determinadas condiciones a la adquisición y explotación de los derechos. Así, hasta el final de la temporada 2014-2015 el sistema de venta individual y de adquisición de derechos fue, en parte, fruto de esa incidencia en cuanto a la conformación del modelo, la estructura que presentaba el mercado y en el comportamiento de los operadores del sector.

3.1. Primeras retransmisiones televisivas: el dominio de TVE

La oferta del fútbol televisado se remonta a la aparición del medio en octubre del 1956, con gran recelo por parte de los empresarios del espectáculo futbolístico hacia la retransmisión de este deporte por el importante papel que la televisión podía cobrar y los conflictos que podía generar. En este sentido, destacan la descripción que Glasser (1985, 35-45) y McIntosh (1974, 35-45) hacen de los efectos negativos de la influencia televisiva en el fútbol: el descenso de la asistencia a los campos, la comercialización del juego y pérdida del espíritu deportivo, la transformación del reglamento y de la naturaleza del deporte, así como la excesiva dependencia económica de la televisión.

Por otro lado, viendo el lado positivo de la relación, Donald Parente (1977, 128-132) señala algunas ventajas: la consolidación del profesionalismo, el reforzamiento de las estructuras deportivas a nivel nacional e internacional, el descubrimiento de nuevas disciplinas deportivas y el reconocimiento de los deportistas como verdaderas estrellas del juego.

Poco antes del acuerdo entre TVE y la RFEF para la emisión de este deporte, la cadena pública se amparó en los artículos 2, 3 y 4 del Decreto 969/1959, de 4 de junio, sobre Retransmisión por Televisión de Espectáculos Públicos⁵ por el que el Gobierno podía obligar a la transmisión en directo de TVE de todo acontecimiento deportivo que se considerase de interés general. Por este motivo, los equipos se vieron obligados a acatar el Decreto.

No obstante, fue a finales de 1962 cuando TVE llegó por fin a un acuerdo con la RFEF para la explotación de los derechos de retransmisión, pasando a un modelo centralizado de adquisición de los derechos.⁶ Este hecho permitió regularizar la situación, siendo el primer pacto entre organismos a nivel europeo para la emisión metódica de partidos de Liga semanalmente. De este modo, gradualmente los ingresos fueron aumentando y el negocio televisivo se convirtió en el más rentable para los clubes

El pacto supuso la primera base reguladora de la retransmisión de los partidos de Liga de fútbol que se mantuvo hasta los años noventa, aunque el sistema no se vio exento de conflictos debido al establecimiento de una dependencia por parte de los clubes de los ingresos recibidos del negocio televisivo.

3.2. La aparición de las televisiones autonómicas

Dada la importancia que cobraron las retransmisiones futbolísticas, las televisiones autonómicas nacidas a principios de los años 80 vieron en estas su gran oportunidad para igualar a TVE. Según Vilaseca (2015), *para competir con TVE, las autonómicas consideraron que la única manera de penetrar en sus territorios a nivel de audiencia era retransmitir un evento importante como el fútbol.*

Así, la televisión vasca, Euskal Telebista (ETB), llegó a emitir un partido de Copa de Europa sin previo acuerdo con TVE. Poco después, la televisión vasca y la catalana (TV3) empezaron a emitir resúmenes de partidos de Liga de equipos vascos y catalanes. En los años posteriores, se llegó a diferentes acuerdos con la LFP, de forma que las retransmisiones futbolísticas pasaron a ser uno de los programas estrella de las televisiones autonómicas. Así fue como, en la temporada 1987-1988, estas compartieron por primera vez con TVE los derechos de retransmisión de los partidos de Liga por dos temporadas, rompiendo el monopolio de la cadena pública.

En la temporada 1989-1990 las televisiones autonómicas se hicieron con los derechos exclusivos, dejando a TVE solamente con la emisión de los encuentros para los territorios que no disponían de cadena autonómica (Bonaut Iriarte, 2010). La competencia televisiva por los derechos del fútbol demostró el peso de esta programación en las cadenas, hecho que quedó aún más claro con la llegada de la televisión privada.

3.3. La llegada de la televisión privada

En mayo de 1988 quedó aprobada la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, que permitió la creación de las primeras televisiones comerciales. Del concurso de licencias surgieron Antena 3 TV, Canal Plus (Canal+) y Telecinco. Instaurándose las tres primeras cadenas privadas, se abriría una nueva etapa de contienda por los derechos televisivos del fútbol.

Fue en este contexto cuando se aprobó la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte, mediante la cual se reforzaba a la LFP, organismo que se encargaría de regular las competiciones futbolísticas. Además, en el apartado 2 de la Disposición Adicional Tercera de dicha Ley, se puso en marcha el llamado Plan de Saneamiento para intentar acabar con las deudas contraídas por los clubes, muchos de ellos endeudados desde la celebración del Mundial del 82.

