



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

“El modelo centralizado de explotación de derechos audiovisuales con intervención estatal en el fútbol profesional a nivel nacional y europeo”.

Autor

Noel Pardo Casales

Director

Víctor Escartín Escudé

Facultad de Derecho

2018/2019

*El deporte gusta porque halaga la avaricia,
es decir, la esperanza de poseer más.*

MONTESQUIEU

ÍNDICE:

| | |
|--|----------|
| LISTADO DE ABREVIATURAS UTILIZADAS..... | 5 |
|--|----------|

| | |
|--------------------------|----------|
| INTRODUCCIÓN..... | 6 |
|--------------------------|----------|

| | |
|---|---|
| 1. CUESTIÓN TRATADA EN EL TRABAJO Y ELECCIÓN DEL TEMA...6 | |
| 2. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE “DERECHOS AUDIOVISUALES” | 8 |

DESARROLLO DEL TRABAJO

I. SITUACIÓN PREVIA AL REAL DECRETO-LEY 5/2015 EN ESPAÑA..11

| | |
|--|----|
| 1. SITUACIÓN NORMATIVA ANTERIOR A LA ENTRADA EN VIGOR DEL RDL 5/2015..... | 11 |
| 2. PROCEDIMIENTO DE VENTA INDIVIDUALIZADO..... | 12 |
| 3. LA AUSENCIA DEL ESTADO..... | 14 |

II. ANÁLISIS DEL REAL DECRETO-LEY 5/2015.....16

| | |
|--|----|
| 1. EJES FUNDAMENTALES..... | 17 |
| 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN Y CESIÓN POR LOS CLUBES DE LAS FACULTADES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS..... | 21 |
| 3. EL ACTUAL SISTEMA CENTRALIZADO DE COMERCIALIZACIÓN. CARACTERÍSTICAS DEL PROCEDIMIENTO DE VENTA..... | 22 |
| 4. NUEVOS CRITERIOS ECONÓMICOS..... | 24 |
| 5. ÓRGANO DE CONTROL DE GESTIÓN..... | 27 |

III. DERECHOS AUDIOVISUALES Y LA COMPETENCIA..... 29

IV. COMPARATIVA DEL MODELO DE EXPLOTACIÓN CENTRALIZADO Y EL MODELO INDIVIDUALIZADO..... 34

V. MODELOS EUROPEOS DE COMERCIALIZACIÓN..... 37

| | |
|--------------------------|-----------|
| 1. MODELO INGLÉS..... | 38 |
| 2. MODELO ALEMÁN..... | 39 |
| 3. MODELO FRANCÉS..... | 40 |
| 4. MODELO ITALIANO..... | 41 |
| 5. OTROS MODELOS..... | 42 |
| CONCLUSIONES..... | 43 |
| ANEXO 1..... | 47 |
| ANEXO 2..... | 48 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 49 |

LISTADO DE ABREVIATURAS UTILIZADAS

Art. → Artículo

RD → Real Decreto

RDL → Real Decreto-ley

RDL 5/2015 → 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

CE → Constitución Española de 1978

CSD → Consejo Superior de Deportes

TFG → Trabajo de Final de Grado

LDC → Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia

LD → Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte

SAD → Sociedad Anónima Deportiva

UE → Unión Europea

LNFP → Liga Nacional de Fútbol Profesional

RFEF → Real Federación Española de Fútbol

CNMC → Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

CCAA → Comunidades Autónomas

LCD → Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal

RTVE → Radiotelevisión Española (Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.)

LGCA → Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual

TFUE → Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea

INTRODUCCIÓN

1. CUESTIÓN TRATADA EN EL TRABAJO Y ELECCIÓN DEL TEMA

El tema a tratar en el presente Trabajo de Fin de Grado en Derecho es el relativo a la comercialización y explotación de los derechos de retransmisión en el fútbol profesional, su venta centralizada y el procedimiento mediante el cual se gestionan dichos derechos por parte de las empresas que los adquieren. Se hará especial hincapié en el papel de la Administración Pública en este ámbito, y se analizará toda la normativa vigente que regula este aspecto, tan conflictivo y mediático hoy en día, dentro del marco general del Derecho Deportivo.

Gracias a esta rama del Derecho, el Estado y los particulares se dan la mano en una esfera de nuestra sociedad que tiene un peso mundial propio de una de las principales empresas de mayor fortaleza económica, como lo es el deporte.¹

He querido desarrollar mi TFG sobre esta materia en concreto, porque estoy muy interesado en aprender y formarme en esta vertiente del Derecho. Desde pequeño, una de mis grandes pasiones ha sido el deporte, y concretamente he estado vinculado al mundo del fútbol durante más de dieciséis años, tanto jugando para clubes zaragozanos como desempeñando labores de entrenador en la actualidad. Hoy en día, en la era de las tecnologías y las comunicaciones, podemos observar un gran número de problemáticas jurídicas que se derivan de los nuevos tiempos en los que vivimos. En el deporte y el fútbol, no iba a ser menos. Por ello, a continuación, procederé a hacer un análisis exhaustivo sobre la complicada situación referida a los derechos audiovisuales en este sector.

Cuando los espectadores encendemos nuestro televisor y disfrutamos de un partido de fútbol o de los mejores goles de la jornada, quizás no seamos capaces de imaginarnos, en dicho momento, el enrevesado entramado jurídico que se plantea, la cuestión detrás de estas acciones, y las negociaciones que Estado y la empresa privada han tenido que mantener para poder llegar a la retransmisión de los encuentros de nuestro equipo favorito. Personalmente, creo que estamos ante un imponente panorama en la

¹ ECHEVERRI VELASQUEZ, S.L., «Derecho deportivo: una rama especializada del derecho para los deportistas» en *Revista Opinión Jurídica*, vol. 1, nº 2, 2002, pp. 81-90.

escena mundial sobre los mencionados derechos en este deporte. Las cantidades dinerarias que el comúnmente denominado “negocio del fútbol” promueve son realmente estratosféricas y el impacto televisivo que este genera podría sobresaltar a cualquiera.

A lo largo de este trabajo, entraré en detalle en dicha normativa nacional y también en algunos de los modelos más importantes que he podido extraer del extranjero y que resultan, en su mayoría, ejemplos de buena gestión tanto estatal como privada de uno de los negocios más boyantes del siglo XXI. Aunque, sobre todo, me centraré en analizar de manera detallada el 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 adelante “RDL 5/2015”), que ha colocado encima de la mesa muchas preguntas y situaciones controvertidas y sus correspondientes medidas, reparaciones y remedios. Estamos ante un importante avance legislativo en la materia que dota de solidez al Estado, al establecer unos parámetros reguladores mucho más estrictos que los hasta el momento existentes y que consolida el pilar fundamental de este trabajo.

Para entender mejor el alcance y la dimensión generada por los derechos audiovisuales es conveniente conocer algunas cifras que resumen de manera clara el impresionante volumen de este negocio. Por ejemplo, según recoge el informe de Barlovento², desde 1994 la selección española ha disputado en total 31 partidos correspondientes a los Mundiales de Fútbol y acumulan una audiencia promedio de 11,2 millones de espectadores y el 72,6% de cuota de pantalla. En los últimos seis mundiales, 32,2 millones de espectadores han visto al menos un minuto de alguno de los partidos de España. La prórroga de la final del Mundial de Sudáfrica 2010 es la emisión más vista de la historia de la competición con una audiencia media de 15,6 millones de espectadores y el 85,9% de cuota de pantalla. Ahora bien, si se trata de saber cuánto dinero circula hoy en este deporte, la consultora Deloitte calcula que alcanza unos 500.000 millones de dólares anuales, cifra que supera el flujo que mueven torrentes económicos del tamaño de países como Suiza, Bélgica o Taiwán. Como apunta también el diario Semana, en su artículo “El fútbol es el negocio del siglo”, desde hace mucho, los alcances del balompié desbordaron lo deportivo para convertirse en un fenómeno que cabalga entre lo social y

² Barlovento Comunicación es una consultora audiovisual y digital especializada en Audiencias TV, programación y contenidos de televisión, que realiza informes regularmente sobre rankings y otros aspectos relacionados con récords de audiencia.

lo político, además de dar lugar a marcados rasgos culturales que dependen de dónde se juegue.

2. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE “DERECHOS AUDIOVISUALES”

Los “derechos audiovisuales” entendidos hoy en día como tal, son “derechos cuyo objetivo es la explotación audiovisual de un evento deportivo, la emisión o transmisión del evento deportivo, la retransmisión de las emisiones o transmisiones del evento deportivo, la reproducción o en su caso fijación y distribución de las grabaciones, emisiones, transmisiones y retransmisiones del evento deportivo y la comunicación pública de las emisiones, transmisiones, retransmisiones y grabaciones del evento deportivo”³.

También se puede concluir que no estamos ante derechos que puedan ser considerados como derechos de propiedad intelectual, puesto que no tienen la consideración de “obras” protegidas por el derecho de autor. En este sentido se pronuncia el Tribunal Supremo, descartando que: “la grabación de tales eventos deportivos constituyeran obras protegidas por la propiedad intelectual puesto que no son creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, y concretamente no son creaciones expresadas mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que es como define el artículo 86.1 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual a las obras audiovisuales.

En principio, la transmisión o grabación en directo de un partido de fútbol carece de la mínima originalidad y altura creativa necesarias para ser considerada como "obra" protegida por la propiedad intelectual y así lo deja perfectamente establecido dicha Sentencia, sobre unos sucesos polémicos acaecidos en relación a la Final de la Copa del Rey de la temporada 2008/2009⁴.

En cuanto a la naturaleza jurídica de estos derechos, tras analizar la normativa vigente en nuestro país, deducimos que se configuran como derechos subjetivos de

³ MASSAGUER, J. «Naturaleza, protección y titularidad de los derechos audiovisuales sobre eventos deportivos» en *Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor*, Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, Madrid, 1998, pp. 287-289.

⁴ MARÍN LÓPEZ, J.J. «Los derechos de explotación audiovisual de un espectáculo deportivo, o derechos audiovisuales, no son derechos de propiedad intelectual» en *Noticias Breves, Gómez-Acebo & Pombo*, septiembre 2013, pp.1-2.

carácter patrimonial que confieren a su titular las facultades de emisión, retransmisión y explotación audiovisual de los acontecimientos deportivos (partidos de fútbol), como objeto de negocio dentro del tráfico jurídico, y particularmente de contratos de cesión. La doctrina académica española ha englobado la designación de derechos audiovisuales del fútbol a todos aquellos susceptibles de ser explotados o retransmitidos por televisión sobre un evento deportivo en concreto⁵.

En 1996, los tribunales reconocieron el carácter patrimonial de estos derechos, pronunciándose por medio de Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid de 30 de marzo de 1996, que enfrentaba a Telecinco con la Real Federación Española de Fútbol y la Liga de Fútbol Profesional, dilucidando sobre la cuestionada prohibición de introducir cámaras de televisión en los estadios para la retransmisión de los partidos. De lo expuesto en dicha sentencia se entiende que, en el ejercicio del derecho fundamental a informar, contenido en el artículo 20.1 CE, se considera que, por el interés y relevancia pública de la información, las entidades de fútbol mencionadas “tienen que ceder un derecho puramente económico” a Telecinco, en relación a los derechos de difusión de un número de partidos de fútbol, en directo y en exclusiva para el territorio nacional.

En atención a la naturaleza de su objeto y a su régimen de protección, la posición doctrinal mayoritaria es que nos encontramos ante derechos sobre bienes inmateriales⁶. En derecho español, los derechos sobre bienes inmateriales no se reservan únicamente a las creaciones intelectuales en sentido estricto, sino que comprenden también los resultados de actividades empresariales no creativas, como es el caso de las grabaciones audiovisuales.

Por último, cabe mencionar que los derechos audiovisuales se encontrarían protegidos jurídicamente de manera indirecta también por disposiciones relativas al derecho de admisión y a las normas de la competencia desleal. Entre los actos que se consideran desleales por ser contrarios a la cláusula general establecida en el artículo 4 de la Ley de Competencia Desleal (Ley 3/1991, de 10 de enero), se encuentran los actos de expoliación y competencia parasitaria, consistentes en la apropiación directa de los

⁵ GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», en *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento* nº 58, 2018.

⁶ GALÁN, P. «Derechos de explotación audiovisual de las competiciones del fútbol profesional en España (I): importancia, naturaleza y protección jurídica», en *Senn Ferrero Sports & Entertainment* (disponible en <http://www.sennferrero.com/es/opinion/405-derechos-de-explotacion-audiovisual-de-las-competiciones-del-futbol-profesional-en-espana-i-importancia-naturaleza-y-proteccion-juridica>, última consulta 25/02/2019)

frutos de la actividad ajena y la obtención de una ventaja sin ningún esfuerzo personal. La libertad de empresa dentro de la competencia en el mercado, tiene dentro del marco normativo restricciones establecidas por ley con el objetivo de asegurarse que la lucha concurrencial no genera violaciones o problemas con respecto a estos derechos.

