

Los medios de comunicación y en especial los de TV y convergencia digital son parte fundamental de la cadena de producción del fútbol como un producto más en el mercado. Pero los modelos, por lo especial y atractivo del producto, no solo han alterado los precios.



GESTIONANDO LOS DERECHOS DE LA IMAGEN

Las distribuciones de regalías entre las empresas propietarias del espectáculo se notan desigualdades por la ventaja competitiva de aquellas que con mayor visibilidad mediática (reconocimiento de marca) y mejor materia prima (jugadores) fijan sus propios criterios de negociación. Alemania, Italia, Inglaterra y Francia son modelos gestionados por cada holding (Ligas profesionales) y como consecuencia, la información sobre la oferta y la demanda, pública. Esta comunicación abierta con los consumidores también es practicada por la UEFA para las 53 filiales de su mercado madre. Una línea de producto como la Liga de Campeones tiene vigilancia de la Comisión Europea que obliga a la transnacional deportiva a celebrar una subasta para adjudicar los derechos televisivos. La Liga de España tiene otro enfoque. Las dos unidades con el poder económico y futbolístico, FC Barcelona y Real Madrid

rechazan el consenso para actuar de manera independientes a la hora de negociar. Un suceso que no solo afecta a las más pequeñas (léase: clubes) sino que la empresa mediática beneficiara rompe el equilibrio de competencia.

DESARROLLO

El escritor e investigador *JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA* en su trabajo **DERECHOS DEL FÚTBOL Y RETRANSMISIONES DEPORTIVA EN EUROPA** - modelo centralizado versus modelo individualizado - hecho para revista *TELOS*, Edición 86, editada por Fundación Telefónica, plantea las aproximaciones de los arquetipos de la industria del producto de mayor consumo en el mundo del entretenimiento. Y lo hace bajo la siguiente mirada científica y comercial.

MODELO CENTRALIZADO: Los clubes de fútbol ceden sus derechos a un organismo central, que es el encargado de negociar y pactar con las plataformas televisivas la cuantía y las condiciones de explotación. Asimismo, los clubes acuerdan con dicho organismo cómo se repartirán los ingresos de esta venta.

Las ventajas de esta intermediación son evidentes para algunos: *el reparto suele ser muy equitativo para todos los equipos y la explotación mediante este sistema permite democratizar los beneficios obtenidos.* Con este modelo se respeta el tamaño de cada club y es posible incrementar anualmente los ingresos. En el contexto europeo es evidente que una gran mayoría de países se han decantado por esta vía. No es solo el caso de Francia e Inglaterra, sino también los de Grecia, Bélgica, Escocia o Polonia.

MODELO INDIVIDUALIZADO: Las televisiones y los clubes de fútbol acuerdan entre ellos la cuantía de la venta de sus derechos de retransmisión. De esta manera, se trata de evitar cualquier intermediario que fije el precio o las condiciones del contrato de compraventa, haciendo bajar los precios al proponer lotes de partidos mucho menos atractivos que si los propios difusores dispusieran por sí mismos de los contenidos.



Es decir, existe en este caso una correlación entre oferta y demanda; de tal forma, que la cantidad fijada en los acuerdos se encontrará sujeta al dinero que quiera solicitar un equipo de fútbol, y al que un operador esté dispuesto a pagar por ello. Es el caso de España y, hasta fecha reciente, el de Italia.

A escala internacional, y sobre todo europea, la centralización de las negociaciones de derechos de retransmisión constituye el modelo más extendido, en la medida en que no infringe el artículo 81 del Tratado de Roma de 1957, que impide cualquier práctica concertada que atente, restrinja o falsee la libre competencia. Pero para evitar conflictos innecesarios, la Comisión Europea ha ensayado también diferentes fórmulas de reparto entre operadores de pago y abierto, y evitar así que la venta exclusiva interfiera el desarrollo de nuevas plataformas tecnológicas sobre Internet o la tercera generación de telefonía móvil. Otro aspecto fundamental de estos modelos, que es común en ambos, es la partición de los derechos en diferentes paquetes.