Este plan, cuya vigencia debía llegar hasta la extinción de la deuda, *obligaba a que todos los derechos de los clubs fueran cedidos a la LFP para que fuera esta la que comercializara con ellos y así poder solventar el daño económico* (Vilaseca, 2015). Por ello, la LFP cobró aún más fuerza y acabó quedándose con los derechos de retransmisión de la Liga (de la Primera y Segunda División) y la Copa. De este modo, el resultado del Plan de Saneamiento fue la aparición en España de un primer modelo centralizado de adquisición y explotación de los derechos de retransmisión.

Debido a estas medidas, en julio de 1990 Canal+ pactó, con la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) y la LFP, para compartir los derechos televisivos de la Liga, un acuerdo (con caducidad en junio de 1998) del que TVE quedaba excluida.

En este contexto, es importante destacar la Resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia (Expediente 319/92, de 10 de junio de 1993) por la que sancionó a la LFP por abuso de posición dominante en la venta de los derechos audiovisuales de la competición, aunque no indicó cómo debía ser el modelo en materia de adquisición ni de comercialización de los derechos relativos a los partidos de Liga y Copa, ni a quién le correspondía la titularidad del derecho o cómo debían ser las relaciones entre clubes y LFP.

Así, el modelo individual español no comenzó a conformarse hasta las tensiones creadas en el seno de la LFP como consecuencia de la finalización del mencionado Plan de Saneamiento y de los contratos televisivos en la temporada 1997-1998: *Parecía que no existía impedimento legal para comenzar a negociar con los diferentes clubs la contratación de sus derechos audiovisuales a partir de la temporada 1998-1999* (Calleja, 1997: 23). Así, el modelo de negociación individualizada coincidió con el creciente interés de los distintos operadores audiovisuales por la adquisición de derechos futbolísticos, sobre todo, con la aparición del mercado de pago por visión que ofrecía la televisión vía satélite.

3.4. Aparición de las plataformas digitales: el “Pacto de Nochebuena” y la “Ley Cascos” (1996-2002)

La primera regulación de la televisión por satélite se aprobó en España con la Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de la Televisión por Satélite, siendo las primeras concesionarias Sociedad de Televisión Canal+, Gestevisión Telecinco y Antena 3 Televisión, es decir, los operadores terrestres.

3.4.1. Primeras experiencias de emisiones por satélite

Tras un intento fallido de expansión de la televisión por satélite dada la escasa calidad de la programación y la falta de difusión comercial, en 1995, se aprobó una nueva regulación. La Ley 37/1995, de 12 de diciembre, de Telecomunicaciones por Satélite (LTS), introdujo una novedad fundamental: a partir de este momento, para prestar servicio de televisión por satélite sería suficiente con disponer de una simple autorización administrativa, frente al régimen de concesión de la Ley de 1992. Además, la Ley fijó un régimen jurídico excepcional para la televisión por satélite al afirmar que *los servicios de telecomunicaciones para cuya prestación se utilicen de forma principal redes de satélites de comunicaciones no tendrán la consideración de servicio público*, como sí se venía haciendo hasta el momento.

Bajo esta perspectiva, podría parecer que el negocio del satélite iba abocado al fracaso. Sin embargo, sí existía una programación que prometía el éxito de la televisión por satélite: el control de las retransmisiones deportivas y, más concretamente, las futbolísticas, motivo de disputa de las grandes plataformas desde mediados de los 90.

3.4.2. El Pacto de Nochebuena: la primera guerra del fútbol

En este contexto y al no existir más limitaciones que las derivadas de las propias leyes del mercado para impulsar una plataforma de televisión por satélite, dos grandes compañías se lanzaron a esta aventura en 1996: por un lado, Sogecable, con experiencia en el negocio de la televisión de pago con Canal+; y por otro lado, Telefónica, operador de telecomunicaciones en pleno proceso de privatización que contaba con varios socios potenciales para la nueva

plataforma, entre los que destacan RTVE, la mexicana Televisa y Antena 3 TV, cuyo accionista de referencia era entonces el Grupo Zeta, presidido por Antonio Asensio (Fernández Alonso, 2004).

Visto el éxito de Canal+ con el pacto con la FORTA y la LFP, Antena 3 TV ofreció en 1996 a los clubes de la Primera y Segunda División un contrato de 27.000 millones de pesetas por cinco temporadas a partir de 1998. Canal+ lanzó una contraoferta de 31.000 millones de pesetas por siete temporadas. A esta contienda se sumó TV3, que ya había obtenido ese mismo año los derechos del Fútbol Club Barcelona, y quiso obtener las firmas de los clubes, en lo que pasaría a llamarse la “*guerra del fútbol*”.⁷

Asensio, que inicialmente se había enrolado en la plataforma de Telefónica, desató la polémica el 24 de diciembre de 1996 al llegar a un acuerdo con Jesús de Polanco, presidente de PRISA y Sogecable, para gestionar conjuntamente los derechos del fútbol que ambos poseían, dando lugar a lo que se conoció como Pacto de Nochebuena. De este acuerdo surgió Audiovisual Sport (AVS) en el año 1997, una sociedad con el propósito de aglutinar y de explotar en común los derechos audiovisuales de la Liga Española y de la Copa, que los accionistas habían adquirido a los clubes de fútbol a partir de la temporada 1998-1999 y hasta la temporada 2002-2003.

