

LOS DERECHOS DE TRANSMISIÓN EN EL FÚTBOL PROFESIONAL PERUANO

José Antonio Abanto Valdivieso

En lo que va del año 2022, se advierte que los partidos de fútbol de la liga de fútbol profesional peruano se transmiten mediante dos operadores: Consorcio Fútbol Perú y Willax Televisión. En el primero, se difunden por señal de cable los partidos de la mayoría de los clubes profesionales mientras que en el segundo se transmiten los partidos como local de los clubes Atlético Grau, Carlos Stein y ADT de Tarma.

En febrero de 2022, hubo un incidente entre el Consorcio Fútbol Perú y la Federación Peruana de Fútbol - FPF. El primero remitió una carta a dicha federación exigiendo dejar de ofrecer derechos de transmisión a terceros, respetando la exclusividad de sus derechos y su derecho de preferencia. En el primer párrafo de su comunicación señalaba lo siguiente:

“Lamentablemente, hemos tomado conocimiento de que, nuevamente, la Federación Peruana de Fútbol (en adelante, FPF), ha estado ofreciendo derechos de transmisión, esta vez, de los partidos de fútbol de la Liga 1, pese a que saben ello terminantemente prohibido”.

No obstante la referida comunicación, la transmisión de los partidos de fútbol de la Liga 1 Betson 2022 se desarrolla a través de los dos operadores anteriormente mencionados: Consorcio Fútbol Perú y Willax Televisión, bajo las características ya señaladas. Ello nos ha llevado a indagar sobre el tratamiento de los derechos de transmisión de los eventos deportivos que genera el fútbol profesional peruano. En el sistema jurídico peruano, cabe resaltar la norma establecida en el artículo 61 de la Constitución Política, que establece, con carácter mandatario, lo siguiente:

“El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios. La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social; y, en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente, por parte del Estado ni de particulares”.

Como se podrá advertir, la norma constitucional transcrita contiene un mandato explícito que prohíbe a que la prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social pueda ser objeto de exclusividad y, desde esta óptica, el que existan dos operadores en el mercado nacional para la transmisión de los partidos del campeonato profesional de fútbol en este año 2022, se enmarca dentro del orden constitucional y evita, desde nuestro punto de vista, que se genere un abuso de posición

de dominio que la ley peruana no admite (artículo 10 del Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas), como sí ocurría en los campeonatos de años anteriores cuando los partidos de fútbol de la Liga 1 eran transmitidos únicamente por un solo operador.

Ahora bien, la legislación peruana, a diferencia de otros ordenamientos, no contiene normas de intervención sobre los derechos de transmisión de los eventos deportivos, mucho menos, uno específico sobre los partidos del fútbol profesional, por lo que estos contratos se rigen aún en el ámbito de la autonomía de la voluntad de los sujetos involucrados, vale decir, la Federación Peruana de Fútbol, los clubes¹ y los operadores del servicio de transmisión. En principio, cabe señalar que en el artículo 159 del Reglamento de la Liga 1 Betson 2022, que es el reglamento de la Liga 1 del fútbol profesional peruano, se establece lo siguiente:

“La FPF (siglas que corresponden a la Federación Peruana de Fútbol) respetará todo aquel acuerdo o contrato suscrito por los clubes en relación con sus derechos de transmisión televisa de aquellos partidos en el que ejerzan su condición de local y que hayan suscrito y registrado en la FPF o comunicados a la FPF antes del 22 de octubre de 2021”.

Por lo indicado en el Reglamento de la Liga 1, los contratos de transmisión de los partidos de fútbol profesional son gestionados y negociados directamente por los propios clubes, lo que nos lleva a referirnos, con la ayuda de la doctrina especializada², sobre los modelos de negociación, a fin de determinar sus ventajas, desventajas, fortalezas y debilidades y, en mérito de ello, proponer el modelo que pueda convenir al ámbito deportivo peruano.

De acuerdo a lo señalado por José Vicente García Santamaría, autor al que recurrimos, un primer modelo es el individualizado, en el cual las empresas de televisión y los clubes acuerdan entre sí la cuantía y condiciones de explotación de los derechos de transmisión. Este modelo se aplica en Brasil donde los clubes negocian directamente

¹<https://www.glocalabogados.com/crisis-en-el-futbol-como-es-el-manejo-de-los-derechos-audiovisuales-del-futbol-en-el-mundo-y-su-comparacion-con-la-argentina/>, Di Pietro Nicolás Mario, en un artículo titulado “Crisis en el fútbol: cómo es el manejo de los derechos audiovisuales en el mundo y su comparación con la Argentina”, publicado en la dirección electrónica precedente, señala que los titulares de los derechos televisivos en un evento deportivo son los propios deportistas, los clubes y las federaciones nacionales, aunque luego explica que, en lo relativo a los jugadores, éstos al momento de suscribir sus contratos de trabajo, ceden al club la explotación de la imagen.