EL MODELO FRANCÉS

En el modelo francés es clara la centralización de los derechos de retransmisión. En menos de cuarenta años se ha pasado de una descentralización -a veces completamente anárquica- a una centralización de derechos imposible de disociar de las lógicas de mercado.

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. De ahí que, para poder retransmitir cualquier evento, las cadenas de televisión deban dirigirse a un único interlocutor: las Ligas profesionales, que, a la postre, constituyen los

monopolizadores legales' de los derechos⁴ y, en aplicación de estas disposiciones, la Federación Francesa de Fútbol (FFF) ha confiado su comercialización a la Liga Francesa de Fútbol (LFP).

La competencia exclusiva de la Liga se confirma en los artículos L.333-2 y R.333-2 del Código del Deporte, además del Decreto de aplicación No. 2004-699, de 15 de julio de 2004, que moderniza considerablemente los procedimientos de comercialización de derechos y fija las reglas estrictas a que se someten las ventas al derecho común de la competencia. Por su parte, el apartado 2 del artículo R.333-2 del Código del Deporte señala que «los derechos son ofertados en varios lotes distintos, cuyo número y constitución deben tener en cuenta las características objetivas de los mercados sobre los que ha sido propuesta la compra». El artículo R-333-3, en su apartado primero del Código del Deporte, dispone también que «la comercialización por la Liga de los derechos mencionados en el primer apartado del artículo R.333-2, se realice según un procedimiento de convocatorias de candidaturas públicas y no discriminatorias, abiertas a todos los editores y distribuidores de servicios que estén interesadas en ellas».

En el caso del fútbol, y en aplicación del artículo L333-1 del Code du Sport, la totalidad de los derechos de retransmisión se revierten a los clubes de la Liga 1 y de la Liga 2, a excepción de dos pequeñas partidas, una de ellas, la tasa 'Buffet' del 5 por ciento. La Liga de Fútbol no es más que un mandatario al servicio de los clubes; aún más, el Decreto de 15 julio 2004 prevé la posibilidad de venta directa por los clubes de aquellos derechos que no hayan sido comercializados por ella. El reparto de los ingresos se hace conforme a la Carta 2002 de los derechos de los clubes de fútbol profesional francés, firmada el 28 de enero de 2002. Así, se reparte un 50 por ciento como parte fija e igual para todos los clubes; un 25 por ciento según la clasificación de la temporada, un 5 por ciento según la clasificación de las cinco últimas temporadas y un 20 por ciento en función de los partidos televisados.

La adquisición de derechos de retransmisión no se realiza de manera agrupada, sino en forma de lotes, lo cual permite la apertura del mercado a los operadores de la competencia. Y bajo la supervisión de la Comisión de la Competencia, cada lote se adjudica al candidato cuya oferta sea la más favorable y con una diferencia respecto a la siguiente de al menos un 5 por ciento. Además, y con el objeto de asegurar la independencia de cada lote, el apartado 4 precisa que la Liga debe rechazar las proposiciones de ofertas globales o acopladas, y aunque un solo operador podría poseer en exclusiva los derechos, la Comisión de la Competencia se ha opuesto a esta hipótesis, por los efectos restrictivos que podría tener sobre la competencia.

La traducción inmediata de esta política es que la venta de los derechos de retransmisión de la liga francesa, como destacan los economistas del deporte Bourg y Gouguet (2001), alcanza cantidades cada vez más elevadas. De 0,8 millones de euros en la temporada 1983-1984 -antes de la creación de Canal+ y de la privatización de TF1- a 134 millones en la temporada 1999-2000; 375 millones en 2003-2004 y más de 600 millones de euros hoy día. Y además, la división de estas difusiones en 12 lotes diferentes ha abierto un gran número de 'ventanas' y acabado con la noción de 'exclusividad' de antaño.