La sociedad quedó participada por los tres grandes propietarios de los derechos del fútbol español: Prisa (o, como se hacía llamar antiguamente, Sogecable, con un 40% de la empresa), Telefónica (que entonces era Vía Digital, con un 40%) y TV3 (con un porcentaje del 20%) (CNC, 2008).

En este clima de lucha por el control de las retransmisiones futbolísticas, el 30 de enero de 1997 se inician las emisiones de la plataforma Canal Satélite Digital, gestionada por Sogecable (PRISA y Canal Plus Francia)⁸ y que, tras el Pacto de Nochebuena, contaba entre sus socios con Antena 3 TV (15%). La plataforma de Telefónica, Vía Digital, vería la luz el 15 de septiembre del mismo año, operando ya bajo la nueva normativa en materia de retransmisiones que impuso el Gobierno popular, la Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos, y que supondría una respuesta del Ejecutivo por la huida de Asensio a la competencia (Fernández Alonso, 2004).

3.4.3. La respuesta del Gobierno: nuevas regulaciones

El nacimiento de las plataformas por satélite fue turbulento por la injerencia de la política estatal mediante diversas regulaciones, como el Real Decreto aprobado en 1997 sobre transmisiones por satélite⁹ o la que acabaría conociéndose popularmente como “Ley del Fútbol” o también como “Ley Cascos”,¹⁰ la Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos. Dicha ley imponía la emisión televisiva en abierto y gratis para todo el territorio nacional de un partido de liga por jornada. Esta medida fue una respuesta por parte del Gobierno al mencionado Pacto de Nochebuena y apelaba al concepto de “interés general” que suscitaba el fútbol.

La urgencia en la regulación del sector fue entendida por diversos agentes como un atentado a la libertad de empresa, un freno para la primera plataforma que se constituía en España (Canal Satélite Digital) y un claro favoritismo para el operador próximo al Gobierno (Vía Digital) (Linde & Vidal, 2007).

La Ley Cascos no sólo afectó al negocio alrededor de la compra de derechos, sino que fue motivo también de incomodidad para los clubes, que siempre consideraron el fútbol en abierto una “expropiación” y una injusticia que no se daba en ningún otro país de la UE.

La principal consecuencia del enfrentamiento por los derechos de retransmisión de los eventos deportivos fue que los derechos de las dos principales competiciones futbolísticas, la Liga y la Copa del Rey, para las temporadas comprendidas entre 1997-1998 y 2000-2001 se convirtieron en un artículo de lujo: los clubes elevaron su importe anual hasta lo que hoy equivaldría a 234,39 millones de euros, cuando hasta 1997 se venía pagando algo más de 36 millones de euros (Beceiro Ribela, 2010).

3.5. La fusión de las plataformas digitales: el monopolio de Sogecable en la adquisición de los derechos y la explotación del fútbol de pago (2003-2006)

Desde la llegada de la televisión digital a España las batallas entre empresas, grupos de comunicación y partidos políticos fueron una constante. No obstante, las “leyes del mercado” llevaron a la fusión entre Vía Digital y Canal Satélite Digital, lastradas por grandes pérdidas.¹¹

El proceso de fusión de las dos plataformas fue en la práctica un proceso de absorción de Vía Digital por Sogecable (Beceiro Ribela, 2010). Tras meses de negociaciones, el 2 de julio de 2003, fruto de la fusión, nació Digital+.

En cuanto a AVS, Sogecable compraría la participación del 40% que poseía Telefónica, pasando así a controlar el 80% de su capital y dejando el 20% restante a TV3. Con ello, se produjo una situación de prácticamente monopolio de Prisa, durante tres temporadas consecutivas, entre los años 2003 y 2006, hasta la entrada de Mediapro en el accionariado de AVS.

En 2006, en la Cláusula Cuarta, del Acuerdo del 24 de julio, sobre la composición de AVS, se estipuló la venta de la participación de Televisió de Catalunya en AVS a Mediapro, que también compró un 5% del capital social de AVS entonces en manos de Sogecable. Como consecuencia, los socios de Audiovisual Sport pasaron a ser Sogecable, con un 75%, y Mediapro con el resto, un 25% (CNC, 2008).

3.6. El enfrentamiento entre Mediapro y PRISA

El último conflicto por los derechos del fútbol en España se ha dilatado desde 2006 hasta 2015. Nació en el proceso de integración de Mediapro en la sociedad AVS, tras adquirir los derechos de explotación de varios equipos de la Liga, entre ellos, el F.C. Barcelona, y llegar a un acuerdo con Sogecable, TV3 y AVS para poder llevar a cabo la retransmisión de la competición liguera y de la Copa del Rey. Así, con la irrupción de Mediapro se rompió el dominio que desde 2003 ostentaba Prisa.

