

EL FÚTBOL, LA TELEVISIÓN Y... LAS NORMAS DE LA COMPETENCIA

Antonio GUERRA FERNÁNDEZ *

Asesor del Presidente del Tribunal de Defensa de la Competencia

1. INTRODUCCIÓN

Hace mucho tiempo que el fútbol pasó de ser un mero entretenimiento o una actividad deportiva *amateur* a convertirse en un negocio lucrativo que, como el resto de sectores de la economía, debe sujetarse a las normas que velan por el mantenimiento de la libre competencia.

Ello no es óbice para reconocer el componente cultural y social que esta actividad aún mantiene en la mayor parte de países del mundo.

De hecho, hasta hace poco más de una década los aspectos deportivos, culturales y sociales prevalecían sobre las cuestiones económicas permitiendo que se llevaran a cabo prácticas que en otros sectores estaban prohibidas. Esta realidad no sólo afectaba a las normas de defensa de la competencia, sino que se extendía también a asuntos relacionados con la legislación laboral u otras áreas del Derecho mercantil.

Sin embargo, las formas de negocio y el propio volumen de éste evolucionaron muy rápidamente en las décadas de los ochenta y, sobre todo, los noventa, obligando a las autoridades a replantear su enfoque.

Como muy bien señala Luis BERENGUER (BERENGUER, 2002), la Sentencia Bosman¹ puede considerarse como el punto de inflexión a partir del cual el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas (TJCE) deja de analizar los aspectos económicos relacionados con el deporte como cuestiones secundarias supeditadas a la realidad cultural y social del mismo.

Según el propio BERENGUER:

«otra de las consecuencias que se derivan de las medidas planteadas en la sentencia Bosman ha sido ya la de considerar a los clubes deportivos

* Las opiniones expresadas en este artículo son responsabilidad exclusiva del autor.

¹ Sentencia del TJCE de 15 de diciembre de 1995. Asunto C-415/93.

como operadores económicos, y a las asociaciones de éstos como asociaciones de empresas, lo cual, en definitiva, convierte a unos y otros en sujetos a los que se les aplican las normas de la competencia».

La misma idea se recoge en el informe Helsinki ²:

«Aunque el Tratado no contiene disposiciones específicas en relación al deporte, la Comunidad debe velar por que las iniciativas de las autoridades públicas nacionales o de las organizaciones deportivas sean conformes al Derecho comunitario, incluido el Derecho de la competencia».

En este proceso de reorientación del enfoque de las autoridades de defensa de la competencia, la llegada de la televisión de pago dota de una nueva dimensión al negocio del fútbol y añade mayor complejidad a las relaciones que se establecen entre fútbol y televisión.

Los nuevos operadores de televisión de pago identifican el fútbol como uno de los principales ganchos para atraer nuevos abonados ³, no escatimando esfuerzos a la hora de competir agresivamente por los derechos correspondientes. A modo de ejemplo cabe citar sólo una cifra: BSKyB ha pagado 2.600 millones de euros por los derechos de retransmisión televisiva en directo de los partidos de la *Premier League* inglesa para las temporadas 2002-2004.

Estas relaciones no sólo son de mayor dimensión económica, sino también de mayor complejidad desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

En un primer acercamiento se observa que son varios los mercados afectados:

- el de adquisición y explotación de derechos televisivos,
- el de producción de canales temáticos, y
- los de televisión.

A ellos deben añadirse otra serie de mercados indirectamente afectados, como la publicidad o el *merchandising* y, en algunas circunstancias, podrían considerarse aún más.

Una vez identificados los mercados, el análisis de las prácticas que marcan la relación entre televisión y fútbol indica que la estructura com-

² Informe de la Comisión al Consejo Europeo con la perspectiva de la salvaguardia de las estructuras actuales y del mantenimiento de la función social del deporte en el marco comunitario. Informe de Helsinki sobre el deporte, de 10 de diciembre de 1999. COM (1999) 644.

³ El apartado 21 del informe de la Comisión Europea de remisión del expediente COMP/M. 2845 —Sogecable/Canalsatélite Digital/Vía Digital— a las autoridades españolas reconoce esta realidad:

«Según la investigación de mercado llevada a cabo por la Comisión, los contenidos que de manera principal incitan a los espectadores a optar por solicitar los servicios de una televisión de pago en España son las películas de estreno con mayor éxito de taquilla (que suelen coincidir con las películas producidas por los estudios de Hollywood o "grandes estudios" americanos) y los acontecimientos de fútbol en los que participan los equipos españoles, en particular, la Liga».

petitiva de los mismos puede verse restringida tanto de forma horizontal como vertical.

A partir de este punto se abren numerosos interrogantes:

— ¿Está justificada la venta colectiva de los derechos televisivos a través de las asociaciones o, por el contrario, supone una restricción de la competencia que no obedece a interés público alguno?

— ¿Están justificados los acuerdos entre televisiones para adquirir y explotar conjuntamente estos derechos?

— ¿Es inevitable la exclusividad en la explotación de los derechos televisivos o, por el contrario, supone una restricción grave y no justificada de la competencia en los mercados de televisión?

— En caso de ser inevitable la exclusividad, ¿qué período de tiempo es el razonable para que su disfrute no distorsione las condiciones de competencia en los mercados de televisión ni impida la entrada de nuevos operadores?

— ¿Es compatible esa exclusividad con el derecho de información inherente a la trascendencia social y cultural de los eventos futbolísticos?

— ¿Qué efectos sobre la competencia conlleva la integración vertical entre clubes de fútbol y televisiones?

La primera respuesta de las autoridades a estos interrogantes es, fundamentalmente, pragmática y abierta: nada está prohibido *per se*, habrá que analizar caso por caso e, incluso, si se considera que esas prácticas son contrarias a la libre competencia, será necesario estudiar la posibilidad de su autorización si las restricciones son indispensables para el logro de beneficios mayores trasladables a los consumidores.

Como todas las cuestiones que se plantean de manera novedosa en el campo del Derecho de la competencia, las autoridades se ven obligadas a responder caso por caso.

Por ello, es especialmente interesante conocer con mayor profundidad dos de las respuestas más autorizadas que hasta el momento se han pronunciado.

La primera de ellas es la experiencia inglesa, que nos ofrece dos expedientes que abordan casi todos los aspectos relevantes para la defensa de la competencia en el marco de la relación entre fútbol y televisión.

Me refiero a la Sentencia del *Restrictive Practices Court* (RPC) en la investigación abierta por la *Office Fair Trading* (OFT) contra los acuerdos entre la *Premier League*⁴ y la plataforma de televisión de pago vía satélite, BSkyB, y al análisis hecho por la *Merger and Monopolies Commission* (MMC) en el marco de la propuesta de adquisición del Manchester United por BSkyB.

En ambos casos las decisiones tomadas por las autoridades británicas han sentado un precedente muy importante para las posiciones adoptadas posteriormente por otras autoridades europeas en cuestiones similares.

⁴ La principal competición inglesa de fútbol profesional.

Tanto la magnitud del fútbol como negocio como el desarrollo de la televisión de pago y, por supuesto, el mundialmente reconocido prestigio de sus autoridades de defensa de la competencia, hacen del Reino Unido un excelente laboratorio en esta materia.

La segunda de las cuestiones a abordar en este artículo es el tratamiento reciente de la Comisión Europea, materializado en el aviso publicado con arreglo al apartado 3 del art. 19 del Reglamento núm.º 17 en el asunto Venta conjunta de los derechos mediáticos de la Liga de Campeones de la UEFA sobre una base exclusiva⁵.

En este aviso la Comisión Europea concede su beneplácito a una nueva política comercial de la Unión Europea Fútbol Asociación (UEFA) que supone un esquema doctrinal casi completo en el que se incluyen soluciones adecuadas a las cuestiones problemáticas suscitadas en esta materia.

2. LA EXPERIENCIA INGLESA

A. FÚTBOL Y TELEVISIÓN: EVOLUCIÓN HISTÓRICA

La relación entre televisión y fútbol se inicia en el Reino Unido el 9 de abril de 1938 con la retransmisión en directo del partido entre las selecciones de Inglaterra y Escocia por parte de la cadena pública *British Broadcasting Corporation* (BBC).