EL MODELO BRITÁNICO

La Premier League (PL), una de las competiciones de fútbol más exitosas en el mundo, ha alcanzado más de 600 millones de espectadores, repartidos en más de 200 países de los cinco continentes. Sus partidos son retransmitidos en veinte lenguas diferentes y su capacidad de internacionalización aumenta año tras año.



El éxito económico de la Premier es innegable. Es la liga europea que más ingresos domésticos obtiene por la retransmisión del fútbol, por delante de las otras cuatro grandes ligas. Su valoración fuera de Reino Unido se cifra en 625 millones de libras y las previsiones auguran en un futuro cercano que dicha tasación podría elevarse hasta los 1.700 millones de libras, como ya apuntaba la consultora Deloitte en 2006.

¿Cómo se reparte el dinero en este modelo centralizado? El artículo 48 de la AFLP garantiza a esta empresa el derecho exclusivo para negociar con los media la venta de derechos televisivos. El dinero así obtenido se divide en tres partes: el 50 por ciento de la cuantía total es repartido equitativamente entre los 20 clubes que forman la Premier; un 25 por ciento se distribuye en función de la posición final que los equipos hayan ocupado en la Liga y el 25 por ciento restante se gestiona en base al número de partidos televisados (Spink y Morris 2000, p. 181; Deloitte, 2006, p. 15).

Desde 1992 la competición ha estado organizada por la Asociación de Fútbol Premier League (AFPL), una corporación cuyos accionistas son los veinte equipos participantes en la Premier. Y desde la temporada 1992-1993 hasta el año 2006, todos los derechos de retransmisión de partidos en directo fueron vendidos en exclusiva a una única compañía: *BSkyB*.

Para evitar la preponderancia de la plataforma de R. Murdoch, la Comisión Europea solicitó la modificación de la estructura de la última ronda de ofertas (subasta) de los derechos televisivos. El mercado se abrió así a un segundo operador, Setanta, lo que aumentó también la competencia, incrementando la Premier un 66 por ciento sus ingresos por la venta de sus derechos.

Como para las autoridades de la competencia el hecho de que un solo participante (*BSkyB*) dispusiera de la totalidad de los derechos podría ser un hecho enormemente

restrictivo, se inició una investigación de la Comisión Europea, que tuvo como consecuencia el cambio de modelo de venta de los derechos de la Premier. Así, el primer acuerdo entre *BSkyB* y la Premier, firmado en 1992, fue examinado por las autoridades nacionales de la competencia (King, 2002, p. 110). La British Office of Fair Trading (OFT) comenzó sus investigaciones después de la venta de los derechos de retransmisión de la PL, pero este acuerdo no se notificó por ambas partes hasta febrero de 1996, cuando el contrato estaba a punto de finalizar.

A pesar de esta situación, la OFT consideró que estos contratos eran supuestamente anticompetitivos (Spink y Morris 2000, p. 173). Finalmente, este organismo remitió este procedimiento a la Corte de Prácticas Restrictivas (CPR), que en 1999 dictaminó que el acuerdo entre la Premier y *BSkyB* cumplía la Ley de Prácticas Competitivas de 1976 (Lewis y Taylor, 2003, p. 409). Aunque, como el acuerdo entre *BSkyB* y la PL era de 1992, no pudo aplicarse la reforma de la ley de 1998. De haber sido así, habría sido ilegal, ya que se trataba de una situación monopolística evidente.

Después de este fallo, la Comisión Europea intervino de nuevo. En 1999 comenzó a recabar información sobre los acuerdos televisivos de la PL y en junio de 2001 decidió abrir una investigación propia. La conclusión a la que llegó, el 21 de junio de 2002, era que la venta de derechos por parte de la AFLP era contraria al artículo 81 del TSFUE. La Dirección General de la Competencia de la UE argumentó que la venta conjunta de los derechos por la AFPL reducía el crecimiento del mercado, forzaba a las televisiones a pagar mayores cantidades de dinero para adquirir los derechos y dejaba fuera de la subasta, indirectamente, a las compañías de televisión de menor tamaño (Comisión Europea, 2006).