El origen de lo que se dio a conocer como una nueva “guerra del fútbol” arranca de la interpretación que hicieron ambas partes (Mediapro y Sogecable) del contrato que ambas firmaron en julio de 2006 para la explotación de los derechos. En él se comprometían a aportar los derechos de los clubes que poseían por separado y acordaban así la retransmisión de los partidos en distintos canales, que podían ser en abierto,¹² de pago, a través de la plataforma Digital+,¹³ o de pago por visión (PPV), en Digital+ u otros operadores de cable.

El conflicto se desató cuando el grupo Mediapro se desmarcó, según su socio, de lo que establecía el contrato. Para Sogecable, Mediapro puso en marcha negociaciones a sus

espaldas y a las de AVS. Este incumplimiento se hizo palpable cuando Jaume Roures, el presidente de la productora, anunció en una rueda de prensa al año siguiente, en 2007, la adquisición de los derechos de 39 clubes de Primera y Segunda División española desde la temporada 2009-2010, periodo en que finalizaban los contratos televisivos entre dichos clubes y AVS. La empresa de Roures quería comercializar por sí misma los derechos de los clubes que adquirió, pero el contrato que firmó anteriormente con Sogecable le impedía hacerlo.¹⁴

Sogecable y AVS emitieron sendos comunicados en los que defendían el sistema de explotación del fútbol y exigieron a Mediapro que cumpliera sus compromisos y respetara las obligaciones contraídas. Entendían que el acuerdo tenía como objetivo garantizar la explotación de los derechos audiovisuales, no solo entre las temporadas 2006-2007 y 2008-2009 sino también en las sucesivas, ya que AVS era titular de numerosos contratos hasta la temporada 2012-2013. Este hecho dio lugar a un proceso judicial que se extendió hasta enero de 2015 con la resolución del Tribunal Supremo en favor de Mediapro.

En verano de 2009, al llegar el fin de los contratos de algunos clubes, el conflicto mantenido hasta entonces se reavivó. Finalmente, con la temporada 2009-2010 ya iniciada, Sogecable y Mediapro llegaron a un acuerdo: los abonados de Digital+ podrían disfrutar de los partidos de la Liga y la Copa al menos durante las 3 temporadas siguientes, desde la temporada 2009-2010. Sogecable controlaría el partido de pago los domingos y podría emitir el pago por visión junto a Mediapro. A su vez, Mediapro a través de La Sexta explotaba los partidos en abierto los sábados y también el Pay Per View.

Durante este periodo se aprobaron también dos regulaciones que modificaron la estructura del fútbol televisado. La primera fue el Real Decreto-ley 11/2009, de 13 de agosto, por el que se regula, para las concesiones de ámbito estatal, la prestación del servicio de televisión digital terrestre de pago mediante acceso condicional, que aprobaba la Televisión Digital Terrestre de pago y que beneficiaba directamente a Mediapro en la puesta en marcha de su canal 24 horas de fútbol, GoT.¹⁵ De este modo se hacía posible una manera de explotar los derechos adquiridos y obteniendo así ventaja frente a sus competidores.

La segunda iniciativa legal fue la aprobación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual que, por primera vez, regulaba el tiempo y la forma en la que se debían gestionar los derechos futbolísticos. Se establecía un período de cuatro años como el máximo para cada contrato y se reforzaba lo ya regulado sobre el "interés general" (Bonaut Iriarte, 2010).

Así, para las temporadas 2012-13, 2013-14 y 2014-2015 se tuvo que volver a negociar. En este contexto de permanente división, con periodos de repuntes debido a la evolución del litigio, se produjo la ruptura de las negociaciones entre Mediapro y Sogecable. A pocos días del inicio de la Liga fue necesaria la mediación de la LFP, que *garantizaba el acuerdo entre ambos operadores*¹⁶ y establecía *"un modelo viable para la Liga española, presentando un escenario estable y normalizado para los aficionados al fútbol"* (Muñoz, 2012).

Desde entonces y hasta la temporada 2014-2015, Canal+ 1 ha ofrecido en exclusiva cada fin de semana el mejor encuentro de la jornada, con una presencia destacada del Real Madrid y del Fútbol Club Barcelona. El canal de PRISA tenía la exclusividad de los derechos de la TV de pago, excepto para la Televisión Digital Terrestre (TDT). Así, el resto de encuentros de cada jornada (un total de ocho) han sido ofrecidos por Canal+, a través del canal Canal+ Liga. Canal+ distribuía a todos los operadores de televisión de pago españoles como ONO e Imagenio (Telefónica).