No obstante, la cobertura regular de los acontecimientos futbolísticos no llegará hasta 1964 con la creación por parte de la BBC del programa *Match of the Day* basado en los resúmenes de los partidos del fin de semana. Este programa se complementaba a nivel regional con otros similares retransmitidos por las televisiones agrupadas en la red *Independent Television* (ITV).

En el marco de estas retransmisiones se producen las primeras negociaciones de derechos televisivos de fútbol basadas en modalidades contractuales de larga duración.

Durante toda esta etapa, desde mediados de los sesenta hasta finales de los setenta, el esquema de negociación era sencillo. Por un lado, los propietarios de los derechos, los clubes de fútbol, negociaban colectivamente bajo un sistema de distribución igualitaria de los ingresos. Por otro, los compradores, BBC e ITV, actuaban de manera coordinada buscando reducir al máximo el precio de los derechos.

La fortaleza en las negociaciones del duopsonio formado por BBC e ITV se materializó en un precio inferior al medio millón de libras por temporada.

⁵ COMP/C.2/37.398.

A finales de la década de los setenta se produce un primer intento de romper este esquema de negociación con la entrada en escena de una de las afiliadas a ITV, *London Weekend Television* (LWT), que trata de negociar la compra de derechos exclusivos para, posteriormente, vender licencias de explotación al resto de cadenas que integraban la red ITV.

Es en este momento en el que tiene lugar la primera intervención del organismo británico de defensa de la competencia, OFT, en esta materia, prohibiendo la exclusividad ante el riesgo de que los aficionados aficionados fuera del área londinense no pudieran disfrutar de la retransmisión televisiva de los partidos de fútbol.

Tras la intervención de la OFT, el esquema anterior se mantiene unos años más, introduciéndose a partir de 1984 la novedad de la retransmisión en directo de un número determinado de partidos por temporada. Otra modificación importante acontece en 1986 cuando se quiebra el principio de repartición igualitaria de los ingresos derivados de la venta de derechos televisivos entre todos los clubes⁶.

No obstante, el cambio más trascendente llega con la aparición a finales de los ochenta de las dos plataformas de televisión de pago por satélite, *British Satellite Broadcasting* (BSB) y *Sky*.

La llegada de las nuevas plataformas modifica radicalmente los términos de la negociación. Estos nuevos operadores identifican rápidamente la retransmisión en directo de partidos de fútbol como uno de los contenidos claves para la atracción de abonados y, desde el primer momento, ponen de manifiesto su interés por la adquisición de los derechos correspondientes.

De esta forma, se rompe el esquema anterior caracterizado por el duopsonio cartelizado de BBC e ITV y los clubes obtienen un mayor poder de negociación.

El primer efecto de esta situación es un incremento del precio de los derechos que pasa de tres millones de libras por temporada por la retransmisión en directo de catorce partidos anuales en 1988 a once millones de libras por temporada por la retransmisión de dieciocho partidos anuales para el período 1989-1992.

Los derechos correspondientes a estas temporadas son adquiridos por ITV en condiciones de exclusividad. Por su parte, BSB y BBC llegan a un acuerdo para comprar conjuntamente los derechos de retransmisión correspondientes a los partidos de la *FA Cup* y los encuentros de la selección nacional.

⁶ El esquema a partir de ese momento sería el siguiente: los clubes de la División 1 recibirían el 50 por 100 de los ingresos; los de la División 2, el 25 por 100, y los de las Divisiones 3 y 4, el 12,5 por 100, respectivamente.

Por el lado de la oferta, esta etapa también supone una modificación de las pautas tradicionales, dado que los clubes más populares tensan las negociaciones con la *Football League*⁷ para lograr un mayor porcentaje de los ingresos obtenidos por la venta de derechos. Bajo la amenaza hecha por estos clubes de negociar los derechos de forma individual, la *Football League* se ve obligada a aceptar que el 75 por 100 de los ingresos se destine a los clubes de la División 1 y que, de este 75 por 100, el 40 por 100 se distribuya exclusivamente entre los clubes más populares o laureados, los denominados *big-five*⁸.

En esos momentos las preocupaciones de las autoridades británicas de defensa de la competencia se centran en garantizar el disfrute abierto y generalizado de los eventos futbolísticos retransmitidos por televisión. Las inquietudes relativas a la cartelización de la negociación de los derechos tanto desde el lado de la oferta como de la demanda o los efectos de la exclusividad son, todavía, secundarias.

Una vez expira el contrato de ITV para las temporadas 1989-1992, se inicia una nueva etapa en la relación entre televisión y fútbol en el Reino Unido. Las dos plataformas de televisión por satélite se habían fusionado formando una única entidad, BSkyB, con un poder financiero adecuado para pujar con firmeza por la adquisición en exclusiva de los derechos para las temporadas siguientes.

Ante la expectativa de una puja muy agresiva entre las televisiones, también se producen cambios importantes en el lado de la oferta. A comienzos de 1991, los 22 clubes que formaban la División 1 anuncian la creación de una nueva organización, la *Premier League*, separada de la *Football League*⁹, que negociará directamente con las televisiones y establecerá sus propios mecanismos de repartición de ingresos entre los clubes¹⁰.

En este nuevo escenario se negocian los derechos de la *Premier League* para las temporadas 1993 a 1997. Tras una lucha encarnizada entre ITV y BSkyB, esta última se hace con los derechos que, posteriormente, extendería a un período adicional de otros cuatro años, es decir, hasta la temporada 2001.

Los grandes beneficiarios de esta situación son los clubes, dado que el precio de los derechos pasa de los once millones de libras por temporada de 1992 a más de ochenta millones como promedio anual por temporada para el período 1993-2001¹¹.

⁷ La Asociación que gestionaba los derechos para todos los clubes profesionales.

⁸ Arsenal, Everton, Liverpool, Manchester United y Tottenham Hotspur.

⁹ El resto de divisiones (2, 3 y 4) se mantienen en el marco de la *Football League*.

¹⁰ Fundamentalmente, basados en criterios de calidad, determinada por la clasificación obtenida en las temporadas anteriores, y popularidad, determinada por los niveles de audiencia de los partidos retransmitidos por televisión en las temporadas anteriores.

¹¹ En el período 1993-1996, el coste fue de 40 millones de libras por temporada; en 1997, pasó a 83 millones por temporada y en la última etapa, de 1998 a 2001, se elevó hasta los 125 millones por temporada.

La relación entre televisión y fútbol había cambiado radicalmente. Mientras en 1979 las televisiones pagaron poco más de medio millón de libras por los derechos de una temporada de fútbol, esta cifra se había elevado hasta los 125 millones de libras 22 años más tarde, en 2001.

Como premio de consolación, ITV adquiere los derechos correspondientes a los clubes que permanecían en la *Football League*¹² con la intención de explotarlos sobre una base geográfica regional. Esta situación se mantuvo hasta 1997 cuando estos derechos también fueron comprados por BSkyB.

El esquema de adquisición de derechos se completa con un acuerdo entre BSkyB y BBC para la compra y explotación conjunta de los derechos relativos a la FA Cup y los encuentros de la selección nacional que alcanza hasta la temporada 1998, a partir de la cual ITV, una vez perdidos los derechos de la *Football League*, consigue los relativos a estas competiciones, FA Cup y selección.

Ante este rediseño de la situación, en un primer momento, la intervención de la OFT se limita a la introducción de una condición para la aprobación de la fusión entre BSB y sky según la cual la nueva empresa se compromete a llegar a un acuerdo de licencia con la BBC mediante el cual ésta pueda retransmitir los momentos estelares de los partidos de cada jornada en abierto para todo el país.

Una vez sustituido el esquema de duopsonio cartelizado característico de los años setenta y ochenta por una puja verdaderamente competitiva, el único mecanismo de coordinación se concentraba en la oferta, puesto que los clubes, si bien con un esquema organizativo distinto, seguían vendiendo colectivamente sus respectivos derechos.