Por ejemplo, a ojos de las cadenas de televisión privadas, el hecho de que la televisión pública decida pujar por los derechos de emisión de la “*Champions League*” puede desembocar en una posible situación de competencia desleal ya que la televisión pública española se financia gracias a la contribución de todos los ciudadanos españoles y con su aparición en dicha subasta, estaría fomentando el encarecimiento, aún más, del precio de los derechos de fútbol en nuestro país. En 2014, Mediaset España interpuso una demanda contra RTVE, por pujar por los derechos de la “*Champions League*” para las temporadas de 2012 a 2015 alegando el incumplimiento del artículo 43.7 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual 7/2010, de 31 de marzo⁷.

De tal manera, considero indispensable acudir a toda aquella legislación que introduzca límites y referencias al concepto de “derechos audiovisuales”, delimitándolo pues, desde una perspectiva global que nos permita involucrar en el desarrollo del término diferentes visiones provenientes de normativas diferenciadas y complementarias. No podemos quedarnos tan solo en las aclaraciones introducidas por el RDL 5/2015, puesto que estaríamos ignorando matices importantes en el contexto de los citados derechos, abordados desde problemáticas adyacentes. En mi opinión, asegurarse de que no se generen quebrantamientos con respecto a estos derechos es una tarea amplificada⁸, que dependerá de la regulación específica recientemente introducida en España por medio del RDL 5/2015, pero de obligada complementación con otras áreas del derecho audiovisual, administrativo y de la competencia, principalmente.

⁷ El artículo 47.3 de la Ley General de Comunicación Audiovisual especifica que los prestadores de servicios públicos de comunicación audiovisual no podrán subcotizar los precios de su oferta comercial y de servicios ni utilizar la compensación pública para sobrepujar frente a competidores privados por derechos de emisión sobre contenidos de gran valor en el mercado audiovisual.

⁸ GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», *cit.*, pp. 29-30.

I. SITUACIÓN PREVIA AL REAL DECRETO-LEY 5/2015 EN ESPAÑA

1. SITUACIÓN NORMATIVA ANTERIOR A LA ENTRADA EN VIGOR DEL RDL 5/2015

El RDL 5/2015, entrado en vigor en abril de ese mismo año, ha constituido la norma que regula por primera vez en el derecho positivo español en esta materia. Nos encontrábamos en un escenario jurídico con sustanciales vacíos legales, carecíamos de una norma básica que desarrollara en profundidad todo lo relativo a la oferta y adquisición de estos derechos, y que en otros países con grandes ligas en Europa ya se había implementado con buenos resultados. Es un hecho contrastado que, política y fútbol han estado estrechamente ligados a lo largo de la historia de tal forma que un fracaso deportivo en este deporte podía llegar a condicionar la estabilidad de diferentes gobiernos de numerosos países (en algunos países latinoamericanos la pasión y afición desmedida ha resultado incontrolable para las autoridades públicas, recientemente hemos visto como en diciembre de 2018, la final de la Copa Libertadores de América ha tenido que jugarse en Madrid por la incapacidad del gobierno argentino de garantizar la seguridad); del mismo modo que las sucesivas intentonas de ordenación normativa de este juego han desembocado, como expone Bermejo Vera, en que *“en la mayor parte de las ocasiones, se ha provocado la confusión entre una legítima actividad reguladora del fenómeno y una injustificable intromisión política y coyuntural en el sector deportivo”*⁹.

El sistema de negociación individualizada establecido hasta dicho RDL 5/2015, destacaba por generar un potente desequilibrio económico y competitivo. Como a continuación paso a explicar, esta nueva normativa permite negociar la venta y el reparto de los derechos televisivos del fútbol de forma centralizada, por primera vez en España, regulándose de manera específica.

⁹ BERMEJO VERA, J., «El marco jurídico del deporte en España», *Revista de Administración Pública*, nº 110, Centro de estudios políticos y constitucionales, Madrid, 1986, pp.6.

Anteriormente, el ordenamiento jurídico de nuestro país no contaba con una legislación detallada¹⁰, ni estaba determinada en nuestra normativa la definición legal de los derechos de explotación audiovisual del fútbol profesional. Aunque sí eran reconocidos por nuestro ordenamiento como derechos dotados de una sustantividad propia, para determinar su naturaleza jurídica era necesario atender a las consideraciones de toda la normativa jurídica española.

Es destacable señalar que, en 2018, entró en vigor también un Real Decreto (ver nota a pie de página nº 29 del presente TFG) de desarrollo de las normas dictadas por el RDL 5/2015, que incide en cómo deben ser aplicados los nuevos preceptos, siendo este RD, en mi opinión, una mera reproducción amplificada de la norma y continuación en la misma línea argumental por parte del legislador.

2. PROCEDIMIENTO DE VENTA INDIVIDUALIZADO

Con anterioridad al mencionado Real Decreto-ley, en España cada equipo de fútbol vendía sus derechos de forma personal y privada a la empresa que más le interesara. Estas empresas comercializadoras¹¹ de los derechos audiovisuales cerraban negociaciones con los clubes para la retransmisión de sus partidos. Hablamos pues de todo tipo de emisiones, plataformas de televisión de pago, Internet, móvil... o emisión en abierto.

Posteriormente, las empresas compradoras de dichos derechos procedían a su venta, a empresas prestadoras de servicios de comunicación audiovisual para que los pudieran emitir. Al realizarse con este procedimiento la comercialización, una de las polémicas suscitadas era plantearse cómo atender una situación en la cual en un partido se enfrentaban dos equipos cuyos respectivos derechos eran propiedad de compañías diferentes. En este caso, era obligación de las empresas llegar a un acuerdo para cederlos

¹⁰ Como se ha mencionado previamente en la *Introducción* del trabajo, la normativa jurídica que protegía los derechos audiovisuales era aplicable prácticamente en su totalidad de manera indirecta, acudiendo a legislación en materia de competencia desleal o sobre comunicación audiovisual. La importancia de este Real Decreto-Ley recae en que podemos, ahora sí, acercarnos de manera más precisa a los detalles gracias a esta normativa específica.

¹¹ Las compañías comercializadoras con más éxito en España han sido Audiovisual Sport, Mediapro y Santa Mónica Sport.

en la disputa del partido, aunque Audiovisual Sport¹² era la propietaria de los derechos de la mayoría de los clubes¹³ y, por tanto, el conflicto se producía en contadas ocasiones.

Mediante este sistema de comercialización y reparto, se generaba la famosa desigualdad entre clubes que tanta polémica y enfrentamientos ha llevado a cabo en el panorama deportivo nacional, fruto de debate en los medios de comunicación durante años. Los dos principales clubes españoles atendiendo a sus títulos, presupuesto o número de seguidores, F.C. Barcelona y Real Madrid, disfrutaban de beneficios traducidos en cantidades dinerarias desorbitadas en comparación con los montantes recibidos por el resto de equipos españoles. Si bien es cierto que el interés generado por estos clubes era y es difícilmente equiparable al generado por el resto, este sistema de explotación contribuía aún más a la desigualdad producida, puesto que, a mayor rendimiento económico, mejores salarios, mejores fichajes... y así sucesivamente en una burbuja que parecía no tener fin. Era de esperar, por tanto, que dichos clubes se posicionaran en contra de este nuevo sistema de explotación de derechos audiovisuales, siendo, a su juicio, perjudicados por el mismo. En cualquier caso, como en todo ejercicio de consenso, hay perdedores y ganadores, y no es sencillo contar con el refrendo de todos los involucrados.¹⁴ La ventaja comparativa para estos dos equipos era notable.

Mientras que con el modelo de venta individualizado el reparto económico de los ingresos siempre es mayor para los equipos más poderosos de cada liga, con el nuevo modelo centralizado, todos los clubes reciben una cuota fija, semejante a los acuerdos alcanzados con las plataformas televisivas, más una cuota variable en función del número de partidos retransmitidos y de su posición en la clasificación. De esta forma, aunque se produjese un desequilibrio deportivo importante, todos los clubes tienen asegurados unos caudales mínimos a ingresar por parte de esta estrategia de gestión, rompiendo así, con el modelo previo.

¹² Audiovisual Sport es una empresa española que administraba y explotaba los derechos televisivos de la Liga Española, como las anteriormente denominadas, Liga BBVA, la Liga Adelante y la Copa del Rey.

¹³ El análisis del trabajo es de aplicación tanto a los clubes como a las Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.), si bien, por facilidad de referencia, me referiré a ambos tipos de entidades únicamente como clubes.

¹⁴ GONZÁLEZ-ESPEJO, P. y SOLANS CHAMORRO, L. «El Real Decreto Ley 5/2015: La nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional», en *Actualidad Jurídica Uría Menéndez* nº 41, 2015, pp. 106-110.

3. LA AUSENCIA DEL ESTADO

El hecho de que esta cuestión no estuviera sometida a un control estatal, y nos encontráramos ante mecanismos de negociación puramente individuales y privados era el principal problema a tratar. Se precisaba de regulación por parte del Estado, ya que conforme los desequilibrios económicos iban aumentando, la situación se iba agravando. Mientras en otras grandes competiciones futbolísticas en Europa los modelos centralizados ya se habían impuesto para tratar de corregir estas dificultades, la falta de ellos en nuestro ordenamiento dejaba a las empresas privadas libertad de actuación para seguir controlando el sector, imponiendo sus propias condiciones y contribuyendo a las mencionadas diferencias económicas entre clubes.

El mencionado RDL 5/2015 surge, por tanto, de la necesidad de mejorar el reparto de ingresos por televisión entre los participantes de LaLiga¹⁵, con el objetivo de acercarse a los citados modelos europeos de referencia, incrementando el atractivo de la competición desde el punto de vista del negocio. Por ello se decidió gestionar y vender de forma conjunta los derechos audiovisuales de todos los participantes de Primera y Segunda División de la Liga Española.

Esta necesidad, bajo mi punto de vista, genera en la Administración Pública el deber de actuar con sometimiento pleno a la ley y al Derecho, como entiendo, es lógico. La acción administrativa tendrá completa jurisdicción, nada podrá hacerse en la Administración al margen del Derecho, que ha de constituir un criterio permanente de toda su actividad.

Recordando los principios generales del derecho administrativo, toda la actividad de la Administración debe realizarse teniendo siempre presentes las normas integrantes del ordenamiento jurídico: el Derecho es un factor de obligada toma en cuenta, en todo proceso, aunque ello no significa que la Administración solo deba actuar para la

¹⁵ Gracias al RDL 5/2015, LaLiga se garantiza un mínimo por la comercialización de los derechos audiovisuales internacionales de 4.485 millones de euros durante las próximas cinco temporadas, un 30% más que en el anterior trienio. Una cifra media cercana a los 1000 millones de euros. REDACCIÓN IUSPORT. «LaLiga explica el proceso y alcance del Real Decreto-ley audiovisual», en *Iusport*, Jueves, 25 de octubre de 2018.

aplicación del Derecho. El objetivo debe ser la más adecuada satisfacción de los intereses generales, pero en esta tarea, el Derecho es un factor que nunca puede ser dejado de lado.¹⁶

Por tanto, considero un acierto del legislador el tomar parte activa en el proceso de venta, a mi modo de ver, generando un mercado audiovisual más competitivo que nos integra, por fin, en la tendencia europea relativa a esta comercialización. Además, nos dota de capacidad para competir en todos los aspectos con las grandes ligas europeas, caracterizadas principalmente por la eficiencia normativa en el plano económico y administrativo.

¹⁶ Idea recogida en: SANTAMARÍA PASTOR, J.A. «*Principios de Derecho Administrativo General I*» Iustel, Madrid, 2009, pp. 55-56.

II. ANÁLISIS DEL REAL DECRETO-LEY 5/2015

Entrando ya en un análisis científico de la norma, me parece interesante valorar hasta qué punto era urgente y necesaria la entrada en vigor de un texto como el presente. Siguiendo los principios del derecho administrativo, el Real Decreto-ley es una norma muy especial. Sin ser ley en sentido propio, tiene rango, valor y fuerza de ley. No procede del Poder legislativo, sino del Poder ejecutivo, pues se trata de una disposición legislativa provisional, cuyo presupuesto determinante es la extraordinaria y urgente necesidad.¹⁷

Para activar este trámite nos remitimos a un procedimiento de urgencia, recogido en el artículo 86 de la Constitución. El Consejo de Ministros, aprobó en 2015 este modelo de explotación audiovisual para el fútbol en España mediante la figura del Real Decreto-Ley, un instrumento normativo para casos de «extraordinaria y urgente necesidad».

Siguiendo el mencionado artículo para la promulgación de un Real Decreto-Ley han de reunirse tres factores: el presupuesto habilitante (la extraordinaria y urgente necesidad), que no sea una materia exclusiva de regulación de otra herramienta normativa (régimen de las CCAA, derechos fundamentales, sistema electoral, etc...) y un carácter de norma provisional, puesto que su naturaleza es temporalmente paliativa ante una supuesta necesidad sobrevenida.

De acuerdo con la idea de GUEDE GARCÍA¹⁸, a continuación, paso a realizar una estimación sobre si está justificada materialmente la utilización de dicha herramienta normativa.