Por su parte, GoT, el canal de pago en TDT de Mediapro, emitía también, cada semana, el mismo contenido ofrecido por Canal+ Liga. Junto a ello, Mediapro debía distribuir

Francisco Aguilar, Anna Adeliño y Azahara Carretero :

La guerra del fútbol: regulación, adquisición y explotación de los derechos para las retransmisiones televisivas del fútbol en España, desde la llegada de la tv privada hasta hoy, www.derecom.com, ISSN 1988-2629, pgs. 01-20

también durante este ciclo, un partido por jornada en televisión en abierto, a través de La Sexta, y acordó también distribuir los derechos internacionales de la Liga y la Copa del Rey ocupándose de la producción de todos los partidos para todos los operadores.

En definitiva, la evolución de la regulación, adquisición y explotación de los derechos para las retransmisiones televisivas del fútbol en España, junto a la evolución de los medios de comunicación y la legislación, ha dejado los resultados más desiguales de las grandes ligas europeas entre los ingresos que perciben los equipos que conforman la Liga, como puede advertirse en este gráfico.

Ingresos de TV percibidos por los clubes de La Liga BBVA



Fuente: Cólera (2014)

4. Un nuevo marco legal: el Real Decreto-ley 5/2015

En este contexto de conflictividad constante por los derechos del fútbol, la LFP, la RFEF y los clubes iniciaron negociaciones para buscar un modelo alternativo. Parecía previsible que en un lapso temporal no muy dilatado se llegaría a un acuerdo para la elaboración e implantación de un modelo centralizado de venta de derechos más equitativo para los clubes. Sin embargo, la falta de acuerdo llevó al Gobierno a mediar y, finalmente, fijar un nuevo modelo mediante la aprobación Real Decreto Ley 5/2015, de 30 de abril, de Medidas Urgentes en Relación con la Comercialización de los Derechos de Explotación de Contenidos Audiovisuales de las Competiciones de Fútbol Profesional. En él se regula a partir de la temporada 2016-2017 – aunque después se adelantó a la 2015-2016– la comercialización de los derechos audiovisuales de las 3 competiciones nacionales de fútbol (Copa, Liga y Supercopa) para emisiones en directo o en diferido, en abierto o de pago o para transmisiones íntegras o resúmenes en un espacio temporal delimitado de tres temporadas y para cualquier mercado, interior o exterior.

A pesar de que los clubes más “pequeños” (con menor potencial económico y menor interés social) querían un modelo alternativo, también sostuvieron que un Real Decreto Ley no era la manera más igualitaria de alcanzar un acuerdo, puesto que acabó disponiendo que los clubs “grandes” seguirían cobrando cuanto menos lo mismo, un aspecto que entendían que atentaba contra el libre mercado y no tendía hacia la equidad. Los clubes pretendían que la LFP, como entidad privada, acordase el reparto conjunto sin que este se legislara, como sucede en otras ligas europeas.

Las principales novedades de dicha regulación son las siguientes:

1) Reconocer la titularidad de los derechos por parte de los clubes mediante la cesión obligatoria de la comercialización al organizador de cada una de las competiciones (la LFP o la RFEF) para que este establezca las condiciones generales de la oferta, con la intervención de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Hasta ahora, la comercialización de los derechos audiovisuales, al regirse por el llamado derecho de arena, producía la disgregación de la oferta¹⁷ frente a una demanda mucho más concentrada,¹⁸ algo que limitaba muy seriamente la rentabilidad en los mercados internacionales.¹⁹

Según recoge la Ley, la comercialización podrá ser de tipo exclusivo, otorgada a un solo licitador, o a más de uno, pero siempre en condiciones de igualdad y a través de procesos de licitación públicos, transparentes, competitivos y no discriminatorios.

2) Equiparar el desequilibrio de los ingresos entre los distintos participantes en las competiciones. Se pretende reducir la *ratio* entre el que más ingresos tiene por la venta de los derechos y el que menos, actualmente una diferencia de 7 a 1. Se espera que inicialmente pase a ser una diferencia de 4,5 a 1 y, cuando los ingresos superen los 1500 millones de €, ²⁰ a una diferencia de 3,5 a 1.

3) Frenar la elevada conflictividad sobre el contenido de los contratos de cesión que ha provocado el sistema de venta individualizado.

4) Potenciar mercados audiovisuales con desarrollo limitado, fundamentalmente el de la televisión de pago, mejorar los mecanismos económicos y de control financiero del fútbol profesional.²¹

Así, la distribución de los ingresos es la siguiente:

- 83%, a los clubes de 1ª División.
- 10%, a los clubes de 2ª División.
- 3,5%, a un fondo de compensación para los clubes que descienden a 2ª o a 2ªB.
- 1%, a la LFP para la promoción internacional de la competición *que entregará a la Federación en virtud del convenio que renovaron (Matilla, 2015)* y que *a priori* se destinará a la promoción del fútbol aficionado.
- 0,5 %, a la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE), otros sindicatos y Segunda B.
- Un 1%, destinado al Consejo Superior de Deportes, por solidaridad, para conseguir una mejor inserción laboral de los deportistas de alto nivel en afiliación al régimen de autónomos, con el objetivo de que coticen en la Seguridad Social.
- Además, se garantiza un 1% de los ingresos a la RFEF en caso de que comercialice a través de este sistema la parte de la Copa que no comercializa por sí misma (la Final y la Supercopa).