Pero no fue hasta diciembre del año 2003 cuando la AFPL accedió a las peticiones de la Comisión cambiando el modelo vigente. La AFPL también había aceptado otra petición de la Comisión: romper el monopolio de *BSkyB*, y aseguró al órgano

comunitario que una vez que finalizara el acuerdo de 2004, la venta de los derechos de los partidos en directo de la Premier se destinarían, como máximo, a dos televisiones.

Este cambio provocó que la AFPL tuviera que variar los términos de venta de derechos en 2006, con un nuevo contrato que afectaría a las temporadas de 2007 a 2010. Finalmente, las bases del acuerdo entre ambas partes fueron que los derechos de la PL debían segmentarse en seis paquetes y que al menos uno de ellos fuera para una segunda televisión.

El nuevo acuerdo se firmó en 2006. El resultado de esta venta de derechos es que *BSkyB* adquirió cuatro paquetes, pagando 1.300 millones de libras, y un nuevo operador (Setanta) compró los dos restantes por 392 millones de libras. El montante total pagado se elevó hasta los 1.700 millones de libras, incrementando un 66 por ciento lo pactado tres años antes.

En total, la cifra del primer contrato entre Sky Britain y la Premiership ascendió a la cifra de 191 millones de libras para las cinco temporadas pactadas. Una vez concluido el contrato, y antes del inicio de la temporada 1996-1997, se rubricó un nuevo acuerdo a cuatro años, que elevaba la valoración de los derechos de retransmisión a 670 millones de libras y ampliaba a Irlanda el espacio de emisión de los partidos. Este convenio incluía también una cláusula de renovación automática al final de dicho período, siempre y cuando ambas partes aceptaran los términos pactados. Esta cláusula se ejerció bilateralmente en el año 2000, concluyendo así con un nuevo pacto por tres temporadas más.

El tercer contrato volvió a beneficiar a los intereses de *BSkyB*, que pagó 1.024 millones de libras por las tres temporadas 2004/2007.



Este acuerdo incluía una importante novedad respecto a las anteriores: *en forma de segregación de los derechos de retransmisión de partidos en Reino Unido y Eire y el resto de los países.* Por su parte, la BBC se hizo con los derechos de los 'momentos estelares' de cada jornada en Reino Unido tras pagar 105 millones de libras y subarrendó dichos derechos a Radio Telefis Éireann para su retransmisión en Irlanda. Las insistentes críticas de la Office of Fair Trading (OFT), que halló indicios de 'posición dominante' de BSkyB en el mercado de derechos de pago, provocaron que no se renovasen los acuerdos en agosto de 2006. La operadora norteamericana Setanta, hasta el momento desconocida en Europa, compró dos de los seis paquetes de emisión de los encuentros, rompiendo así el monopolio de BSkyB, y consiguió la retransmisión del partido de las 15 horas en territorio irlandés.

Por otra parte, la estrategia de explotación de la plataforma de Murdoch se incrementó con el acuerdo firmado con British Telecom, por el cual se comprometía a ofrecer 242 partidos en diferido a cambio de 84,3 millones de libras, que la compañía de telecomunicaciones comercializaba a través de TB IP. La vigencia del contrato actual finaliza en 2010, excepto el acuerdo entre la Barclays Premiership y la BBC, cuya validez se extiende hasta el año 2013.

A pesar de la complejidad de todas estas negociaciones, el hecho evidente es que, desde que salieron a concurso los primeros derechos de venta para el extranjero, se ha producido un incremento en los ingresos de más de 450 millones de libras. En términos relativos, supone un aumento del 351 por ciento en el período 2001-2004/2007-2010. Y si las previsiones del análisis de Deloitte fueran ciertas, su precio se habría incrementado casi un 1.000 por cien en apenas diez años; todo un hito en la historia del fútbol moderno.