La situación, considero no era extraordinaria, ya que el mercado audiovisual del fútbol funcionaba, dentro de un “equilibrio inestable” en palabras del mencionado autor. No podemos entender dicho escenario como extraordinario, puesto que en la práctica el mercado futbolístico funciona, de una u otra manera, con arreglo a unos parámetros establecidos y que cumplen con la legalidad. A mi juicio, nos encontramos ante una coyuntura en la que, podemos decir, se carecía de regulación específica.

¹⁷ Explicación extraída de: BERMEJO VERA, J. «Las Fuentes del Derecho Administrativo» en *Derecho Administrativo Básico Parte General Volumen I*, Aranzadi, Pamplona, 2016, pp. 107. Sobre las líneas generales del derecho administrativo y definición doctrinal de Real Decreto-Ley.

¹⁸ GUEDE GARCÍA se cuestiona si las ideas que el Gobierno español considera para la promulgación del RD-Ley 5/2015 son lo suficientemente sólidas como para la tramitación de la figura del Real Decreto-Ley, especialmente, porque carece del presupuesto habilitante expuesto en el artículo 86 de la Constitución.

La entrada en vigor del RDL 5/2015 contribuye a mejorar el sistema de reparto, de eso no hay duda, pero no creo que esté tapando por completo un agujero sin normativizar. Sin embargo, me opongo a la idea del autor en cuanto al cuestionamiento sobre la urgencia y necesidad de la tramitación de nuevas medidas. Pese a que no estamos ante una situación de “vida o muerte”, eso está claro, en un contexto administrativo, mercantil y futbolístico e incluso en el contexto general y social de los españoles, creo que sí que podemos considerar como urgente y necesaria la puesta en marcha de medidas tendentes a la mejora de un mercado, que hoy en día podríamos considerar muy influyente, e incluso presente en el día a día de muchos ciudadanos de nuestro país, por la enorme importancia que ha adquirido el fútbol en nuestras vidas. Al hilo de esto último, es relevante aclarar que los factores que motivan a los aficionados a agruparse emocionalmente en torno a un club de fútbol carecen, en la práctica totalidad de los casos, de contenido administrativo o mercantil alguno y tienen que ver más bien, con señas de identidad geográfica o territorial, de pertenencia a un determinado grupo social, cultural o político o incluso con la encarnación de determinados valores de tipo ético o moral (la lucha del débil frente al poderoso, el sacrificio, el pundonor, etc...).

En todos los casos se trata de elementos inmateriales que los aficionados “sienten” que son representados por el club, pero que no forman parte, en sentido económico o jurídico, del patrimonio de la entidad¹⁹. Además, merece la pena reseñar que durante mucho tiempo la existencia y persistencia de los clubes pivotaba principalmente sobre el apoyo no solo emocional sino económico que prestaban sus seguidores. Antes de convertirse en las máquinas empresariales que son hoy, los clubes eran asociaciones privadas respaldadas por sus aficionados²⁰.

1. EJES FUNDAMENTALES

Existen tres aspectos principales sobre los que pivota este Real Decreto-ley de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en las competiciones de fútbol profesional. Pero antes también

¹⁹ MOLINA, D. «La relación entre el fútbol como actividad mercantil y como fenómeno pasional: una breve reflexión sobre sus implicaciones jurídicas», *Revista Española de Derecho Deportivo* nº 36, 2015.

²⁰ CAÑIZARES RIVAS, E. y PÉREZ TRIVIÑO, J.L. «Los fondos de inversión en el fútbol. Algunos problemas éticos y jurídicos» en *Recerca, Revista de Pensament I Anàlisi*, nº18, 2016, pp. 73-88.

quiero resaltar la importancia de la palabra “profesional” en estas líneas²¹. La LD otorga un doble criterio a la hora de definir al deporte profesional, distinguiendo entre el carácter profesional de las competiciones y los deportistas profesionales con independencia de su participación o no en competiciones profesionales.

Para que una competición tenga carácter profesional, el CSD exige la existencia de vínculos laborales entre el deportista y el club. Vínculo laboral entre club y deportista, es una relación laboral especial al vínculo existente entre los deportistas y la entidad deportiva para la que presten sus servicios retribuidos (excluyendo a los deportistas profesionales que se dediquen de forma regular y voluntaria a la práctica del deporte por cuenta propia, por ejemplo, los golfistas)²².

Una vez aclarada la “profesionalización de las competiciones”, paso a detallar los tres ejes primordiales del RDL 5/2015.

Primeramente, se establece que los derechos de retransmisión se atribuyen y pertenecen a los clubes o entidades participantes, (bien sea en directo o en diferido, encuentros íntegros o resúmenes) y se determina la obligación de ceder las facultades de la comercialización conjunta a las entidades organizadoras, es decir, a la Liga Nacional de Fútbol Profesional en el caso del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, y a la Real Federación Española de Fútbol respecto de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España. Estas entidades, deben proceder a comercializar los derechos que les han sido cedidos por los clubes mediante sistemas de adjudicación y explotación siguiendo los principios generales de igualdad y libertad de empresa, siempre acordes con las normas nacionales y comunitarias de competencia en esta materia. En esta norma se estipulan también las características que han de tener los procedimientos de adjudicación y el nuevo proceso con intervención estatal para la explotación de los derechos²³.

²¹ Para Palomar Olmeda, no existe un concepto unitario de deporte profesional en nuestro Ordenamiento Jurídico, conclusión extraída de: PALOMAR OLMEDA, A. (dir.) y varios autores «*El Deporte Profesional*» Bosch, Barcelona, 2009.

²² Atendiendo a la definición recogida en el art. 2.1. d) del Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, texto refundido de la Ley 8/1980, de 10 de marzo, del Estatuto de los Trabajadores.

²³ SAN SEGUNDO MARTÍNEZ, A. «Análisis del Real Decreto-Ley 5/2015 sobre la comercialización de los derechos audiovisuales del fútbol», en *Derecho y Perspectiva*, marzo 2017 (disponible en <http://derechoyperspectiva.es/analisis-del-real-decreto-ley-52015-sobre-la-comercializacion-de-los-derechos-audiovisuales-del-futbol/>, última consulta 25/02/2019)

Indagando un poco más acerca de la idea relativa a la titularidad de los derechos, introduzco como concepto a tener en cuenta el llamado “derecho de arena”²⁴, que nos dice que el Club es titular únicamente de los derechos audiovisuales sobre los partidos que juega en su estadio, ya que los derechos audiovisuales corresponden a los organizadores de los eventos deportivos en la medida en que las posibilidades de explotación audiovisual de las mismas son el fruto de la aplicación de sus recursos financieros, su esfuerzo y tiempo. De acuerdo con el artículo 353 del Código Civil, la propiedad de los bienes da derecho por accesión a todo lo que ellos producen, o se les une o incorpora, natural o artificialmente. La atribución de estos derechos se basa en la reserva de los frutos o resultados producidos por una determinada actividad a la persona que ha asumido la iniciativa de su organización y ha asumido los riesgos económicos y financieros ligados a su puesta en práctica²⁵.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia²⁶, también se pronunció sobre este concepto, e informó de que la interpretación más acorde con nuestro Derecho y con los pronunciamientos existentes en el ámbito europeo comparado donde rige un sistema similar de atribución de la propiedad de derechos, es la de atribuir la titularidad originaria del derecho a la retransmisión audiovisual del partido al club anfitrión.

Gracias al derecho de arena, y al sistema de “ida y vuelta” para los partidos pertenecientes a los campeonatos profesionales, siempre podrán beneficiarse todos los clubes, ya que se enfrentan dos veces al mismo rival, una en su estadio, y otra en el del rival. La CNMC también tiene en cuenta que la importancia del encuentro puede variar en función del momento de la competición en el que nos encontremos y recomienda utilizar compensaciones económicas llegado el caso.

De esta forma y en resumidas cuentas, el derecho de retransmisión audiovisual surgido del hecho de la celebración del partido, corresponde al club organizador del

²⁴ La autora GALÁN, P. resume de manera muy acertada el llamado “derecho de arena” en el artículo «Derechos de explotación audiovisual de las competiciones del fútbol profesional en España (II): Titularidad», en *Senn Ferrero Sports & Entertainment*, así como las conclusiones posteriores sobre el mismo, que plenamente comparto.

²⁵ De acuerdo con esta conclusión enunciada por MASSAGUER, J. en «Naturaleza, protección y titularidad de los derechos audiovisuales...» *cit.*, pp.299.

²⁶ La CNMC habitualmente se pronuncia en forma de recomendaciones e informes no vinculantes sobre este tema. Es común encontrar interpretaciones e informes consultivos que emite con el objeto de que la Liga de Fútbol Profesional y otras entidades inmersas en el sistema de venta, como la misma Administración Pública, puedan tenerlas en cuenta a la hora de proceder. Así, se pronuncia sobre el derecho de arena en su Informe del Fútbol de 2008.

mismo (propietario del estadio), en base al denominado “derecho de arena” siendo el creador del valor patrimonial del mismo, de igual modo que le corresponden los ingresos procedentes de las taquillas. A pesar de que el club visitante es indispensable para la celebración del partido, ello no debería implicar la asignación de un derecho de propiedad sobre el evento, ya que la totalidad la asume el club propietario o usufructuario de estadio donde se disputa el partido de fútbol.

El segundo punto clave que gestiona este RDL 5/2015, es el establecimiento del sistema de reparto de los ingresos obtenidos por el nuevo sistema de venta conjunta, introduciéndose nuevos criterios, con el objetivo primordial de reducir las diferencias entre los clubes que mayores y menores ingresos recibirán en cada temporada. Las ventajas de esta intervención estatal son evidentes para algunos: el reparto suele ser equitativo para todos los equipos y logramos democratizar los beneficios obtenidos. Con este modelo se respeta el tamaño de cada club y es posible incrementar los ingresos año tras años.²⁷

Se distribuyen y ponderan los ingresos recibidos por cada entidad participante de Primera y Segunda División con arreglo a unos parámetros fundamentales. Los factores a tener en cuenta en el nuevo procedimiento son; los resultados deportivos obtenidos por cada club (posición en la tabla clasificatoria), alcance y repercusión social, recaudación de ingresos por abonados y taquilla de cada encuentro y la aportación relativa en la generación de recursos por la comercialización de las retransmisiones televisivas.

Una vez finalizado el proceso de reparto anterior, y como se deja claro detalladamente en la exposición de motivos del texto, cada entidad participante deberá asumir las contribuciones obligatorias que se establecen para el Fondo de Compensación de las entidades deportivas, para las políticas de promoción de la competición profesional y del fútbol aficionado que desarrollan respectivamente la Liga Nacional de Fútbol Profesional y la Real Federación Española de Fútbol y para las políticas del Consejo Superior de Deportes en apoyo de la Primera División del Fútbol Femenino, la Segunda División B del Campeonato Nacional masculino y las asociaciones de futbolistas, árbitros, entrenadores y preparadores físicos. Estas compensaciones obligatorias son fundamentales para fomentar y desarrollar la base de este deporte. En términos resumidos,

²⁷ GARCÍA SANTAMARÍA, J.V., “Derechos de fútbol y retransmisiones deportivas en Europa”, *Cuadernos de Comunicación e Innovación Telos, Fundación Telefónica*, nº 86, 2011.

estamos ante la mayor fuente de ingresos del deporte profesionalizado²⁸, y estas contribuciones están dedicadas a mejorar el desarrollo del fútbol femenino y aficionado, entre otras modalidades, que no cuentan con la extensión económica del fútbol masculino profesional²⁹. Estos mecanismos de solidaridad son un elemento necesario e imprescindible para el buen funcionamiento de este sistema. Solidaridad que, a mi juicio, y a tener los volúmenes económicos que suponen, tanto para los clubes, como para las empresas comercializadoras y para las propias asociaciones y federaciones, resultan escasas en cuantía y limitadas en cuanto al espectro de clubes y ligas a las que apoyan.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN Y CESIÓN POR LOS CLUBES DE LAS FACULTADES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS

Como se ha mencionado anteriormente, este modelo de intervención estatal destaca por otorgar la titularidad de los derechos audiovisuales, que caen bajo su ámbito de aplicación, a los clubes o entidades participantes, para posteriormente establecer la obligación de ceder sus facultades a las entidades organizadoras mencionadas (Liga de Fútbol Profesional y Real Federación Española de Fútbol)

Los contenidos audiovisuales regulados por el RDL 5/2015 comprenden los eventos ocurridos en el terreno de juego, desde los dos minutos anteriores a cada partido hasta el minuto siguiente a su conclusión, tanto en directo como en diferido³⁰. Llegados

²⁸ Además, según GUEDE GARCÍA, el fútbol profesional en España generaría entorno a los 7.600 millones de Euros, cifras cercanas al 2% del PIB del país, y se traduce en más de 140.000 empleos. Desde comienzos de la década de los dos mil, los ingresos de primer orden derivados de la celebración de competiciones futbolísticas se han incrementado paulatinamente en el conjunto de la industria mundial.