Junto a esta práctica potencialmente restrictiva de la competencia, la exclusividad en la adquisición y explotación de los derechos de BSkyB también comienza a suscitar recelos.

Esta situación lleva a las autoridades británicas a modificar su acercamiento a esta materia e investigar con mayor detalle las posibles restricciones a la libre competencia que se pudieran derivar de estas prácticas:

— de forma horizontal mediante la venta colectiva de derechos, lo que da pie a la apertura de una investigación contra los acuerdos alcanzados por la *Premier League* y BSkyB y BBC, y

— de forma vertical mediante la integración de clubes de fútbol y plataformas de televisión, lo que da pie a la prohibición de la adquisición del 100 por 100 de las acciones del Manchester United por parte de BSkyB y a una regulación específica en cuanto a la presencia de las televisiones en el capital accionario de diferentes clubes.

Analicemos con mayor detalle ambos casos.

¹² Esta competición correspondería a la Segunda y Tercera División española.

B. LA DECISIÓN DEL *RESTRICTIVE PRACTICES COURT*
EN LA INVESTIGACIÓN ABIERTA POR LA *OFFICE FAIR TRADING*
CONTRA LOS ACUERDOS ENTRE LA *PREMIER LEAGUE* Y *BSkyB* Y *BBC*¹³

Tras varios años de investigación sobre los acuerdos de venta de derechos entre la *Premier League* y las principales televisiones (*BSkyB* y *BBC*), el 12 de enero de 1999 la OFT decidió llevar el caso ante el *Restrictive Practices Court* (RPC)¹⁴ al considerar que las restricciones inherentes a estos acuerdos podían ser contrarias a la libre competencia y, de esta forma, afectar negativamente no sólo al mercado de los contenidos deportivos, sino, en general, al de la televisión.

La cuestión más problemática para la OFT era la relativa a la Regla D7.3 del Manual de procedimiento de la *Premier League*, que establecía que:

«*No League Matches shall be televised or recorded or transmitted by satellite or cable or any similar method without the written consent of the Board*¹⁵, *save in the case of closed circuit television within the ground of the Club where the League Match is being played*»¹⁶.

Esta regla incluida en el Manual de procedimiento firmado por todos los clubes que formaban la *Premier League* suponía que ninguno de ellos, individualmente, podría vender los derechos televisivos de sus propios partidos. En la práctica, como ya se ha señalado anteriormente, la *Premier League* era la que negociaba la venta de todos los derechos en nombre de los clubes.

El debate, como recordaba el propio Director General de la OFT¹⁷, no se centraba en si la venta colectiva de derechos estaba prohibida *per se*, sino si en este caso respondía a un interés público suficiente para paliar los efectos contrarios a la libre competencia derivados de ese comportamiento.

La preocupación de la OFT se agudizaba al considerar los efectos restrictivos derivados de la conjunción de esta venta colectiva y la adquisición en exclusiva de los derechos por una sola televisión (*BSkyB*). De hecho, la propia OFT sugería en su informe que si los derechos se agrupasen en diversos paquetes y cada uno de ellos se vendiera a una televisión distinta, las restricciones a la competencia desaparecerían.

En palabras de Martin Cave (HAMIL, S., MICHIE, J., OUGHTON, C., y WARBY, S., 2000):

¹³ Caso *Director General of Fair Trading v. Premier League, BSKyB and BBC*, 28 de julio de 1999.

¹⁴ Según dispone la *Restrictive Trade Practices Act* de 1976.

¹⁵ *Premier League's Board*.

¹⁶ *Premier League 1995/1996 Handbook. Rule D7.3*.

¹⁷ «*Indeed I have not argued that all collective selling of broadcasting rights should be prohibited*», John Bridgeman, 5 de mayo de 1999.

«In other words, the OFT objected not to a degree of central organisation of sales, but to the cartel-like output restriction implicit in broad exclusivity».

Los principales argumentos de la OFT para considerar estos acuerdos contrarios al interés público se resumían en tres:

- la oferta de partidos de la *Premier League* televisados en directo se limitaba a 60 de un total de 320 partidos disputados a lo largo de la temporada, lo que generaba un perjuicio tanto a los aficionados como a otras televisiones que podrían estar interesadas en adquirir y explotar los derechos correspondientes a los partidos no retransmitidos en directo;
- la venta colectiva de derechos incrementaba artificialmente el precio de los mismos, y
- la exclusividad disfrutada por BSkyB suponía una grave distorsión a la competencia en los mercados de televisión en los que el fútbol de la *Premier League* constituía uno de los ganchos más importantes.

La decisión del RPC fue hecha pública en el mes de julio de ese mismo año. El RPC consideró que las restricciones derivadas de la venta colectiva de derechos de la *Premier League* no eran contrarias al interés público, puesto que la alternativa contraria basada en la venta descentralizada podría llevar a un escenario caótico perjudicial para los consumidores¹⁸.

Asimismo, el RPC cuestionó que estos derechos pudieran ser vendidos de manera individual, puesto que su principal valor patrimonial se derivaba de la asociación de los clubes en la *Premier League*. En el marco de esta asociación se celebraba un campeonato que constituía el producto que determinaba el valor de los derechos.

El valor del producto es el campeonato como un «todo» y no cada uno de los partidos que disputan los clubes. Indudablemente, cada club contribuye a la creación de ese producto que, no obstante, individualmente, no serían capaces de reproducir.

El propio texto de la decisión del RPC es claro:

«if a club were to withdraw from the Football Association Premier League for whatever reason it could not produce the derived product it helped to produce as a member of the Premier League cartel».

Por tanto, la primera preocupación de la OFT, la venta colectiva de derechos, no fue considerada por el RPC contraria al interés público, sino inherente al propio producto ofertado y, asimismo, menos dañina para los consumidores que la alternativa basada en la venta individual.

Respecto a los efectos de la exclusividad, el RPC consideró que si bien es cierto que los partidos en directo de la *Premier League* son un contenido *premium* muy importante para cualquier televisión de pago que pretenda

¹⁸ La propia Sentencia del RPC señala en su página 101 que harían falta: *«a series of trilateral deals between home and visiting clubs and particular broadcasters».*

incrementar su número de suscriptores, también lo es que la competencia en los mercados de la televisión se basa en la diferenciación de producto.

En esta misma línea el RPC estimó que la adquisición de derechos de fútbol no es un requisito indispensable para competir en ese mercado. El resto de competidores podrían optar por otro tipo de contenidos para diferenciar su oferta.

De esta forma, el RPC cerraba la investigación contra los acuerdos entre la *Premier League* y BskyB y BBC al considerar que las posibles restricciones para la competencia derivadas de los mismos obedecían a un interés público y que una alternativa basada en la negociación individual de derechos y la venta en un régimen de no exclusividad derivaría en un perjuicio mayor para los consumidores y las propias televisiones.

C. EL INTENTO DE ADQUISICIÓN DEL MANCHESTER UNITED POR BSKyB

El 7 de septiembre de 1998 BskyB anunció su intención de adquirir el 100 por 100 del club inglés más laureado, el Manchester United. Tras un primer análisis por parte de la OFT, el 29 de octubre el Secretario de Estado de Comercio e Industria decidió solicitar informe a la *Monopolies and Mergers Commission* (MMC)¹⁹ en línea con lo establecido por la *Fair Trading Act* de 1973.

La MMC procedió a elaborar su informe partiendo de la identificación del mercado de los canales deportivos *premium* como el mercado relevante de la operación.

Una vez definido el mercado, la MMC atestiguó que BskyB era el único proveedor de este tipo de canales en el Reino Unido y que la entrada de nuevos competidores venía determinada por las posibilidades de adquirir los derechos correspondientes a la retransmisión en directo de los eventos deportivos más populares, fundamentalmente, los partidos de la *Premier League*.

Dado que en esos momentos BskyB había adquirido la explotación exclusiva de esos derechos hasta la temporada 2001 y que era el único proveedor de canales deportivos *premium*, la MMC consideró que esta compañía ostentaba posición de dominio en el mercado relevante.