LIGA BBVA

EL MODELO ESPAÑOL DE EXPLOTACIÓN

El modelo español es prácticamente único en Europa. Convergía hasta el momento con Italia, tanto en cuanto los derechos de retransmisión los vende cada club al operador que desea. Pero la diferencia más relevante respecto a otras ligas europeas es que en la Liga de Fútbol Profesional (LFP) no existe una corporación centralizada que gestione los intereses del conjunto de los clubes, quienes a la postre son los encargados de negociar sus propios derechos, de manera individual y sin un apoyo específico de la LFP (Palomar y Descalzo, 2003).

Las atribuciones de la Liga, que no ejerce las funciones de redistribución de los ingresos procedentes de los operadores, se reducen en materia televisiva a fijar el horario de todos los equipos de la Liga BBVA.

El reparto económico de los ingresos provenientes de la explotación de estos derechos es lógicamente mayor para los grandes equipos de la liga y los derechos de pago por visión se reparten también de manera desigual entre las plataformas audiovisuales y los clubes.

La historia de este conflicto viene de largo y sus precedentes habría que buscarlos fundamentalmente en la Ley 21/1997, de 3 de Julio, o Ley de Retransmisiones, que consagró una norma de rango legal, el denominado 'derecho a la información deportiva' o de 'interés general' (retransmisión en abierto de un encuentro cada jornada), que terminaría por condicionar el modelo de explotación de los derechos audiovisuales futbolísticos (Pintó y Crespo, 2009).

Del mismo modo, la Resolución del Expediente 319/92, de 10 de Junio de 1993, del antiguo Tribunal de Defensa de la Competencia (confirmada posteriormente por sentencia del Supremo, de 9 de junio de 2003)-y que supuso el primer conflicto entre el deporte y el derecho a la competencia- apuntaba algunas vías de interés para atenuar la confrontación existente, como ofrecer la posibilidad a todos los operadores, presentes y futuros, de competir en la adquisición de los derechos, la distribución de productos en bloques diferenciados o la duración razonable de los contratos (Terol, 2006).

Después de las disputas iniciales en la denominada '*guerra del fútbol*', y tras el acuerdo alcanzado el 29 de enero de 2003, con la fusión de las plataformas de televisión digital de Sogecable y Telefónica el asunto parecía resuelto, quedando el terreno libre de competidores. Así ocurrió hasta la llegada en el año 2006 de la empresa de servicios televisivos Mediapro, que tras su fusión con el grupo Árbol pasó a gestionar varios derechos deportivos en España (retransmisión de partidos de la liga italiana y portuguesa, así como con la UEFA Cup).

A partir de ese momento, existía así un concurrente más en un mercado claramente monopolístico, y la solución adoptada fue que Audiovisual Sport, formado por TV3 y Sogecable, firmase un acuerdo, el 24 de julio de 2006, con Mediapro para garantizar a largo plazo la explotación de derechos audiovisuales de los partidos de Liga y Copa.



Mediapro dispondría de un partido en abierto en cada una de las jornadas de liga, así como de la explotación de esa señal para resúmenes televisivos y para otros derechos internacionales. A cambio, se obligaba a pagar 150 millones de euros durante la temporada 2006-2007, cantidad que se ajustaría anualmente para temporadas sucesivas.

Desavenencias posteriores entre los socios llevaron a un cruce de acusaciones mutuas de incumplimiento de este acuerdo, de difícil comprensión para los aficionados al fútbol. Según AVS, Mediapro le adeudaba 58 millones de euros, por lo que el 3 de julio de 2008 demandó a la empresa de Roures, suspendiéndole el suministro de la señal. Desde Mediapro negaron en su día estas acusaciones y afirmaron que eran en realidad AVS y Sogecable las que les debían dinero, acusando a AVS de impedir la retransmisión en abierto de partidos de fútbol y de perpetuar el monopolio de los partidos de pago.