²⁹ El Real Decreto 2/2018, de 12 de enero, por el que se dictan determinadas normas de desarrollo del 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, incide en su sección cuarta, en la contribución a la protección social en el fútbol femenino y aficionado, y fomento del movimiento asociativo. Determina los alcances de las obligaciones, así como detalla de forma íntegra el objeto, condiciones, cuantía y demás aspectos referentes a las subvenciones correspondientes al fútbol femenino.

³⁰ GONZÁLEZ-ESPEJO, P. y SOLANS CHAMORRO, L. «El Real Decreto Ley 5/2015: La nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación...», *cit.*, pp. 106.

a este punto, considero conveniente realizar una valoración económica de esos minutos transcurridos en el terreno de juego, emitidos por televisión. Y es que, podemos afirmar que el valor de un partido de fútbol es claramente diferente en función de que el mismo se sitúe en el marco de una relación amistosa u oficial. La cuantificación económica, vía retransmisión audiovisual de la misma, es completamente diferente de la que se produce en un encuentro amistoso o no oficial. Esto demuestra una cuestión que de antemano debe quedar clara: el organizador de una competición deportiva incorpora un «valor añadido» a la misma como consecuencia de la organización que es el que le da auténtico valor en el comercio³¹.

Fuera del ámbito de aplicación del RDL 5/2015 encontramos la emisión de resúmenes informativos de duración inferior a 90 segundos³² —regulado por la LGCA, tal y como se modifica su art. 19.3 por la disposición final primera del RDL 5/2015—, las emisiones radiofónicas y la emisión en diferido de los partidos o resúmenes de ellos o a través de canales de distribución propios de las entidades participantes (televisiones propias de cada club o plataformas pertenecientes a los mismos). La Ley General de Comunicación Audiovisual también incluye en su articulado la obligación de garantizar el cumplimiento de la emisión de acontecimientos denominados de interés general para la sociedad entre los que se incluirían un partido por jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en abierto y la final de la Copa del Rey.

3. EL ACTUAL SISTEMA CENTRALIZADO DE COMERCIALIZACIÓN. CARACTERÍSTICAS DEL PROCEDIMIENTO DE VENTA.

La base de este apartado la encontramos justificada en los diferentes puntos del art. 4 del RDL 5/2015. Los dos principios que lideran este procedimiento y que deben ser

³¹ PALOMAR OLMEDA, A. y DESCALZO GONZÁLEZ, A. «El valor de la imagen en un entorno organizado (La propiedad de la competición) o justo lo contrario: La propiedad de la competición y su imagen exterior», en *Los derechos de imagen en el ámbito del deporte profesional (especial referencia al fútbol)*, Dykinson, Madrid, 2001, pp. 108.

³² GONZÁLEZ-ESPEJO, P. y SOLANS CHAMORRO, L. «El Real Decreto Ley 5/2015: La nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación...», *cit.*, pp. 107.

respetados obligatoriamente en todo momento, son el principio de igualdad y el principio de libertad de empresa³³. Las entidades organizadoras, se encuentran obligadas a comercializar dichos derechos mediante un proceso público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, basado en criterios de rentabilidad económica, interés deportivo y crecimiento y valor futuro. Deben respetarse los principios mencionados previamente, de igualdad y de libertad de empresa, siempre dentro del marco general de las normas nacionales y comunitarias en materia de competencia³⁴.

El procedimiento comienza con la publicación de unas condiciones generales sobre la configuración de las ofertas para su explotación a nivel nacional y europeo, su agrupación en “lotes” y los requisitos que han de cumplirse para obtener su adjudicación y explotación. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia vela por el correcto cumplimiento de este proceso y supervisa la correcta aplicación de la normativa del RDL5/2015³⁵.

Los criterios que deben cumplirse en todo momento son diferentes, por un lado, para la comercialización en España y la Unión Europea y por otro, para la venta en el resto del mundo³⁶. En el caso de España y la UE, la duración del contrato adjudicado no podrá exceder de tres años (reduciéndose así en un año el límite establecido por la Ley de Comunicación Audiovisual y acogiendo el criterio de las autoridades de competencia).

La adjudicación de cada lote o paquete de derechos es independiente. Las condiciones de adjudicación establecidas por las entidades comercializadoras y las ofertas presentadas por los licitadores no podrán estar condicionadas a la adquisición de determinados paquetes o lotes o a la concurrencia de determinados eventos.

Otra característica importante es que una misma entidad no podrá ser titular o adquirir de manera directa o indirecta derechos exclusivos de explotación en el mercado nacional de contenidos correspondientes a más de dos paquetes o lotes de derechos salvo

³³ También podríamos añadir aquí el principio de legalidad, referenciado indirectamente en el apartado anterior del trabajo, *La ausencia del Estado*, mediante el desarrollo del concepto “juridicidad de la acción administrativa”.

³⁴ TERRÓN SANTOS, D. en Crónica de «Derechos de explotación de contenidos audiovisuales de fútbol profesional» en *Revista Ars Iuris Salmanticensis*, Universidad de Salamanca, vol. 3, diciembre 2015, pp. 193-194.

³⁵ Hablaré más detenidamente de las labores de este organismo en el apartado especialmente dedicado a los derechos audiovisuales y la competencia.

³⁶ GONZÁLEZ-ESPEJO, P. y SOLANS CHAMORRO, L. «El Real Decreto Ley 5/2015: La nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación...», *cit.*, pp. 108.

que en algún lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes.

En cuanto al plano internacional, las condiciones de comercialización, que deberán ser publicadas en la página web de las empresas comercializadoras, no están sujetas a ninguna limitación, tan solo deberán contar con la aprobación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que emitirá un informe consultivo sobre su situación³⁷.

4. NUEVOS CRITERIOS ECONÓMICOS

El principal aspecto novedoso que introduce el RD 5/2015 es el establecimiento de un sistema de distribución de los ingresos obtenidos por la comercialización de los derechos audiovisuales, los cuales encontramos recogidos en su artículo 5.

Los clubes que compiten en la Primera División recibirán un 90% de los ingresos mientras que el 10 % restante pertenece a los clubes que se encuentran compitiendo en Segunda División. Para su reparto, deben respetarse y seguirse unas directrices básicas: un 50 % en Primera División y al menos un 70 % en Segunda División se dividirá a partes iguales entre las entidades y clubes participantes en ellas³⁸. De esta forma el equilibrio entre clubes es mucho mayor, y es aquí donde realmente podemos notar la influencia de estas medidas con respecto al anterior sistema individualizado de venta de los derechos audiovisuales. La cantidad restante se distribuirá por mitades atendiendo a dos criterios: Los resultados deportivos obtenidos en las últimas cinco temporadas y la implantación social, determinada, en una tercera parte, por la recaudación en abonos y taquilla media y, en dos terceras partes, por su participación en la generación de recursos por la comercialización de las retransmisiones televisivas.

³⁷ Los informes consultivos de la CNC pueden versar sobre diferentes aspectos relativos al tema de este trabajo, por ejemplo, emitió recientemente el llamado “*Informe CNMC sobre propuesta LNFP para comercialización internacional de derechos de explotación de contenidos audiovisuales del campeonato nacional de Liga de Primera División y de las eliminatorias de ascenso a Primera División para temporadas 2018/2019 a 2020/2021*”. En este texto, los expertos de la Comisión se pronuncian mediante propuestas detalladas, con la finalidad de facilitar a la Liga una visión exhaustiva del ámbito competencial que afecta y afectará a los derechos audiovisuales para las citadas temporadas.

³⁸ SAN SEGUNDO MARTÍNEZ, A. «Análisis del Real Decreto-Ley 5/2015 sobre la comercialización de los derechos audiovisuales del fútbol», *cit.*

Que ningún club pueda recibir menos del 2 % ni más del 20 % de esa partida, es uno de los criterios normativos limitantes que también encontramos recogidos en la norma y que, en mi opinión, deja palpable el ánimo del legislador por controlar, mediante mínimos y máximos, una posible desestabilización económica acotando de esta forma los extremos.

Llegados a este punto, los órganos de gobierno de cada categoría deberán aprobar con una mayoría de dos tercios la aplicación de los ingresos obtenidos de forma correcta³⁹. Si tras tres votaciones, no se hubiera llegado a un acuerdo, se mantendrán los criterios del periodo anterior y, en su defecto, y deberá valorar la situación el Consejo Superior de Deportes. La liquidación final de las cantidades dinerarias se realiza por temporadas, siempre antes del fin del año natural en que se inicie cada una de ellas. Finalmente, se aplica un criterio de corrección final por el que la diferencia entre los equipos que más y menos ingresen no podrá ser superior a 4,5 veces (que habrá de reducirse hasta 3,5 veces si el reparto total es superior a mil millones de euros).

En cuanto a las contribuciones y obligaciones de las entidades participantes, podemos resumir que el pago de las deudas líquidas, vencidas y exigibles a la Agencia Estatal de Administración Tributaria y a la Tesorería General de la Seguridad Social, tendrá carácter preferente al cumplimiento de las obligaciones correspondientes. Cada uno de los clubes y entidades participantes en el Campeonato Nacional de Liga, en cualquiera de sus categorías, deberán cumplir anualmente con las siguientes obligaciones⁴⁰, en proporción a los ingresos que obtengan por la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales:

- A) Un 35% se destinará a financiar un Fondo de Compensación⁴¹ destinado a los equipos que desciendan de categoría. El 90% de esta cantidad lo disfrutarán los descendidos de Primera División y el porcentaje restante los descendidos de Segunda División.
- B) Un 1% se entregará a la LNFP, con el objetivo de invertirlo en los mercados nacional e internacional, para promoción de la competición.

³⁹ GONZÁLEZ-ESPEJO, P. y SOLANS CHAMORRO, L. «El Real Decreto Ley 5/2015: La nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación...», *cit.*, pp. 108.

⁴⁰ SAN SEGUNDO MARTÍNEZ, A. «Análisis del Real Decreto-Ley 5/2015 sobre la comercialización de los derechos audiovisuales del fútbol», *cit.*

⁴¹ TERRÓN SANTOS, D. en Crónica de «Derechos de explotación de contenidos audiovisuales de fútbol profesional» *cit.*, pp. 193-194.

- C) Un 1% se entregará a la RFEF, como contribución solidaria al desarrollo del fútbol aficionado.
- D) Hasta un 1% se entregará al CSD, que lo destinará a financiar, los costes de los sistemas públicos de protección social que correspondan a los trabajadores que tengan la condición de deportista de alto nivel y financiar con ayudas a deportistas que participen en competiciones internacionales.
- E) Hasta un 0,5% se entregará al CSD también, que lo destinará a ayudas a las entidades que participen en la Primera División de Fútbol femenino, ayudas a las entidades que participen en la Segunda División B del Campeonato Nacional de Liga, ayudas a las asociaciones o sindicatos de futbolistas, árbitros, entrenadores y preparadores físicos⁴².

Otra novedad fundamental que apreciamos en el análisis del RDL 5/2015 es los nuevos criterios especiales que introduce para las competiciones de Copa del Rey y Supercopa de España. Aunque los patrones legislativos seguidos en ambas competiciones a la hora de normativizarlas jurídicamente son los mismos que los explicados en apartados anteriores, existen algunas consideraciones a tener en cuenta que las diferencian. El 90% de los ingresos se destinará a los equipos de la Liga Nacional de Fútbol Profesional y se tomarán en consideración únicamente a las entidades que disputen la ronda de octavos de final de la competición durante las cinco últimas temporadas, con la siguiente ponderación: Campeón 22%; Subcampeón, 16%, Semifinalistas, 9%, Cuartos de Final, 6%, Octavos de Final, 2,5%. El 10% restante se destinará a la promoción del fútbol aficionado y a los equipos de otras categorías que participen en la competición⁴³.

Un punto importante a tener en cuenta y que viene dictaminado por el interés general, es que, quedan excluidos de esta encomienda el partido final de la Copa de S.M. El Rey y la Supercopa de España, que serán comercializados o explotados directamente por la Real Federación Española de Fútbol. Por ello se justifica que, en cualquier caso, la Real Federación Española de Fútbol destinará íntegramente los ingresos obtenidos de la comercialización y explotación de los derechos audiovisuales de la Supercopa de España y de la final de la Copa de S. M. el Rey, al fomento del fútbol aficionado.

⁴² GONZÁLEZ-ESPEJO, P. y SOLANS CHAMORRO, L. «El Real Decreto Ley 5/2015: La nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación...», *cit.*, pp. 109.

⁴³ TERRÓN SANTOS, D. en Crónica de «Derechos de explotación de contenidos audiovisuales de fútbol profesional» *cit.*, pp. 193-194.

El contexto en el que se explota el modelo centralizado de explotación de derechos, nos deja como principal empresa puntera a la mencionada previamente Mediapro, que ha contado con el fuerte y decisivo aval financiero en la compra de derechos de un grupo global como Qatar Media Corporation (propietaria de Al Jazeera, filial de beIN Media). Por detrás, situaríamos a Telefónica, cuya solidez financiera le ha permitido durante años ser uno de los actores principales en la adquisición de derechos, a través de las subastas de los mismos e, incluso, mediante la entrada en el capital de otras compañías audiovisuales con fuertes carteras de derechos⁴⁴. En el plano económico, estas dos compañías son las principales potencias con las que contamos en relación con la adquisición en nuestro país.