Ante esta situación, la MMC dibujó cuatro hipotéticos escenarios post-adquisición. El primero de ellos suponía la continuación de los acuerdos de venta colectiva de derechos en el marco de la *Premier League* y la no existencia de otras adquisiciones de clubes de fútbol por parte de plataformas de televisión.

Bajo este escenario, la MMC consideró que BskyB disfrutaría de una ventaja competitiva fundamental a través de su capacidad de influencia

¹⁹ Actualmente, *Competition Commission*.

y acceso a la información sobre la política de negociación de la *Premier League* que no sería replicable por parte de otros competidores.

Esta circunstancia, unida a sus propios intereses en el otro lado de la mesa de negociación a través del Manchester United, colocaría a BSKyB en una posición de ventaja inigualable para asegurarse la adquisición y explotación exclusiva de los derechos en el futuro.

La MMC valoró la posibilidad de tomar algún tipo de medidas que evitasen la transmisión de información de un lado al otro de la mesa de negociación, pero, finalmente, consideró que, en cualquier caso, no era realista pensar que algún tipo de «muralla china» lograra evitar que esta situación se produjese.

El segundo escenario hipotético que dibujó la MMC se basaba en el supuesto de que en próximas negociaciones los derechos fueran vendidos bajo una base individual y que no hubiera más fusiones entre clubes de fútbol y plataformas de televisión.

En este escenario la MMC consideró que BSKyB también disfrutaría de ventajas sustanciales respecto a otras televisiones para la adquisición futura de derechos, dada su posición actual y que el Manchester United es el club más popular.

El tercer escenario planteado conjugaba el mantenimiento de los acuerdos de venta conjunta de derechos con el desarrollo de más fusiones entre clubes y televisiones.

En este caso la MMC consideró que también se producirían efectos contrarios a la libre competencia, puesto que una vez que las televisiones estuvieran presentes en los dos lados de la mesa de negociación, sus incentivos para competir por la adquisición de derechos serían mínimos, lo cual fomentaría un comportamiento colusorio tendente a maximizar sus intereses como vendedores y compradores.

El último escenario se basaba en el supuesto de venta individual de derechos y el desarrollo de varias fusiones entre televisiones y clubes de fútbol. La MMC consideró que esta situación sería, en cualquier caso, menos competitiva que la conjunción de un esquema de venta individual de derechos sin integración vertical entre clubes y televisiones.

Por todo ello, la conclusión global a la que llegó la MMC fue que en la mayoría de los escenarios dibujados la posición de BSKyB para asegurarse la adquisición futura de los derechos correspondientes a la *Premier League* se vería enormemente fortalecida. Esta situación provocaría *de facto* una eliminación de la competencia en el mercado de los canales deportivos *premium*.

La recomendación de prohibición de la operación por parte de la MMC fue seguida por el Secretario de Estado, Stephen Byers, en su decisión final de 9 de abril de 1999.

Sin embargo, esta filosofía general establecida por la MMC para evitar la integración vertical entre clubes y televisiones no ha impedido que, en diversas ocasiones, las televisiones hayan adquirido participaciones accionariales de clubes de fútbol que al no ser consideradas de control²⁰ no han sido revisadas bajo el mecanismo de control de concentraciones.

Es el caso de las participaciones accionariales que BSKyB posee de los siguientes clubes: Manchester United, Leeds United, Chelsea, Sunderland y Manchester City. O de las inversiones del operador de cable, NTL, en: Newcastle United, Middlesbrough, Aston Villa y Leicester City. O, incluso, la presencia de Granada Media en el capital del Liverpool²¹.

Más curioso es comprobar cómo ya se están produciendo asociaciones entre televisiones y clubes de fútbol para explotar las nuevas vías de transmisión que ofrecen los avances tecnológicos.

Así, BSKyB ha creado una *joint-venture* con el Chelsea para desarrollar la transmisión de imágenes deportivas por Internet, Granada Media compró el 50 por 100 de las acciones de otra compañía denominada Liverpool FC Broadband, NTL ha creado *joint-venture* similares con los clubes Glasgow Rangers y Leicester City, y BSKyB está diseñando una estrategia para este mercado conjuntamente con la empresa de telefonía móvil, Vodafone y el Manchester United.

Las autoridades británicas aún no han tenido oportunidad de manifestar su opinión ante esta nueva forma de integración vertical. En todo caso, parece claro que, una vez la tecnología permita explotar comercialmente estos acuerdos, con toda seguridad surgirán denuncias que obligarán a la OFT a posicionarse al respecto.

La evolución tecnológica, de nuevo, reabre un debate sobre los efectos de la integración vertical entre propietarios de derechos y distribuidores de contenidos que se consideraba cerrado con la decisión relativa a la adquisición del Manchester United por BSKyB.

3. LA DOCTRINA DE LA COMISIÓN EUROPEA

A. RESTRICCIONES HORIZONTALES: VENTA COLECTIVA DE DERECHOS

Con carácter previo al análisis de las implicaciones de la venta colectiva de los derechos televisivos por parte de los clubes de fútbol debe determinarse con claridad quién es el propietario de esos derechos. Éste no es un tema pacífico y, de hecho, cada Estado miembro ha ofrecido sus propias soluciones.

²⁰ O lo que según el tenor literal de la *Fair Trading Act* de 1973 sería la capacidad «*materially to influence*».

²¹ En casi todos los casos las participaciones son inferiores al 10 por 100 en línea con el límite establecido en el Reglamento de la *Football Association* que impide a cualquier empresa poseer una participación accionarial superior al 10 por 100 en más de un club.

Por su parte, la Comisión Europea en reiteradas ocasiones ha evitado entrar en detalle en esta cuestión al considerar que la solución depende directamente del tratamiento específico de cada legislación nacional. No obstante, en sus decisiones ha partido del supuesto de que los clubes de fútbol son los titulares originarios de tales derechos.

Dado que el tratamiento de esta cuestión no forma parte del objetivo de este artículo, utilizaré como premisa la misma solución ofrecida *de facto* por la Comisión Europea.

Una vez identificados los titulares de los derechos, desde el punto de vista de la organización de la oferta caben dos opciones:

- cada club vende directamente sus derechos a las televisiones, o
- estos derechos se venden a través de la asociación de clubes correspondiente o del organizador de la competición de que se trate²².

En la Unión Europea podemos encontrar ejemplos de todo tipo: desde la venta colectiva clásica del modelo inglés a través de la *Premier League* hasta la negociación individual del caso italiano.

La primera parte del tratamiento de esta cuestión es aceptada de manera generalizada: en principio, los acuerdos alcanzados por los clubes de fútbol para vender colectivamente los derechos televisivos correspondientes a determinada competición están inmersos en el ámbito de prohibición del art. 81 del Tratado.

Sin embargo, menos pacífico es el siguiente paso. Una vez reconocido que esos acuerdos son restrictivos de la competencia, cabe la posibilidad de que sean autorizados si los aspectos positivos de los mismos prevalecen sobre los efectos anticompetitivos.

En Estados Unidos esta cuestión se solucionó de manera tajante y clara en 1961 con la aprobación de la *Sports Broadcasting Act*, que declara exentos de la aplicación de la normativa de defensa de la competencia los acuerdos alcanzados por los equipos de *football*, béisbol, baloncesto y hockey para la venta colectiva de sus derechos televisivos.

La Comisión Europea tardó más en abordar este tema. Lo hizo por primera vez con motivo del asunto BBC/BSkyB²³ en el que se analizaban los acuerdos de venta colectiva de derechos de la *Premier League* a BBC y BSkyB para el período 1993-1997.

El mismo asunto que, posteriormente, sería solventado por el RPC de la manera que hemos visto en el apartado 2.2 de este artículo, fue resuelto por la Comisión Europea con menor determinación. Al igual que la investigación de la OFT, la Comisión no analizó sólo los efectos

²² En este caso lo habitual es establecer un sistema de repartición de los ingresos entre los clubes dependiendo de diversas variables: clasificación en los campeonatos anteriores, audiencia de los partidos televisados, etc.

²³ Comunicación de la Comisión en virtud del apartado 3 del art. 19 del Reglamento 17 (*DOCE*, núm. C 94, de 3 de abril de 1993).

de la venta colectiva de derechos, sino también, como veremos en el apartado siguiente, las restricciones derivadas de la duración de la exclusividad en la explotación de los mismos.

Respecto al primer aspecto, la Comisión se limitó a señalar que para determinar si la venta colectiva de derechos es una práctica prohibida por las normas de la competencia deben ponderarse adecuadamente los efectos positivos derivados de la misma, tales como la matización de las diferencias de ingresos entre los clubes más poderosos y los más débiles o el incentivo a las inversiones en el desarrollo de jugadores jóvenes (PONS, 1998).

La Comisión evitó hacer un pronunciamiento general recomendando la búsqueda de soluciones caso por caso.

Indudablemente, se trata de un tema muy complejo, como ponen de manifiesto las diferentes soluciones que se han dado en cada Estado miembro.

En el *Reino Unido*, el RPC, según señalábamos en el apartado 2.2, justificó la venta colectiva de derechos porque el valor patrimonial del producto que vende la *Premier League* está directamente ligado a la asociación de los equipos a esa competición y la alternativa que ofrece una venta individual de los mismos podría derivar en una situación caótica con perjuicios para consumidores y, en general, para los mercados de televisión.

En *España*, el Tribunal de Defensa de la Competencia tuvo la oportunidad de analizar indirectamente esta cuestión en la Resolución de 10 de junio de 1993 (Liga Nacional de Fútbol Profesional), en cuyo Fundamento Jurídico 1.a) se señala que:

«la gestión centralizada de dichos derechos por la Liga Nacional de Fútbol Profesional está amparada por la Ley del Deporte hasta tanto esté vigente el Plan de Saneamiento del Fútbol. En la fecha de redacción del pliego, el acuerdo interclubes, si existía, contaba con amparo legal».

No obstante, una vez el amparo de la Ley del Deporte ha desaparecido, la cuestión se mantiene abierta ante la posibilidad de que en próximas negociaciones la venta de derechos se haga de forma colectiva.

En *Italia*, la *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato* ha ofrecido una alternativa adicional en su Resolución de 1 de julio de 1999 en el Caso I362, *Vendita diritti televisivi*, en la que considera que, por un lado, los derechos relacionados con la retransmisión de resúmenes de los momentos estelares de cada jornada deben negociarse de forma colectiva ante la imposibilidad *de facto* de hacerlo de manera individual, y, por otro lado, los derechos relativos a la retransmisión de partidos en directo de la Primera y Segunda División deben negociarse de manera individual porque, en caso contrario, la Liga de Fútbol explotaría el poder de mercado derivado de la venta centralizada, incrementando los precios de estos derechos.

La decisión también ofrece una solución distinta para los derechos de retransmisión de los partidos correspondientes a la Copa. Según la *Autorità*, esta competición, basada en un procedimiento de eliminación directa de los equipos en las diferentes rondas clasificatorias, se caracteriza por la incertidumbre respecto al número de partidos que un equipo efectivamente disputará.

Por ello, la *Autorità* considera más racional que la venta de estos derechos se haga también de forma colectiva y, para ello, concedió una autorización singular por tres años (CASSINIS y FATTORI, 1999).

En *Holanda*, la *Nederlandse Mededingingsautoriteit* (NMa) ha declarado prohibida la venta colectiva de derechos televisivos de fútbol en una Resolución de 19 de noviembre de 2002. El argumento utilizado por la autoridad holandesa de defensa de la competencia es que la situación actual en la que la asociación de fútbol profesional, *Eredivisie N.V.*, vende colectivamente los derechos de los clubes genera una desventaja para los consumidores, dado que la televisión que adquirió los derechos emite un número reducido de partidos en directo²⁴ y correspondientes casi exclusivamente a los tres clubes más populares.

La NMa considera que si la venta de derechos se hiciera de forma individual, otras televisiones accederían a la puja y, de esta forma, los aficionados podrían disfrutar en televisión de un número mayor de partidos, especialmente, los de los clubes más modestos.

En *Alemania*, se ha adoptado una decisión similar a la de Estados Unidos a través de una enmienda de 1 de enero de 1999 introducida en la sección 31 de la *Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen* (GWB). Esta enmienda supone una exención de la aplicación de la normativa de defensa de la competencia para la venta colectiva de derechos de retransmisión televisiva de competiciones deportivas siempre que las asociaciones correspondientes destinen parte de los beneficios al fomento del deporte *amateur* entre los jóvenes.

En *Francia*, la solución es similar a la de Alemania pero anterior en el tiempo. Los arts. 17 y 18 de la Ley 84-610, de 16 de julio de 1984, designan a la Federación Nacional de Fútbol como la autoridad responsable de la explotación de los derechos televisivos de los partidos oficiales con la obligación de repartir los ingresos correspondientes entre los clubes.

En fin, como podemos comprobar, las autoridades de cada uno de los Estados miembros han ofrecido sus propias soluciones a una cuestión aún no resuelta de forma pacífica por la doctrina.

Por lo que se refiere a la opinión actual de la Comisión Europea, no abundan los casos en los que ésta haya tratado específicamente este

²⁴ Según los datos de la resolución, 44 de los 306 partidos que se disputan anualmente en el marco de la Primera División.

asunto dado que la mayor parte de expedientes abiertos tienen una naturaleza nacional sin afectación al comercio entre los Estados miembros.

Sin embargo, recientemente la Comisión ha publicado un aviso con arreglo al apartado 3 del art. 19 del Reglamento núm.º 17 en el asunto Venta conjunta de los derechos mediáticos de la Liga de Campeones de la UEFA sobre una base exclusiva²⁵ que puede considerarse como el texto recopilatorio de la doctrina comunitaria en esta materia. El apartado 3.3 de este artículo está dedicado específicamente a analizar este aviso.

Por último, cabe señalar que también existe otra posibilidad de restricción horizontal de la competencia en esta materia. Se trata del supuesto en que diversas televisiones alcanzan un acuerdo para adquirir conjuntamente estos derechos.

En este caso la opinión de la Comisión es más desconocida por una mayor ausencia de expedientes relevantes. No obstante, en principio, esta práctica también podría ser autorizada si las partes demuestran que individualmente no hubieran podido competir con televisiones con mayor poder financiero y acceder, de esta forma, a la adquisición de esos derechos (PONS, 1998). Estos acuerdos podrían, incluso, llegar a ser considerados como pro-competitivos (SCHAUB, 2002).

B. RESTRICCIONES VERTICALES: EXCLUSIVIDAD

El segundo aspecto característico de las relaciones entre fútbol y televisión que mayor preocupación ha generado en la Comisión Europea, desde el punto de vista de su relación con las normas de defensa de la competencia, es el efecto que se deriva de la adquisición de los derechos televisivos en régimen de exclusividad por un largo período de tiempo.

Al igual que en el caso anterior, el primer acercamiento de la Comisión Europea a esta cuestión se produjo con motivo del asunto BBC/BSkyB, mencionado anteriormente y que ha servido de base para el desarrollo doctrinal posterior.

Las palabras de Jean François PONS (PONS, 1998) resumen perfectamente la filosofía que la Comisión Europea aplicó a ese asunto:

«competition problems arise if the duration of the exclusivity is long or the scope of the rights is wide, but there may be circumstances in which a long period of exclusivity can be justified, for example, to allow a new broadcaster to become established on the market or to help launch risky new technology. In certain circumstances, sublicensing may be the only fair and competitive solution if an agreement for important exclusive rights, such as for example for the Olympic Games, would otherwise removes the availability of those rights to other broadcasters. In most cases, however, sublicensing is not a

²⁵ COMP/C.2/37.398.

satisfactory or convenient way to solve competition problems, because disputes may remain about the terms of sublicenses».

Por un lado, la Comisión Europea es sensible al argumento de las televisiones de pago que consideran necesaria la adquisición de este tipo de derechos en régimen de exclusividad para la correcta explotación de su valor comercial ²⁶.

Pero, al mismo tiempo, expresa su preocupación sobre la posibilidad de que esta exclusividad extendida a un período largo de tiempo distorsione las condiciones de competencia en el mercado de la televisión de pago o suponga una barrera a la entrada de nuevos competidores.