La resolución global del problema todavía no se ha producido, porque solo existe el fallo judicial del 9 de octubre de 2007 y el 20 de marzo de 2010 el mismo juzgado de Primera Instancia (No. 36, de Madrid) estimó íntegramente la demanda promovida por AVS contra Mediapro10, aunque este último fallo es recurrible y no afecta a la explotación actual de los derechos.

En este complicado entramado, lo cierto es que desde el 5 de julio de 2008 Mediapro cuenta con los derechos audiovisuales de 39 clubes (17 de Primera División y 22 de Segunda), que explota con carácter exclusivo desde el año 2009, aunque en 2008 controlaba ya los derechos de una decena de equipos12, y también desde comienzos de la temporada 2008-2009 tiene el control de los derechos para España de la mayoría de equipos que juegan la copa de la UEFA y los de las ligas francesa, alemana, holandesa, italiana, portuguesa y otras ligas latinoamericanas. Ahora bien, las discrepancias entre las partes

implicadas y la revisión de algunos contratos, unido al hecho de que esta empresa no disponga de la totalidad de los derechos de retransmisión, genera constantes conflictos que, en muchos casos, tampoco pueden ser dilucidados por las autoridades españolas de la competencia.

El modelo español es, por tanto, un modelo individualizado, complejo de gestionar y escasamente transparente, puesto que se desconocen las cifras que se mueven en los contratos deportivos (por no hablar de las deudas de los clubes), con una carga importante de inseguridad jurídica (al estar tan repartidos los derechos), que lleva a la frecuente apelación de las plataformas de televisión a los tribunales ordinarios para dirimir sus conflictos de intereses13. Por otra parte, al ser también el único país de Europa donde se retransmiten todos los encuentros de la Primera División (tanto en abierto como en PPV), su rentabilidad es complicada. Todo lo cual supone una contradicción evidente: una de las ligas de fútbol más atractivas y potentes del mundo cuenta con un muy desigual reparto de ingresos y no dispone además de un marco jurídico que dote de estabilidad al sistema.

EL MODELO ITALIANO

La semifinal del Mundial de Fútbol de Italia, celebrada en 1990, entre el país anfitrión y Argentina, consiguió el récord de audiencia de un partido de fútbol en este país, con una media de espectadores (Marketing TV Rti) de 27,5 millones. Aquel fue también el último acontecimiento deportivo en el que la televisión pública italiana detentó la exclusividad de la retransmisión en directo de esos encuentros deportivos. Hasta entonces, las cadenas privadas debían contentarse con la retransmisión en diferido. Pero la Ley No. 223, de 6 de agosto de 1990, sobre Reglamentación del sistema de Radiotelevisión público y privado, denominada también Ley Mammi14, cambió esta situación, permitiendo a las sociedades televisivas privadas utilizar la retransmisión en directo a escala nacional. A partir de ese momento, las cadenas comerciales dispusieron de absoluta libertad para poder entrar en el juego de las negociaciones sobre los derechos de

retransmisión de acontecimientos deportivos. Se echó en falta, no obstante, un cuadro legislativo que permitiese proteger no solamente los intereses de los clubes, sino también el de los telespectadores, aunque sobre este particular el gobierno italiano siempre se ha mostrado indeciso (Valori, 2005).

El modelo italiano posee, sin embargo, sus propias complejidades. Contrariamente a lo realizado en otros países, el camino emprendido ha pasado de la 'centralización' a la 'descentralización', para dirigirse finalmente hacia una nueva centralización de las negociaciones de derechos televisivos, con lo que se ha pasado de una redistribución igualitaria de derechos de retransmisión a una redistribución subjetiva de estos mismos derechos.

Durante bastantes años, los clubes delegaron sus gestiones en la Lega Calcio, que se ocupaba de distribuir los ingresos de la venta centralizada de estos encuentros deportivos, y hasta la temporada 1996-1997, la base jurídica en la que se apoyaba la venta directa y colectiva de estas retransmisiones era el propio Reglamento de la Liga del Calcio (artículo 1, apartado 3).