5. ÓRGANO DE CONTROL DE GESTIÓN

Este órgano de control, se renueva cada temporada y está compuesto por los siguientes miembros; los dos clubes o sociedades anónimas deportivas que más ingresos hayan recibido por derechos audiovisuales en el ámbito nacional en los últimos cinco años; dos clubes o sociedades anónimas deportivas de Primera División, distintos de los de los anteriores, elegidos por votación por los equipos de la categoría. También lo formará un club de la Segunda División, elegido de la misma forma por los clubes o sociedades anónimas deportivas de esa categoría y finalmente el presidente de la LNFP, cuyo voto decidirá cualquier empate en las votaciones. La LNFP debe actuar siempre en el ejercicio legal de sus funciones, atendiendo a las competencias recogidas en el art. 41.4 LD.⁴⁵

La competencia principal de este órgano de control es la gestión de la comercialización y explotación de los derechos audiovisuales, con arreglo a la normativa vigente. Entre sus obligaciones principales también encontramos que debe también controlar, revisar y auditar la gestión comercial y la gestión de los resultados económicos

⁴⁴ ALCOLEA DÍAZ, G. y GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. «Los derechos audiovisuales del fútbol en España en la era digital: entre la televisión de pago y el streaming» *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 2019, pp. 418 a 433.

⁴⁵ El artículo referenciado de la Ley del Deporte alude a las competencias de las ligas profesionales, además de las que pueda delegarles la Federación deportiva española correspondiente. Deben organizar sus propias competiciones, en coordinación con la respectiva Federación deportiva española y de acuerdo con los criterios que, en garantía exclusiva de los compromisos nacionales o internacionales, pueda establecer el Consejo Superior de Deportes.

derivados de la explotación y comercialización conjunta y determinar las cantidades que corresponda percibir a cada entidad participante por la comercialización de los derechos audiovisuales. A su vez, se encargará de determinar los ingresos que a cada club corresponde percibir de las partidas variables y publicar a través de la web, antes de la conclusión del año natural, en que haya comenzado cada temporada, los criterios de reparto de los ingresos audiovisuales, las cantidades que correspondan a cada entidad participante y las cantidades aportadas en cumplimiento de las obligaciones. Por último, mencionar que los miembros de este órgano de control deberán comunicar al Presidente⁴⁶ de la LNFP cualquier situación de conflicto de interés, directo o indirecto, que pudieran tener para el ejercicio de sus funciones.⁴⁷

⁴⁶ Actualmente, ocupa el cargo Javier Tebas Medrano, siendo reconocida su intervención como su propulsor principal junto al Consejo Superior de Deportes del RDL 5/2015.

⁴⁷ MARCET SEÑOR, G. «Informe sobre los Derechos Audiovisuales del Fútbol en España» (*Derecho de Internet y Nuevas Tecnologías*) Octubre, 2015. (ver gráfico sobre la composición del órgano gestor con todos los miembros explicados en el texto).

III. DERECHOS AUDIOVISUALES Y LA COMPETENCIA

La estrecha relación del nuevo sistema centralizado de explotación y el Derecho de la Competencia es otro de los puntos fundamentales a comentar en este trabajo. El RDL 5/2015 establece como uno de pilares indispensables de esta disposición el respeto de la competencia, la necesidad de promover la competencia en el mercado de la televisión de pago actuando sobre uno de sus activos esenciales. Como se ha explicado en anteriores apartados de este estudio, los clubes de fútbol se encuentran obligados a comercializar los derechos cedidos mediante sistemas de adjudicación y explotación que respeten los principios de igualdad y de libertad de empresa, dentro del marco general de las normas nacionales y comunitarias en materia de competencia. Para ello, encontramos en la norma el reconocimiento a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de un papel protagonista en la supervisión de los citados procedimientos de contratación y explotación conjunta de los derechos audiovisuales, una de las principales novedades del RDL⁴⁸, conforme a lo dispuesto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia⁴⁹.

Aunque a lo largo del presente TFG se han ido introduciendo aclaraciones e información acerca del Derecho de la Competencia y su afectación a todo el sistema de explotación de derechos audiovisuales, he considerado esencial dedicar un apartado íntegro al análisis del mismo y de las actuaciones de la CNMC en defensa de la competencia.

El papel de la CNMC en este sistema comercial es clave. Gracias a su actuación supervisora⁵⁰, podemos garantizar el nuevo sistema de explotación con arreglo a la libre competencia, así como una distribución posterior equitativa de los ingresos. De esta forma, el art. 4 del RDL 5/2015 dispone que las entidades comercializadoras establecerán

⁴⁸ AGUILAR CALDERÓN, F., ADELIÑO RECASENS, A. y CARRETERO NEVADO, A. «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*, nº22, 2017, pp 15.

⁴⁹ TERRÓN SANTOS, D. en Crónica de «Derechos de explotación de contenidos audiovisuales de fútbol profesional» *cit.*, pp.2

⁵⁰ Hay unanimidad de opinión de la doctrina citada en este trabajo, que aboga por esta idea de supervisión de la CNMC, incluso GUEDE GARCÍA, que habla en su obra de una restricción horizontal de la competencia contraria al art. 101.1 del TFUE, y que es algo más crítico con el modelo centralizado.

y harán públicas las condiciones generales de dicha comercialización con el objeto de someterlas a informe de la CNMC, que en el plazo de un mes deberá ser publicado con la resolución acerca de si aquellas condiciones generales son compatibles con las condiciones del artículo 4.4 del mismo RDL (procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, basado en criterios objetivos...).

Como previamente se ha detallado en el análisis científico de la disposición, especialmente en el apartado referente a los nuevos criterios económicos establecidos, podemos observar todos estos detalles y singularidades en el ámbito dinerario, con el objetivo primordial de evitar cualquier tipo de conducta colusoria o abuso de posición dominante, cualquier tipo de práctica desleal en el mercado o posibles fraudes. Nos encontramos ante un avance histórico para el fútbol profesional español, que le permitirá ser más competitivo en los mercados nacional e internacional y, sobre todo, resultará beneficioso para los clubes, aficionados y espectadores⁵¹.

Para GUEDE GARCÍA, *“el mercado relevante de los derechos audiovisuales del fútbol ha sufrido tradicionalmente una segmentación abordada por la Comisión Europea, donde determinó los diferentes mercados en los que los derechos de difusión futbolística se ven inmersos”*. A efectos del Derecho de la Competencia, considero interesante esta idea del citado autor sobre una segmentación detallada de este mercado, derivada de la aplicación de las funciones supervisoras de la CNMC, en concreto es de trascendental importancia para analizar determinadas prácticas, tales como abusos de posiciones de dominio de los organizadores o de los operadores audiovisuales del mercado. Sin embargo, las autoridades de competencia consideran sistemáticamente que cada deporte es un mercado⁵².

Creo que es de especial y relevante importancia analizar en líneas generales el Informe de la CNMC sobre la propuesta de LNFP de condiciones para la comercialización de derechos de explotación de contenidos audiovisuales en televisión en abierto y en televisión de pago bajo demanda del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. el Rey para las temporadas 2016/17 a 2018/19, de 26 de mayo de 2016, que corresponde a

⁵¹ GARCÍA CABA, M. “El nuevo régimen jurídico aplicable a los derechos audiovisuales de las competiciones profesionales futbolísticas en España: a propósito del Real Decreto-Ley 5/2015, de 30 de abril” *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento* nº 47, pp. 423-454.

⁵² Esta cuestión, a ojos de GUEDE GARCÍA, provoca que los derechos audiovisuales del fútbol sufran una menor valorización. Muchas operadoras audiovisuales, al estar tan restringida la segmentación del mercado «fútbol», están obligadas a dar acceso a otras a ciertos paquetes audiovisuales, y como consecuencia, frenan la fuerza de la puja o directamente dejan de pujar.

valoraciones sobre la temporada actual y las dos que la preceden. Como previamente se ha citado a lo largo del trabajo, la CNMC, en el ejercicio de sus funciones, elabora informes como éste, pronunciándose sobre las condiciones generales de la comercialización conjunta que se exigen en nuestro país desde la entrada en vigor del RDL 5/2015. Aunque el documento es extenso y en él se emiten numerosas conclusiones generalistas sobre el global de todo el proceso de reparto, a continuación, me centro en las referencias más destacables al Derecho de Competencia.

El presente informe⁵³ resulta algo controvertido, puesto que, la CNMC dictamina que ha existido una alteración unilateral de los contenidos futbolísticos objeto del borrador de ofertas, que puede tener implicaciones en relación con la aplicación de la normativa de competencia. Encontramos dispuesto en el párrafo 78 del mismo, que, al incrementar unilateralmente y de forma retroactiva los contenidos que ya han sido objeto de licitación por parte de LNFP, la entidad podría incurrir en vulneración del artículo 2 LDC, ya que desde la posición de dominio que le otorga el RDL 5/2015, estaría situando a ciertos operadores adjudicatarios, en una situación de preponderancia respecto a otros. La Comisión, señala como contrario el artículo 2.2 e) de la LDC, que versa sobre la obligatoriedad de contratar otros contenidos (como las Galas de LaLiga, incluidas en el Lote 1). Este no es un contenido que deba ser obligatoriamente comercializado de manera centralizada por la LNFP, sin embargo, aparece recogido en el Lote 1, haciendo obligatoria su adquisición por vinculación y siendo esto, a ojos de la CNMC, contrario al mencionado artículo. Éste, prohíbe el abuso de la posición de dominio consistente en la subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de dichos contratos. Opinión que comparto con la CNMC, ya que podemos encontrar una contradicción clara en dicho ejemplo.

A modo de conclusiones que podemos desprender del informe, en primer lugar, encontramos que la CNMC considera que LaLiga debe eliminar la posibilidad de que las televisiones de pago puedan emitir el partido de las jornadas 37 y 38 de liga en Primera División, y que está reservado a la televisión en abierto. Este derecho no estaba reconocido para las cadenas de pago en las anteriores bases. En segundo lugar, se

⁵³ Informe extraído del sitio web oficial de la CNMC, <https://www.cnmc.es/>: *Informe sobre la propuesta de LNFP de condiciones para la comercialización de derechos de explotación de contenidos audiovisuales en televisión en abierto y en televisión de pago bajo demanda del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. el Rey para las temporadas 2016/17 a 2018/19, de 26 de mayo de 2016.*

considera que el incremento unilateral del número de partidos de Copa del Rey que los operadores de pago pueden emitir en sus plataformas (tampoco estaba incluido en los lotes de derechos ya adjudicados por LaLiga a finales de 2015), supone una vulneración del artículo 4.4.a) del RDL 5/2015⁵⁴ y podría ser contrario a la normativa de competencia.

En resumen, la CNMC considera que el borrador de bases presentado a informe previo por parte de LNFP el 29 de abril de 2016 reúne parcialmente los requisitos exigidos por el artículo 4.4 del RDL 5/2015. Para su total adecuación con el RDL 5/2015 y los principios de libre competencia, la CNMC considera necesario que, en las bases en las que se sustente la solicitud de ofertas para la explotación de los derechos audiovisuales de televisión en abierto y de televisión de pago analizadas, se corrijan determinados aspectos recogidos en el informe, como los explicados anteriormente.

Personalmente, considero la labor de investigación y contraste de la CNMC una tarea dura, no exenta de numerosas complicaciones. A su vez, veo plenamente necesaria la presencia de la Comisión como órgano supervisor, ya que realiza informes periódicos, y se encuentra en un proceso de continuo análisis de nuestra normativa, que apenas cuenta con pocos años de vida, y numerosos aspectos polémicos y contradictorios por resolver.

En el Informe de agosto de 2017⁵⁵, por ejemplo, advierte de que son necesarias correcciones referentes a: clarificación del alcance geográfico de los lotes y de su carácter exclusivo, concreción de los días de la semana y horarios previstos de los partidos de Primera División cuando las jornadas se disputen entre semana, limitación y concreción de los criterios técnico-profesionales que deben presentar los licitadores... etc.

Otras pronunciaciones interesantes de la CNMC, son las resoluciones de la Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la CNMC de 14 de enero de 2016 y de 5 de abril de 2016⁵⁶. La primera de ellas, puso fin, en sede administrativa, al conflicto existente

⁵⁴ Dicho artículo establece que se concretará el alcance de los lotes de derechos objeto de comercialización, señalando, en particular, los contenidos incluidos en cada lote, el ámbito geográfico para su explotación, si se destinan a su emisión en abierto o en codificado y los que serán objeto de explotación exclusiva o no exclusiva.

⁵⁵ De igual manera obtenido, Informe CNMC sobre Propuesta LNFP para comercialización internacional de derechos de explotación de contenidos audiovisuales del campeonato nacional de Liga de Primera División y de las eliminatorias de ascenso a Primera División para temporadas 2018/2019 a 2020/2021.