Dentro de los ingresos que recibe cada competición, estos se repartirán entre los clubes en función de los siguientes parámetros:

- En el caso de los clubes de 1ª División, un 50% de los ingresos televisivos se repartirá a partes iguales. Para los equipos de 2ª, un 70%.
- El otro 50%, en el caso de la 1ª División, y 30%, en 2ª, en función de dos criterios:

- a) El 25%, según los resultados deportivos. En el caso de la 1ª División se tendrán en cuenta los resultados de las últimas 5 campañas, mientras que, en 2ª, solo se tendrá en cuenta la última temporada.
- b) El 25% restante, según el criterio de implantación social. Este se refiere a lo que cada club recauda en concepto de abonos, taquilla y otros conceptos, así como a lo que contribuye cada club a la generación de recursos transmisiones audiovisuales.

A través de una cláusula tampoco se permitirá, mediante una fórmula transitoria dispuesta para las próximas 6 temporadas, que ningún club perciba en ningún caso cantidades inferiores a las que recibe ahora.

Conclusiones

A lo largo de este artículo hemos visto cómo los cambios en la venta de los derechos para la retransmisión del fútbol y la inflación de su precio están muy relacionados con la evolución de los medios de comunicación, de la tecnología y de su regulación. Así mismo, el mercado mediático y futbolístico tampoco se comportaría así si los contenidos *premium* no fueran de gran importancia para las televisiones, especialmente el fútbol, ya que genera una gran cuota de pantalla y, por tanto, ingresos.

Tanto los clubes de fútbol como los operadores que se hacen con sus derechos dependen económicamente el uno del otro, como ejemplificábamos con el litigio que enfrentó a Mediapro y Prisa. El RDL 5/2015 pretende contribuir a equilibrar el mercado televisivo, al que optarán varios operadores, puesto que el precio para adquirir los derechos aumentará en beneficio de la Liga y *a priori* este hecho no facilitará monopolios televisivos. Además, la Ley recoge que los procesos de licitación serán públicos, transparentes, competitivos y no discriminatorios, no como sucedía hasta la fecha, algo que elevaba la conflictividad a la hora de adquirir derechos e interpretar los contratos.

La temporada 2016-2017 será un modelo totalmente distinto del que ha habido hasta ahora. La venta centralizada obliga a los operadores interesados en adquirir derechos a comprarlos en las condiciones determinadas por los ofertantes. De no producirse un acuerdo, existe la posibilidad de que se revisen las condiciones o incluso de que cada equipo sea independiente nuevamente para fijar precios de su interés.

El Decreto también fortalece la competición económicamente, puesto que se regirá por una normativa de obligado cumplimiento y los precios de venta de la Liga aumentarán desde el primer año. Este hecho va unido a la idea de mejorar la promoción internacional de la competición, a la que se destinará un pequeño porcentaje para comercializar mejor la Liga en el extranjero, como ocurre en el modelo inglés (el más potente en lo que a ingresos se refiere). Sin embargo, atendiendo a las cifras, consideramos desmesurado el optimismo con el que se prevé que el negocio internacional crezca, dado que no se han especificado en qué consistirán las técnicas de comercialización de la Liga. De hecho, lo que sí se especifica es que el 1% del reparto televisivo que va destinado a la LFP para la promoción internacional de la competición se cederá a la RFEF para la promoción del fútbol aficionado.

Por lo que respecta a realzar otras categorías como el fútbol femenino, el Decreto se muestra optimista. No obstante, especular con la evolución del mismo basándose solo en los medios de que disponga y sin tener en cuenta el interés que genera en la sociedad y su respuesta parece insuficiente. Si observamos modelos que destaquen en este aspecto, como el caso alemán, podemos deducir que para activar la proyección social del fútbol femenino, así como para conseguir una mejor inserción laboral para los deportistas de alto nivel de categorías inferiores, hace falta una reestructuración completa del modelo. Si funciona,

plantear el deporte de otra manera no solo ayudaría a potenciar estos aspectos, sino que generaría una mayor afluencia a los estadios, como ocurre en la Bundesliga.

En cuanto a la repartición de los ingresos televisivos, las diferencias que pretende reducir el Decreto entre F.C. Barcelona, Real Madrid y el resto de clubes son cuestionables. Por un lado, es evidente que, si se produce un aumento de ingresos por la venta de los derechos, y que, si un 50% del 83% destinado a los clubes de Primera División se reparte por igual, crecerán los clubes que menos percibían hasta la fecha. Los clubes menos poderosos económicamente pueden sumar unos ingresos, en el mejor de los casos, de unos 10-12 millones más con respecto a la temporada 2015-2016. Sin duda les es útil, y por ello se acogen al Decreto, ya que la necesidad de sanear sus cuentas y cumplir en muchos casos con Hacienda es imperiosa. Por otro lado, el reparto del 50% restante sigue beneficiando a Barça y al Real Madrid.