Ahora bien, con el surgimiento a finales de la década de 1990 de la televisión de pago, y la entrada de los operadores por satélite - Telepiú (1990) y Stream TV (1996) -, la venta colectiva de derechos quedó en entredicho. Los grandes clubes italianos vieron la posibilidad de obtener mayores ingresos que los que venían percibiendo por intermedio de la Lega Calcio.

De 1997 a 1999, el reparto se realizó según el siguiente baremo: *el 58 por ciento para televisión en abierto y el 75 por ciento en la televisión de pago*. El resto de estos porcentajes iba en función de la clasificación obtenida y del número de partidos televisados. En el año 1999, algunos grandes clubes firmaron contratos, de manera individual

con Telepiú, cediendo los derechos de explotación televisiva para emisiones en codificado y ventas al extranjero por un período de seis años (1999-2005). La peor parte de esos acuerdos, se la llevaron aquellos clubes modestos, que se quedaron sin los jugosos contratos de los grandes y tuvieron que unirse para vender colectivamente sus retransmisiones.

Pero la verdadera ruptura en materia de derechos televisivos y sus modalidades de comercialización procede de una importante intervención legislativa (Agostini, 2004). A raíz de que el segundo operador italiano, Stream (News Corp) hiciese una oferta por la totalidad de los derechos televisivos, el Gobierno de Alema, dictó la Ley No. 15, de 29 de marzo de 1999, que, en su artículo 2, indicaba que una misma empresa no podía detentar más del 60 por ciento de los derechos de la Liga en pago por visión, no pudiendo superar los contratos los tres años de duración.

Después de la denominada Ley anti Murdoch de 1999, los ingresos de la Liga se doblaron y parecía que el Calcio vivía una era de increíble riqueza, pero el crecimiento de las desigualdades entre clubes y la precaria situación de los más débiles, condujo de nuevo a una venta centralizada de esos derechos. La Ley No. 106/07, de 19 de julio y el Decreto Legislativo No. 13, de 2 de enero de 2008, sobre la propiedad y la comercialización de los derechos audiovisuales deportivos y relativos a la repartición de los recursos, que entró en vigor el 1 de febrero de 2008, introdujo un cambio sustancial. Así, en su artículo 3, apartado 1, planteaba la vuelta al regreso de la venta centralizada, según el principio de copropiedad entre el organizador de la competición (la Lega Calcio) y los organizadores del evento con carácter individual (los clubes). Por su parte, el artículo 10 fijaba la duración de los contratos con una duración máxima de tres años, mientras que los artículos 25 y 26 enunciaban las nuevas modalidades de distribución de los ingresos, siguiendo la fórmula de repartir un porcentaje del 40 por ciento a partes iguales entre todos los clubes, un 30 por ciento según la

clasificación obtenida¹⁵, y el 30 por ciento restante de acuerdo a fórmulas más complejas, puesto que se tiene en cuenta el número de abonados de cada club, aunque de ese 30 por ciento, el 25 se determina en función de los aficionados de cada equipo y el 5 por ciento restante en función del número de habitantes del que provenga el equipo en cuestión. Es decir, se ha creado un alambicado acuerdo, cuyo objetivo es salvaguardar los intereses de los clubes históricos de la liga italiana.

Esta nueva reglamentación es efectiva a partir de la temporada 2010-2011, coincidiendo casi con el vencimiento de los últimos contratos en curso, que llevaban fecha del 31 de marzo de 2006.

AUTOR:

José Vicente García Santamaría
 Texto original: *DERECHOS DEL FÚTBOL Y
 RETRANSMISIONES DEPORTIVA EN
 EUROPA - modelo centralizado versus modelo
 individualizado -*

**DERECHOS: REVISTA
 TELOS, EDICIÓN 86
 CORTESÍA: FUNDACIÓN TELEFÓNICA**