⁵⁶ Resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la CNMC de 14 de enero de 2016, en el Expediente CFT/DTSA/0010/15/MEDIASET/LNFP; y de 5 de abril de 2016, en el Expediente CFT/DTSA/012/15/ATRESMEDIA/MEDIASET. Esta segunda Resolución resulta aplicable a los partidos de la UEFA Champions League cuando juegue un equipo español y llega a conclusiones similares sobre la naturaleza y alcance de los breves resúmenes informativos.

entre Mediaset y LaLiga, en el que se cuestionaba, entre otros asuntos, cuál era el ámbito de aplicación de los 90 segundos de duración de los breves resúmenes informativos a los que hace referencia el artículo 19.3 de la LGCA. Mientras que Mediaset interpretaba que la duración de 90 segundos se correspondía con cada uno de los partidos de la jornada, LaLiga argumentaba que dicha duración se correspondía con el conjunto de partidos disputados por jornada debido, entre otros, al carácter de las competiciones organizadas por LaLiga, que forman parte de una “competición deportiva” o, en su caso un “conjunto unitario de acontecimientos”, conceptos a los que se hace referencia de forma expresa en la propia redacción de la LGCA. Tras revisar la normativa nacional y de la UE, la resolución sostiene, por un lado, que ninguna de ellas establece cómo se debe aplicar la duración de 90 segundos de los breves resúmenes informativos, obligándole a acudir a una interpretación *ad hoc* sobre esta cuestión. En particular, la CNMC de 14 de concluyó que la duración de 90 segundos de los breves resúmenes informativos descritos en el artículo 19.3 de la LGCA debe realizarse de manera individual, con independencia de si los partidos de fútbol se encuentran insertos en una competición deportiva o en un conjunto unitario de acontecimientos. Ello se debería, según la Comisión, al interés general que despiertan las competiciones de LaLiga y la necesidad de proteger el derecho de la información sobre el evento y no el conjunto en su totalidad⁵⁷.

Por todo ello, me reafirmo en la trascendencia y repercusión que tiene, a mi juicio, la CNMC. Como se puede observar, realiza un estudio exhaustivo de las condiciones y normativa en atención al contexto del momento y elaboran recomendaciones y proposiciones a la LNFP sobre cualquier resquicio encontrado en la ley, que consideren inadecuado, obsoleto, contradictorio o carente de regulación.

La Administración debe estar al tanto también de sus informes, porque, no resulta demasiado complicado encontrar ciertas incongruencias entre la normativa especializada sobre derechos audiovisuales y la normativa de competencia. Finalmente, concluyo con que, es de agradecer bajo mi punto de vista, el trabajo de la CNMC, que actúa como portavoz en aras del progreso, la eficiencia del sistema y como una especie de “protector” ante posibles fraudes legales, de cualquier rama jurídica posible.

⁵⁷ SALVADOR S. «La difícil combinación entre el derecho a la información y la explotación de derechos audiovisuales: muchas incógnitas por resolver» en *Revista Jurídica LaLiga*, nº 11, septiembre 2018.

IV. COMPARATIVA DEL MODELO DE EXPLOTACIÓN CENTRALIZADO Y EL MODELO INDIVIDUALIZADO

Una vez analizados los cambios sustanciales introducidos por el RDL 5/2015 en el procedimiento de venta, estamos en disposición de realizar un estudio comparativo de ventajas e inconvenientes que aportan ambos sistemas de reparto, mencionados a lo largo de este trabajo (centralizado e individual). Me gustaría comenzar haciendo especial hincapié en la transparencia del modelo centralizado. No estoy queriendo decir con ello que mediante la venta individual y personal de derechos a las televisiones no se consiga una práctica clara y nítida, pero es un hecho probado que gracias a la intervención del Estado conocemos las cifras de los contratos celebrados, los caudales económicos recibidos por parte de cada club y cualquier detalle susceptible de levantar polémica, puesto que existen órganos de control detrás de estos negocios jurídicos. Hasta la entrada en vigor del mismo era común no llegar a conocer exactamente las cifras y el alcance económico de estas prácticas.

La venta de estos derechos genera grandes beneficios a los clubes, pero no siempre existe un equilibrio en el reparto, porque los grandes clubes ostentan la mayoría de los mismos, mientras que los pequeños sufren desventajas. Esta es la razón por la que en algunos países de Europa apareció el sistema de comercialización conjunta⁵⁸. En España, la legislación jurídico-deportiva, no tenía ninguna determinación explícita que dispusiera cómo deben de explotarse los derechos audiovisuales de los campeonatos profesionales del deporte, por ello la entrada en vigor del RDL 5/2015⁵⁹.

Como hemos visto anteriormente, existe una corporación centralizada en la actualidad, encargada de gestionar todos los derechos de los clubes mientras que, en la

⁵⁸ El sistema de comercialización conjunta, a nivel europeo, también es conocido como “*pooling system*”. Este modelo se asemeja al utilizado en Estados Unidos. Información extraída de SELIGRAT GONZÁLEZ, V.M. «La comercialización conjunta de los derechos audiovisuales en el fútbol establecida por el Real Decreto Ley 5/2015: Análisis y estudio desde el derecho de la UE y el derecho comparado» en *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento*, nº 49, 2015, pp. 261-286

⁵⁹ Así lo indican PALOMAR y DESCALZO, en su obra citada anteriormente.

negociación previa, destacaba por ser bidireccional entre clubes y empresas televisivas, de forma enteramente privada.

En cuanto al criterio económico, afirmamos que en estos momentos todos los clubes reciben una cuota fija, en función de los acuerdos alcanzados con las plataformas televisivas, y una cuota variable en función del número de partidos retransmitidos y su posición en la tabla clasificatoria de la competición. Ésta ha sido una implantación totalmente novedosa porque hasta el momento en España el reparto económico carecía de este requisito y simplemente, el reparto beneficiaba en estos términos a los equipos más poderosos de cada liga. Sus cuotas eran más elevadas puesto que eran los equipos más demandados por el consumidor. El reparto de los ingresos por los derechos audiovisuales era, como se ha comentado anteriormente, desigual, beneficiando claramente sobre el resto de equipos al F.C. Barcelona y Real Madrid. La venta conjunta asegura un gran aumento en los ingresos por derechos audiovisuales a todos los participantes de LaLiga y la Copa de SM el Rey, excepto a los dos grandes clubes, que lideran igualmente la tabla, pero de una forma menos “exagerada”.

La seguridad jurídica⁶⁰ es otro aspecto importante digno de ser mencionado en este estudio. Careciendo de control estatal, ante un posible conflicto, los operadores debían dirigirse a los tribunales ordinarios a la hora de resolver sus disputas. Gracias a este modelo, más garantista, se aclaran y establecen unas bases con respecto a los agentes involucrados en el proceso, como son liga, televisiones, clubes y administración pública, principalmente, lo cual los dota de mayor seguridad jurídica llegados a una situación de discordia. Con anterioridad al sistema de venta conjunta, cada año debían ponerse de acuerdo los propietarios de los derechos audiovisuales. En algunas ocasiones la posible falta de acuerdo podía amenazar la retransmisión de las competiciones, en la actualidad, sin embargo, no es necesario llegar al entendimiento entre los organismos comercializadores puesto que la regulación implantada marca las directrices de la licitación.

Merece la pena reseñar, que con el modelo actual aparece un contrato derivado de la comercialización del que no podíamos hablar previamente al RDL 5/2015. El grupo Mediapro es uno de los mejor posicionados en el escenario de compra de los derechos audiovisuales del fútbol en España y se encarga por contrato, desde el año 2015, de

⁶⁰ GARCÍA SANTAMARÍA, J.V., «Derechos de fútbol y retransmisiones deportivas en Europa» *cit.*

producir y transportar la señal de los encuentros de LaLiga en España, emulando el modelo de otras competiciones de que un único operador se encargue de la señal⁶¹. Además, desde ese año ejerce también como agente comercial (comisionario) para la explotación de los derechos de LaLiga a nivel internacional, tras el acuerdo de cesión a la LNFP de todos los derechos audiovisuales de los clubes⁶².

Finalmente, como conclusión final, podemos afirmar que España se encuentra en una posición mucho más favorable en el contexto del mercado futbolístico europeo a la hora de competir con otros sistemas de reparto. Gracias a la seguridad jurídica y de comercio de este nuevo procedimiento, llegar al primer puesto mundial del negocio del fútbol es un objetivo más fácilmente alcanzable⁶³, que si mantuviéramos el modelo de explotación individual vigente en nuestro país.

⁶¹ ALCOLEA DÍAZ, G. y GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. «Los derechos audiovisuales del fútbol en España en la era digital: entre la televisión de pago y el streaming» *cit*, pp. 418 a 433.

⁶² ALCOLEA DÍAZ, G. y GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. «Los derechos audiovisuales del fútbol en España en la era digital: entre la televisión de pago y el streaming» *cit*, pp. 418 a 433.

⁶³ MARCET SEÑOR, G. «Informe sobre los Derechos Audiovisuales del Fútbol en España» *cit*.

V. MODELOS EUROPEOS DE COMERCIALIZACIÓN

La entrada de la nueva regulación en nuestro país nos acerca objetivamente a la tendencia europea de centralizar la comercialización de derechos audiovisuales, que como ahora también en España, adoptan la configuración de los principios generales que la Comisión Europea ha dictaminado con respecto a la aplicación de la exención del artículo 101 del TFUE. (*“Serán incompatibles con el mercado interior y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior...”*)

A continuación, entraré a valorar mediante un breve estudio sistemático de los principales modelos de explotación en Europa, la calidad de los mismos, así como sus principales ventajas e inconvenientes en relación a nuestro modelo nacional, analizando sus características principales.

Aunque todos comparten la misma base (la venta centralizada), cada uno de estos sistemas presenta cualidades propias que los hacen diferentes al resto. La principal diferencia, entre estos modelos y el español, la encontramos retrotrayéndonos al origen normativo de dicha regulación. En los países europeos en los que ya se formalizó este sistema de venta centralizada, se instauró a través de la voluntad de las partes, acordado por los clubes al ceder la gestión de sus derechos a las organizadoras correspondientes. El intervencionismo estatal no se basaba en imponer a los clubes un modelo de venta particular como en España⁶⁴.

⁶⁴ Coincidiendo con esta idea del autor GUEDE GARCÍA, A. en «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», *cit.*, pp.22-23. Añado que en los países mencionados de la Unión Europea no se necesitó tramitar dicha regulación de urgencia y con aparente necesidad, sino que hablamos de normativa establecida de común acuerdo entre las partes involucradas, lo cual sitúa la corriente europea como mucho más “normalizada” y natural frente a la “artificialidad” de las medidas adoptadas en España.

1. MODELO INGLÉS

Estamos ante el sistema que más éxito comercial tiene en el mundo, las cifras superan los 600 millones de espectadores en más de 200 países en los 5 continentes, también hablamos del modelo europeo de referencia, considerado por muchos, debido a que es el que más ingresos domésticos genera con el fútbol profesional⁶⁵. El primer aspecto básico en el que debemos fijarnos a la hora de definir un sistema de reparto es el que concierne a la titularidad de los derechos. En Inglaterra, el Restrictive Practices Court Británico (Tribunal de Prácticas restrictivas de la Competencia), al juzgar la venta de derechos televisivos, entendió que la Premier League comercializaba un producto global⁶⁶: el campeonato de liga como conjunto general, por encima de los encuentros individualmente considerados. El argumento, a mi juicio personal, sería que aunque los clubes generen partidos por sí mismos, no se pueden comercializar sin formar parte de un contexto competitivo en forma de liga. Por ello la asociación organizadora del campeonato, The Football Association (The FA) es sobre la que recae la titularidad de los derechos audiovisuales.

Este sistema se sostiene fundamentalmente gracias a la voluntariedad por parte de los clubes y el organizador de la Premier League en que dicho procedimiento centralizado funcione correctamente. Hasta 2006 en Inglaterra se habían vendido todos los derechos a un mismo operador, fue a partir de entonces cuando se empezaron a plantear problemas de competencia, lo que llevó a la Comisión Europea a tomar cartas en el asunto. Se impuso un requisito adicional con el objetivo de evitar el carácter monopolístico de dicho mercado contribuyendo a que la venta pudiera ser efectuada a más de un operador.

El modelo de explotación de derechos audiovisuales en Inglaterra, en concreto en la Premier League (equivalente a la Primera División española) destaca por su simpleza⁶⁷; se reparte un 50% de los ingresos a todos los clubes por igual, un 25% por número de audiencias de cada club y el restante 25% según la clasificación deportiva de la temporada anterior. Los contratos de adjudicación no pueden exceder de tres años, aunque la

⁶⁵GARCÍA SANTAMARÍA, J.V., «Derechos de fútbol y retransmisiones deportivas en Europa» *cit.*

⁶⁶ GALÁN, P. «Derechos de explotación audiovisual de las competiciones del fútbol profesional en España (II): Titularidad» en *Senn Ferrero Sports & Entertainment* (disponible en <http://www.sennferrero.com/es/opinion/436-derechos-de-explotacion-audiovisual-de-las-competiciones-del-futbol-profesional-en-espana-ii-titularidad>, última consulta 25/02/2019)

⁶⁷ GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», *cit.*, pp. 25.