El 25% que se repartirá según resultados deportivos confiere una ventaja a estos dos clubes (se garantiza que, de entrada, no cobrarán menos de los 150 millones que venían percibiendo). Además, no solo se tienen en cuenta los resultados de la última campaña, como ocurrirá en Segunda División y en otras ligas, sino que se proyecta hasta las 5 anteriores. Así, el margen de fallo para estos dos clubes es mínimo puesto que tener 5 temporadas de malos resultados parece improbable. Alemania seguirá siendo el único modelo en que no haya ingresos según los resultados.

Por último, el 25% destinado a lo que se denominará implantación social deja los mismos dos claros benefactores. Entendemos que se buscan unas similitudes con el cambio sufrido en Italia y las variables introducidas en el Calcio, pero la aplicación española no es imparcial. Un tercio de la valoración de este criterio vendrá determinado por la media de la recaudación en abonos y taquilla de las últimas cinco temporadas, y los otros dos, por la participación de los clubes en la generación de recursos para la comercialización de las retransmisiones televisivas, algo que, dicho en otras palabras, y solo por la masa social que arrastran, repercutirá en las arcas de Barça y Real Madrid.

Al margen de las novedades que genera la implantación del Decreto, cabe destacar también que las medidas tomadas en España han sido siempre favorables a los grupos de comunicación y clubes, sin prestar especial atención al público, cosa que no ocurre en modelos centralizados como el de Inglaterra o Alemania, más equitativos. Allí el fútbol de pago está menos arraigado porque la oferta en taquilla es más asequible.

Por último, consideramos que la ineficacia de autorregulación en España ha quedado patente en el proceso con la necesidad de la intervención final del Gobierno, como también sucedió en Italia. En este sentido, usar la vía del RDL 5/2015 para instaurar un nuevo modelo de adquisición y explotación de los derechos de retransmisión futbolísticos es una medida legal desproporcionada, ya que el fútbol no supone, en ninguna circunstancia, un caso de extrema y urgente necesidad.

¹ Los autores quisiéramos dar las gracias a Laia Luján Selfa y especialmente a José Joaquín Blasco Gil por su ayuda en la elaboración de este trabajo.

² Hacemos referencia al litigio que mantuvieron desde el año 2006 Mediapro y Sogecable, conocido popularmente como “la guerra del fútbol”, y cuya última resolución ha sido emitida el 9 de enero de 2015 a cargo del Tribunal Supremo.

³ En España, el modelo de explotación audiovisual también ha estado influido por la evolución del sector audiovisual, fundamentalmente ligado al surgimiento de las plataformas digitales de

televisión de pago, así como por determinadas prescripciones normativas (como la obligación de la emisión de un partido en abierto por jornada derivada de la Ley 21/1997, de 3 de julio, Reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos).

⁴ No deben confundirse las siglas de la liga francesa con las de la liga española. Pese a ser iguales, en este caso, estas corresponden a Ligue de Football Professionnel.

⁵ Podríamos decir que el artículo segundo de este Decreto es el antecedente de lo que *a posteriori* se conoce como "interés general", hecho que ha jugado un papel importante durante muchos años en la retransmisión de eventos deportivos y concretamente fútbol. Decía el decreto: *Televisión Española podrá retransmitir las competiciones que tengan carácter internacional y las conceptuadas como nacionales que, a su juicio, despierten general interés y merezcan la difusión televisada (El País, 16-02-1999).*

⁶ Dicho acuerdo pactado por TVE, los clubes y la Federación Española de Fútbol era revisado cada año y establecía el número máximo de encuentros que la cadena pública podía emitir.

⁷ Posteriormente conocida como primera guerra del fútbol por la aparición de otros conflictos que recibieron la misma denominación.

⁸ PRISA y Canal Plus Francia mantenían un acuerdo de gestión desde el lanzamiento de Canal Plus España (Fernández Alonso, 2004).

⁹ Real Decreto 136/1997, de 31 de enero, por el que se aprueba el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Satélite. Este Real Decreto incorporaba tardíamente la Directiva 95/47/CE de la Unión Europea, que recalca que los descodificadores de las plataformas debían ser compatibles para todas ellas (Beceiro Ribela, 2010, 136).

¹⁰ Nomenclatura derivada de su impulsor, el vicepresidente del Gobierno Francisco Álvarez Cascos.

¹¹ En la memoria anual de Sogecable de 2002 se deja ver que las plataformas atribuían las pérdidas en la televisión de pago a cuestiones que no tenían mucho que ver con el número de abonados, sino con otros argumentos, tales como los asfixiantes compromisos adquiridos para detentar los derechos de los contenidos Premium, cine y deporte, las prácticas comerciales y ofertas de promoción extremadamente agresivas y la piratería.

¹² El lugar que ocuparon en solitario las televisiones autonómicas, durante 20 años, pasó a ser compartido en un primer momento, en las CCAA que conservaron el fútbol en su programación, con la Sexta. La nueva emisora privada apareció en 2006 gracias a ganar un concurso público que daba derecho a dos licencias para TDT y acabaría desplazando a las autonómicas poco después.

¹³ Mediante Canal+, ya solo disponible en la plataforma desde el 7 de noviembre de 2005.

¹⁴ En el acuerdo de 2006, se estableció que Audiovisual Sport era quien debía negociar con los clubes la explotación de los derechos televisivos. Al estallar el conflicto y acudir al Tribunal de Defensa de la Competencia, Mediapro consiguió que se le permitiese negociar unilateralmente con los clubes de fútbol.

¹⁵ El canal GoIT fue creado como alternativa al PPV. En este caso la productora Mediapro se encargaba de explotar el fútbol de la Liga (tres partidos cada jornada) a través de la TDT.

¹⁶ El 17 de octubre de 2011, la plataforma de Sogecable Digital+ pasó a llamarse Canal+. Por su parte, el canal antes conocido como Canal+ se renombró como Canal+ 1.

¹⁷ Los derechos de cada uno de los clubes podían pertenecer a plataformas diferentes.

¹⁸ Concentrada en cuanto a territorio, explotada prácticamente a nivel nacional.

¹⁹ La liga española ingresó unos 800 millones de euros en el ejercicio 13/14 mientras que la Premier League superó los 1800 millones de euros y una de menor interés como la Serie A italiana obtuvo más de 800 millones.

²⁰ Con este sistema se espera que la comercialización de los derechos nacionales alcance de manera inmediata los 1000 millones y la de los derechos internacionales, entre los 400 y 500.

²¹ El Ministerio de Cultura cuantificó por encima de los 3.000 millones de € la deuda de los clubes de fútbol y sociedades anónimas deportivas con los bancos (en mayor medida), con la Agencia Estatal de Administración Tributaria y con la Tesorería de la Seguridad Social.

Referencias bibliográficas y documentales

BECEIRO RIBELA, S. (2010). "El nacimiento de la televisión digital de pago por satélite en España" en *Trípodos*, nº26. Barcelona, pp. 133-148.

BONAUT IRIARTE, J. (2010). "El eterno problema del fútbol televisado en España: una perspectiva histórica de la lucha por los derechos de retransmisión de la Liga de Fútbol Profesional (LFP)" en *Comunicación & Sociedad* 23(2), pp. 71-96.

CALLEJA, B., (1997). *La guerra <<incivil>> del fútbol*. Plaza&Janes editores S.A.

CNC (2008). *Informe sobre la competencia en los mercados de adquisición y explotación de derechos audiovisuales de fútbol en España*, pp. 1-104.

CÓLERA, J. (2014). *El reparto de los derechos de televisión en las grandes ligas de fútbol*. Fuente electrónica [en línea]: Blog Suenamichel: <http://blogs.icemd.com/blog-suenamichel/el-reparto-de-los-derechos-de-tv-en-las-grandes-ligas-de-futbol/> [consultado el 14 de abril de 2015].

DELOITTE (2006). *Annual Review of Football Finance: All Eyes on Europe*. Manchester. Deloitte.

FERNÁNDEZ ALONSO, I. (2004). "La política de televisión por satélite en España (1995-2003)", en *Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*. Redes.Com nº 1. Sevilla, pp. 135-145.

GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. (2011). "Derechos del fútbol y retransmisiones deportivas en Europa" en *Revista TELOS, Cuadernos de Comunicación e Innovación*. Enero - marzo 2011, pp. 1-11. Editada por Fundación Telefónica.

GLASSER, B. (1985). "Is TV good or bad for sports?" En *Sport and Leisure*, mayo-junio 1985, pp. 24.

LINDE, E. y VIDAL, J.M. (2007). *Derecho audiovisual*. 2a ed. Madrid. Colex.

MATILLA, A. (2015) *El Gobierno aprobó por fin el Decreto que pedía el fútbol*. Fuente electrónica [en línea]: Diario As:

http://futbol.as.com/futbol/2015/04/29/primera/1430336439_494744.html [consultado el 8 de mayo de 2015].

McINTOSH, P. (1974) "Mass media: friends or foes in sport", *Quest*, junio 1974, pp. 35-45.

PARENTE, Donald E. (1977). "The interdependence of sports and television", en *Journal of Communication*, nº27(3), pp. 128-132.

SNEDECOR (2011) *Fútbol y negocio (VI), el secreto de la Bundesliga*. Fuente electrónica [en línea]: The Flagrant's: <http://www.theflagrants.com/blog/2011/08/futbol-y-negocio-vi-el-secreto-de-la-bundesliga/> [consultado el 7 de mayo de 2015].

SPINK, P. y MORRIS, P. (2000): "The Battle for TV Rights in Professional Football" en *Professional Sport in the EU: regulation and re-regulation*, pp. 165-196. The Hague: TCM Asses Press.

VILASECA, J. Ll., ex directivo del FC Barcelona y abogado de Mediapro [entrevista 08/05/2015].