La solución que la Comisión Europea ha dado a esta preocupación es doble: limitación del período de tiempo por el que se adquieren los derechos en exclusividad y distribución de los derechos en varios grupos para que todas las televisiones interesadas puedan incluir contenidos futbolísticos de interés en su programación.

En un primer momento, en el marco del expediente ya citado BBC/BSkyB, la Comisión Europea no objetó que el acuerdo de exclusividad alcanzado entre la *Premier League* y BBC y BSkyB alcanzara un período de tiempo de cinco años, pero, posteriormente, ha establecido el límite razonable en los tres años.

No obstante, la propia Comisión admite que en determinadas circunstancias el período de tres años podría ampliarse (TOFT, 2003):

«Such is the case when a new operator needs TV sports rights to ensure the successful entry into the television market. It is also the case when an operator wishes to develop a new technology, which requires heavy investments».

El caso ya comentado anteriormente y que se detallará en el siguiente apartado: *Venta conjunta de los derechos mediáticos de la Liga de Campeones de la UEFA sobre una base exclusiva*, es el que mejor pone de manifiesto la doctrina de la Comisión Europea en esta materia ²⁷.

También este asunto es determinante para entender cómo la Comisión ha tratado de eliminar los efectos restrictivos de la competencia derivados de la exclusividad mediante la agrupación de los derechos en distintos paquetes en aras a garantizar el acceso a contenidos futbolísticos a todas las televisiones interesadas.

Ésta es una solución que el Tribunal de Defensa de la Competencia ya identificó en la Resolución de 10 de junio de 1993 (Liga Nacional

²⁶ Como señala Luis BERENGUER (BERENGUER, 2002), el Parlamento Europeo también se ha manifestado en esta línea: *Resolución sobre la retransmisión de acontecimientos deportivos*, de 22 de mayo de 1996 (B40326/96).

²⁷ La doctrina de los tres años ya se vislumbra en el asunto Telefónica/Sogecable/Audiovisual Sport - IV-C2/36.438, en el que la Comisión Europea limita a ese período la explotación exclusiva de los derechos bajo la modalidad de pago por visión.

de Fútbol Profesional) cuando en su Fundamento Jurídico 9.3 se señalaba que:

«los contratos de cesión de derechos de emisión de fútbol en exclusiva pueden ser muy favorables para el consumidor y para la industria de la televisión y para el propio desarrollo de la competencia. Pero para que esto suceda deben cumplirse los siguientes requisitos: [...] — distribución en diversos bloques [...]».

Por su parte, las autoridades italianas han dado una solución distinta a esta preocupación.

En Italia, la Ley 78/1999 prohíbe en su art. 2.1 que una televisión posea más del 60 por 100 de los derechos de retransmisión televisiva de partidos de fútbol de la Primera División en régimen de explotación exclusiva²⁸. El objetivo de esta prohibición es evitar que ninguna televisión de pago utilice la exclusividad de este tipo de contenidos para fortalecer su posición de dominio o distorsionar las condiciones de competencia en el mercado de la televisión de pago²⁹.

El problema derivado de esta prohibición, como se ha puesto de manifiesto en estos últimos años, es que los aficionados italianos deberían abonarse a las dos televisiones de pago propietarias de derechos de retransmisión de partidos de la Primera División (Telepiú y Stream) para poder disfrutar de todos los partidos de su equipo preferido.

Esta solución, que permite repartir los derechos entre las dos plataformas de televisión de pago vía satélite, supone, sin embargo, un coste añadido para los consumidores.

C. NUEVA ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE LA UEFA CHAMPIONS LEAGUE

La solución dada por la Comisión Europea al asunto Venta conjunta de los derechos mediáticos de la Liga de Campeones de la UEFA sobre una base exclusiva supone la consolidación de su doctrina en esta materia.

El enfoque es el siguiente: la suma de las restricciones horizontales y verticales derivadas de la venta colectiva de derechos y el régimen de exclusividad por el que se adquieren los mismos no sólo puede generar distorsiones en el desarrollo de la competencia en los mercados de televisión, sino que, además, provoca una situación en la que una buena

²⁸ Además, la propia Ley 78/1999 otorga poderes a la *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato* para modificar este límite cuando las condiciones de competencia en el mercado de la televisión de pago lo requieran. No tendría sentido mantener ese límite si sólo existiera una televisión interesada en adquirir estos derechos.

²⁹ A los pocos meses de la entrada en vigor de la Ley, Telepiú se vio obligada a renunciar a parte de los derechos que había adquirido para cumplir con el límite del 60 por 100. Caso SR1 Telepiú, *AGCM bulletin*, núm. 29-30/1999.

parte de los derechos adquiridos no son utilizados con el consiguiente perjuicio para los aficionados ³⁰.

Partiendo de estas premisas, la Comisión analiza la venta colectiva de los derechos de la Liga de Campeones por parte de la UEFA.

La UEFA es una sociedad mercantil con sede en Suiza que se constituye como asociación de 52 asociaciones nacionales de fútbol, de las que 21 se sitúan en el Espacio Económico Europeo (EEE). La UEFA ostenta los derechos comerciales de la Liga de Campeones, que le han sido cedidos por cada uno de los clubes de fútbol participantes en esta competición, y negocia y celebra contratos referentes a la explotación de dichos derechos. La política comercial de la UEFA era vender los derechos televisivos en un paquete único a un solo organismo de radiodifusión por Estado miembro.

Ante esta situación, el 19 de julio de 2001 la Comisión Europea presentó un pliego de cargos en el que consideraba que esta venta colectiva de derechos infringía el art. 81.1 del Tratado CE y que no podía acogerse a la exención prevista en el art. 81.3 ³¹.

La UEFA formuló su respuesta formal al pliego de cargos con el envío de una nueva política comercial en la que mantenía la venta colectiva de derechos, pero afrontaba de una manera novedosa las preocupaciones de la Comisión en lo relativo a las distorsiones que generaba esa modalidad de venta en la competencia en los mercados de televisión, así como las ineficiencias que se derivaban de la no explotación de una buena parte de los derechos que se adquirirían.

La Comisión consideró que este nuevo acuerdo eliminaba sus preocupaciones y concedió su beneplácito a través de un aviso publicado el 17 de agosto de 2002 con arreglo al apartado 3 del art. 19 del Reglamento núm.º 17 en el asunto Venta conjunta de los derechos mediáticos de la Liga de Campeones de la UEFA sobre una base exclusiva ³².

Las novedades introducidas por la UEFA en su nueva política comercial eran, en suma, las siguientes:

- la oferta de derechos se repartirá en varios paquetes ³³;
- en el supuesto de que la UEFA no haya logrado vender los derechos correspondientes a los partidos no incluidos en los paquetes anteriores,

³⁰ A modo de ejemplo, en el Reino Unido se retransmiten en directo menos del 25 por 100 de los partidos disputados en la *Premier League*, y, en Holanda, esta cifra es inferior al 15 por 100. Esto es así a pesar de que las televisiones que han adquirido los derechos correspondientes lo han hecho respecto al 100 por 100 de los partidos.

³¹ El pliego de cargos era la respuesta de la Comisión a la solicitud de declaración negativa con arreglo al apartado 1 del art. 81 del Tratado CE que había solicitado la UEFA el 1 de febrero de 1999.

³² COMP/C.2/37.398.

³³ El paquete más atractivo incluirá generalmente el derecho a escoger dos partidos por jornada en primera y tercera opción. Además, existen otros paquetes con la segunda y cuarta opción por jornada, con momentos estelares o con la posibilidad de emitir partidos en diferido.

los clubes que participen en los mismos podrán vender individualmente esos derechos;

— los contratos se extenderán a un período no superior a los tres años, y

— se separan los derechos de retransmisión televisiva de los correspondientes a otros medios audiovisuales.

Mediante la agrupación de los derechos en paquetes se facilita que diferentes televisiones de cada país tengan acceso a alguno de los paquetes ofertados.