² <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero086/derechos-de-futbol-y-retransmisiones-deportivas-en-europa/>. En un artículo publicado en la dirección electrónica precedente, titulado “Derechos de fútbol y retransmisiones deportivas en Europa”, de José Vicente García Santamaría, este autor hace un interesante y claro desarrollo de los modelos de negociación y venta de los derechos de transmisión.

con las cadenas Globo y Warner Media³. El segundo modelo es el centralizado, en el que los clubes ceden sus derechos a un organismo central que es el encargado de negociar y suscribir el contrato con las plataformas televisivas, la cuantía y las condiciones de la explotación. Este modelo es el más extendido y se aplica en países como Francia, Reino Unido, Argentina, Chile, por mencionar algunos.

Es evidente que en el Perú se ha seguido, hasta la actualidad, el modelo individualizado, con la única condición de que el contrato suscrito por el club se haya registrado en la Federación Peruana de Fútbol, tal como lo establece la parte final del artículo 159 del Reglamento de la Liga 1 Betson 2022.

En el modelo individualizado de comercialización, se sostiene como una ventaja el que no haya intermediarios entre el club y el operador de la plataforma audiovisual, lo que posibilita que el club pueda negociar en los términos más convenientes a su organización. Sin embargo, se objeta que este modelo genera necesariamente múltiples acuerdos o contratos, no necesariamente similares en condiciones, por el contrario, impulsa la desigualdad en la medida que las condiciones contractuales pueden variar si se trata de un club de gran arraigo o no, siendo notoriamente desventajoso para los denominados “equipos chicos”.

En lo que se refiere al modelo centralizado, los clubes ceden sus derechos a una organización central, que podría ser la propia federación nacional o la liga para que ésta sea la que negocie con el o los operadores del servicio de transmisión, debiendo acordarse previamente, entre los clubes y el organismo central, la forma de distribución de los ingresos generados por los referidos derechos. Al respecto, resulta muy esclarecedor, uno de los fundamentos esgrimidos en la exposición de motivos del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, de España, sobre la comercialización centralizada:

“El contenido de esta disposición gira sobre tres ejes fundamentales. Por una parte, aunque la titularidad de los derechos audiovisuales de retransmisión en directo y/o diferido, en su integridad o en versiones resumidas y/o fragmentadas de los encuentros de las competiciones de fútbol profesional se atribuye a los clubes o entidades participantes, se establece la obligación de ceder las facultades de su comercialización conjunta a las entidades organizadoras, es decir, a la Liga Nacional de Fútbol Profesional en el caso del Campeonato Nacional de la Liga de Primera y Segunda División, y a la Real Federación Española de Fútbol respecto de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España. Estas entidades están obligadas a comercializar los derechos cedidos mediante sistemas de adjudicación y explotación que respeten los principios de igualdad y de

³ Información obtenida en la siguiente dirección electrónica:

<https://deportesinc.com/investigacion-deportes-inc/derechos-de-transmision-en-sudamerica/>

libertad de empresa y dentro del marco general de las normas nacionales y comunitarias en materia de competencia”.

La tendencia actual, a nivel internacional, es el modelo centralizado, tendencia que, al parecer, ya es irreversible, sobre todo porque los Estatutos de la FIFA, en su más reciente versión, establece en su artículo 67 que “*La FIFA, sus federaciones miembro y las confederaciones serán los propietarios originales de todos los derechos de competiciones y otros actos que emanen de sus respectivas jurisdicciones, sin restricción alguna en lo que respecta al contenido, el tiempo, el lugar o la legislación. Estos derechos incluyen, entre otros, todo tipo de derechos patrimoniales, de grabación y difusión audiovisuales, multimedia, promocionales y de comercialización y marketing, así como los derechos inmateriales tales como los derechos de marcas y los de autor*”.