Comisión Europea se reserva mediante la posible aplicación de la exención del art. 101.3 del TFUE una mayor duración de los contratos si el adquirente fuera nuevo en el mercado. Un elemento diferenciador en el fútbol británico es la separación de la primera y segunda liga, la Segunda División (English Football League) ha firmado un contrato recientemente de cinco años con la operadora Sky, por lo que las normas mencionadas anteriormente no serán aplicables puesto que nos entramos ante supuestos diferentes.⁶⁸

2. MODELO ALEMÁN

En el país teutón, se sigue la doctrina de la jurisprudencia alemana, que se pronunció mediante la Sentencia AE TV, de 18 de marzo de 1998, que concretaba el término “organizador de un evento deportivo” delimitándolo como aquel a cuyo cargo corre la responsabilidad organizativa y financiera y el que asume el riesgo empresarial y financiero del mismo⁶⁹. Partiendo de esta definición, si una entidad contribuye en los costes de la organización de un evento deportivo, debería ser considerada al menos como copropietaria de los derechos de retransmisión. El intervencionismo estatal en el fútbol alemán tiene su origen en la temporada 1966/1967. Aunque el modelo ha ido mejorándose con el paso de años, hace aproximadamente unos 20 años, la liga alemana optó por el sistema de venta conjunta de derechos audiovisuales de carácter centralizado. El modelo establecido por la Bundesliga (liga alemana) se basó en la última autorización realizada por la Comisión para el caso de la Premier League. La adjudicación de los derechos se realiza mediante un procedimiento abierto, transparente y no discriminatorio a través de la propia Bundesliga o de un agente independiente autorizado. Los clubes alemanes decidieron voluntariamente ceder sus derechos a la Federación Alemana de Fútbol, por lo que nos encontramos ante un supuesto semejante al ocurrido en Inglaterra. Los clubes deciden personalmente actuar conforme a sus códigos éticos cediendo sus derechos, no siendo necesaria obligación legal, al contrario que en España. La duración máxima de los contratos es también de tres años y los derechos no explotados pueden serlo por los

⁶⁸ Hoy en día, en el Reino Unido existen casi 15 millones de personas que están suscritas al fútbol en televisión de pago, más del doble que en España.

⁶⁹ GALÁN, P. «Derechos de explotación audiovisual de las competiciones del fútbol profesional en España (II): Titularidad» en *Senn Ferrero Sports & Entertainment*, cit.

clubes⁷⁰, conservando el organizador alemán los derechos de comercialización en paralelo y no exclusivamente. Los clubes, además, se reservan el derecho a explotar a través de internet y telefonía móvil determinados derechos audiovisuales de los partidos que disputen.⁷¹

3. MODELO FRANCÉS

En el sistema de explotación galo, la titularidad de derechos audiovisuales pertenece a las federaciones deportivas, y éstas, a su vez tienen plena facultad para ceder los mismos a las ligas, las cuales se encargan posteriormente de comercializarlos. El reparto también es sumamente básico, un 50% se distribuye entre todas las entidades participantes en el campeonato, un 25% según la clasificación de la temporada, otro 20% en función de los partidos que son televisados y un 5% final según la clasificación de las anteriores cinco temporadas. El organismo supervisor del proceso es la autoridad de competencia de Francia (Conseil de la Concurrence), que se encarga de velar por el adecuado cumplimiento de los contratos, la duración de los mismos es de cuatro años⁷². De nuevo la administración del país franco insiste en basar las licitaciones con arreglo a la igualdad de condiciones, transparentes y no discriminatorias, abierta a todos los operadores interesados. Los derechos se segmentan en paquetes, como en España y los clubes se reservan el derecho a explotar los derechos no comercializados o no explotados. Francia es también un país pionero en cuanto a sistemas de control y de supervisión de la gestión empresarial. 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.⁷³

⁷⁰ GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», cit., pp. 26.

⁷¹ En el país germano, casi 8,5 millones de personas están suscritas al fútbol en televisión de pago.

⁷² GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», cit., pp. 27.

⁷³ GARCÍA SANTAMARÍA, J.V., «Derechos de fútbol y retransmisiones deportivas en Europa» *cit.*

4. MODELO ITALIANO

El régimen de explotación italiano es el que ostenta mayor intervención estatal de los analizados, junto al español. Contiene muchas similitudes a las expuestas por el RDL 5/2015 por lo que entiendo que habrá podido servir de inspiración al legislador español a la hora de confeccionar el modelo del que actualmente disfrutamos en España. En el año 1999, el Gobierno promulgó una norma por la cual se pasó a un modelo de venta individualizada de derechos para evitar el mantenimiento de ciertas posiciones de dominio en el sector, en la línea de la mencionada corriente europea. Tras varias intervenciones de la autoridad de competencia italiana (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) por abuso de posición de dominio de algunos operadores audiovisuales, el gobierno italiano instauró en 2007 una serie de normas que establecían el sistema de venta centralizado. Fundamentalmente, se otorgaba la co-titularidad de los derechos audiovisuales al organizador de la competición⁷⁴ y del evento concreto. Se añadieron también los principios reguladores constituidos ya por la Comisión Europea, tales como la segmentación de los derechos en distintos paquetes, su licitación en procedimiento abierto y no discriminatorio, la limitación de la duración de los contratos a tres años, o la posibilidad de que los clubes puedan explotar los derechos de partidos que no se vayan a retransmitir. Aunque tiene sus propias complejidades⁷⁵, en resumidas cuentas, el modelo italiano se reduciría al siguiente esquema: un 40% de los ingresos se reparten de forma igualitaria entre los clubes, un 30% en función de los resultados deportivos conforme a parámetros legalmente pactados, un 30% conforme al número de socios de cada uno de los clubes (encontramos en este aspecto, novedad, con relación al resto de sistemas previamente analizados y que, en mi opinión, tiende a englobar la repercusión mediática de un club respecto al número de seguidores locales que poseen, si bien creo que no podemos establecer una tabla de equivalencias con respecto a este criterio, puesto que es sabido por todos que un club puede tener seguidores distribuidos por todo el mundo y conseguir más audiencia en el exterior que en su propio país).⁷⁶

⁷⁴ GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», cit., pp. 28.

⁷⁵ GARCÍA SANTAMARÍA, J.V., «Derechos de fútbol y retransmisiones deportivas en Europa» cit.

⁷⁶ Es destacable que la liga italiana de fútbol (Serie A) tiene un amplio margen de discrecionalidad en cuanto a la creación de paquetes audiovisuales, eventual adjudicación futura a plataformas emergentes, etc...

5. OTROS MODELOS

En la liga profesional de Bélgica (Jupiler Pro League) el modelo de venta de derechos televisivos se basa también en la venta colectiva. La semejanza principal radica en que, ante la falta de ofertas interesantes sobre el producto audiovisual global del conjunto de clubes, algunos de ellos, tales como el Standard de Lieja FC⁷⁷, por ejemplo, han podido ir recibiendo ofertas individualizadas y personalizadas. Este criterio, llevó al fútbol belga al fuerte cuestionamiento sobre el sistema de venta colectiva, aunque finalmente se mantiene de esta manera, pese a haber encontrado desigualdades plausibles, al disponer de clubes susceptibles de recibir ofertas por sí mismos y valorarlas personalmente. La duración de sus contratos televisivos también está limitada a tres años, requisito que comparte con la mayoría de modelos. Por su parte, en los Países Bajos, impera un sistema especial, aparentemente “mixto”, de venta individualizada, pero con condiciones de la Comisión Europea en cuanto a la venta centralizada de derechos⁷⁸. Otros países que en los últimos años han terminado por decantarse hacia la vía de la centralización de los derechos son Escocia, Grecia o Polonia⁷⁹.

⁷⁷ GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», cit., pp. 26.

⁷⁸ GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», cit., pp. 20.

⁷⁹ GARCÍA SANTAMARÍA, J.V., «Derechos de fútbol y retransmisiones deportivas en Europa» *cit.*

CONCLUSIONES

En los siguientes párrafos, voy a proceder a exponer las conclusiones que he tenido la oportunidad de extraer durante la realización de este trabajo, recapitulando las ideas principales extraídas del texto y mis impresiones personales.

Considero el RDL 5/2015 un avance fundamental y necesario en el proceso de explotación de los derechos audiovisuales en nuestro país. Visto y analizado el contexto del que partíamos previamente, podemos afirmar que se están consiguiendo, de manera paulatina, los objetivos por los que fue tramitada dicha norma. Nos situamos más cerca del resto de grandes ligas europeas y los clubes españoles han podido apreciar notablemente las consecuencias de los nuevos criterios económicos establecidos en sus economías domésticas.

Personalmente, entiendo que el paso de un sistema individualizado de comercialización a uno centralizado no es tarea fácil. La adecuación a las normas se consigue lenta y cuidadosamente. Aunque aún podemos observar puntos polémicos de la nueva normativa y detectar posibles vacíos que deberían ser corregidos, lo cierto es que el RDL 5/2015 está contribuyendo a una mejora de la democratización de la venta y reparto. Nos encontramos ante un nuevo sistema más garantista, gracias a la intervención pública podemos encontrar un sistema de control estatal que evita cualquier tipo de “desmadre económico” que pueda producirse, y asegura unos caudales dinerarios mínimos a todas las entidades participantes en las competiciones.

Califico de acertada la decisión de usar las contribuciones imperativas y obligaciones de los clubes con este nuevo modelo para el fomento del fútbol femenino y ayudas a colectivos de árbitros, preparadores...entre otros. Es un hecho, que el fútbol femenino obtiene hoy en día una repercusión ínfima en comparación con el masculino. Espero y deseo que este sistema de contribución ampare, defienda, asista y mejore con creces la esfera profesional de este deporte en el sector femenino. También me gustaría ver en el futuro, como dichas ayudas se destinan al fortalecimiento del fútbol base, principalmente, a la formación de cuerpos técnicos y dirigentes, creo que es necesario y que repercutiría muy positivamente en la sociedad.

Si bien es cierto que, con la implantación del nuevo sistema, se ha contribuido a fomentar un mercado artificial con arreglo a unos parámetros fruto de la intervención del

Estado, estimo oportuna dicha medida. Poder pujar por los derechos audiovisuales mediante un proceso público, transparente y bajo la supervisión de las autoridades de competencia es una solución ante el fallo de mercado que se estaba detectando; aumento de la desigualdad económica entre clubes, pérdida de competitividad, y prácticas conflictivas o dudosas con respecto a estas ventas. Además, de esta manera, se amplía el espectro de posibles compradores para los derechos, puesto que la licitación es abierta para aquel que quiera y pueda hacerse con ellos.

En mi opinión, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia juega un papel importantísimo en este procedimiento. Creo firmemente que este organismo debería tener mayor capacidad de actuación. Actualmente su supervisión es necesaria y primordial, sin embargo, en el mejor de los supuestos sus informes y pronunciamientos se quedan en meras recomendaciones a la Liga de Fútbol Profesional, que tiene la capacidad de decidir si acatarlas o dejarlas en el tintero. De alguna manera, considero conveniente el otorgamiento a la CNMC de potestad sancionadora en este ámbito. Como se ha expuesto en el trabajo, la relación entre el fútbol, la Administración Pública y el Derecho de Competencia, conforman bajo mi punto de vista, un triángulo de actuación trascendental en el sistema. Con el ejemplo de otros países europeos y vistos los numerosos conflictos y errores que la CNMC detecta periódicamente, vería con buenos ojos la ampliación del poder de actuación de este organismo en materia de sanciones a la LNFP e incluso los operadores, que pudieran infringir preceptos de las leyes de competencia.

También me gustaría incidir en que no se debería caer en el conformismo por el hecho de haber desarrollado una norma en este sentido. Se ha demostrado históricamente que nos encontramos ante un mercado evolutivo, que es susceptible de constantes cambios, debido a que la repercusión social y deportiva del mercado audiovisual puede sufrir transformaciones en función del contexto social y cultural en el que nos movamos. Por tanto, las instituciones deben estar al tanto de la evolución que experimente de aquí en adelante, el fútbol, el deporte en general, y la forma de interactuar con él de la sociedad y los mercados. Aún quedan fisuras por tapar en nuestra normativa, y para ello, el Estado debe continuar actualizándose y desempeñando el papel de parte actora en el proceso.

Se debe seguir la corriente europea, en concreto, el desarrollo inglés, y puliendo todas las aristas del prisma para poder ratificarnos como una de las ligas principales a nivel mundial y ejemplo de gestión para países de los cinco continentes. Estamos ante un

partido que tan solo acaba de comenzar, y que debemos competir hasta el minuto 90, como coloquialmente se dice en el argot futbolístico. Lo que parece claro, es que se están trazando las líneas maestras del camino a seguir, y que con la intervención pública se está consiguiendo avanzar de manera contundente en España en esta materia.