De esta forma, se eliminan dos de las preocupaciones manifestadas por la Comisión: el número de derechos adquiridos y, posteriormente, no explotados es menor e, incluso, inexistente y desaparecen las distorsiones en el mercado de la televisión de pago, dado que todos los operadores interesados podrán incluir en su programación una parte del producto «UEFA Champions League».

Estos efectos positivos se refuerzan con la posibilidad de que cada club negocie individualmente los derechos de los partidos que la UEFA no haya logrado vender.

Por otra parte, el riesgo de cierre de mercado derivado de la adquisición de los derechos por un período largo de tiempo se mitiga con el límite de tres años.

Asimismo, se abre una nueva vía de competencia con la separación de los derechos correspondientes a la retransmisión televisiva de los relativos a las nuevas tecnologías como Internet o UMTS. Actualmente, la explotación comercial de estos derechos aparece muy limitada pero la Comisión considera que esta nueva política abre alternativas de desarrollo.

Aunque no es un asunto cerrado definitivamente (TOFT, 2003), la Comisión Europea parece haber encontrado una solución adecuada a la realidad económica y deportiva de las competiciones futbolísticas que, al mismo tiempo, no genera distorsiones en la competencia en los mercados de televisión ni daña los intereses de los consumidores³⁴.

4. CONSIDERACIONES FINALES

En las páginas precedentes hemos podido comparar las diversas soluciones que tanto desde la Comisión Europea como desde las autoridades nacionales se han ofrecido a las cuestiones que en materia de defensa de la competencia suscitan las prácticas características de las relaciones contractuales entre fútbol y televisión.

³⁴ Esta misma solución es la que ha ofrecido el Tribunal de Defensa de la Competencia español en su informe sobre la operación de absorción de Vía Digital por parte de Sogecable. C74/02 Sogecable/Vía Digital.

Como hemos podido observar, ésta es una cuestión que en Europa ha comenzado a analizarse con detalle muy recientemente y, por ello, aún permanecen algunos aspectos sin dilucidar, aunque los principios fundamentales parecen cada vez mejor asentados.

Siendo consciente que es muy amplio el abanico de temas afectados por la relación entre fútbol y televisión, he optado por centrar el análisis en sólo dos de ellos: las restricciones horizontales derivadas de la venta colectiva de derechos televisivos por parte de los clubes y las restricciones verticales derivadas, por un lado, de la venta de estos derechos en régimen de exclusividad por largos períodos de tiempo y, por otro, de la integración de clubes de fútbol y televisiones.

Respecto a las restricciones horizontales parece claro que se trata de un asunto complejo, como pone de manifiesto la diversidad de soluciones que las autoridades de defensa de la competencia de los Estados miembros han ofrecido.

En primer lugar, es indudable que cualquier solución debe partir por determinar con claridad la titularidad de los derechos correspondientes.

Esto debe ser así porque si consideráramos que el titular de los derechos es la asociación de clubes correspondiente o el organizador de la competición en el marco de la cual se van a desarrollar los partidos, tendríamos el problema resuelto.

En este caso no se trataría de una conducta prohibida, puesto que no estaríamos ante un acuerdo entre competidores, sino ante una relación contractual bilateral normal en la que el titular de unos derechos vende la explotación de los mismos a un comprador. No habría acuerdo entre los clubes, puesto que ellos no serían los titulares de los derechos.

El problema aparece si, por el contrario, consideramos, como de hecho ocurre en casi todos los países, que los titulares de los derechos son los clubes. En este supuesto caben pocas dudas de que estamos ante un acuerdo colusorio prohibido por el art. 81 del Tratado CE y, por consiguiente, los correspondientes artículos de cada una de las legislaciones de defensa de la competencia de los Estados miembros.

Hasta aquí, todos de acuerdo. Pero una vez llegados a este punto, las soluciones, como hemos podido comprobar, son diversas:

— se puede considerar que los beneficios derivados de esta venta colectiva no son suficientes para paliar los efectos restrictivos de la competencia, o

— se puede considerar que debe analizarse caso por caso para ponderar correctamente los beneficios y, en su caso, conceder la autorización singular correspondiente, o

— se puede considerar de forma general que los beneficios son mayores que los efectos restrictivos de la competencia y, por tanto, la venta colectiva de este tipo de derechos merece quedar exenta de la aplicación

de las leyes de defensa de la competencia mediante la promulgación de la norma de exención correspondiente.

Desde mi punto de vista, existen argumentos suficientes para justificar la singularidad de esta materia, pero que, al mismo tiempo, sirven para argumentar cualquiera de las tres posiciones anteriores.

A favor de la prohibición de la venta colectiva de derechos podemos utilizar los siguientes argumentos:

— en principio, una sola televisión adquirirá los derechos de los acontecimientos deportivos más populares y esta situación puede generar una distorsión en las condiciones de competencia en el mercado de la televisión de pago, y

— se refuerza el poder de negociación del oferente, con lo cual se incrementa el coste de adquisición de los derechos para las televisiones.

Respecto al primer argumento, la decisión de la Comisión Europea en el asunto sobre la venta conjunta de los derechos de la Liga de Campeones de la UEFA ofrece una respuesta razonable. La venta de derechos divididos en diferentes paquetes da acceso a todas las televisiones interesadas a incluir en su programación este tipo de retransmisiones.

Respecto al segundo argumento, no está empíricamente demostrado que la venta colectiva de derechos encarezca los precios. Por el contrario, la realidad demuestra que este incremento de precios se ha producido tanto en países en los que la venta se ha llevado a cabo de forma colectiva (Reino Unido) como en los que se hace de manera individual (Italia).

En realidad, el aumento está más relacionado con la llegada de las televisiones de pago, que no valoran el coste de adquisición de estos derechos en función de los ingresos publicitarios previstos, como hacen tradicionalmente las televisiones en abierto, sino, más bien, como un contenido *premium* imprescindible para ofrecer una programación atractiva que incremente el número de abonados.

Una vez analizados los argumentos en contra de la venta colectiva, también encontramos otros argumentos a su favor.

En primer lugar, no están claros los mecanismos a través de los cuales se materializaría la competencia entre clubes si la venta fuera individual. El mecanismo más lógico es que cada club trate de ser más popular que el resto y alcanzar las mejores clasificaciones en el terreno deportivo. Esta competencia existirá igualmente en el caso de que la venta de derechos sea colectiva, puesto que es inherente a la práctica deportiva e independiente de la comercialización de los derechos televisivos.

Al mismo tiempo, no debemos olvidar, como señala acertadamente Santiago MARTÍNEZ-LAGE (MARTÍNEZ-LAGE, 1998), que, a diferencia de otros sectores de la actividad económica, ningún club de fútbol aspira a la desaparición de sus competidores, porque, en ese momento, dejaría de tener sentido la competición.

Alexander SCHAUB (SCHAUB, 2002) también ha expresado la misma idea:

«The Commission is of course aware that there is a difference between the way competition works in sport and in other economic sectors. In sport, the aim of the game is not to eliminate the weaker competitors. There is interdependence between competing adversaries and a need to maintain a balance between them to preserve uncertainty as to results and a degree of equality in order to maintain the spectators' interest».

De otra manera, Paolo CASSINIS y Piero FATTORI también desarrollan una idea similar (CASSINIS y FATTORI, 1999):

«It is widely recognized that the evaluation of the potential restrictiveness of agreements between professional sports clubs needs to be conducted in a careful and balanced manner, since cooperation in this sector is, to some extent, needed».

Estos argumentos son contundentes para demostrar que el desarrollo de la competencia en esta actividad deportiva conlleva la preservación de un cierto grado de igualdad entre los clubes que derive en incertidumbre en los resultados.

Desde mi punto de vista, esta realidad es mejor afrontada desde la venta colectiva de derechos que desde una venta individual que pueda derivar en un incremento de las desigualdades e, incluso, en la desaparición de aquellos clubes menos populares. A esta misma conclusión llega también la Comisión Europea en el Informe Helsinki ³⁵.

De hecho, hemos sido testigos recientemente de algunos extremos que ponen en duda los beneficios para los consumidores de una competencia abierta entre los clubes para cerrar contratos televisivos. Los equipos de fútbol más modestos de las Ligas italiana y griega decidieron emprender una huelga y, por consiguiente, paralizaron el inicio de las competiciones porque se consideraron perjudicados en sus contratos televisivos respecto a lo obtenido por los clubes más populares.

Esta situación derivada de una negociación individual, indudablemente, generó un perjuicio para los aficionados a este deporte en estos países así como para las propias televisiones.

Por otro lado, en los casos en los que sean diversas las televisiones que adquieran los derechos de los clubes se generarían problemas adicionales. Un ejemplo típico es la necesidad de instrumentar mecanismos de resolución de los conflictos que podrían derivarse de los partidos disputados por clubes que hayan vendido sus derechos a televisiones distintas. La fórmula de la reciprocidad que rige la situación en Italia no parece la más justa ni se puede imponer.

³⁵ Informe de la Comisión al Consejo Europeo con la perspectiva de la salvaguardia de las estructuras actuales y del mantenimiento de la función social del deporte en el marco comunitario. Informe de Helsinki sobre el deporte de 10 de diciembre de 1999. COM (1999) 644.

En caso de no alcanzar estos mecanismos de coordinación, de nuevo, serían los consumidores-aficionados los mayores perjudicados. Y si se alcanzaran cabría plantearse, como hace Luis BERENGUER (BERENGUER, 2002), que igualmente supondrían un acuerdo colusorio prohibido por las normas de la competencia.

En fin, existen argumentos para justificar diversas posiciones, pero, desde mi punto de vista, son de mayor solidez los que favorecen la exención. Incluso, existen otros argumentos que van más allá de los estrictamente comerciales, como señala Alexander SCHAUB (SCHAUB, 2002):

«In this context, specific factors such as the possible link between the joint selling of rights and financial solidarity between clubs or between professional and amateur sport could be taken into consideration».

Por lo que se refiere a las restricciones verticales derivadas del régimen de exclusividad bajo el que se comercializan estos derechos, cualquier análisis sobre su impacto en la situación de competencia en los mercados de televisión debe partir del reconocimiento de las singularidades del valor televisivo de los eventos futbolísticos:

— a diferencia de otro tipo de contenidos televisivos, el valor de los partidos de fútbol prácticamente se agota con la retransmisión en directo, y

— la sustituibilidad de este producto es muy reducida, puesto que el valor que los aficionados otorgan a cada partido de fútbol es único y está directamente relacionado con los equipos que participan, la competición en la que se desarrolla e, incluso, el momento preciso en que tiene lugar dentro de esa competición.

A estas dos singularidades debe añadirse que, al igual que ocurre con el resto de contenidos considerados *premium*, el valor de la retransmisión televisiva de eventos futbolísticos presupone la exclusividad.

Si un mismo partido de fútbol pudiera ser ofrecido en abierto por varias televisiones al mismo tiempo, el valor de esta retransmisión para las televisiones sería muy inferior e, incluso, desaparecería en el caso de las televisiones de pago.

No debemos olvidar que una de las claves que determina la competencia entre las televisiones y, en especial, entre las de pago es la diferenciación de la oferta de programación. Sin diferenciación de producto, la competencia entre televisiones no encuentra huecos para desarrollarse.

Una vez reconocidas estas cuestiones, es indudable que la explotación en exclusiva de estos derechos por un período largo de tiempo puede distorsionar las condiciones de competencia en el mercado de la televisión de pago, dado que uno de los contenidos claves para cualquier operador que aspire a alcanzar una masa de abonados suficiente para rentabilizar su negocio dejaría de estar accesible.

La situación en Argentina es un ejemplo extremo pero ilustrativo de esta realidad. La Asociación de Fútbol de Argentina (AFA) ha vendido a una televisión de pago los derechos televisivos correspondientes a los partidos desarrollados en el marco de la Liga nacional así como los de la selección por un período de... ¡99 años!

Indudablemente, en un país como Argentina en el que el fútbol es el deporte más popular, cualquier operador de televisión interesado en entrar en este mercado encontrará una barrera muy importante al verse totalmente privado de estos contenidos deportivos.

La alternativa ofrecida por la Comisión Europea es más adecuada a la realidad económica y comercial característica de la negociación de estos derechos y afronta con garantías los posibles riesgos sobre la competencia.

Por un lado, la limitación del período de exclusividad a un máximo de tres años garantiza la existencia de competencia de forma periódica en la negociación previa a la adquisición de los derechos.

Por otro lado, la agrupación de estos derechos en paquetes permite que todas las televisiones interesadas en programar estos contenidos tengan acceso a una parte de los mismos.

En fin, se trata de una materia muy compleja que por su tratamiento reciente aún se encuentra en un proceso de consolidación doctrinal. Además, el nuevo papel que habrán de desempeñar las tecnologías de la información en la relación entre fútbol y televisión contribuirá a introducir complejidades añadidas.

BIBLIOGRAFÍA

- BAIMBRIDGE, M.; CAMERON, S., y DAWSON, P. M. (1996), «Satellite television and the demand for football: a whole new ball game?», *Scottish Journal of Political Economy*, núm. 43, pp. 317-33.
- BERENGUER, LUIS (2002), *Algunas consideraciones sobre el derecho de la competencia y la retransmisión de acontecimientos deportivos*, Conferencia en el Día de la Competencia, Madrid, 26 de febrero.
- BUCCIROSSI, P., y PEZZOLI, A. (1996), «Calcio, Diritti televisivi e concorrenza», *Concorrenza e Mercato*, núm. 4/1996.
- CAMERON, S. (1997), «Regulation of the broadcasting of sporting events», *Economic Affairs*, núm. 17, pp. 37-41.
- CASSINIS, Paolo, y FATTONI, Piero (1999), «Competition law and collective negotiation of the Broadcasting rights to sports events, The recent case of the Italian football league», *Anuario de la Competencia*, Madrid, 1999.
- DEEG, P., y RINGEL, F. (1999), Central marketing of television broadcasting rights by the German Football Association, *Communications Law*, vol. 4, núm. 2/1999.
- DOBSON, Stephen, y GODDARD, John (2001), *The Economics of Football*, Cambridge University Press.

- HAMIL, S.; MICHIE, J., y OUGHTON, C. (eds.) (1999), *The Business of Football, A Game of Two Halves*, Edinburgh, Mainstream.
- HAMIL, S.; MICHIE, J.; OUGHTON, C., y WARBY, S. (eds.) (2000), *Football in the Digital Age, Whose Game is it Anyway?*, Edinburgh, Mainstream.
- MARTÍNEZ-LAGE, Santiago (1998), «La negociación colectiva de los derechos de las transmisiones deportivas», *Gaceta Jurídica de la CE*, Madrid, noviembre.
- MOBLEY, S. (1999), *Broadcasting of sports events and competition law*, Conferencia IBC, Bruselas, octubre.
- MONOPOLIES AND MERGERS COMMISSION (1999), *British Sky Broadcasting Group PLC and Manchester United PLC: A Report on the Proposed Merger*, London, TSO, Cm 4305.
- PALOMAR, Alberto, y DESCALZO, Antonio (2001), *Los derechos de imagen en el ámbito del deporte profesional. Especial referencia al fútbol*, Dykinson.
- PONS, Jean François (1998), *The Future of Broadcasting*, Conferencia en el *Institute of Economic Affairs*, Londres, 29 de junio.
- ROBERTS, G. R. (1999), *Antitrust and Sports Broadcasting in the United States*, Conferencia IBC Sport Broadcasting and EC competition Law, Londres, octubre.
- SCHAUB, Alexander (2002), *Sports and competition, broadcasting rights of sports events*, Conferencia en el Día de la Competencia, Madrid, 26 de febrero.
- TOFT, Torben (2003), *TV Rights of Sports Events*, Conferencia en el Seminario Broadcasting Competition Law, Bruselas, 15 de enero.
- VAN MIERT, Karel (1997), «Sport et Concurrence. Développements récents et action de la Commission», *Revue du Marché Unique Européen*, 4/1997.
- VICKERS, John (2002), *Future of Broadcasting*, Conferencia en el *Institute of Economic Affairs*, Londres, 24 de junio.