En lo que se refiere al Perú, el Estatuto de la Federación Peruana de Fútbol contiene una norma similar a la transcrita en el párrafo anterior. El artículo 77 de su Estatuto establece lo siguiente:

“La FPF es propietaria original de todos los derechos que emanen de las competiciones de fútbol asociación y de todas sus disciplinas y otros actos que se realizan en su jurisdicción, sin ningún tipo de restricción respecto al contenido, el tiempo, el lugar o legislación. Estos derechos comprenden, entre otros, toda clase de derechos de orden económico, de grabación, reproducción y difusión audiovisuales, derechos multimedia, derechos de marketing y promocionales y derechos inmateriales, como los emblemas, y otros derechos que emanen del derecho de propiedad intelectual”.

En mérito a ello, no cabe duda que una vez finalizados los contratos que actualmente tienen los clubes con los actuales operadores de transmisión, el régimen a aplicarse será el modelo centralizado de comercialización a cargo de la Federación Peruana de Fútbol, no obstante que, en mi opinión, sería conveniente evaluar previamente una serie de factores propios de la coyuntura nacional: la dimensión geográfica y de potenciales clientes del mercado⁴, la cantidad de operadores de las plataformas audiovisuales con la infraestructura y capacidad técnica adecuadas, así como el nivel de desarrollo del fútbol local. El Perú sigue siendo, pese a los avances y logros obtenidos en materia económica, un mercado pequeño con un fútbol que a nivel de clubes no ha tenido mayores distinciones y logros, salvo la selección nacional.

En este sentido, consideramos que hay aspectos necesarios que tendrá que considerar la Federación Peruana de Fútbol para este fin:

⁴ Rodrigo Ovalle Castrillón, en su libro “Gestión y Marketing del Deporte”, editado por Abra Corp, Ovalle Asociados Gestión Deportiva y el Instituto Peruano del Deporte, año 2010, tercera edición, señala que “El mercado del deporte está en crecimiento, por tanto las organizaciones deportivas están obligadas a organizarse de forma creativa tanto en el desarrollo de nuevos productos, su personal y la gestión. Sólo así podrán capitalizar las múltiples oportunidades que ofrece la industria del deporte” (pág.41).

Convenir con los clubes los términos y condiciones en los que se contratará los derechos de transmisión de los partidos de fútbol, así como la distribución de los ingresos que se generen por esta contratación, siendo factible incluir los partidos de la segunda división (Liga 2), dada la normativa específica establecida en los Estatutos de la FIFA y el Estatuto de la Federación, invocada líneas arriba;

El avance tecnológico. Las plataformas de transmisión ya no se limitan a la televisión (señal abierta o cable) o la radio. Los medios audiovisuales comprende en la actualidad satélite, cable, banda ancha, internet móvil, streaming. En la medida que los derechos de transmisión comprendan estos diversos medios, la posibilidad de un mayor ingreso para los clubes es cada vez mayor.

La distribución de los ingresos por los derechos de transmisión. Sobre el particular, hay varios ejemplos que se pueden tomar en cuenta, como el del Reino Unido en el que un cincuenta por ciento se distribuye equitativamente entre los clubes que forman la Premier; un veinticinco por ciento se distribuye en función de la posición final que los equipos han ocupado al término de la liga y el veinticinco por ciento restante se gestiona en base al número de partidos televisados⁵.

Realizar el proceso de contratación bajo los principios de transparencia, simplicidad, solvencia profesional, competitividad e interés económico, pudiéndose, para el efecto, convocar a un proceso de licitación, tal como ha hecho la CONMEBOL para la contratación de la transmisión de la Copa Libertadores, Sudamericana y Recopa para el ciclo 2023-2026.

Evaluar la creación de un fondo, financiado con los aportes anuales de los clubes, destinado a apoyar o subvencionar el fútbol femenino, de menores y aficionados. De esta forma, los ingresos por los derechos de transmisión también servirán, no solamente para mejorar la economía de los clubes, sino para fomentar de manera tangible el fútbol en sus diversos niveles. Como ejemplo, tenemos el Fondo de Compensación en la Liga Española de Fútbol, previsto en el artículo 6 del Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional.

En un mediano plazo veremos entonces si el tratamiento de los derechos de transmisión de los partidos de fútbol profesional, en el modelo y metodología de contratación que se adopte, puede resultar o no en una verdadera palanca de desarrollo del deporte más popular en el Perú y que alcance a todos, principalmente al fútbol femenino y el de menores.

⁵ Información obtenida de la siguiente dirección electrónica:

https://caracol.com.co/radio/2021/03/15/deportes/1615812992_356044.html



José Antonio Abanto Valdivieso
Máster en Intervención de la Administración en la Sociedad
por la UNED

EDITA: IUSPORT
Agosto 2022