El modelo individualizado, quedaría obsoleto a mi parecer, puesto que estamos comprobando como gracias a un mercado artificialmente intervenido, los resultados están llegando a ojos de los principales interesados. Me gustaría aprovechar estas líneas para aportar un dato esclarecedor, que habla por sí solo, al hilo de esto último, y es que, según el Informe Económico Financiero 2018 de LaLiga, el impacto económico del fútbol profesional en España equivale a un 1,37% del PIB nacional, generando empleo (directo e indirecto) para más de 185.000 personas (el 0,98% de la población media empleada en España en el último año). El crecimiento de la asistencia a los estadios de Primera y Segunda A también ha sido notable y sostenido, alcanzando un nivel del 64% en 2017-18, casi tres puntos superior a la anterior temporada.

Indudablemente creo que otro de los beneficiados por este sistema es el espectador. Si bien es cierto que puede generar polémica el hecho de que existan varias plataformas de pago a las que puedas suscribirte si quieres tener acceso al fútbol español, de cara al consumidor, creo que estamos ante una situación inevitable fruto del progreso, el avance de la sociedad y el deporte en cuestión. El uso de la legislación para el eficiente control de este crecimiento económico, me parece un acierto, aplicable seguro, a otros ámbitos de nuestra vida. En resumen, utilizar la potestad legislativa del Estado de manera inteligente, en aras siempre del principio constitucional de igualdad y con el ánimo de evitar la prolongación de privilegios para unos pocos.

Personalmente, los derechos audiovisuales en el fútbol es un tema que siempre me ha suscitado una curiosidad especial. Acostumbrado a escuchar noticias sesgadas por el criterio de unos y otros y leer titulares sensacionalistas, ahora puedo concluir que apenas tenía conocimientos fundados sobre el tema. Una vez finalizado este estudio, tomo conciencia de todo lo que he podido aprender en él y las dificultades que entraña legislar en materia deportiva, fundamentalmente. Abordarlo desde una perspectiva administrativa me ha permitido conocer mucho más el alcance que pueden tener ciertas normas y negociaciones fuera del ámbito público.

La labor de investigación no ha sido sencilla, es reseñable que nos encontramos ante una norma muy reciente, sin precedentes en nuestro país y, por tanto, completamente novedosa. Aun con esto, muchos autores reconocidos de la esfera del Derecho Deportivo ya se han pronunciado, y creo que podemos aprender y sacar conclusiones muy válidas de la doctrina para tenerlas en cuenta, a la hora de seguir legislando en estos asuntos y sucesivos relacionados que puedan llegar.

Ha sido para mí, muy gratificante, tener la oportunidad de realizar el Trabajo de Fin de Grado en Derecho, sobre una materia a la que me encantaría poder dedicarme en un futuro profesional. He aprendido enormemente durante este estudio y me llevo conocimientos que seguro me serán de aplicación a largo plazo. Como futuro jurista, reconozco la labor incansable que supone el hecho de constituir leyes por el bien de los colectivos afectados, y admiro a aquellos que dedican su tiempo a ayudar a un conjunto mediante la promulgación de las mismas. Da verdadero vértigo pensar qué sería de nosotros sin unos parámetros a los que ajustarnos, en todos nuestros ámbitos.

Finalmente, quiero resaltar que, mediante este trabajo científico, se han tratado de exponer críticas y soluciones a los problemas encontrados. Espero que se siga legislando en esta línea para ir puliendo los vicios e irregularidades que se continúen encontrando y que podamos seguir disfrutando de este maravilloso deporte gracias a la televisión durante mucho tiempo.

ANEXO 1



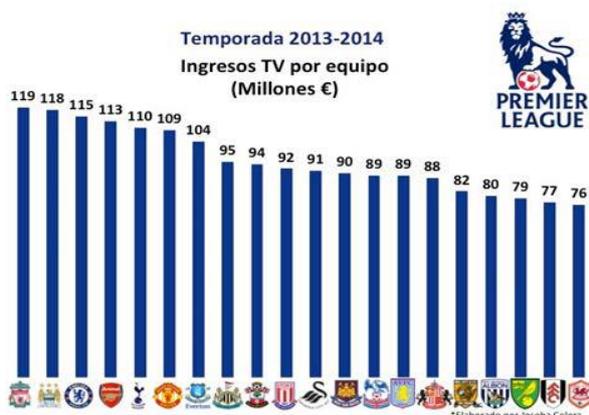
FUENTE:

Galán, P. «Derechos de explotación audiovisual de las competiciones del fútbol profesional en España (II): Titularidad», en *Senn Ferrero Sports & Entertainment*.

<http://www.sennferrero.com/es/opinion/405-derechos-de-explotacion-audiovisual-de-las-competiciones-del-futbol-profesional-en-espana-i-importancia-naturaleza-y-proteccion-juridica>

He decidido añadir al trabajo este anexo, ya que de manera muy gráfica podemos apreciar el círculo vicioso en el que se encuentran inmersos los derechos audiovisuales en el fútbol profesional. Cuanto más significativos sean los ingresos de un club, más se incrementará su valor y la demanda que éstos tendrán en el mercado. Gracias a estos ingresos, los clubes realizan fichajes. Por esta misma regla, cuanto más capital disponible para contratar jugadores posea un equipo, de mejores jugadores y más cotizados podrá disponer en el mercado, lo que desembocará en una plantilla más atractiva a ojos del consumidor y, por tanto, mayor número de espectadores verán sus partidos. La audiencia sube, y el ingreso crece. Una burbuja cíclica que conocen muy bien los clubes poderosos, y que precisaba urgentemente de intervención administrativa.

ANEXO 2



FUENTE:

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/>

También he creído conveniente mostrar de manera visual, cuál era la situación de las, a mi parecer, cuatro grandes ligas europeas antes de la regulación normativa española aprobada en 2015. 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, dejó los resultados más desiguales de las grandes ligas europeas entre los ingresos que perciben los equipos que conforman LaLiga, como puede advertirse en este gráfico. En un vistazo, por ejemplo, podemos apreciar las diferencias notables entre la Premier League y la liga española. Los dos grandes beneficiados, Real Madrid y F.C. Barcelona, destacaban por encima del resto.

BIBLIOGRAFÍA

Monografías

- MASSAGUER FUENTES, J., *Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor*, ed. Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, Madrid, 1998 (Naturaleza, protección y titularidad de los derechos audiovisuales sobre eventos deportivos).
- SANTAMARÍA PASTOR, J.A., *Principios de Derecho Administrativo General I*, ed. Iustel, Madrid, 2009.
- BERMEJO VERA, J., *Derecho Administrativo Básico Parte General Volumen I*, ed. Aranzadi, Pamplona, 2016. (Las Fuentes del Derecho Administrativo)
- PALOMAR OLMEDA, A., (dir.), varios autores. *El Deporte Profesional*, ed. Bosch, Barcelona, 2009.
- PALOMAR OLMEDA, A. y DESCALZO GONZÁLEZ, A., *Los derechos de imagen en el ámbito del deporte profesional (especial referencia al fútbol)*, ed. Dykinson, Madrid, 2001, (El valor de la imagen en un entorno organizado (La propiedad de la competición) o justo lo contrario: La propiedad de la competición y su imagen exterior.)

Artículos de revistas

- ECHEVERRI VELÁSQUEZ, S.L., «Derecho deportivo: una rama especializada del derecho para los deportistas», en *Revista Opinión Jurídica*, vol. 1, nº 2, 2002.
- MARÍN LÓPEZ, J.J., «Los derechos de explotación audiovisual de un espectáculo deportivo, o derechos audiovisuales, no son derechos de propiedad intelectual», en *Noticias Breves, Gómez-Acebo & Pombo*, septiembre 2013.
- GUEDE GARCÍA, A., «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», en *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento* nº 58, 2018.
- BERMEJO VERA, J., «El marco jurídico del deporte en España», *Revista de Administración Pública*, nº110, Centro de estudios políticos y constitucionales, Madrid, 1986.

- GONZÁLEZ-ESPEJO, P. y SOLANS CHAMORRO, L. «El Real Decreto Ley 5/2015: La nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional», en *Actualidad Jurídica Uría Menéndez* nº 41, 2015.
- MOLINA RUIZ, D., «La relación entre el fútbol como actividad mercantil y como fenómeno pasional: una breve reflexión sobre sus implicaciones jurídicas», en *Revista Española de Derecho Deportivo* nº 36, 2015.
- CAÑIZARES RIVAS, E. y PÉREZ TRIVIÑO, J.L. «Los fondos de inversión en el fútbol. Algunos problemas éticos y jurídicos» en *Recerca, Revista de Pensament I Anàlisi*, nº18, 2016.
- GARCÍA SANTAMARÍA, J.V., “Derechos de fútbol y retransmisiones deportivas en Europa”, *Cuadernos de Comunicación e Innovación Telos, Fundación Telefónica*, nº 86, 2011.
- TERRÓN SANTOS, D. en Crónica de «Derechos de explotación de contenidos audiovisuales de fútbol profesional» en *Revista Ars Iuris Salmanticensis*, Universidad de Salamanca, vol. 3, diciembre 2015.
- ALCOLEA DÍAZ, G. y GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. «Los derechos audiovisuales del fútbol en España en la era digital: entre la televisión de pago y el streaming» *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 2019.
- AGUILAR CALDERÓN, F., ADELIÑO RECASENS, A. y CARRETERO NEVADO, A. «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*, nº22, 2017.
- GARCÍA CABA, M. «El nuevo régimen jurídico aplicable a los derechos audiovisuales de las competiciones profesionales futbolísticas en España: a propósito del Real Decreto-Ley 5/2015, de 30 de abril» *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento* nº 47.
- SALVADOR S. «La difícil combinación entre el derecho a la información y la explotación de derechos audiovisuales: muchas incógnitas por resolver» en *Revista Jurídica LaLiga*, nº 11, septiembre 2018.

- SELIGRAT GONZÁLEZ, V.M. «La comercialización conjunta de los derechos audiovisuales en el fútbol establecida por el Real Decreto Ley 5/2015: Análisis y estudio desde el derecho de la UE y el derecho comparado» en *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento*, nº 49, 2015.

Páginas webs consultadas

- *Derechos de explotación audiovisual de las competiciones del fútbol profesional en España (I): importancia, naturaleza y protección jurídica*», en *Senn Ferrero Sports & Entertainment*, Patricia Galán, (<http://www.sennferrero.com/es/opinion/405-derechos-de-explotacion-audiovisual-de-las-competiciones-del-futbol-profesional-en-espana-i-importancia-naturaleza-y-proteccion-juridica>, última consulta 25/02/2019)

- *Derechos de explotación audiovisual de las competiciones del fútbol profesional en España (II): Titularidad*» en *Senn Ferrero Sports & Entertainment*, Patricia Galán, (<http://www.sennferrero.com/es/opinion/436-derechos-de-explotacion-audiovisual-de-las-competiciones-del-futbol-profesional-en-espana-ii-titularidad>, última consulta 25/02/2019)

- *LaLiga explica el proceso y alcance del Real Decreto-ley audiovisual*», en Iusport, Jueves, REDACCIÓN IUSPORT, en Iusport, 25 de octubre de 2018. (<https://iusport.com/art/72915/laliga-explica-el-proceso-y-alcance-del-real-decreto-ley-audiovisual>, última consulta 23/02/2019)

- *Análisis del Real Decreto-Ley 5/2015 sobre la comercialización de los derechos audiovisuales del fútbol*, Álvaro Martínez San Segundo, en *Derecho y Perspectiva*, marzo 2017 (<http://derechoperspectiva.es/analisis-del-real-decreto-ley-52015-sobre-la-comercializacion-de-los-derechos-audiovisuales-del-futbol/>, última consulta 25/02/2019)

Informes

- *Informe de la CNMC sobre la propuesta de LNFP de condiciones para la comercialización de derechos de explotación de contenidos audiovisuales en televisión en abierto y en televisión de pago bajo demanda del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. el Rey para las temporadas 2016/17 a 2018/19, de 26 de mayo de 2016.*

- *Informe CNMC sobre propuesta LNFP para comercialización internacional de derechos de explotación de contenidos audiovisuales del campeonato nacional de Liga de Primera División y de las eliminatorias de ascenso a Primera División para temporadas 2018/2019 a 2020/2021.*
- *Informe sobre los Derechos Audiovisuales del Fútbol en España, Guillermo Marcet Señor, Octubre, 2015.*
- *Resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la CNMC de 14 de enero de 2016, en el Expediente CFT/DTSA/0010/15/MEDIASET/LNFP; y de 5 de abril de 2016, en el Expediente CFT/DTSA/012/15/ATRESMEDIA/MEDIASET.*

Recursos de internet

<https://roble.unizar.es/> y <https://dialnet.unirioja.es/> (búsqueda de bibliografía)

Legislación

- 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
- Real Decreto 2/2018, de 12 de enero, por el que se dictan determinadas normas de desarrollo del 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
- Constitución Española de 1978
- Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia
- Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual
- Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea

