



UNIVERSIDAD DE CHILE

Facultad de Derecho
Departamento de Derecho Comercial
Universidad de Chile

**EL MODELO DE EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN EL FÚTBOL
PROFESIONAL CHILENO, ANÁLISIS DE DERECHO COMPARADO Y FUNDAMENTOS
PARA SU PERFECCIONAMIENTO.**

Memoria para optar al Grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales

Autor:

BASTIÁN IGNACIO CHÁVEZ CASTILLO

Profesor Guía:

ALVARO IGNACIO PARRA VERGARA

HERNÁN DOMINGUEZ PLACENCIA

Santiago de Chile

2022.

INTRODUCCIÓN:	5
----------------------------	----------

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES SOBRE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN AUDIOVISUAL EN EL FÚTBOL PROFESIONAL.8

1.1 Fundamentos doctrinales y constitucionales sobre el derecho a la propia imagen:	8
--	----------

1.2 El valor comercial de la imagen y el uso de la misma.....	9
--	----------

1.3 Conceptualización del derecho a la explotación audiovisual en el fútbol profesional.....	11
---	-----------

1.4 Naturaleza Jurídica del derecho a la explotación audiovisual en el fútbol profesional	13
--	-----------

1.5 La titularidad de los derechos de explotación audiovisual en el fútbol profesional.	14
---	-----------

1.5.1 Titularidad en el organizador de la competencia:	15
--	----

1.5.2 La titularidad de los clubes de fútbol profesional:	17
---	----

1.6 Modelos de explotación de los derechos audiovisuales.....	18
--	-----------

1.6.1 Modelo de venta centralizada:	18
---	----

1.6.2 Modelo de venta individual:.....	19
--	----

CAPÍTULO II: EL MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN AUDIOVISUAL EN EL FÚTBOL PROFESIONAL CHILENO.20

2.1 Descripción del modelo chileno:	20
--	-----------

2.2. El mandato a la ANFP	25
--	-----------

2.2.1 El mandato en términos generales:	25
---	----

2.2.1.1 Definición y elementos del Mandato.....	25
---	----

2.2.1.2 Obligaciones que engendra	25
---	----

2.2.2. El mandato a la ANFP: piedra angular del modelo chileno.....	26
---	----

2.2.2.1 Las Partes: Los clubes de fútbol profesional de primera división, primera división B y la ANFP....	26
--	----

2.2.2.2 Objeto del Mandato:.....	27
----------------------------------	----

2.2.2.3 Características del Mandato a la ANFP:	29
--	----

2.3. Breve repaso histórico del modelo de explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional chileno:	31
--	-----------

2.4 Imperfecciones del modelo:.....	32
--	-----------

2.4.1 Rol de la ANFP y su naturaleza jurídica:.....	32
---	----

2.4.2 El modelo televisivo, la libre competencia y los derechos de información.	33
--	----

2.4.2.1 Requerimiento Fiscalía Nacional Económica:	34
--	----

2.4.2.2 Derecho de información	35
--------------------------------------	----

2.4.3 El control sobre la gestión:.....	38
---	----

2.4.4 La distribución de las utilidades obtenidas:	38
--	----

CAPÍTULO III: REGULACIÓN DEL MODELO DE EXPLOTACIÓN AUDIOVISUAL EN EL FUTBOL PROFESIONAL EN INGLATERRA Y EN ESPAÑA.41

3.1 Lineamientos Generales en Europa: Libre Competencia y Solidaridad.	41
--	-----------

3.1.1 Comisión Europea:.....	41
------------------------------	----

3.1.2 Resolución del Parlamento Europeo, de 8 de mayo de 2008, sobre el Libro Blanco sobre el deporte:	43
---	----

3.2 El modelo publicado de LaLiga en España.....	46
3.2.1 Los tres ejes fundamentales:	47
3.2.3 Análisis al Real Decreto Ley:	48
3.2.3.1 Objeto, Ámbito de Aplicación y Derecho de Información:	48
3.2.3.2 Titularidad, derechos y obligaciones:.....	49
3.2.3.3 Procedimiento del Sistema de venta centralizado:	50
3.2.3.4 Sistema de reparto:	52
3.2.4.5 Órgano control de Gestión:	54
3.3 El modelo liberalizado de la Premiere League en Inglaterra.	55
3.3.1 Descripción del modelo:	56
3.3.2 Titularidad en el ente organizador.....	58
3.3.3 Obligaciones de los clubes y de la junta directiva:	59
3.3.4 Distribución de los ingresos obtenidos:	60
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES, PROPUESTAS Y DESAFÍOS PARA UN NUEVO MODELO DE EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN EL FÚTBOL PROFESIONAL CHILENO.	63
4.1 El modelo chileno, el modelo publicado español y el modelo liberalizado inglés: similitudes y diferencias.....	63
4.1.1 Modelo de venta centralizado: órganos que intervienen y obligaciones.....	63
4.1.2 Libre Competencia y Derecho de Información	65
4.1.3 Distribución de las utilidades:.....	67
4.2 Propuestas y desafíos para el perfeccionamiento de la explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional chileno.	68
Profesionalización de los órganos intervinientes, la creación de un órgano de control y gestión especializado.	68
Modificación de los derechos de los clubes, derechos de información y libre competencia.....	69
Modificar el sistema de reparto y establecimiento de cargas.....	69
BIBLIOGRAFÍA	71

Introducción:

El fútbol es un deporte global, cuya organización y estructura deportiva se funda en un modelo piramidal de organizaciones deportivas. En la cúspide de dicha pirámide se encuentra la FIFA, asociación que organiza el fútbol a nivel internacional cuyos objetivos van desde mejorar, promover y reglamentar el fútbol, hasta organizar competiciones internacionales propias. Esta asociación reúne federaciones miembros representativas de un único país, las cuales a su vez conformarán confederaciones internacionales. En el caso de Chile es miembro de la FIFA la Federación Chilena de Fútbol (FFCh), cuyos socios son la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) y la Asociación Nacional de Fútbol Aficionado de Chile (ANFA). En ese sentido, la estructura deportiva se ve completada a nivel internacional con la CONMEBOL la cual reúne a las federaciones de fútbol de Latinoamérica de la cual la FFCh es parte.¹

El fútbol profesional progresivamente se ha ido convirtiendo en un fenómeno de la sociedad globalizada, es parte de la industria del entretenimiento y la mayoría de los clubes se constituyen como empresas. Dentro de los clubes de fútbol profesional que integran las distintas organizaciones deportivas, confluyen una serie de intereses como son la búsqueda de la gloria deportiva, los posibles beneficios económicos de participar en campeonatos y competiciones nacionales e internacionales, el desarrollo y crecimiento comercial, etc.

Para la industria completa del fútbol y sus intereses resulta esencial los mecanismos de financiamiento, es decir, las formas de obtener ingresos que les permita desarrollar dentro de la industria deportiva un modelo de negocios exitoso.

Las principales formas de financiarse por parte de los clubes de fútbol son las siguientes²:

- Ingresos por transferencia de jugadores, mecanismos de formación y solidaridad.
- Ingresos por participación en torneos y competencias.
- Ingresos por explotación de marcas comerciales.
- Ingresos por explotación de el patrocinio.
- Ingresos por la venta de entradas o borderó.
- Ingresos por derechos de explotación audiovisual.
- Ingresos de forma tradicional.³

¹ Jarufe J. (2018). Estructura organizacional del fútbol chileno. Julio 2018, Elaborado para la Comisión Investigadora sobre el eventual fraude en la ANFP y sus efectos sobre las organizaciones deportivas profesionales.

² Mauricio Ríos Lagos. (17/06/2021). Análisis y críticas a las fuentes de financiamiento de los clubes de fútbol profesional chileno. REVISTA CHILENA DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA, pp, 78 -103.

³ Incluye aquella forma de financiamiento que es para las empresas en general, tales como: a) La obtención de créditos ante los bancos e instituciones financieras; b) la emisión de títulos valores de inversión o deuda; c) la celebración de operaciones comerciales como sería por ejemplo el caso del leasing; o, d) el arrendamiento de infraestructura a terceros para la realización de eventos

Sin perjuicio de la importancia de los demás mecanismos de financiamiento, en este trabajo se analizará el principal mecanismo de financiamiento de los clubes a nivel mundial y nacional: los ingresos por los derechos audiovisuales y el modelo explotación en el fútbol profesional chileno.

De acuerdo con el doctor en derecho Martín Moro *“el mundo del deporte ha tenido en la explotación de la imagen y de los espectáculos deportivos uno de los elementos esenciales de su convulsión y de su transformación. El gran cambio y el valor social del deporte es resultado, en alguna medida relevante, del interés que para los medios de comunicación tiene el acontecimiento deportivo, lo cual ha permitido que exista un flujo económico a favor del deporte. La televisión consigue acercar los acontecimientos a un sinnúmero de personas y rebasa todas las fronteras imaginables. Por lo que hace a los eventos deportivos, el medio televisivo se ha convertido, lisa y llanamente, en un auténtico estadio virtual.”*

*Paralelamente a ese fenómeno de lograr una asistencia virtual multitudinaria a los recintos deportivos, el audiovisual ha revolucionado el régimen de los derechos económicos asociados a su celebración. El potencial económico asociado a una audiencia multimillonaria de telespectadores ha reemplazado a los ingresos por venta de entradas de su lugar privilegiado en los presupuestos de clubes y sociedades deportivas.*⁴

Efectivamente como observa el profesor, la explotación económica de las imágenes del deporte ha alterado profundamente el escenario de relaciones entre los protagonistas de los acontecimientos deportivos y los medios audiovisuales. Los operadores de televisión ya no pretenden cumplir la función institucional de informar a la comunidad sobre un hecho de cierta relevancia social. Ahora de lo que se trata es que los operadores audiovisuales toman el espectáculo deportivo como parte primordial de su programación, y por tanto, como parte de su negocio. Negocio que como hemos visto no solo importa a los medios, si no también a los clubes de fútbol profesional que ven en la explotación de la imagen audiovisual del espectáculo deportivo la forma de ingreso más importante de la industria deportiva. Lo anterior tiene repercusiones en la regulación en todo ámbito, desde reglas orientadas a la propia imagen, la ordenación de la información que deja paso a las normas reguladoras de la actividad, hasta normas que regulan el reparto de las utilidades obtenidas, entre otras.

El objetivo principal de esta investigación será la revisión del modelo de explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional chileno, sus imperfecciones y cómo mejorarlo. Para lo anterior, en el primer capítulo se revisan los aspectos generales sobre el derecho de explotación audiovisual en el fútbol profesional y se realiza una revisión constitucional, legal y doctrinal del derecho a la propia imagen y el uso comercial de la misma. En conformidad, se revisan los derechos de explotación audiovisual y

⁴ (Moro, 2012)

se busca identificar su naturaleza jurídica, sus definiciones y características. De tal manera, termina el primer capítulo clasificando los modelos de explotación existentes, diferenciando entre aquellos de explotación individual y aquellos de explotación conjunta o centralizada.

El segundo capítulo está orientado a analizar el modelo de explotación audiovisual del fútbol profesional chileno e identificar diversas imperfecciones que presenta. Por tanto, se analizan los estatutos de la asociación, los organismos que intervienen, los derechos y obligaciones existentes y la regulación de las diferentes áreas del modelo como son la gestión, la distribución, la libre competencia y la información.

Para el tercer capítulo se analizan los modelos de LaLiga de España y la Premier League de Inglaterra, los cuales se identifican como modelos de explotación más desarrollados o complejos, los cuales son utilizados para comparar con el modelo chileno y obtener para el último capítulo conclusiones y recomendaciones que permitan el perfeccionamiento del modelo de explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional chileno.

Capítulo I: Aspectos generales sobre los derechos de explotación audiovisual en el fútbol profesional.

1.1 Fundamentos doctrinales y constitucionales sobre el derecho a la propia imagen:

Iniciamos este capítulo con la revisión del derecho a la propia imagen. De acuerdo con la Real Academia Española, la imagen es “la figura, representación, semejanza o apariencia de una cosa”. En cuanto al derecho a la propia imagen podemos decir en primer lugar que la Constitución no reconoce expresamente el derecho a la propia imagen y su desarrollo conceptual ha sido paulatino a través de la doctrina y la jurisprudencia.

Según NOGUEIRA este derecho estaría implícito en el derecho al respeto de la vida privada de la persona, en tanto que se refiere al aspecto más externo de la persona, cual es el de la figura humana, que garantiza también un ámbito de autonomía y control respecto de sus atributos más característicos y definitorios de la propia persona, posesión irreductible e inherente a ella. De tal manera, la protección de la imagen de la persona de acuerdo con la doctrina salvaguarda la intimidad y *“el poder de decisión sobre los fines a los que hayan de aplicarse las manifestaciones de la persona a través de su imagen, su identidad o su voz”*⁵

Por su parte, la Corte Suprema lo conceptualiza como un derecho de la personalidad. Así aparece de manifestó en “Caroca Rodríguez Christian Antonio con Electrónica Sudamericana Limitada”: “Considerando Cuarto: Que, como puede advertirse, la cuestión planteada por el recurrente gira en torno al derecho a la propia imagen, concepto que debe entenderse referido a una proyección física de la persona, que le imprime a ésta un sello de singularidad distintiva entre sus congéneres dentro del ámbito de la vida en sociedad y que, por consiguiente, constituye, junto con el nombre, un signo genuino de identificación de todo individuo; Quinto: Que el derecho a la propia imagen, desde una perspectiva jurídica, forma parte del conjunto de los llamados derechos de la personalidad, esto es, de aquellas propiedades o características que son inherentes a toda persona; y si bien no han merecido un tratamiento normativo determinado, según ha ocurrido con otros atributos de la personalidad, como la capacidad de goce, la nacionalidad, el domicilio y el estado civil, ello no significa que lo concerniente a ese derecho en particular pueda resultar indiferente al ordenamiento, especialmente, en el aspecto de su protección y amparo, bastando para ello tener presente que en las bases de nuestra institucionalidad se inscribe el principio que el Estado- y por ende su sistema normativo- debe estar al servicio de las personas,

⁵ ALEGRE, M., El derecho a la propia imagen. Ed. Tecnos, Madrid, España. 1997, p.85. Citado por NOGUEIRA ALCALÁ, Humberto.

protegiendo y respetando los derechos esenciales que emanan de la naturaleza humana”.⁶ En seguida, la persona que interpreta la Constitución asimila y conecta la imagen con el aspecto físico, con los rasgos físicos personales y con ciertas cualidades del cuerpo, que tienen como tarea identificar e individualizar a cada persona y hacerla reconocible por los demás, concibiéndola como uno de los atributos más característicos, propios e inmediatos del ser humano, a quien corresponde de forma inherente e irreductible. Por tanto, de forma resumida y a modo aclarativo, se trata de un derecho de configuración gráfica, que protege una faceta de la personalidad del individuo, en tanto salvaguarda el uso de los rasgos físicos que caracterizan y permiten identificar a una persona física como diferente de las demás.

En tanto a las facultades este derecho, se atribuye a su titular la facultad desde un punto de vista positivo, determinar la manera y condiciones en que un individuo puede permitir o impedir a un tercero la utilización de sus rasgos físicos personales, que sean reconocibles al resto de personas y, en segundo lugar, dentro de un marco negativo, se atribuye en la facultad que ese mismo sujeto tiene de rechazar la utilización no autorizada de aquella.

1.2 El valor comercial de la imagen y el uso de la misma.

Generalmente el que destaca es el aspecto negativo. La jurisprudencia ha insistido en él, seguramente promovido por el hecho de que los conflictos judiciales siempre se plantean por el titular al que se le han vulnerado tales derechos, es decir cuando ha habido una extralimitación en el consentimiento prestado, como intromisión ilícita en el derecho a la propia imagen. Es por ello que el titular del derecho busca coartar la utilización de esta, imponiendo la abstención debida por parte del tercero, sobre la base previa de que ostenta una suerte de monopolio de control sobre la manifestación notoria de los rasgos primordiales de su fisonomía. (Suprema, 2009)

Situándonos en el aspecto positivo de este derecho, nos encontramos que es el propio titular el que tiene la posibilidad de elegir entre ceder la explotación de su fisonomía por parte de un tercero, consiguiendo con ello un beneficio para ambos, aunque también esa cesión se puede realizar de manera gratuita. Aquí es donde podemos observar que la facultad de consentir el uso de la propia imagen por terceros ha propiciado una patrimonialización de la imagen propia, insertándola en el tráfico jurídico.

Las personas pueden disponer de la propia imagen, pudiendo autorizar su captación, transmisión y publicación de ella. Esta perspectiva surge en aquellas profesiones o actividades que por su carácter específico implican la toma o publicidad de la imagen como es el caso de deportistas destacados, artistas, modelos, locutores de televisión, conductores de programas, actores, etc. A este respecto, NOGUEIRA

⁶ Corte Suprema. Fallo Rol 2506-2009, caratulado “Caroca Rodríguez Christian Antonio con Electrónica Sudamericana Limitada”

lo denomina *right of publicity*, “consistente en la explotación de signos característicos de la personalidad con fines comerciales o publicitarios”. Se reconoce así un derecho a ser pagado por el uso comercial de nombres, imágenes, voces. De tal manera, se desarrolla un derecho de uso de la imagen de las personas, la que opera en una dimensión patrimonial, sometido a la legalidad ordinaria en los aspectos correspondientes a derechos de uso de la imagen y su remuneración, las indemnizaciones y sanciones por uso ilegal de la misma, entre otros aspectos.⁷

En concordancia con lo anterior, podemos agregar la discusión sobre la naturaleza salarial del uso de la imagen del futbolista profesional en el ejercicio de sus funciones profesionales. Al respecto, la Dirección del Trabajo fue categórica al señalar que *“En virtud de lo dispuesto en artículo 152° bis F del Código del Trabajo, a los deportistas profesionales y los trabajadores que se desempeñan en actividades conexas se les reconoce expresamente el Derecho de Imagen. Que el Derecho de Imagen es la potestad que recae en la persona humana para disponer, autorizar o impedir, la captura, reproducción o difusión de la representación gráfica de su figura física o de cualquiera de los elementos que componen su personalidad (voz, nombre, entre otros), cualquiera sea el mecanismo de reproducción o difusión que permita que el sujeto sea reconocible. 3.- El Derecho de Imagen reviste el carácter de derecho fundamental y, por tanto, resulta irrenunciable, inalienable e imprescriptible, por ser una representación del ser externo de la persona humana. Luego, solo resulta jurídicamente procedente la cesión temporal y específica de dicho derecho, misma que puede ser a título oneroso o gratuito. **Que respecto a las tareas propias del objeto principal de la prestación de los servicios, y tratándose de una actividad esencialmente pública, se entiende que la celebración del contrato de trabajo conlleva un pacto de cesión a título gratuito del Derecho de Imagen en favor del empleador.-** Que bajo la denominación de fines propios del objeto principal de la prestación de los servicios cabe entender: a.- La práctica deportiva, ya se trate de partidos de la competencia oficial, o bien, juegos no oficiales programados por el club. b.- Actividades preparatorias o complementarias necesarias para la práctica deportiva. c.- Actividades que se realicen en satisfacción del derecho de las personas a ser informadas sobre los hechos que digan relación con la naturaleza propia de la actividad deportiva, de acuerdo al inciso 3° del artículo 1° de la Ley N°19.733, tales como, conferencias de prensa o entrevistas al borde del campo de juego”⁸.*

En consecuencia podemos encontrar la potencialidad que tiene el derecho a la imagen propia para la configuración de la explotación de los derechos audiovisuales, toda vez que respecto a las tareas propias del objeto principal de la prestación de los servicios, esto es, la celebración de partidos profesionales, los

⁷ Sáez, C. (2017). Derecho a la propia imagen y su manifestación en internet. Actividad formativa para optar al grado de magíster en Derecho y Nuevas Tecnologías. Santiago: Universidad de Chile.

⁸ ORD. N°4884/34

cuales se tratan de una actividad esencialmente pública, se entiende que la celebración del contrato de trabajo conlleva un pacto de cesión a título gratuito del derecho de imagen en favor del empleador. Es decir, la cesión de la imagen a título gratuito de los jugadores de fútbol a los clubes de fútbol profesional. Lo anterior es esencial tenerlo en cuenta, porque tiene repercusiones en el ámbito de la titularidad de estos derechos y por tanto, la justificación para que los clubes de fútbol puedan obtener ingresos a partir de la explotación de los derechos audiovisuales. Inclusive, como veremos más adelante, en el caso de la Premiere League se estipula como una obligación de los clubes que se permitan captar la imágenes de los jugadores para cumplir con los contratos de transmisión televisiva.

1.3 Conceptualización del derecho a la explotación audiovisual en el fútbol profesional.

La FIFA no define expresamente la explotación audiovisual ni tampoco comercialización o algún otro vocablo que lo identifique. Sin embargo es posible encontrar la explotación audiovisual en los derechos audiovisuales. El Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación para la Copa Mundial Rusia, define a los derechos audiovisuales y los enmarca como formas de explotación: “**«Derechos audiovisuales»:** *derecho a informar, grabar, transmitir o explotar de otra manera imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro, visual o audiovisual, textos y datos por cualquier medio, conocido o por desarrollar o inventar, cualquier aspecto o elemento de la competición que tenga lugar en cualquiera de los recintos y localizaciones de la competición, en directo o diferido y por cualquier medio de transmisión, conocido en la actualidad (incluidas las tecnologías sucesoras) o inventado posteriormente. Para evitar dudas, el derecho a emitir o retransmitir la señal básica audiovisual (o señales suplementarias) y el derecho a transmitir los comentarios radiofónicos de cualquier partido de la competición constituyen derechos audiovisuales. Los derechos audiovisuales incluyen el derecho a grabar, crear y explotar la película oficial de la competición o productos y programación audiovisual similar, e incluyen los derechos audiovisuales en soporte físico, los de exhibición pública y los de proyección en vuelo y embarcaciones.*”

La definición elaborada por la FIFA en el fondo es una definición que intenta abarcar todas y cada una de las utilidades o aprovechamientos que se puede hacer de la imagen audiovisual. De tal manera, incluye dentro de los derechos audiovisuales desde el derecho a informar hasta aquel derecho que signifique la facultad de crear una película oficial de la competición.

Sin perjuicio de lo general de la definición, lo destacable de aquella es que nos acerca a la definición de explotación audiovisual al indicar dentro de los derechos audiovisuales el : “*derecho a informar, grabar, transmitir o explotar de otra manera*”. Por tanto, para la FIFA los derechos audiovisuales son formas de explotar las imágenes audiovisuales.

Según la Real Academia de España podemos definir “explotar” como:

1. tr. Extraer de las minas la riqueza que contienen.
2. tr. Sacar utilidad de un negocio o industria en provecho propio.
3. tr. Utilizar abusivamente en provecho propio el trabajo o las cualidades de otra persona.

Por tanto, en una primera aproximación al derecho a la explotación audiovisual podemos señalar que se vincula con la facultad de acceder a las imágenes del evento deportivo, utilizarlas y obtener utilidades a partir de dichas imágenes.

En doctrina, el principal aporte lo encontramos en MASSAGER, quien en 1997 revisando una sentencia del Tribunal Alemán sobre la propiedad de estos derechos⁹, ha definido a estos como: “*“Los derechos audiovisuales, entendidos como derechos cuyo objeto es la explotación audiovisual de un evento deportivo y que incluyen al menos la grabación del evento deportivo, la emisión o transmisión del evento deportivo, la retransmisión de las emisiones o transmisiones del evento deportivo, la reproducción o en su caso fijación y distribución de las grabaciones, emisiones, transmisiones y retransmisiones del evento deportivo y la comunicación pública de las emisiones, transmisiones, retransmisiones y grabaciones del evento deportivo.”*”¹⁰

Por su parte, el profesor GUEDE GARCÍA señala que “*se configuran como derechos subjetivos de carácter patrimonial que confieren a su titular las facultades de emisión, retransmisión y explotación audiovisual de los acontecimientos deportivos (partidos de fútbol), como objeto de negocio dentro del tráfico jurídico, y particularmente de contratos de cesión. La doctrina académica española ha englobado la designación de derechos audiovisuales del fútbol a todos aquellos susceptibles de ser explotados o retransmitidos por televisión sobre un evento deportivo en concreto*”¹¹

Dentro de las legislaciones podemos aportar lo señalado por el proyecto de ley de Uruguay¹², que busca regular la comercialización de estos derechos, el cual señala en su primer artículo:

“Artículo 1° (Derecho de explotación de espectáculos deportivos). El derecho de explotación comercial de espectáculos deportivos, incluyendo los derechos de difusión de contenidos

⁹ La Resolución de 18 de noviembre de 1997, publicada el 11 de diciembre de 1997, del BGH, resuelve un recurso interpuesto por la DFB y otros contra la resolución de la Sala de Defensa de la Competencia del Kammergericht berlinés de 9 de noviembre de 1995, por la que se confirmaba la Resolución del Bundeskartellamt de 2 de septiembre de 1994. Esta última Resolución había prohibido a los recurrentes, entre los que se encontraba, en primer lugar, a la Federación Alemana de Fútbol, a la se le prohibió centralizar la comercialización de los derechos de retransmisión por televisión relativos a los encuentros de casa correspondientes a los clubes de fútbol alemanes que participan en la Copa de la UEFA y en la Copa de Campeones de Copa (la Recopa). Mediante Resolución del mismo día, la Bundeskartellamt desestimó la solicitud de autorización de un acuerdo restrictivo de racionalización presentada por la DFB en relación con este mismo asunto. El BGH ha confirmado ambas resoluciones, rechazando íntegramente el recurso interpuesto.

¹⁰ MASSAGUER, J. (1997). «Naturaleza, protección y titularidad de los derechos audiovisuales sobre acontecimientos deportivos». En Actas de Derecho Industrial (pp. 287-289).

¹¹ GUEDE GARCÍA, A. «El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico», en Revista Aranzadi de Deporte y Entretenimiento n° 58, 2018

¹² Disponible para su consulta en: <https://parlamento.gub.uy/documentosyleyes/ficha-asunto/140546>

audiovisuales, pertenece a los clubes organizadores de los mismos, quienes cuentan con la prerrogativa de **negociar, autorizar o prohibir la grabación, captura, toma, emisión, transmisión, retransmisión, reproducción, distribución y transformación de imágenes o sonidos de dichos espectáculos, en su integridad o en versiones resumidas o fragmentadas, en directo o diferido, y por cualquier medio o proceso que la tecnología permita, sean destinados a su explotación en el mercado nacional o en los mercados internacionales.**

Cuando participen selecciones nacionales dicho derecho pertenecerá a la correspondiente federación deportiva de la disciplina.””

En conclusión, podemos decir que los derechos de explotación audiovisual en el fútbol profesional, son derechos a acceder al espectáculo deportivo, mediante la grabación, emisión, transmisión, reproducción, distribución, del partido de fútbol profesional, que va a englobar todo el espacio físico en que se desarrolla la competición y que según lo cual, lo que se incluya dentro de la explotación de derechos audiovisuales, dependerá de la definición que consagre cada liga deportiva de fútbol profesional dentro de su normativa interna, o bien, dentro de los propios contratos que se celebren en uso de sus facultades. Lo que a su vez, puede incluir los medios más tradicionales como la televisión, o aquellos por explorar como internet.

1.4 Naturaleza Jurídica del derecho a la explotación audiovisual en el fútbol profesional

En cuanto a la naturaleza jurídica, Massager¹³ aporta dos cuestiones fundamentales:

1. Se trata de los derechos audiovisuales como derechos subjetivos de carácter patrimonial. Como derecho subjetivo, los derechos audiovisuales procuran a su titular una serie de posibilidades de acción o facultades que el ordenamiento jurídico tutela de modo efectivo. Y como derechos patrimoniales, los derechos audiovisuales tienen por objeto un bien económico, en particular las emisiones y las transmisiones de acontecimientos deportivos, así como sus grabaciones. El carácter económico (patrimonial) de los derechos audiovisuales, por lo demás, ha sido asumido sin ningún género de duda por la normativa internacional y nacional.
2. El segundo aporte de Massager es señalar que se trata de derechos atípicos sobre bienes inmateriales. La consideración de atípicos es utilizada principalmente para diferenciarla de los derechos de propiedad intelectual, los cuales quedan reservados a ámbitos en los cuales no son considerados los derechos de explotación audiovisual en el fútbol.

¹³ (Massager)

“Los derechos audiovisuales, sin embargo, no pueden encajarse en ninguno de los derechos sobre bienes inmateriales específicamente regulados en Derecho español, ni tampoco son objeto de un particular sistema de protección jurídica. No significa ello que los derechos audiovisuales sean meras situaciones de hecho, esto es, bienes económicos carentes de una protección jurídica que procure a su titular la facultad de impedir a terceros la explotación audiovisual no consentida de un acontecimiento deportivo. Al contrario, dicha protección jurídica existe si bien, como se ha apuntado, emana de disposiciones de carácter general en las que hallan adecuada respuesta las exigencias de tutela que presentan los derechos audiovisuales. De ahí que sea acertado concluir que los derechos audiovisuales son derechos atípicos sobre bienes inmateriales.” Y continúa.. *“En Derecho español los derechos sobre bienes inmateriales y, por tanto, la misma consideración de bienes inmateriales no se reserva a las creaciones intelectuales en sentido estricto. Como en otros ordenamientos, también se establece esta clase de protección jurídica para bienes inmateriales que no son creaciones intelectuales sino resultados de una actividad individual o empresarial no creativa, como es el caso de los fonogramas, de las grabaciones audiovisuales, de las emisiones y retransmisiones de las entidades de radiodifusión, de las meras fotografías o de determinadas producciones editoriales, sobre las que se reconoce un derecho afín al derecho de autor”*

En definitiva, al considerar la naturaleza jurídica, se remarca el carácter exclusivo que consagra este derecho, en el sentido que, al tener el derecho a la explotación audiovisual se tiene el la facultad a acceder a la obtención de imágenes donde el titular de este derecho se le reconoce no ser obstaculizado en el ejercicio del mismo, donde la protección vendrá mediada por las posibilidades que el propio ordenamiento jurídico consagre, pero fundamentalmente por los mecanismos contractuales al tratarse de un bien económico sometido al tráfico jurídico.

1.5 La titularidad de los derechos de explotación audiovisual en el fútbol profesional.

Hasta aquí, hemos tratado el derecho a la propia imagen, el uso comercial de la misma y el derecho a la explotación audiovisual. La problemática entorno a la titularidad de los derechos de explotación audiovisual gira entorno a la dificultad de radicar la titularidad original y por tanto quien tiene la facultad de explotar comercialmente la imagen de un espectáculo de fútbol profesional.

Bien sabemos que la imagen puede ser comercializada, pero cuando se trata de una imagen colectiva, cuando se trata de la imagen de un partido de fútbol profesional, la respuesta tiene varias aristas. En primer lugar se trata de una imagen en la que participan jugadores, entrenadores, árbitros, etc. En segundo lugar, existen dos clubes de fútbol profesional que aportan los elementos para la configuración del espectáculo deportivo; en tercer lugar, se realiza el espectáculo en un estadio que tiene su propio dueño;

y por último, el hecho que se desarrolla el partido de fútbol en el marco de una competencia oficial, lo cual le entrega el valor agregado al espectáculo deportivo.

De lo anterior, es posible observar que ha sido el acuerdo entre los clubes, las propias reglamentaciones de cada federación, o bien, una ley estatal los que ha venido a resolver esta temática basándose en diferentes argumentos para la obtención de la mejor alternativa. A continuación veremos las principales teorías entorno a la titularidad:

1.5.1 Titularidad en el organizador de la competencia:

Dentro de los principales argumentos esbozados para defender esta teoría, se encuentra lo señalado por el profesor de derecho deportivo Alberto Palomar, quien se basa en el valor añadido que otorga la oficialidad de una competencia. En palabras del profesor *“el valor de un partido de fútbol es claramente diferente en función de que el mismo se sitúe en el marco de una relación amistosa u oficial. Es esta última calificación (la oficialidad deportiva) la que da realmente valor económico diferenciado al evento en cuestión al punto de que la cuantificación de la utilización de la imagen, vía retransmisión audiovisual de la misma, es completamente diferente de la que se produce en un encuentro amistoso o no oficial. Esto demuestra una cuestión que de antemano debe quedar clara: el organizador de una competición deportiva incorpora un «valor añadido» a la misma como consecuencia de la organización que es el que le da auténtico valor en el comercio.”* (Palomar Olmeda, 2001) Sin embargo, el profesor advierte que esto nos lleva a un problema teórico importante, y es discutir acerca de la propiedad sobre la competencia y los actos de disposición sobre la misma.

Por ejemplo, quienes han adoptado dicha determinación han sido precisamente los entes organizadores del fútbol internacional: la FIFA y la CONMEBOL, los cuales señalan expresamente en sus estatutos ser propietarios sobre los derechos de la competencia que a ellos pertenece y por ende, de los derechos de explotación audiovisual.

El artículo 67° de los estatutos FIFA señala:

1. 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 respecto 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.

2. El Consejo decidirá la manera y la extensión de la aplicación de estos derechos y aprobará una reglamentación especial con esta finalidad. Decidirá también en solitario si ejerce exclusivamente estos derechos o si lo hace de manera conjunta o completa con terceros.

El artículo 66° sobre “Derechos Comerciales” de los Estatutos de la Conmebol señala:

1. La CONMEBOL y sus Asociaciones Miembro son los propietarios primigenios de todos los derechos de los partidos, torneos, competencias y otros actos que emanen de sus respectivas áreas de competencia (local o continental), sin ninguna restricción en lo que respecta al contenido, el tiempo, el lugar o la legislación. Estos derechos incluyen, entre otros, todo tipo de derecho patrimonial, derechos económicos de cualquier índole, derechos de inscripción, de grabación, reproducción y difusiones audiovisuales, derechos multimedia, derechos promocionales y mercadotécnicos, derechos de imagen de oficiales, participantes y jugadores considerados de manera colectiva (de tres o más) en el marco de la competición, así como derechos incorpóreos como el nombre y los derechos sobre las marcas distintivas y los derechos de autor.

2. En el ámbito de la CONMEBOL, los derechos de su propiedad referenciados en el párrafo anterior lo son sobre los partidos, torneos y competencias realizados bajo la jurisdicción de la CONMEBOL.

3. El Consejo de la CONMEBOL tiene la facultad exclusiva de autorizar la distribución y comercialización de las imágenes, sonidos y los restantes derechos reconocidos en el apartado 1 del presente artículo de los torneos, competencias, partidos y actos bajo su jurisdicción, sin ningún tipo de restricción respecto al contenido, lugar y aspectos técnicos y legales. Con este objetivo, las ventas se deberán realizar respetando los principios de: a). libertad de competencia, b). publicidad de los actos, c). conflicto de intereses, d). elegibilidad del contratante, e). mejores condiciones, y f). seguridad jurídica en los contratos.

De las normas transcritas podemos observar que desde el principal ente organizador del fútbol profesional puede hallarse una titularidad primigenia en los derechos que se derivan del marco de la competición que a ella pertenecen. El ejemplo más claro al respecto es la Copa Mundial de Fútbol. Claro en el sentido de pertenecer a la organización y en que es manifiesta el carácter de valor agregado que se materializa al tratarse del mundial en la medida que está dentro del marco de organización de la FIFA, la cual le entrega toda su magnitud.

La misma idea es repetida por los estatutos de la CONMEBOL, la cual aduce una propiedad primigenia por ser propietarios de todos los derechos de los partidos, torneos y competencias realizados bajo su

jurisdicción En ese sentido, podemos citar: la Copa Libertadores de Fútbol y la Copa Sudamericana de Fútbol, competiciones que adquieren dicho valor al encontrarse dentro del tipo de organización internacional.

Por su parte, dentro de cada federación existen normas propias de como regular la explotación de los derechos audiovisuales, y la práctica generalizada ha sido el reconocimiento de que estos derechos pertenecen a los clubes, que es lo que veremos a continuación.

1.5.2 La titularidad de los clubes de fútbol profesional:

Existen diferentes argumentos para estimar que la titularidad de los derechos de explotación audiovisual pertenece a los clubes de fútbol profesional. El principal, encuentra fundamento en la teoría de la asunción de riesgos. Dicha teoría señala que el organizador del evento deportivo es el club, el cual asume el riesgo económico y la puesta en marcha del evento particular, y por tanto es titular de los derechos que se desprenden del mismo¹⁴. En este sentido, se pronunció el Tribunal Supremo alemán en su célebre Sentencia de 11 de diciembre de 1997, al afirmar que, *«con independencia de que estas competiciones crean el marco organizativo necesario para el desarrollo de la competición, son precisamente los clubes los que aportan las prestaciones económicamente esenciales para la comercialización de los derechos de retransmisión, al aportar a los jugadores, y el club local, la organización del encuentro»*. La sentencia continúa apuntando que *“el derecho a comercializar la prestación elaborada en colaboración con el otro club (el partido) corresponde al club local, con arreglo a un principio de reciprocidad mediante el cual el club visitante podrá asumir tal papel en el momento de disputarse el correspondiente partido de vuelta dentro de la competición”*. Lo anterior justificaría la titularidad de los clubes en Chile, donde la responsabilidad del espectáculo deportivo recae precisamente en el club organizador del espectáculo.

Además, podemos señalar lo que es conocido como el “derecho de arena”, la cual se basa en el derecho de propiedad del club, en tanto que es titular originario de los derechos de retransmisión por ser el dueño del estadio donde se disputa el partido y del mismo modo, dueño del espectáculo deportivo que se desarrolla en el mismo.

Por último, es posible complementar los argumentos a favor de la titularidad de los clubes al ser ellos quienes suministran el principal elemento para el espectáculo deportivo, esto es, los jugadores de fútbol profesional, quienes ceden su propia imagen a los clubes deportivos.

(Ley 19.327 De deberes y derechos en torno a espectáculos de fútbol profesional)

1.6 Modelos de explotación de los derechos audiovisuales.

Al utilizar el concepto modelo de explotación, se está englobando la forma en que los derechos audiovisuales son llevados a la comercialización, la negociación y la posterior distribución de los ingresos obtenidos. Es decir, el modo en que se coordina la cesión de estos derechos y el grado de complejidad en que se encuentra reglamentado la comercialización de estos derechos. Por tanto, se relaciona con la medida en que se encuentra definido su contenido, sus titulares, su relación con el derecho de información, con la libre competencia, y con la propia estructura mediante la cual se desarrolla dicha explotación de derechos audiovisuales.

Hay distintas formas de clasificar los modelos, pero el principal es aquel que distingue entre: modelo centralizado y modelo individual. Existe un modelo de venta centralizado cuando los clubes ceden a un solo representante la titularidad de los derechos de explotación audiovisual, encargándose éste de la comercialización del mismo. En contra partida, podemos agregar que se trata de un modelo de comercialización individual, en el caso que la titularidad del derecho de explotación audiovisual se mantiene en los clubes, donde son ellos, “individualmente considerados” lo que comercializarán los derechos audiovisuales.

Dentro de los modelos, ya sea un único gestor o bien, cada club individualmente, pueden ser más o menos complejos según se incluyan normas sobre: la forma de gestionarlos, de distribución, de relación con el derecho de competencia, normas sobre conflictos de interés, formas de adjudicación, la relación con el derecho de información, normas sobre distribución de este mecanismo de financiamiento a otras áreas del fútbol, y por su puesto, los organismos internos de cada federación que intervienen dentro del modelo, como puede ser uno que ejerza el control y cuenta de su gestión.

1.6.1 Modelo de venta centralizada:

El modelo centralizado o modelo de negociación conjunta se ha definido como un sistema de comercialización mediante el cual los clubes de fútbol ceden sus derechos a un organismo central, que son las asociaciones organizadoras de los campeonatos (las propias ligas o asociaciones, federaciones nacionales o internacionales), encomendando a éstas el mandato de negociar y pactar con los operadores televisivos las condiciones de explotación por un período determinado, generando un solo punto de venta, el cual después distribuirá a los clubes de fútbol profesional las utilidades obtenidas por la comercialización de los derechos.¹⁵

¹⁵ Aguilar Calderón, F., Adeliño Recasens, A. y Carretero Nevado, A. (2017). La guerra del fútbol: regulación, adquisición y explotación de los derechos para las retransmisiones televisivas del fútbol en España, desde la llegada de la tv privada hasta hoy.

Es el modelo mayormente utilizado por las diferentes ligas del mundo ya que simplifica el procedimiento de venta porque es el organizador de la competición quien va a comercializar estos derechos. Su complejidad será variada en relación con la reglamentación de cada organización deportiva, es decir que en algunos casos las condiciones de negociación incluirán normas sobre transparencia, buena fe, procedimientos de adjudicación, normas sobre derecho a información, la duración de los contratos, etc. En ese mismo sentido, la complejidad de cada modelo estará determinada por los órganos que pueden intervenir en la misma, como por ejemplo un órgano de control de estos procedimientos dentro la misma organización. Por último, los modelos de venta centralizada incluirá normas de reparto de las utilidades que se obtengan de la comercialización de los derechos audiovisuales. Reparto que también revestirá mayor o menor complejidad en función de los criterios que se adopten para su realización.

1.6.2 Modelo de venta individual:

Este modelo se basa en la negociación y acuerdo directo entre los clubes de fútbol profesional y las plataformas de televisión sobre la venta de los derechos audiovisuales, evitando recurrir a la figura de un intermediario que haga de mandatario por los clubes. Según este modelo cada club vende los derechos que posee, generalmente sus partidos de local, directamente a las emisoras.¹⁶

Si bien este sistema permite a cada club una cierta libertad y autonomía para contratar a quien quiera y así buscar los mayores ingresos posibles, lo cierto es que ha caído en desuso ya que genera una enorme desigualdad entre los equipos en la obtención de recursos. Además, al conferir libertad a los clubes cada uno de ellos decide con que emisora negociar y acordar la venta de sus derechos audiovisuales, lo que degenera que posteriormente las emisoras deban ponerse de acuerdo sobre la transmisión de los partidos. Desde el punto de vista de la libre competencia ha sido fuertemente cuestionado este modelo por la generación de dobles mercados y la dificultad de llegar a consensos.

Ejemplo de este modelo ha sido Brasil que a través de la conocida como “*Lei pelé*” (Ley 9/615/98 Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências.), en concordancia con el derecho de arena, ha determinado que cada entidad deportiva principal del espectáculo deportivo, comercialice por si mismo los derechos audiovisuales que se desarrollan en su estadio o recinto deportivo.¹⁷

¹⁶ Martín Recarte Iguaz. (2019). COMERCIALIZACIÓN DE DERECHOS TELEVISIVOS EN EL FÚTBOL PROFESIONAL: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES LIGAS EUROPEAS E IMPLICACIONES PARA LALIGA. Madrid: Comillas .

¹⁷ Ley 9/615/98 Art. 42. El derecho a la arena sobre el espectáculo deportivo pertenece a la entidad deportiva principal, consistente en la prerrogativa exclusiva de negociar, autorizar o prohibir la captación, fijación, emisión, transmisión, retransmisión o reproducción de imágenes, por cualquier medio o procedimiento. , del espectáculo deportivo. (Redacción dada por la Medida Provisional N° 984, de 2020) (traducción propia)

Capítulo II: El modelo de comercialización de los derechos de explotación audiovisual en el fútbol profesional chileno.

2.1 Descripción del modelo chileno:

El fútbol chileno se organiza a partir de la Federación de Fútbol de Chile, corporación de derecho privado que tiene como objetivo principal conformar un sistema nacional de fútbol, que integre al deporte profesional y amateur, dictando las pautas a seguir en el ámbito deportivo, técnico e institucional. Como tal, es parte integrante de la FIFA, de la Confederación Sudamericana de Fútbol y del Comité Olímpico de Chile.

La Federación se constituye y actúa por medio de sus socios: la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) y la Asociación Nacional de Fútbol Amateur de Chile (ANFA).¹⁸

De acuerdo con el artículo primero del Reglamento de la ANFP, este organismo es una corporación de derecho privado que ejerce la supervigilancia deportiva y correccional sobre todos los clubes que la conforman, actuando como órgano contralor de los mismos. Los principales objetivos por los cuales se constituye la Asociación son: regir y fomentar la práctica del fútbol entre sus asociados, desarrollar el fútbol joven de nuestro país, mantener un control económico, administrativo e infraestructural entre los clubes, fomentar la organización de los torneos y competencias locales, velar por la disciplina deportiva, entre otros¹⁹.

¹⁸ Artículo 1: La Federación de Fútbol de Chile es una Corporación de derecho privado sin fines de lucro, que tiene por objeto dirigir y fomentar el fútbol en Chile, por intermedio de sus asociados, personas jurídicas distintas a la primera, que se regirán por sus propios Estatutos y Reglamentos, los que no podrán contener disposiciones contrarias a estos Estatutos.e

Artículo 2: Los socios de la Federación son la Asociación Nacional de Fútbol Profesional y la Asociación Nacional de Fútbol Amateur de Chile.

La Federación de Fútbol de Chile, tendrá su domicilio en la Región Metropolitana sin perjuicio de poder fijar otros adicionales dentro del territorio del país.

Artículo 3: La Federación de Fútbol de Chile, es parte integrante de la FIFA, de la Confederación Sudamericana de Fútbol y del Comité Olímpico de Chile.

¹⁹ Artículo 1°. Constituyese la Asociación Nacional de Fútbol Profesional como una Corporación de Derecho Privado, cuyos objetivos son:

- a) Regir y fomentar la práctica del fútbol entre sus asociados, asumiendo con cargo a los flujos propios, y en la proporción que acuerde el Consejo de Presidentes, los gastos asociados al desarrollo del fútbol joven de sus miembros;
- b) Organizar y promover la calidad de todos los aspectos de los torneos entre los clubes asociados al fútbol profesional;
- c) Velar por la disciplina deportiva de sus socios, dirigentes jugadores, árbitros, entrenadores, y todas aquellas personas sujetas a este Estatuto y su Reglamento;
- d) Ordenar y coordinar las relaciones deportivas entre sus asociados y las de éstos respecto de la Asociación y la Federación de Fútbol de Chile;
- e) Velar por los aspectos físico, mental y social de los miembros de los clubes asociados, creando para ello los organismos necesarios;
- f) Fomentar los vínculos deportivos internacionales y representar y defender internacionalmente a sus asociados y su patrimonio;
- g) Exigir y fiscalizar un adecuado comportamiento económico de sus asociados, conforme a los fines de la Asociación, pudiendo establecer límites o requisitos al gasto de los clubes afiliados, así como sanciones en caso de incumplimiento;
- h) Hacer cumplir los estatutos y Reglamentos de la Asociación y;

Para los fines de este trabajo destacamos que uno de los fines para constituir la Asociación es precisamente para **celebrar todos los actos y contratos que tengan por objeto ceder, comercializar, distribuir o licenciar los derechos de transmisión y reproducción por cualquier medio de los campeonatos, torneos, eventos y partidos organizados por la Asociación, pudiendo negociar y acordar en ellos todos sus términos y condiciones.**

De modo que para cumplir con dicho fin, los clubes estipulan en el artículo 55 de los Estatutos un mandato gratuito e irrevocable para que la Asociación los represente y actúe a nombre de los clubes *“en todo acto o contrato relativo a la oferta, venta, comercialización, uso, goce, explotación, arrendamiento, licencia u otro, respecto a los derechos de transmisión televisiva correspondientes a los partidos y demás espectáculos deportivos en que dichos clubes participen en el marco de los torneos y competencias organizados o de responsabilidad de la Asociación”*

En ese mismo sentido, hay que considerar que los clubes en los términos del artículo 5° de los Estatutos se obligan a *“conservar a la ANFP como su mandataria a nombre propio en los términos del artículo 55°, debiendo abstenerse de ejecutar cualquier acto o contrato que se encuentre dentro del ámbito del mandato otorgado a la Asociación o que pueda impedir, perjudicar, u obstaculizar el debido cumplimiento del referido mandato. “*

-
- i) Organizar, administrar y supervisar todo lo relacionado con las Selecciones Nacionales tanto en Chile, como en el exterior, en sus aspectos deportivos económicos e institucionales.
 - j) Exigir y fiscalizar que los clubes cuenten con un nivel adecuado de gestión y fomentar el gasto responsable de los clubes para el beneficio a largo plazo del fútbol;
 - k) Fiscalizar la capacidad económica y financiera de los clubes. Especialmente, propender a que los clubes cumplan oportunamente con sus obligaciones con los jugadores y otros trabajadores;
 - l) Controlar que la infraestructura de los clubes deportivos para proveer a los jugadores, espectadores y medios de comunicación de las instalaciones sean adecuadas, bien equipadas y seguras para el desarrollo del fútbol profesional;
 - m) Celebrar todos los actos y contratos que tengan por objeto ceder, comercializar, distribuir o licenciar los derechos de transmisión y reproducción por cualquier medio de los campeonatos, torneos, eventos y partidos organizados por la Asociación, pudiendo negociar y acordar en ellos todos sus términos y condiciones.
 - n) Ejercer todos y cada uno de los derechos que a la Asociación le correspondan conforme a los términos y condiciones de los contratos referidos en la letra m precedente.
 - o) Exigir y fiscalizar que los clubes cuenten con un nivel adecuado de gestión y fomentar el gasto responsable de los clubes para el beneficio a largo plazo del fútbol;
 - p) Fiscalizar la capacidad económica y financiera de los clubes. Especialmente, propender a que los clubes cumplan oportunamente con sus obligaciones con los jugadores y otros trabajadores;
 - q) Controlar que la infraestructura de los clubes deportivos para proveer a los jugadores, espectadores y medios de comunicación de las instalaciones sean adecuadas, bien equipadas y seguras para el desarrollo del fútbol profesional;
 - r) Exigir y fiscalizar que los clubes cuenten con un nivel adecuado de gestión y fomentar el gasto responsable de los clubes para el beneficio a largo plazo del fútbol;
 - s) Fiscalizar la capacidad económica y financiera de los clubes. Especialmente, propender a que los clubes cumplan oportunamente con sus obligaciones con los jugadores y otros trabajadores;
 - t) Controlar que la infraestructura de los clubes deportivos para proveer a los jugadores, espectadores y medios de comunicación que las instalaciones sean adecuadas, bien equipadas y seguras para el desarrollo del fútbol profesional;
 - u) Exigir y fiscalizar que los clubes cuenten con un nivel adecuado de gestión y fomentar el gasto responsable de los clubes para el beneficio a largo plazo del fútbol;
 - v) Fiscalizar la capacidad económica y financiera de los clubes. Especialmente, propender a que los clubes cumplan oportunamente con sus obligaciones con los jugadores y otros trabajadores;

Por tanto, los clubes de fútbol profesional constituyen la ANFP para que ésta celebre todos los actos y contratos que tengan por objeto derechos de transmisión y reproducción de los campeonatos organizados por la Asociación; y para cumplir con lo anterior, los clubes otorgan un mandato gratuito e irrevocable a la Asociación; donde además, se obligan a conservarla como su mandataria, absteniéndose de ejecutar cualquier acto o contrato que afecte el debido cumplimiento del referido mandato.

Para comprender la estructura y funcionamiento del modelo de explotación audiovisual, hay que distinguir por una parte que los socios que integran la ANFP son los clubes de **primera división A**, **primera división B** y **segunda profesional**²⁰. Y por otro, que la ANFP cuenta con órganos propios para el cumplimiento de sus objetivos. En ese sentido, el artículo 7° de sus Estatutos y el artículo 5° del Reglamento, señala que la ANFP se organiza de la siguiente manera:

a) **El Consejo de Presidentes**, o simplemente Consejo, que es la autoridad máxima de la Asociación, formado por los Presidentes de los clubes de Primera División y Primera B, que se denominarán Consejeros.

b) **El Directorio**.

c) **El Presidente**.

d) **El Tribunal de Disciplina**.

e) **El Tribunal de Asuntos Patrimoniales**.

f) **El Tribunal de Honor**.

g) **La Comisión Revisora de Cuentas**.

h) **La Unidad de Control Financiero**

i) **Las Comisiones Permanentes y Transitorias**, conforme al Reglamento

En definitiva, los principales organismos dentro de la Asociación que interactúan para el funcionamiento del modelo de explotación audiovisual son el Consejo de Presidentes, el Directorio y los propios clubes de fútbol profesional. Para lo anterior es que se estipulan atribuciones, derechos y obligaciones a cada uno de ellos, lo cual revisaremos a continuación:

Consejo de Presidentes:

De acuerdo con el reglamento de la ANFP el Consejo es la autoridad máxima de la Asociación integrado por los Presidentes de los clubes de Primera División y de Primera B, quienes se denominan Consejeros y como tal goza de las atribuciones o facultades señaladas por el artículo 10° de los Estatutos de la ANFP.

²⁰ Artículo 3°. *La duración de la Asociación será indefinida y el número de sus asociados no excederá los cuarenta y dos clubes, entre la Primera División, Primera B y la Segunda División.*

En lo que respecta al objeto de esta investigación, destacamos dentro del artículo 10° de los Estatutos de la ANFP, como atribuciones y facultades exclusivas del Consejo:

- **Determinar y acordar la forma de distribución de los pagos que recibirán los Clubes bajo los contratos que celebre la ANFP** relativos a la cesión, comercialización distribución o licencia de los derechos de transmisión televisiva de los campeonatos en que participan los clubes de Primera División y Primera B, sea a título de precio, honorario, ajuste, indemnización o por cualquier otro concepto.
- **Modificar, limitar o restringir, por la unanimidad de los miembros** en ejercicio del Consejo de Presidentes, **las facultades otorgadas a la Asociación conforme al mandato a que se refiere el artículo 55°**, o su forma de ejercicio, o la forma en que los derechos o efectos que para los clubes surjan del ejercicio de dicho mandato los afectarán o beneficiarán.
- **Autorizar al Directorio para la celebración de los contratos de transmisión por cualquier medio audiovisual**

Por último señalar que en las distintas votaciones que se produzcan al interior del Consejo cada voto del Consejero de Primera B se contabilizara como un voto y cada voto de Consejero de Primera División se contabilizara como dos votos.

En lo que respecta al Directorio, estará compuesto por un presidente y seis directores, todos los cuales serán elegidos por el Consejo. Al respecto, dos integrantes del directorio, a lo menos, deberán ser representantes de clubes de Primera B, al momento de su elección.

Destacamos que son parte de sus deberes y facultades:

- **Celebrar, previa autorización del Consejo de Presidentes, todos los contratos para transmitir por cualquier medio audiovisual de transmisión**, los partidos de las competencias que organice la Asociación. El Directorio es el único organismo competente para celebrar los convenios y suscribir los contratos que tengan por objeto la transmisión por cualquier medio y en cualquiera de sus formas, en directo o en diferido, de estos partidos, en especial por televisión abierta, y/o cerrada o por pago - cable aéreo, codificado, U.H.F., M.M.O.S., D.T.H, D.V.S. -, Internet, y por cualquier otro sistema creado o por crearse en el futuro.
- **Presentar anualmente al Consejo de Presidentes, para su aprobación, una rendición de cuentas correspondiente al ejercicio del Mandato que se le confiere en el artículo 55;**
- **Distribuir los flujos recibidos como mandataria de los clubes, en la proporción que determine el Consejo de Presidentes.**

Por último, complementa el modelo de explotación audiovisual, los derechos y obligaciones que se establecen para los clubes de fútbol profesional:

- En primer lugar, en cuanto a la programación de los partidos. Los días, horarios, lugares y programación de cada fecha son determinados por la Gerencia de Ligas Profesionales, privilegiando, en la medida de lo posible, las condiciones e intereses deportivos de los clubes participantes, y los acuerdos que dicha Gerencia alcanzare con las autoridades respectivas y con la empresa titular de los derechos de televisación del Campeonato.
- Además, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 152° bis J del Código del Trabajo, en caso de incumplimiento en el pago integro y oportuno de las remuneraciones y cotizaciones previsionales y de salud de sus jugadores y cuerpo técnico, la ANFP tiene la facultad de retener de las cuotas mensuales relativas a los Derechos de Televisación del Campeonato, correspondientes a los clubes infractores, las sumas adeudadas por tales conceptos y pagarlas por subrogación directamente a los jugadores o miembros del cuerpo técnico pertinente y a las instituciones respectivas de ahorro previsional y de salud.
- Por su parte, todos los clubes deberán dar estricto cumplimiento a las normas establecidas en relación con los partidos televisados por la señal oficial, ya sea esta TNT Sports o quien la suceda o reemplace (el “Broadcaster”). Los clubes se comprometen a otorgar todas las facilidades que requiera/n la/s empresa/s adjudicataria/s de derechos de televisación para el ingreso a los distintos estadios de sus cámaras, equipos técnicos y personal necesario. El club organizador deberá garantizar que en el sector destinado para el camión de transmisiones y VOR esté implementada una conexión a tierra. Cualquier entorpecimiento a la labor de la/s empresa/s adjudicataria/s referida/s precedentemente será de responsabilidad exclusiva del club que actúe como local. El incumplimiento del presente artículo que suponga el impedimento del ingreso de cámaras, equipos y/o personal de la/s empresa/s adjudicataria/s de los derechos de televisación, en términos que no se pudiese realizar la transmisión de un partido programado, será sancionado con multa ascendente a 25.000 UF, cursada al club que actúe como local. Cualquier otro incumplimiento será sancionado de acuerdo con las reglas generales. Los clubes deberán dar cumplimiento a todas las obligaciones en relación a las actividades de promoción y de cobertura que efectúe el Broadcaster, de acuerdo a las instrucciones y protocolos que fije el Directorio.
- Los clubes de fútbol profesional de primera y primera B recibirán los flujos que se distribuyan en conformidad de los derechos de explotación audiovisual.

En definitiva, en lo que respecta a la estructura del modelo, toda su base normativa se encuentra en los Estatutos de la ANFP, el Reglamento de la ANFP y los contratos que celebre la Asociación, por medio

de su Directorio. No existe dentro de la normativa una atribución de titularidad, pero en la práctica la forma de desarrollo ha sido la de un modelo centralizado. De tal manera, los clubes otorgan el mandato a la ANFP y ésta a través de sus organismos celebra los contratos que tienen por objeto los derechos audiovisuales de los partidos de las competencias oficiales que serán transmitidos por cualquier medio y en cualquiera de sus formas. Para dicho fin la Asociación cuenta con las más amplias facultades, estableciendo que el Directorio, en conformidad con la aprobación del Consejo, será la responsable de celebrar los contratos de transmisión y de distribuir los flujos recibidos, de la forma previamente acordada, a los clubes de primera división y primera B. En ese sentido, señalar que en lo que respecta a los clubes de segunda división profesional, ni los estatutos ni el reglamento señalan que recibirán utilidades provenientes de la explotación audiovisual, y que según vimos no tienen representación en el consejo de presidentes, pese a que son socios de la ANFP.

2.2. El mandato a la ANFP

2.2.1 El mandato en términos generales:

2.2.1.1 Definición y elementos del Mandato

De acuerdo con el Art. 2116 inc. 1º del Código Civil el mandato es un contrato en que una persona confía la gestión de uno o más negocios a otra, que se hace cargo de ellos por cuenta y riesgo de la primera. De la definición de mandato se ha señalado que son elementos esenciales de este contrato:

- Confianza en la gestión de los negocios. Interviene un elemento subjetivo del mandante (contrato *intuitu personae*)
- La gestión de uno o más negocios: El objeto del mandato es que el encargo constituye en definitiva la ejecución de uno o más actos jurídicos.
- Por cuenta y riesgo de la primera: Es una característica esencial de este contrato, que no puede faltar. Esto significa que será siempre el mandante el que se aprovechará de los beneficios y soportará las pérdidas, como si el negocio lo hubiese realizado personalmente.

2.2.1.2 Obligaciones que engendra

Para el mandatario, las obligaciones que contrae son:

- en primer lugar una obligación de hacer, esto es, ejecutar el mandato con la diligencia de un buen padre de familia donde debe ceñirse rigurosamente a los términos del mandato, fuera de

los casos en que las leyes lo autoricen para obrar de otro modo (Art. 2131° CC). Se refiere tanto a los medios como a los fines (Art. 2134 inc. 1° CC).

- En segundo lugar debe rendir cuenta de su gestión con el objeto de poner en conocimiento del mandante la forma en que se ha llevado a cabo la gestión y sus resultados; restituir al mandante lo que ha recibido el mandatario con ocasión de la ejecución, sea del propio mandante o de terceros, aún cuando lo pagado por éstos no se deba al mandante y si el mandatario ha actuado a su propio nombre, la rendición de cuenta importa también la cesión de los derechos y el traspaso de las deudas.

En cuanto al mandante sus obligaciones son señaladas en Art. 2158° del código civil, sin perjuicio de que ninguna es de la esencia del mandato y que las partes pueden estipular otras:

- proveer al mandatario de lo necesario para la ejecución del mandato;
- reembolsarle los gastos razonables causados por la ejecución del mandato;
- pagar la remuneración estipulada o usual;
- pagar las anticipaciones de dinero con los intereses corrientes;
- indemnizar pérdidas en que haya incurrido sin culpa el mandatario y por causa del mandato.

2.2.2. El mandato a la ANFP: piedra angular del modelo chileno.

2.2.2.1 Las Partes: Los clubes de fútbol profesional de primera división, primera división B y la ANFP.

Las partes de este contrato son por un lado los clubes de fútbol profesional de las categorías de primera división A y de primera división B como mandantes, y por otro, la Asociación Nacional de Fútbol como mandataria.

Al respecto hay que considerar que los estatutos son claros al señalar que *“El mandato estipulado en este artículo se entenderá otorgado, y se entenderá que produce sus efectos respecto de cada acto o contrato efectuado por la Asociación en ejercicio del mismo, respecto de aquellos clubes que, de tiempo en tiempo conforme a lo indicado en estos Estatutos, se rigen por los mismos por ser parte de las categorías de fútbol profesional Primera División y Primera B, los que se considerarán como mandantes, y dejará de producir efectos en forma inmediata y sin necesidad de acto ulterior respecto de aquellos que hayan dejado de pertenecer a dichas categorías.”* Es decir, los mandatarios serán los clubes de las categorías señaladas, y a su vez, serán aquellos que se integren posteriormente a las

respectivas categorías. Así mismo dejarán de serlo aquellos clubes de fútbol profesional que dejen de pertenecer a las categorías indicadas, sin necesidad de acto posterior.

Lo anterior nos lleva a determinar que el mandato existente entre los clubes de fútbol profesional en las respectivas categorías y la ANFP se encuentra sujeto a la condición resolutoria de que los clubes permanezcan dentro de las categorías de primera división y primera división B. De tal manera que, de no permanecer en dichas categorías significa la resolución y el término del mandato respecto de ellos. A su vez, no existe mandato entre los clubes de segunda profesional y la ANFP.

En cuanto al mandatario esta será la Asociación quien llevara a efecto la ejecución de los actos jurídicos indicados en el mandato y es lo que veremos a continuación.

2.2.2.2 Objeto del Mandato:

- **La obligación de gestionar los derechos audiovisuales.**

Es de la esencia del mandato la gestión de uno o más negocios, por consiguiente una de las obligaciones del mandatario es la ejecución del mandato en los términos señalados. En este caso los estatutos de la ANFP en lo que respecta al mandato, señalan como su objeto lo siguiente:

- Actuar a su nombre y representación de los clubes, **en todo acto o contrato relativo a la oferta, venta, comercialización, uso, goce, explotación, arrendamiento, licencia u otro, respecto a los derechos de transmisión televisiva** correspondientes a los partidos y demás espectáculos deportivos en que dichos clubes participen en el marco de los torneos y competencias organizados o de responsabilidad de la Asociación.
- Este mandato se extenderá a todo aquello que fuere necesario para su ejercicio, a la sola discreción de la Asociación y por todos los medios que ésta estime convenientes o necesarios, y no requerirá de actuación, consulta, autorización o aprobación previa por parte de los clubes, sin perjuicio de lo cual **la Asociación siempre deberá actuar en interés de los clubes en su conjunto.**
- En el ejercicio de este mandato, **la Asociación podrá celebrar toda clase de contratos**, sean nominados o no, con la facultad de acordar todos los elementos de su esencia, de su naturaleza, y meramente accidentales; cobrar, percibir, dar recibos y finiquitos; fijar precios, honorarios, rentas, plazos, condiciones, multas y cláusulas penales; representar a los clubes ante las autoridades que corresponda, incluyendo el Servicio de Impuestos Internos, la Tesorería General de la República y la Fiscalía Nacional Económica, pudiendo presentar toda clase de solicitudes, presentaciones o declaraciones; **constituir y participar en sociedades de cualquier tipo**, ejercer en ellas todos los derechos que le correspondan como socio o accionista, incluyendo para asistir a juntas o asambleas con derecho a voz y voto, nombrar a sus directores y administradores,

modificar sus estatutos, transformarlas, dividir las o fusionarlas, disolverlas y liquidarlas, acordar pactos de accionistas o socios, y para vender, ceder, arrendar u otorgar usufructos u opciones sobre las acciones o derechos sociales de que sea titular en ejercicio de este mandato; comprometer y designar árbitros, así como representar judicialmente a los clubes, con las facultades de ambos incisos del artículo séptimo del Código de Procedimiento Civil, ante tribunales ordinarios y arbitrales, así como ante el Ministerio Público, las que se dan por reproducidas.

Como es posible observar el mandato que se le otorga a la Asociación es bastante amplio. Sin perjuicio de lo anterior, dentro del mandato sobre derechos audiovisuales se incluye solo aquellos que dicen relación con los “*derechos de transmisión televisiva*” y no todos los medios en que pueda expresarse la explotación de los derechos audiovisuales. Lo anterior habría que conectarlo con lo señalado en los deberes y facultades del Directorio de la Asociación, que señala en su artículo 10 que deben *celebrar, previa autorización del Consejo de Presidentes, todos los contratos para transmitir por cualquier medio audiovisual de transmisión, los partidos de las competencias que organice la Asociación. El Directorio es el único organismo competente para celebrar los convenios y suscribir los contratos que tengan por objeto la transmisión por cualquier medio y en cualquiera de sus formas, en directo o en diferido, de estos partidos, en especial por televisión abierta, y/o cerrada o por pago - cable aéreo, codificado, U.H.F., M.M.O.S., D.T.H, D.V.S. -, Internet, y por cualquier otro sistema creado o por crearse en el futuro.* Es decir, el mandato estaría facultando para la celebración de actos jurídicos en nombre y representación de los clubes que digan relación con los derechos de transmisión televisiva, mientras que todos los contratos para transmitir por cualquier medio estarían sujetas a la previa autorización del Consejo de Presidentes.

En conclusión, en el primer caso aplicaría toda la normativa que dice relación con el mandato, esto es la ejecución por cuenta y riesgo de la primera, la obligación de ejecutar el encargo y la rendición de cuentas. Mientras que en aquellos otros contratos que dicen relación con los derechos audiovisuales por otros medios distintos a la televisión, como por ejemplo internet, no habría mandato en los términos generales y con amplias facultades, si no en la medida que el Consejo de Presidentes autorice la celebración de los determinados actos jurídicos al Directorio.

Lo cierto es que en la práctica lo que ha acontecido es que todos los actos jurídicos que digan relación con la explotación de los derechos audiovisuales por cualquier medio han sido considerados dentro del mandato, y es lo que a su vez ha permitido la configuración del modelo de explotación actual, donde debido al mandato y sus amplias facultades, fue la propia Asociación la que creó un canal de televisión para transmitir y explotar los derechos audiovisuales, lo cual será revisado más adelante.

- **Obligación de rendir cuenta:**

Señala el artículo 55° de los estatutos de la Asociación que se *deja especial constancia que los efectos de cada acto o contrato ejecutado o celebrado en ejercicio de este mandato se radicarán en los mandantes, y los beneficiarán o afectarán, al momento que dichos efectos se produzcan, o de ser de orden patrimonial al momento que sean percibidos efectivamente, sin perjuicio de la obligación de la Asociación de dar cuenta de su administración del mandato.* Es importante señalar que los efectos propios de actuar a nombre y representación de los clubes es que se radican en estos, sin necesidad de rendir cuentas. Sin perjuicio de ello, también se consagra la posibilidad para la Asociación que actúe a nombre propio y en ese sentido es importante destacar que la rendición de cuentas significará también el traspaso de los créditos, deudas, y de la obligación de los mandatarios frente a terceros.

2.2.2.3 Características del Mandato a la ANFP:

- **Mandato gratuito e irrevocable a la Asociación**

De acuerdo con el Art. 2117° CC. “El mandato puede ser gratuito o remunerado”. De modo que no es un elemento de la esencia del mandato su onerosidad o gratuidad. En el caso del mandato de los clubes profesionales a la Asociación se trata de un mandato gratuito. el CC al regular el mandato se aparta de lo establecido por el Art. 1547° CC. Estableciendo en el Art. 2129° CC, que el mandatario responde hasta de culpa leve en cumplimiento del encargo, sin atender al carácter gratuito u oneroso del mandato, si no que para agravar esta responsabilidad si es remunerado. Por el contrario, si el mandatario ha repugnado el encargo o se ha visto forzado a aceptarlo, será menos estricta su responsabilidad. En cuanto al mandante, rige la regla general del Art. 1547° CC: si el mandato es gratuito, responderá hasta de la culpa levísima, limitándose a la culpa leve cuando sea remunerado.

Sobre la irrevocabilidad del mandato, se ha criticado su estipulación al tratarse la revocabilidad un elemento de la naturaleza del contrato, en el cual destaca su carácter *intuitu personae* y la confianza en la gestión. Por lo mismo, es que el art. 2165° del C.C señala que el mandante puede revocar el mandato a su arbitrio. Lo que implica que, por regla general, no necesita explicar sus razones ni justificar una falta del mandatario.

Sin perjuicio de los argumentos a favor o en contra, lo que no se encuentra en dudas es la irrevocabilidad al existir relaciones jurídicas subyacentes. En el artículo 241° del Código de Comercio, señala que: *El comitente no puede revocar a su arbitrio la comisión aceptada, cuando su ejecución interesa al comisionista o a terceros.*

El profesor Joel González Castillo lo explica en los siguientes términos: “*La doctrina tradicional estima que la presencia de estos intereses ajenos a los del mandante obliga a limitar –o incluso suprimir– su facultad de revocar y que no es necesario estipularla porque se subentiende cuando el*

interés legítimo del mandatario o de un tercero exige el mantenimiento del mandato. Más aún, en materia mercantil el artículo 241° del Código de Comercio así lo dice expresamente. En tales supuestos el mandante no podría revocar a su arbitrio, quedando el mandato sujeto al principio general consignado en el artículo 1545° del Código Civil en virtud del cual el contrato no puede invalidarse sino por consentimiento mutuo.”²¹

Continúa el autor señalando que *“La imposibilidad de revocar un mandato supone que, aun terminada la confianza propia que caracteriza a este contrato, el mandante quede, en cierto sentido, preso de los términos del encargo y de la persona del mandatario. Cabe entonces preguntarse qué lleva al mandante a otorgar mandatos que no son de su exclusivo interés viendo con ello limitada su facultad de revocar. Esta situación se explicaría por la existencia de relaciones jurídicas subyacentes entre el mandante y el mandatario o terceros”*

Sin lugar a dudas la irrevocabilidad es completamente necesaria para el funcionamiento de todo el modelo de explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional chileno, ya que se constituye como su piedra angular debido a las relaciones subyacentes. Más adelante revisaremos como se ha configurado el modelo toda vez que la Asociación crea su propio canal de televisión, mandatado por los propios clubes de fútbol, para gestionar dicho negocio y luego mediante sus organismos (Consejo y Directorio) repartir las utilidades que le han significado la explotación de estos derechos.

- Para actuar nombre y representación de los Clubes.

Se trata de un mandato con representación. Por tanto se producen los efectos propios de esta modalidad: Los derechos y obligaciones nacidos en el contrato celebrado por el mandatario se radican en el patrimonio del mandante. Sin perjuicio de lo anterior, más adelante es señalado que *“en el ejercicio de este mandato, la Asociación podrá actuar a nombre propio en los términos del artículo dos mil ciento cincuenta y uno del Código Civil”* donde es importante entonces la rendición de cuentas ya que importa también la cesión de los derechos y el traspaso de las deudas.

Lo anterior tiene su efecto también con respecto a terceros, ya que la Asociación cuando actúe a nombre y representación de los clubes los obliga frente a terceros, mientras que actuando a nombre propio, no obliga al mandatario sino hasta la rendición de cuentas donde se hace el traspaso de créditos y deudas contraídas en ejecución del mandato.

²¹ González Castillo, Joel. (2017). MANDATOS IRREVOCABLES: UN CUESTIONAMIENTO A SU GENERAL ACEPTACIÓN. Revista chilena de derecho, 44(1), 33-57. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372017000100003>

- **El mandato otorgado en este artículo no podrá ser limitado ni restringido sino por la unanimidad de los miembros en ejercicio del Consejo de Presidentes en una asamblea convocada especialmente a dicho efecto.**

Se cubre el mandato otorgado a la Asociación para que no pueda ser modificada la amplitud con la que cuenta si no que por la unanimidad de los miembros en ejercicio del Consejo de Presidentes. Esto es, la totalidad de los presidentes de clubes de primera división A y primera división B deben estar de acuerdo para la limitación del mandato. Lo anterior significa prácticamente la imposibilidad de restringir el mandato a la Asociación debido al alto quorum que significa el acuerdo unánime de todos los presidentes.

- **El mandato expirará seis meses después de concluida la vigencia de los actos y contratos que se celebren en conformidad a lo señalado en el párrafo primero de este artículo.**

Se establece un plazo para el término del mandato. Esto es seis meses después de concluida la vigencia de los contratos celebrados relativo a la oferta, venta, comercialización, uso, goce, explotación, arrendamiento, licencia u otro, respecto a los derechos de transmisión televisiva correspondientes a los partidos y demás espectáculos deportivos en que dichos clubes participen en el marco de los torneos y competencias organizados o de responsabilidad de la Asociación.

2.3. Breve repaso histórico del modelo de explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional chileno:

Ya revisado el mandato a la Asociación, las propias obligaciones, deberes y facultades de cada organismo involucrado en la explotación de los derechos audiovisuales, revisamos a continuación como se ha configurado históricamente el modelo:

- La ANFP en su calidad de mandataria de los clubes de fútbol profesional y la sociedad Gestión de Televisión Limitada (GTV) constituyeron a comienzos del 2003 “El Canal del Fútbol” (CDF) con el fin de que se explotara, de modo exclusivo, los derechos de transmisión de los partidos del fútbol profesional chileno. GTV con un 20% de la sociedad por el CDF se encargaría de la gestión del negocio, mientras que la ANFP con un 80% tendría garantizado ingresos mínimos anuales.
- Para la transmisión de la señal CDF se llegó a un acuerdo con los operadores de cable VTR, Metropolis-Intercom y SKY con una tasa de suscripción de CDF del 65% y una tasa de suscripción del 35% para cada empresa. La primera transmisión de la CDF se realizó el viernes 11 de abril de 2003, al inicio del noveno partido entre Audax Italiano y Rangers de Talca. El canal de fútbol tuvo un comienzo auspicioso. En su primer fin de semana de funcionamiento,

CDF tuvo cerca de 20.000 clientes. Para junio, tenían 41.000 suscriptores (más todos los operadores de cable). Como era de esperar, la primeras transmisiones solo cuentan con cuatro juegos semanales, de tal manera, el resto del tiempo, la señal permanece en "negro".

- En 2003, entró también en vigor la prohibición de que los canales abiertos ingresen a los estadios para filmar imágenes del partido de fútbol. En respuesta, el vocero de Anatel, Javier Urrutia, dijo que la decisión de la CDF y la ANFP era arbitraria, ilegal e ilegal, y constituía una grave violación del estado de derecho y una clara violación a la libertad de información. En tanto, en mayo del 2005, CDF ganó la batalla legal por los derechos de televisión de Anatel. La Segunda Sala de la Corte de Apelaciones de Santiago, por unanimidad, dictaminó que el contrato de exclusividad suscrito por Canal 13 y CDF por los derechos de transmisión de goles no presenta irregularidades. Tras esta decisión, la Sala integrada rechazó el amparo interpuesto por Anatel .
- El 22 de julio de 2005 significó el ingreso oficialmente de nuevos inversores para participar en la gestión del canal de fútbol. La familia Claro conservará el 69,5% de la participación total de la empresa en Gestión de Televisión, socio minoritario de CDF. El 20% fue para Contemporanea Servicios Financieros (Gonzalo Martino). 5% pasa a propiedad de Camogli S.A. (Hernán Bozzo), 0,44% Inversiones Orobanca Limitada (Fernando Tisné). El 5% restante pasó a ser propiedad de Mario Corbo junto con familiares y asesores.
- En 2018, Turner International Latin America, Inc “Turner” adquirió el 100% de CDF a través de una oferta privada y se adjudicó los derechos de transmisión de las dos categorías superiores del Campeonato Chileno de Fútbol Profesional (Primera A. y Primera B), y otras copas de carácter oficial para los próximos 15 años.²²

2.4 Imperfecciones del modelo:

2.4.1 Rol de la ANFP y su naturaleza jurídica:

El Código Civil en su artículo 545° define a la persona jurídica como *“aquella persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extra judicialmente”* luego la clasifica entre: corporaciones o fundaciones de beneficencia pública. Además, señala que las corporaciones de derecho privado se llaman también asociaciones y que lo distintivo de una asociación es la reunión de personas en torno a objetivos de interés común a los asociados.

²² Espinoza, C. Navarro, D.. (2016). Fútbol chileno y televisión, el negocio que socavó la práctica cultural. Memoria para optar al título de periodista. Santiago de Chile: Universidad de Chile, Escuela de Periodismo.

Dentro de las corporaciones o asociaciones, se distingue entre aquellas con fines de lucro y las personas jurídicas sin fines de lucro. Al respecto, el profesor Alberto Lyon Puelma, define a las *personas jurídicas con fines de lucro, como aquellas que persiguen una ganancia pecuniaria o material, que aumenta la fortuna de los socios*. Es decir, *hay fines de lucro cuando la Persona Jurídica reparte las utilidades que haya obtenido entre sus miembros, socios o integrantes*. Por su parte, las personas jurídicas sin fines de lucro, las define como *aquellas personas jurídicas que, al momento de obtener utilidades o ganancias en el desarrollo de su actividad, estas no pueden ser repartidas entre los miembros o integrantes de la misma*²³.

La ANFP se ha definido como una asociación de derecho privado sin fines de lucro, sin embargo y en concordancia con lo que venimos señalando es evidente que realiza actividades propias de una asociación con fines de lucro porque mediante la explotación de los derechos audiovisuales realiza el reparto de utilidades entre sus socios miembros. Esta realidad jurídica fue criticada por la Comisión Especial que se conformó el 2018 para investigar las actuaciones realizadas por los órganos del Estado que tengan relación con la ANFP, entre cuyos objetivos estaba realizar un diagnóstico de la manera en la que opera y actúa la Federación de Fútbol, la ANFP, la ANFA y especialmente los clubes u organizaciones deportivas que integran o bien participan en los torneos locales. En ese contexto de investigación y de recabar informaciones la comisión llegó a la siguiente conclusión:

*“Nos encontramos con una Asociación Nacional de Fútbol Profesional que tiene **una naturaleza jurídica, no acorde con una organización que mueve el negocio del fútbol**, con ingresos anuales superiores a los 100 millones de dólares (considerando solo el hecho de que la venta de los derechos de transmisión del fútbol profesional por 15 años se valorizó en 2.300 millones de dólares). **Su estructura de persona jurídica sin fines de lucro, normalmente utilizadas por entidades de caridad o centros de estudios, la deja prácticamente sin controles y fiscalizaciones efectivas, generando un ambiente que se presta para los abusos de los que fue objeto durante la administración de Sergio Jadue**. Por ejemplo ya nos referimos a algunas prácticas, que se continúan haciendo, consistente en proporcionar, **sin transparencia y debido control, a los clubes el dinero que requieren para su financiamiento, sea a partir de la distribución de los dineros que provienen del CDF, de los prestamos que solicita la ANFP o de la inversión que se hace en el fútbol joven**, lo cual provoca un evidente deterioro en el sistema de control interno que tiene el consejo de presidentes, que difícilmente habrán de cuestionar las propuestas o decisiones que adopte el directorio de la institución.”*

2.4.2 El modelo televisivo, la libre competencia y los derechos de información.

²³ Lyon Puelma, Alberto, Personas Jurídicas, Ediciones Universidad Católica, 2003, Santiago.

2.4.2.1 Requerimiento Fiscalía Nacional Económica:

El año 2020 la FNE interpuso un requerimiento en contra del CDF (para efectos de esta investigación se mantendrá CDF, sin perjuicio que ahora se llama TNT Sports) señalando que ha *infringido el artículo 3 del DL 211 al abusar de su posición monopólica en el mercado de la transmisión en vivo y en directo de los encuentros deportivos del Campeonato Nacional de Fútbol Profesional mediante el establecimiento e imposición de una serie de prácticas comerciales a los cableoperadores, que en su conjunto configuran un modelo de negocios lesivo para la competencia, consistentes en la limitación o el control de las promociones que los cableoperadores pueden implementar de cara al consumidor final, el establecimiento de un precio mínimo de reventa de las señales CDF Premium y CDF HD, la fijación de un número de abonados mínimos garantizados arbitrarios, y la exigencia a los cableoperadores de la adquisición y distribución de la señal CDF Básico a toda su base de clientes, como condición para poder acceder a las señales CDF Premium y/o CDF HD. Estas prácticas comerciales han podido ser impuestas a los cableoperadores en atención a la posición monopólica de la Requerida y al carácter must have que tienen las señales CDF Premium y CDF HD.*²⁴

Lo interesante dentro del requerimiento interpuesto se encuentra en señalar que la imposición de las prácticas comerciales que han restringido la competencia intra marca y la de extraer rentas sobre toda la base de clientes de los cableoperadores, se ha debido al poder monopólico que le confiere detentar la exclusividad de los derechos de transmisión. *Lo que se ha ido implementando de forma paulatina y ejecutando de manera permanente, desde la creación de la señal CDF Premium, el año 2006.* Las prácticas comerciales implementadas y ejecutadas por el CDF en su conjunto configuran un modelo de negocios que infringe el artículo 3 del DL 211, tanto en su inciso primero, que sanciona a todo aquel que *“ejecute o celebre, individual o colectivamente, cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos”, como en la letra b) de su inciso segundo, que prohíbe: “La explotación abusiva por parte de un agente económico, o un conjunto de ellos, de una posición dominante en el mercado, fijando precios de compra o de venta, imponiendo a una venta la de otro producto, asignando zonas o cuotas de mercado o imponiendo a otros abusos semejantes”.*

Más allá de revisar los requisitos para la configuración de un abuso anticompetitivo que infrinja la libre competencia, lo cierto es que se detenta de forma exclusiva los derechos para la transmisión de los partidos de fútbol profesional, y de acuerdo con el requerimiento *la referida responsabilidad de no lesionar la competencia cobra aún más fuerza si se considera que el monopolio del CDF tiene como*

²⁴ Causa: C-411-2020 Requerimiento de la FNE en contra de Canal del Fútbol SpA: disponible en https://consultas.tdlc.cl/do_search?proc=3&idCausa=42231

fuerza la titularidad de derechos exclusivos o especiales respecto de la transmisión y no su mérito competitivo. Es decir, en el origen del problema se encuentra la ausencia de normas que establezcan un procedimiento para la adjudicación de los derechos de transmisión. A la vez, ninguno de los equipos de Primera División y Primera B pueden transmitir sus partidos, o bien, organizar la transmisión por alguna forma distinta, aún cuando sus partidos no sean transmitidos.

2.4.2.2 Derecho de información

En Chile tanto la Constitución como la ley 19.733 Sobre Libertades de Opinión y Ejercicio del Periodismo reconocen la libertad de emitir opinión y la de informar, en cuyo ejercicio se incluye no ser perseguido ni discriminado a causa de las propias opiniones, buscar y recibir informaciones, y difundirlas por cualquier medio. La dificultad entorno al derecho de información y los derechos de explotación audiovisual dice relación con la capacidad de compatibilizar ambos derechos, en el cual la disyuntiva gira entorno al carácter social de la información y el valor de exclusividad que tiene utilizar las imágenes como bienes económicos, sobre todo cuando se trata de un espectáculo deportivo.

De acuerdo con el profesor Alfonso Banda Vergara *la información es un proceso por el cual un sujeto promotor toma la iniciativa y la emite a través de un medio determinado, información que está destinada y es recepcionada por un sujeto receptor. Por ello el derecho a la información con tiene a la vez derechos que se relacionan tanto con el sujeto emisor de la información –informador– como con quien la recibe, el sujeto informado. Así, en relación al informador se estructurarían derechos a investigar y buscar informaciones y opiniones; a difundir informaciones de relevancia pública por cualquier medio, y opiniones; a no ser censurado ni objeto de restricciones previas; de acceso a las fuentes de información, al secreto periodístico y a la reserva de la fuente; y un derecho a la cláusula de conciencia, entre otros. Por su lado, el sujeto que es informado, cuenta a lo menos con el siguiente núcleo de derechos: a recibir opiniones e informaciones; a seleccionar la información que reciba y los medios a través de los cuales recibirla; a ser informado veraz y oportunamente; a que sea preservado su honor y vida privada; y de respuesta o rectificación de la información recibida*²⁵

De acuerdo con lo anterior, hay que entender el panorama del derecho a la información desde dos vertientes: en primer lugar desde el informador, y en segundo lugar, desde el sujeto informado. En ese sentido, desde el punto de vista del informador el modelo de explotación de derechos audiovisuales del fútbol profesional chileno, presenta restricciones a la libertad de informar. Una de ellas, es señalada en el artículo 55° del reglamento de la ANFP donde se establece que pueden ingresar al estadio los canales de televisión que cuenten con los derechos correspondientes, prohibiéndose por tanto el ingreso a los que

²⁵ Banda Vergara, A.. (2002). Algunas consideraciones sobre el derecho de información y la "ley de prensa". Revista Universidad Austral de Chile , XIII, 124.

no sean titulares de derechos otorgados por la ANFP.²⁶ Además, la Asociación tiene el derecho exclusivo y excluyente de comercializar con las distintas empresas de televisión u otras similares, por los medios y formas señaladas, la exhibición de los goles anotados en los partidos de las competencias que organice, los compactos de los partidos y los programas especializados de televisión en que se exhiban estos goles y compactos. De tal manera, la emisión de imágenes que pueden servir para la información quedan restringidas a lo acordado por la Asociación.

Desde la perspectiva de los sujetos informados, debido al monopolio del modelo, éstos no pueden optar libremente por el medio de comunicación que prefieren para informarse sobre el desarrollo de los partidos.

La problemática subyacente en este ámbito dice relación con la posibilidad de compatibilizar el derecho de información con la explotación audiovisual del evento deportivo. En ese sentido, en Europa ha sido el derecho comunitario de la libre competencia quien se ha hecho cargo de la problemática, introduciendo la necesidad de que se proteja la libre competencia y que exista un especial cuidado por aquellos acontecimientos de interés general. Por ejemplo la Ley Francesa de 13 de Julio de 1992 reconoce el derecho a obtener pequeños extractos de los eventos deportivos para la información general del público. En un sentido similar la Broadcasting Act de 1996 prevé la posibilidad de establecer una lista de acontecimientos de interés general, lo que se realiza previo desarrollo y aprobación de un código ético específico, suscrito voluntariamente por los organizadores de eventos deportivos, cuyo objetivo es la cobertura de eventos deportivos en vivo que sean de interés general para el público en general.²⁷

En Uruguay, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2014, considera que son eventos de interés general los partidos en instancias definitivas de las selecciones nacionales de fútbol y básquetbol y por eso deben emitirse por TV abierta. “En caso de emitirse por televisión los eventos que involucren actividades oficiales de las selecciones nacionales de fútbol y de básquetbol en instancias definitivas de torneos internacionales y en instancias clasificatorias para los mismos, deberán ser emitidos a través de

²⁶ **TÍTULO VIII. ACCESOS Y CREDENCIALES DE PRENSA**

ARTÍCULO 55°. *De las credenciales y condiciones para asistir a los estadios.*

Podrán ingresar a los estadios en que se disputen los partidos del Campeonato los portadores de las pertinentes credenciales emitidas por la ANFP, por el Círculo de Periodistas y por la Unión de Reporteros Gráficos y Camarógrafos de Chile.

Cada Club Local podrá exigir a los medios de comunicación acreditados ante la ANFP, en los partidos categorías A o B, con un plazo mínimo de 4 días de anticipación a la fecha del partido, una lista de las personas que ingresarán a la zona de graderías del estadio acreditados, con el fin de considerarlos en el aforo solicitado a las autoridades regionales. El incumplimiento por parte de los medios de comunicación respectivos de tal obligación facultará al Club organizador para reservarse el derecho de admisión respecto de las personas que no fueren incluidas en la referida lista para tal partido específico.

No tendrá validez alguna para el ingreso a un estadio cualquier credencial que no estuviere contemplada para ello en la normativa vigente de la ANFP.

Sólo podrán ingresar al estadio donde se dispute un partido del Campeonato, el (los) canal (es) de televisión que cuente/n con los derechos correspondientes para grabar las imágenes del encuentro y con las credenciales o autorizaciones otorgadas por la ANFP”

²⁷ Manuel Martín Moro. (2012). La cesión de los derechos de imagen de los deportistas profesionales. madrid: Universidad Rey Juan Carlos. Pp 187

un servicio de radiodifusión de televisión en abierto y en directo y simultáneo”, dispone el artículo 39 de la ley 19.307 de Uruguay. En Argentina, de acuerdo con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009, los eventos deportivos- como los partidos de fútbol organizados por la Asociación de Fútbol Argentino (AFA)- son considerados contenidos de interés relevante y, por ende, debe garantizarse el derecho al acceso universal a través de su transmisión en la TV abierta de modo gratuito. En Chile, podemos observar que se enmarca dentro de dicha tendencia la ley que crea la Comisión Nacional de Televisión, que posteriormente es modificada por la Ley de Televisión Digital Terrestre, donde se dispone en el artículo 17 que los partidos de la selección nacional de fútbol profesional, que tengan el carácter de oficiales, en el evento de ser transmitidos, deberán serlo a través de señales de televisión de libre recepción, sin perjuicio de las transmisiones que puedan hacer los permisionarios de servicios limitados de televisión.

En esa misma línea el año 2015 ingresó un proyecto de ley denominado “Establece normas sobre transmisión de los partidos de fútbol nacional y acceso de los medios de comunicación a los estadios” que actualmente sigue en tramitación y cuyo centro gira entorno *a corregir la condición de control monopólico de la información en formato audiovisual sobre los partidos del fútbol nacional, garantizar la diversidad de fuentes de información sobre el desarrollo del torneo, permitiendo que las imágenes puedan ser obtenidas por los canales de televisión que la norma señala, como asimismo por los medios electrónico y cautelar la igualdad de trato para los distintos medios de comunicación en el desarrollo de sus funciones*. Del proyecto de ley en comento destacamos las siguientes normas:

Artículo 1°.- Dos de los partidos oficiales del torneo nacional de primera división, por cada fecha, deberán ser transmitidos en directo por televisión de libre recepción, correspondiendo a Televisión Nacional de Chile el derecho preferente para realizar tales transmisiones, sin perjuicio de la difusión que realicen otros concesionarios o permisionarios de servicios limitados de televisión.

Artículo 2°.- La distribución de los partidos a que se refiere el artículo anterior deberá ser determinada de común acuerdo entre los clubes y los concesionarios de televisión, cautelando la presencia en tales transmisiones de todos los clubes en la respectiva temporada.

Artículo 3°.- Los concesionarios de televisión de carácter nacional o regional tendrán derecho a ingresar a los estadios donde se disputen partidos de los torneos oficiales de fútbol nacional, tomar imágenes y reproducirlas en los noticieros del canal respectivo. El mismo derecho tendrán los medios electrónicos que cumplan con los requisitos establecidos en el inciso segundo del artículo 2° de la ley 19.733.

Todo acto o convención que restrinja o limite el ejercicio de la libertad de información, en los términos descritos en este artículo, se tendrá por no escrito.

Artículo 4°.- La ley garantiza el acceso de los medios de comunicación a los estadios donde se disputen partidos oficiales del torneo de fútbol nacional. No podrán establecerse diferencias arbitrarias para acceder a las fuentes de información. Los reporteros radiales, gráficos y de televisión tendrán los mismos derechos en el ejercicio de sus funciones.

2.4.3 El control sobre la gestión:

Por lo general las ligas de fútbol profesional que cuentan con un modelo de explotación de derechos audiovisuales establecen un sistema complejo que incluye un órgano controlador de la gestión realizada para la explotación de éstos derechos, el cual busca un correcto funcionamiento en el ejercicio de la función encomendada, que abarca desde entregar datos para una adecuada comercialización de estos derechos, generar instrucciones para los clubes y entregar recomendaciones en el sistema de reparto.

En el modelo de comercialización del fútbol profesional chileno intervienen dentro de la ANFP el Consejo de Presidentes y el Directorio *“El Directorio deberá presentar anualmente al Consejo de Presidentes, para su aprobación, una rendición de cuentas correspondiente al ejercicio del Mandato que se le confiere en el artículo 55°”*

Aquella es la única instancia de revisión de lo realizado, no existe un órgano que genere recomendaciones a la comercialización de la gestión o bien que controle de manera autónoma lo realizado por el Directorio.

2.4.4 La distribución de las utilidades obtenidas:

Según lo previsto en el artículo 10° inciso 13° de los Estatutos, el Consejo de Presidentes debe determinar y acordar la forma de distribución de los ingresos obtenidos como consecuencia de los contratos que celebre la ANFP en relación con la cesión, comercialización, distribución o licenciamiento de los derechos de transmisión televisiva de partidos en los que participen clubes de Primera División y Primera B. Los pagos que recibirán los clubes como consecuencia de los contratos que celebre la ANFP se encuentra determinado en el mismo, los cuales se pagan en 12 cuotas mensuales cada año de la siguiente manera:

D) Si el monto total a repartir entre los clubes es igual o inferior a la cantidad UF de un millón cuatrocientas cuarenta y un mil trescientas sesenta y nueve coma noventa y cuatro, se repartirá según los siguientes porcentajes:

- el 25% entre los clubes Colo-Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica, según la forma de distribución que ellos informen²⁸,
- el 49,4 % entre los restantes clubes que al momento de su percepción participen de la Primera División, por partes iguales, y
- el 25,6% entre los clubes que al momento de su percepción participen de la Primera B, por partes iguales.

II) Si el monto total a repartir entre los clubes es superior a la cantidad de UF un millón cuatrocientas cuarenta y un mil trescientas sesenta y nueve coma noventa y cuatro, el monto en exceso de dicha cantidad será repartido según los siguientes porcentajes:

- el 30% entre los clubes que al momento de su percepción participen de la Primera B, por partes iguales,
- el 70 % entre los clubes que al momento de su percepción participen de la Primera División, por partes iguales.

III). No obstante lo anterior, el monto total a recibir por los clubes Colo-Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica, aplicando las reglas precedentes, no podrá exceder de 23% el año 2017, 21% el año 2018, 20% el año 2019, 19% el año 2020, 18% el año 2021, 17% el año 2022, y 16,6% por ciento del año 2023 hasta el año 2033 o el término del campeonato indicado dicho año, lo que ocurra más tarde, en cada caso de la suma total de los pagos a ser recibidos en cada año.

IV). En caso que de la aplicación de las reglas establecidas en los numerales i y ii resultare que el monto total que correspondería a los clubes Colo-Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica sería superior al porcentaje establecido para dicho año en el numeral iii, entonces la diferencia en exceso será repartido en los siguientes porcentajes:

- el 50% de dicha diferencia para los clubes Colo-Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica, según la forma de distribución que ellos informes,
- el 35 % de dicha diferencia para los restantes clubes que al momento de su percepción participen de la Primera División, por partes iguales, y
- El 15 % de dicha diferencia para los clubes que al momento de su percepción participen de la Primera B, por partes iguales.
- Si la diferencia fuere negativa, se aplicarán los porcentajes establecidos en el numeral iii sin descuento o ajuste.

Termina señalando el artículo 10° sobre la distribución de los ingresos que no podrá ser modificados sino por la unanimidad de los miembros en ejercicio del Consejo de Presidentes.

²⁸ Colo-Colo recibe el 9,5%, seguido por la Universidad de Chile con el 8,6% y por último Universidad Católica la cual recibe el 6,9%.

En concordancia con lo anterior, el profesor Mauricio Ríos Lagos señala que *“la distribución de los dineros genera un beneficio mayor para los tres clubes más grandes del país a partir de la fuente de financiamiento más importante que tiene en la actualidad el fútbol profesional chileno, lo cual no está exento de críticas ya que el resto de los equipos disponen de menos recursos para invertir en un mejor plantel o infraestructura deportiva, lo que desde el punto de vista deportivo no logra cumplir con algo tan esencial como la igualdad en la competición y a la vez limita o dificulta el acceso a otras fuentes de financiamiento propias del fútbol como por ejemplo lo es participar en torneos internacionales.”*²⁹

En ese sentido, la forma de distribución de los derechos de televisión ha tenido un impacto negativo en la competencia entre los equipos, porque crea y mantiene una gran diferencia económica entre los equipos grandes y los equipos pequeños, lo que se manifiesta en el campo de juego y en la competencia, haciendo que esta posea un alto grado de previsibilidad.

Además, no se encuentra suficientemente justificado el hecho que los clubes más grandes reciban más dinero. El argumento principal se basa en considerar que aquellos clubes obtienen mayores audiencias y por tanto, merecen más dinero, sin embargo no existe ningún órgano que justifique lo anterior. Por su parte, es significativo como en el caso del fútbol profesional chileno dicho factor se convierte en el único y excluyente de otro tipo de factores, ya que lo común en las otras ligas del mundo es considerar el valor de las audiencias como un factor más, en conjunto con otros como los resultados deportivos obtenidos en las últimas temporadas, la participación en la generación de recursos por la comercialización de las retransmisiones televisivas, la igualdad y la obtención de audiencias.

En ese sentido, nuestro sistema de distribución es un sistema simple, en el cual no existe mayor desarrollo de los factores para decidir la distribución y donde lo más crítico es que no se premia con ingresos al club que haya obtenido un mejor rendimiento en la competencia y haya hecho más atractivo el producto de la competencia. Probablemente, interfiera en lo anterior en el hecho de que no existe en la cultura de nuestro fútbol profesional la concepción de la competencia como un producto, en el cual todos son partícipes y todos colaboran para su mayor desarrollo.

Por último señalar, que también existe en la distribución un componente de solidaridad, como por ejemplo las ligas deportivas de fútbol profesional que utilizan parte de estos dineros provenientes de los derechos audiovisuales para financiar otras áreas del fútbol e incluso del deporte en general. Al ser el principal activo, además de distribuirse dinero hacia los clubes profesionales, se utilizan los dineros para financiar el fútbol joven, el fútbol femenino, o bien seguros de provisión social para futbolistas retirados. En cambio en Chile, el principal financiamiento del fútbol profesional es distribuido en su totalidad entre los clubes profesionales, sin considerar ni fomentar otras áreas dentro del mismo deporte.

²⁹ (Lagos, 2021)

Capítulo III: Regulación del modelo de explotación audiovisual en el fútbol profesional en Inglaterra y en España.

3.1 Lineamientos Generales en Europa: Libre Competencia y Solidaridad.

3.1.1 Comisión Europea:

En la declaración de Niza del año 2000 se manifiesta la preocupación desde una perspectiva económica y antitrust de la regulación de los derechos de explotación audiovisual. Por su parte, expone el Consejo Europeo lo siguiente:

Contexto económico del deporte y solidaridad

14. El Consejo Europeo considera que la propiedad o el control económico por un mismo agente financiero de varios clubes deportivos que participen en las mismas competiciones en una misma disciplina puede perjudicar a la equidad de la competición. Si fuera necesario, se alienta a las federaciones deportivas a establecer dispositivos de control de la gestión de los clubes.

15. La venta de los derechos de retransmisión televisiva constituye hoy una de las fuentes de ingresos más importantes para algunas disciplinas deportivas. El Consejo Europeo estima que las iniciativas tomadas para favorecer la mutualización, a los niveles adecuados y teniendo en cuenta las prácticas nacionales, de una parte de los ingresos procedentes de dicha venta son beneficiosas para el principio de solidaridad entre todos los niveles de la práctica deportiva y todas las disciplinas.

La preocupación en Europa por la libre competencia la hicieron agregar las siguientes normas aplicables a las empresas para la protección y fiscalidad del mercado:

Artículo 81

1. Serán incompatibles con el mercado común y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado común y, en particular, los que consistan en:

- a) fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción;*
- b) limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones;*
- c) repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento;*

- d) aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;*
 - e) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.*
- 2. Los acuerdos o decisiones prohibidos por el presente artículo serán nulos de pleno derecho.*
- 3. No obstante, las disposiciones del apartado 1 podrán ser declaradas inaplicables a:*
- cualquier acuerdo o categoría de acuerdos entre empresas,*
 - cualquier decisión o categoría de decisiones de asociaciones de empresas,*
 - cualquier práctica concertada o categoría de prácticas concertadas, que contribuyan a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reserven al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante, y sin que:*
 - a) impongan a las empresas interesadas restricciones que no sean indispensables para alcanzar tales objetivos;*
 - b) ofrezcan a dichas empresas la posibilidad de eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los productos de que se trate.*

Artículo 82

Será incompatible con el mercado común y quedará prohibida, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado común o en una parte sustancial del mismo.

Tales prácticas abusivas podrán consistir, particularmente, en:

- a) imponer directa o indirectamente precios de compra, de venta u otras condiciones de transacción no equitativas;*
- b) limitar la producción, el mercado o el desarrollo técnico en perjuicio de los consumidores;*
- c) aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;*
- d) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos*

En la elaboración sobre el Libro Blanco del Deporte, la C.E en un documento denominado “Libro Blanco del deporte y el papel de la comisión de servicios, antecedentes y contexto” realiza un diagnóstico en el cual vislumbra lo siguiente en cuanto a la explotación de los derechos audiovisuales y el deporte:

- *El deporte ha sido una fuerza impulsora detrás de la aparición de nuevos medios y servicios de televisión interactiva. **La Comisión continuará trabajando por el derecho a la información y garantizar un amplio acceso público a la retransmisión de acontecimientos deportivos que se consideran especialmente interesantes o importantes para la sociedad.***

*La aplicación de las normas europeas de competencia en la venta de derechos de emisión de eventos deportivos tiene en cuenta una serie de factores específicos a esta área. Los derechos de los medios de comunicación a veces se venden colectivamente por una asociación deportiva, en nombre de varios clubes (en oposición a la cesión de derechos directamente por los clubes). A pesar de la venta conjunta de motivo de preocupación en términos de competencia, la Comisión acepta bajo ciertas condiciones. **La venta de los derechos puede ser importante para la redistribución del ingreso y por lo tanto puede ser un instrumento para una mayor solidaridad en el deporte.***

- *La Comisión reconoce **la importancia de una redistribución equitativa de los ingresos entre los clubes**, incluidos los más pequeños, y entre el deporte profesional y deporte aficionado.*
- *La Comisión recomienda que las organizaciones deportivas para conceder la creación y **mantenimiento de mecanismos de solidaridad** de toda la atención que se merecen. En el campo de la operación humana en los deportes de los medios de comunicación, tales mecanismos pueden adoptar la forma de una venta de derechos de los medios de comunicación o un sistema de venta individual de los clubes, en ambos casos, **vinculado a un mecanismo robusto de la solidaridad.***

3.1.2 Resolución del Parlamento Europeo, de 8 de mayo de 2008, sobre el Libro Blanco sobre el deporte:

*70. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que, mediante la introducción de una nueva legislación o el refuerzo de las reglamentaciones existentes, **concedan una importancia especial al respeto de los derechos de propiedad intelectual del organizador en las comunicaciones comerciales, la utilización de marcas, los derechos de imagen, las denominaciones, los derechos audiovisuales y cualquier otro tipo de explotación derivado de las manifestaciones deportivas que gestionan**, protegiendo así la economía deportiva profesional de elite y*

respetando el derecho a emitir resúmenes breves según lo dispuesto en la Directiva 2007/65/CE (12) (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) y el desarrollo autosostenible y equilibrado del deporte, sin poner en peligro el adecuado equilibrio entre las legítimas preocupaciones de una organización deportiva y la necesidad que tiene el público de acceder a una información objetiva y que aporte datos de actualidad, expresada por escrito, de forma gráfica y sonora; destaca asimismo la importancia de garantizar a los beneficiarios la posibilidad de acceder a distancia a los actos deportivos transfronterizos en la UE; considera, en particular, que los Estados miembros y la Comisión deberían dar rango de prioridad a los problemas de intentos de publicidad no autorizada (ambush marketing), la piratería por internet y las apuestas deportivas ilegales;

71. Reconoce el derecho de todos los medios audiovisuales a acceder a los acontecimientos deportivos de gran interés para el público que se hayan organizado y a informar al respecto, con objeto de garantizar el derecho de los ciudadanos de acceder a tales información y noticias en programas informativos; reconoce el derecho de los Estados miembros a tomar medidas para proteger el derecho a la información y garantizar un amplio acceso del público a la cobertura televisiva de los acontecimientos deportivos nacionales o no nacionales de gran importancia para la sociedad, como los Juegos Olímpicos, la Copa del Mundo de fútbol y el Campeonato de Europa de fútbol;

72. Reitera su apoyo a los Estados miembros que han establecido una lista de acontecimientos de gran importancia para el público que deberían acceder a una libre difusión en televisión con arreglo al artículo 3bis de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual y condena los recursos judiciales de la FIFA al respecto;

73. Recomienda a los Estados miembros y a las federaciones y las ligas deportivas que instauren allí donde todavía no exista la venta centralizada de los derechos audiovisuales; reconoce, en nombre de la solidaridad, la importancia que reviste una redistribución justa de los ingresos entre los clubes, incluidos los más pequeños, tanto dentro de la misma liga como entre ligas distintas, así como entre el deporte profesional y el aficionado, para evitar que los grandes clubes sean los únicos que obtienen beneficios de los derechos audiovisuales;

74. Reconoce que los derechos en el deporte requieren la misma protección que otros derechos de los medios audiovisuales; celebra que la Comisión reconozca que la venta colectiva de los derechos audiovisuales puede ser una herramienta que refuerce la solidaridad en el seno del deporte y que insista en la creación y el mantenimiento de mecanismos de solidaridad; pide a aquellas ligas que no contemplan dichos mecanismos que los introduzcan; pide a la Comisión que acepte la venta colectiva de los derechos audiovisuales por estar generalmente en

concordancia con las normas de competencia de la UE o que establezca una exención por categorías para la venta colectiva de los medios audiovisuales en el ámbito del deporte, con lo que garantizaría la seguridad jurídica tanto para los organizadores de acontecimientos deportivos como para los inversores en los medios de comunicación;

75. Declara que el deporte ha de garantizar la interdependencia de los competidores y asegurar la necesaria incertidumbre del resultado de las competiciones, lo que podría justificar la aplicación por las organizaciones deportivas de un marco específico en los mercados para la producción y venta de acontecimientos deportivos; considera no obstante, que estas características específicas no justifican la exención automática del cumplimiento de las normas de competición de la UE para todas las actividades económicas generadas por el deporte;

76. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que refuercen los derechos de propiedad intelectual (DPI) en el ámbito deportivo; solicita acciones concretas que protejan los DPI de los organizadores de acontecimientos deportivos sobre los resultados y el acontecimiento deportivo en su conjunto, sin perjuicio de la libertad de prensa;

En conclusión, podemos observar que en el plano europeo los organismos han establecido una serie de regulaciones entorno a los derechos audiovisuales en el deporte. En ese sentido podemos ver que para estos organismos el modelo preferible en las organizaciones deportivas de fútbol es, bajo ciertas limitaciones, el modelo centralizado ya que se adecúa a las normas de libre competencia. Además, el modelo centralizado va en consonancia con el principio de solidaridad entre los agentes que interactúan en el deporte.

Por su parte, también se expresa la preocupación por el derecho a la información y la capacidad que tengan los estados miembros para velar para que este derecho no se vea soslayado en el tráfico jurídico que implica el derecho a explotar audiovisualmente un espectáculo deportivo.

Por último, señala la preocupación por lograr una efectiva protección de las transmisiones de los espectáculos deportivos mediante el fortalecimiento de los derechos de propiedad intelectual.

3.2 El modelo publicado de LaLiga en España.

Los derechos de explotación audiovisual en el fútbol profesional son los que han dado lugar al Real Decreto Ley 5/2015 (en adelante RDL), denominado “De medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional” donde se busca regularización mediante un modelo de venta centralizada de derechos, que ya venía siendo demandado por diferentes actores a lo largo del tiempo.

De partida, ha de señalarse que el concepto de derechos de explotación audiovisual en la normativa española no existe hasta el momento. Y que como tal, se acude a la doctrina, donde la definición de Massaguer sigue siendo la más utilizada.

En España hasta el RDL no existe claramente una atribución de titularidad a una entidad en concreto, la normativa federativa señalaba que los titulares eran las propias entidades organizadoras, la federación decía que era titular en post de lo señalado por la FIFA, y la jurisdicción tenía resoluciones para todos los gustos. Lo cierto es que en la práctica los clubes sí se atribuyeron ese derecho y por eso durante muchos años imperó en España un sistema de venta individualizado, es decir, aquel sistema en que cada club o sociedad anónima deportiva vende al operador que paga más dinero por sus derechos audiovisuales. De tal manera, ocurría que los clubes vendían a los distintos operadores sus derechos audiovisuales y se generaban dos mercados distintos: uno en que el propio club negociaba con distintos operadores y vendía o cedía al mejor postor; y luego esos adquirentes de derechos los vendían o transmitían en función al canal de distribución que mejor pagase, es decir, a los operadores de televisión de pago, a los operadores de televisión abierta, a los operadores de televisión digital, etc.³⁰

Para el año 2008 la Comisión Nacional de Competencia estudia ambos sistemas (el centralizado y el individual) donde señala que en ambos existe riesgo de competencia y por tanto plantea recomendaciones para ambos. Si se utiliza el de venta centralizada el procedimiento tiene que ser por medio de subasta pública, en condiciones de transparencia que permita la concurrencia de diferentes actores en un plano de igualdad, que exista objetividad y no discriminación. Además que se divida en bloques según el canal de distribución y que la duración de los contratos de adquisición no sean más de tres temporadas.

En el RDL, en la exposición de motivos podemos observar como se integra lo anteriormente señalado, donde se expone que en el sistema de venta individual, todos los adquirentes deben ponerse de acuerdo para explotar estos derechos, para poder retransmitir. Lo que significa la generación de desigualdades entre los clubes por el poder de negociación; pactos que son contrarios a la libre competencia, y una

³⁰ (Pardo, 2019)

recaudación de ingresos que se consideraba inferior en comparación al resto de países de Europa, que tienen sistemas centralizados.

3.2.1 Los tres ejes fundamentales:

1. Reconocimiento titularidad de derechos de los clubes, obligación de sucesión y normas para la adjudicación.

Si bien 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 recae en 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 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 respete los principios de igualdad y libertad empresarial, dentro del marco general de las normas de competencia nacionales y comunitarias. A tal efecto, el Real Decreto fija determinadas normas en relación con el procedimiento de comercialización y concesión de derechos, y reconoce el rol supervisor de la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia en el procedimiento de contratación.

2. sistema de reparto de los ingresos

El segundo eje de gestión del RDL 5/2015 es el establecimiento de un nuevo sistema de reparto de los ingresos obtenido de la venta conjunta, para lo cual introduce nuevos estándares con el objetivo principal de reducir las diferencias de ingresos entre los clubes cada temporada. Las ventajas de esta intervención estatal son obvias para algunos: el reparto es generalmente justo para todos los equipos, y se consigue democratizar los beneficios obtenidos. De tal manera, con este modelo se respeta el tamaño de cada club y se pueden incrementar los ingresos año a año.

3. obligación de ser solidarios, repartir entre los distintos participantes en la competición (primera y segunda) y también entre el deporte profesional y el deporte aficionado.

Recoge las recomendaciones que se dan desde los organismos comunitarios los cuales consideran que los derechos audiovisuales y su explotación pueden ser utilizados como herramienta que contribuya a la solidaridad. En este caso, se expresa dentro del fútbol profesional, el fútbol aficionado y la obligación de los clubes de contribuir con dinero en proporción a lo que reciban por concepto de explotación de derechos audiovisuales.

3.2.3 Análisis al Real Decreto Ley:

3.2.3.1 Objeto, Ámbito de Aplicación y Derecho de Información:

En atención al primer artículo el objeto de este real decreto-ley es el de establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas. El objeto de los contratos posteriormente celebrados son los contenidos audiovisuales para las competiciones que organice la Liga Nacional de Fútbol Profesional en el caso del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División; y la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España, cuyo organizador es la Real Federación Española de Fútbol.

Dichos contenidos audiovisuales comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión, e incluyen los derechos para su emisión tanto en directo como en diferido, en su integridad y en versiones resumidas o fragmentadas, destinados a su explotación en el mercado nacional y en los mercados internacionales.

Sin perjuicio de lo anteriormente señalado, ha de tenerse especial consideración el derecho de información cuya protección viene brindada por la emisión de breves resúmenes informativos a los que hace referencia el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual que señala lo siguiente “ 3. *El derecho de emisión en exclusiva no puede limitar el derecho a la información de los ciudadanos. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que hayan contratado en exclusiva la emisión de un acontecimiento de interés general para la sociedad deben permitir a los restantes prestadores la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias.*

No será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva se emita en un informativo de carácter general, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos. La excepción de contraprestación no incluye, sin embargo, los gastos necesarios para facilitar la elaboración del resumen informativo. Durante la emisión del resumen deberá garantizarse la aparición permanente del logotipo o marca comercial de la entidad organizadora y del patrocinador principal de la competición.

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual pueden acceder, en la zona autorizada, a los espacios en los que se celebre tal acontecimiento

Por su parte, el RDL es determinante al señalar que quedan excluidos del ámbito de aplicación los derechos de explotación de contenidos que se emiten a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.

En definitiva, el contenido audiovisual especificado en el RDL 5/2015 incluye eventos que tienen lugar en el terreno de juego, desde dos minutos antes de cada partido hasta un minuto después de la finalización del mismo, tanto en directo como grabado. Por tanto, queda fuera del ámbito de aplicación del RDL 5/2015 las emisiones de resúmenes de información de menos de 90 segundos, las emisiones radiofónicas y las disposiciones de la Ley General de la Comunicación Audiovisual para asegurar la emisión de hechos de interés general para la sociedad, lo que incluye una final abierta del Campeonato de la Liga Nacional de la Serie A y la final de la Copa del Rey.

3.2.3.2 Titularidad, derechos y obligaciones:

De acuerdo con el RDL 5/2015 se reconoce y se atribuye la titularidad de los derechos audiovisuales respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Copa de S.M. el Rey y a la Supercopa de España, a los clubes o entidades participantes en la correspondiente competición. Sin embargo, se consagra que la participación en dichas competencias de fútbol profesional conllevará necesariamente la cesión por parte de los clubes a la entidad organizadora de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales. Es decir, en este caso a La Liga Nacional de Fútbol Profesional, respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, y la Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España. Sin perjuicio de lo anteriormente señalado en cuanto a la cesión de derechos y las facultades comercializadoras de LaLiga y la RFEF, los clubes conservan la explotación de los siguientes derechos:

- La emisión en diferido del encuentro a partir de la finalización de la jornada deportiva, siempre que se haga directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante.
- Y la emisión en directo, dentro de las instalaciones en las que se desarrolle el acontecimiento deportivo, de la señal audiovisual televisiva correspondiente a dicho acontecimiento.

A su vez, aquellos derechos audiovisuales que no se encuentren incluidos en los diversos contratos celebrados por la entidad organizadora podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.

Por su parte, los clubes de fútbol profesional y aquellas sociedades anónimas deportivas deberán prestar su plena colaboración con la entidad o entidades encargadas de la producción y el transporte de los contenidos audiovisuales para el adecuado desarrollo de sus funciones, sin que puedan reclamar contraprestación o compensación por los eventuales gastos ordinarios que se deriven de la utilización del recinto deportivo o sus instalaciones para dichas funciones.

3.2.3.3 Procedimiento del Sistema de venta centralizado:

Los dos principios que guían este proceso y que siempre deben ser respetados son el principio de igualdad y el principio de libertad de empresa. Las entidades organizativas están obligadas a comercializar los derechos sin discriminación de los licitadores, a través de un proceso abierto, transparente y competitivo basado en los criterios objetivos de rentabilidad económica de la oferta, el interés deportivo de la competición, el crecimiento y valor futuro de los derechos audiovisuales que el adjudicatario puede aportar. Además, los citados principios de igualdad y libertad de empresa deberán respetarse siempre en el marco general de las normas de competencia nacionales y comunitarias.³¹

Las entidades comercializadoras establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales, sus agrupaciones en lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación. A su vez, dichas entidades comercializadoras, previo a la aprobación de las condiciones, solicitarán de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la elaboración de un informe sobre las citadas condiciones de comercialización de derechos, debiendo procurar respetar en todo caso los criterios establecidos en el real decreto-ley.

Art. 4 A los efectos de la determinación de las condiciones de comercialización centralizada de derechos señalada en el apartado anterior, se tendrán en cuenta los criterios siguientes:

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

b) Se deberá garantizar la comercialización de los derechos correspondientes a los acontecimientos de interés general para la sociedad, a los que se refieren el artículo 20 y la Disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

c) Se deberá precisar en las condiciones de la oferta la fecha y horario de celebración de cada uno los eventos comercializados o las condiciones que permitan su determinación a los adjudicatarios.

³¹ El modelo centralizado de explotación de derechos audiovisuales con intervención estatal en el fútbol profesional a nivel nacional y europeo”. Noel Pardo Casales. Facultad de Derecho, Universidad de Zaragoza

d) La adjudicación de los derechos debe realizarse mediante un procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, basado en criterios objetivos entre los que deberán figurar, principalmente, la rentabilidad económica de la oferta, el interés deportivo de la competición, y el crecimiento y el valor futuro de los derechos audiovisuales que pueda aportar el adjudicatario.

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

f) La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.

g) Una misma persona o entidad no podrá ser titular o adquirir de manera directa o indirecta derechos exclusivos de explotación en el mercado nacional de contenidos correspondientes a más de dos paquetes o lotes, bien sea en el proceso de licitación o en un momento posterior mediante adquisición o cesión de derechos adquiridos por terceros, salvo que en algún lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes.

h) Las entidades comercializadoras comercializarán los derechos que gestionen con la suficiente antelación para que su explotación se lleve a cabo de una manera adecuada.

Los criterios que deben cumplirse son diferentes, por un lado, para la comercialización en España y la UE, y por otro lado, para la venta en el resto del mundo. En el caso de España y la Unión Europea, la duración del contrato adjudicado no debe exceder de tres años y cada lote o paquete de derechos se otorga de manera independiente. Las condiciones de adjudicación establecidas por las entidades comercializadoras y las ofertas presentadas por los licitadores no podrán estar condicionadas a la obtención del consentimiento para determinados envases o lotes o determinados eventos. Otra característica importante es que una misma entidad no puede ser propietaria o adquirir, directa o indirectamente, el uso exclusivo del mercado de contenidos nacionales correspondiente a más de dos paquetes o lotes de derechos, salvo que no existan postores en determinados lotes o paquetes económicamente equivalente³².

³² GONZÁLEZ-ESPEJO, P. y SOLANS CHAMORRO, L. «El Real Decreto Ley 5/2015: La nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación...», pp. 108

Por último es importante señalar que según señala el artículo 9 del RDL, las entidades deportivas participantes en una competición de fútbol profesional podrán someter al arbitraje del Consejo Superior de Deportes las discrepancias que pudieran suscitarse en relación con la comercialización y explotación de los derechos audiovisuales.

3.2.3.4 Sistema de reparto:

Una de las finalidades de este decreto se basaba en lograr la reducción en la diferencia de obtención de ingresos de la comercialización de los derechos audiovisuales entre los distintos clubes, logrando así un mayor equilibrio en el reparto de los ingresos obtenidos.

Para la comercialización de las competencias que tiene bajo su encargo La Liga se utilizarán los siguientes criterios:

1. El 90% de los ingresos irán a la competencia de la primera división y el 10% restante es para la segunda división.
2. Del 90% que es para la primera división, una mitad se reparte de manera equitativa entre todos los clubes, y la otra mitad se reparte bajo dos criterios: Los resultados deportivos obtenidos en las últimas cinco temporadas y la implantación social, determinada, en una tercera parte, por la recaudación en abonos y taquilla media y, en dos terceras partes, por su participación en la generación de recursos por la comercialización de las retransmisiones televisivas.
3. del 10 % que es para la segunda división, un 70% es repartido en partes iguales y un 30% por mérito de la competición.

En relación con el sistema de reparto, y adoptando las recomendaciones de utilizar estos ingresos para la solidaridad dentro del deporte, se establece una serie de cargos para los clubes que han recibido ingresos por parte de la comercialización de los derechos audiovisuales que son utilizados para financiar otras áreas del fútbol, e inclusive otras disciplinas deportivas. Señala el artículo 6 del RDL lo siguiente:

Artículo 6. Obligaciones de las entidades participantes en el Campeonato Nacional de Liga.

1. Con objeto de mejorar la promoción y funcionamiento de la competición y contribuir al fomento del deporte en general, cada uno de los clubes y entidades participantes en el Campeonato Nacional de Liga, en cualquiera de sus categorías, deberán cumplir anualmente con las siguientes obligaciones, **en proporción a los ingresos que obtengan por la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales:**

a) **Un 3,5 por 100 se destinará a financiar un Fondo de Compensación** del que podrán beneficiarse las entidades deportivas que, disputando la competición del fútbol profesional, desciendan de categoría. El 90 por 100 de esta cantidad se destinará a los equipos que desciendan de Primera división, y el 10 por 100 restante a los que desciendan de Segunda División.

b) **Un 1 por 100 se entregará a la Liga Nacional de Fútbol Profesional**, que lo destinará exclusivamente a la promoción de la competición profesional en los mercados nacional e internacional.

c) **Un 1 por 100 se entregará a la Real Federación Española de Fútbol, como contribución solidaria al desarrollo del fútbol aficionado.** Esa cantidad podrá incrementarse en el marco del convenio al que se refiere el artículo 28 del Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones Deportivas Españolas y Registro de Asociaciones Deportivas. El Gobierno determinará reglamentariamente las finalidades y los criterios de reparto de esta cantidad entre las federaciones de ámbito territorial, en función del número de licencias.

d) **Hasta un 1 por 100 se entregará al Consejo Superior de Deportes**, que lo destinará a financiar, en la cuantía y los términos que reglamentariamente se establezcan, los costes de los sistemas públicos de protección social que correspondan a los trabajadores que tengan la condición de deportista de alto nivel y para quienes el deporte constituya su actividad principal y, en su caso, los convenios especiales que permitan su inclusión en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Asimismo, podrán destinarse a financiar ayudas a deportistas que participen en competiciones internacionales.

e) **Hasta un 0,5 por 100 se entregará al Consejo Superior de Deportes**, que lo destinará, en la cuantía y los términos que reglamentariamente se establezcan, a las siguientes finalidades, por orden de preferencia:

1.º Ayudas a las entidades que participen en la **Primera División de Fútbol femenino** para financiar el pago de las cuotas empresariales correspondientes a la contratación de deportistas y entrenadores incluidos en el Régimen General de la Seguridad Social, así como a las deportistas y entrenadores para financiar el pago de las cuotas del trabajador.

2.º Ayudas a las entidades que participen en la **Segunda División B del Campeonato Nacional de Liga** para financiar el pago de las cuotas empresariales correspondientes a la contratación de deportistas y

entrenadores incluidos en el Régimen General de la Seguridad Social, así como a las deportistas y entrenadores para financiar el pago de las cuotas del trabajador.

3.º Ayudas a las asociaciones o sindicatos de futbolistas, árbitros, entrenadores y preparadores físicos, en función del número de licencias que ostente cada una en las categorías nacionales. Cuando dentro de un mismo colectivo existiesen varias asociaciones o sindicatos, se asignarán las cantidades en función de su representatividad acreditada.

El Consejo Superior de Deportes podrá suscribir convenios con esas asociaciones para que los recursos obtenidos se empleen en facilitar la inserción en el mercado de trabajo de esos deportistas cuando finalice su dedicación al fútbol, así como a financiar sus gastos de funcionamiento.

2. El pago de las deudas líquidas, vencidas y exigibles a la Agencia Estatal de Administración Tributaria y a la Tesorería General de la Seguridad Social tendrá carácter preferente al cumplimiento de las obligaciones previstas en el apartado anterior.

3.2.4.5 Órgano control de Gestión:

Por último y dentro de las novedades del RDL 5/2015 se encuentra la creación de un órgano controlador de la gestión de los derechos audiovisuales, el cual tendrá las siguientes competencias:

a) Gestión de la comercialización y explotación de los derechos audiovisuales, con respeto a las normas estatutarias y reglamentarias.

b) Propuesta a los órganos de gobierno de la Liga Nacional de Fútbol Profesional de las decisiones sobre los criterios de reparto establecidos en el artículo 5.

c) Control, revisión y auditoría de la gestión comercial y de los resultados económicos derivados de la explotación y comercialización conjunta de los derechos audiovisuales, acordando cuantas medidas considere oportunas en orden a facilitar a las entidades participantes conocer, con total transparencia, la totalidad de datos relativos tanto a dicha comercialización y resultados económicos, como la totalidad de los datos utilizados para la obtención de las cantidades que a cada entidad participante corresponde percibir por cada uno de los conceptos.

d) Establecer el patrón para la producción y realización de la grabación audiovisual de las competiciones oficiales de carácter profesional que asegure un estilo común que fomente la integridad de la competición, el cumplimiento de la reglamentación vigente sobre la celebración de los partidos y el valor del producto.

e) Determinar las cantidades que corresponda percibir a cada entidad participante por la comercialización de los derechos audiovisuales, en aplicación de los criterios establecidos en el artículo 5.

f) Obtener y verificar los datos necesarios para valorar la implantación social de las entidades participantes y cualquier otro que resulte necesario para poder determinar los ingresos que a cada una corresponde percibir de las partidas variables.

g) Publicar a través de la web, antes de la conclusión del año natural en que haya comenzado cada temporada, los criterios de reparto de los ingresos audiovisuales, las cantidades que correspondan a cada entidad participante y las cantidades aportadas en cumplimiento de las obligaciones previstas en el artículo 6.1.

h) Cualquier otra que le venga atribuida por la presente disposición o que le sea delegada por los órganos correspondientes de la Liga Nacional de Fútbol Profesional.

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

3.3 El modelo liberalizado de la Premiere League en Inglaterra.

En el fútbol profesional inglés se encuentran tres grandes instituciones organizadoras, reguladoras y responsables del funcionamiento del fútbol, las cuales conviven en una distribución de funciones y atribuciones. Estas son: la Football Association (FA), la Football League (FL) y la Premiere League (PL).

La FA fundada en 1863 es la federación de fútbol más antigua del mundo. Esta institución cumple el rol de ser la federación nacional del fútbol del país anglosajón y como tal es la encargada de resguardar el desarrollo del fútbol inglés en todos sus ámbitos y de representar a Inglaterra frente al resto de instituciones internacionales, como la FIFA.³³ Además, le corresponde organizar la FA Cup y encargarse del funcionamiento y gestión de la selección nacional.

En cuanto a la FL, en un comienzo era la institución a cargo de organizar, regular y representar las competiciones de fútbol inglés tanto profesionales como amateurs. Sin embargo, el año 1992 un conjunto de clubes deciden separarse de la FL y formar la Premiere League. Uno de los motivos principales para llevar a cabo tal separación tiene directa relación con el objeto de estudio, puesto que dentro de los argumentos que motivaron la decisión se encontraba la búsqueda de mejores condiciones y tratos en la explotación de derechos de transmisión. Hoy en día, la FL es la encargada de los torneos de segunda división, tercera división y aquellos torneos de fútbol amateur.

En lo que respecta a la Premier League, es la encargada de la organización de la competencia de la primera división del fútbol inglés. Funciona como una corporación de derecho privado con fines de lucro, en la que los 20 equipos que la integran ejercen como accionistas con derecho a voz y voto en asuntos como cambios de reglas o contratos y en la elección de presidente, un director ejecutivo y al resto de directivos del torneo.

En lo que respecta al objeto de estudio de esta investigación revisaremos el modelo de la Premiere League en la explotación de los derechos audiovisuales³⁴

3.3.1 Descripción del modelo:

En términos generales la Premiere como ente organizador del fútbol profesional en Inglaterra ha debido incorporar dentro de la gestión de los derechos audiovisuales las recomendaciones que se hacen por parte de los organismos europeos. Por tanto, su regulación incorpora las preocupaciones que ha presentado Europa en esta materia, como son: la solidaridad entre clubes, la libre competencia, la protección del producto, el derecho de información.

En ese sentido ya para el año 1996 enfrenta una primera demanda ante Tribunal de Prácticas de Competencia Restringida de Inglaterra por vulneraciones a la libre competencia. El Director General de Comercio Justo (DGFT) argumentó que al unirse para vender sus derechos colectivamente, los clubes

³³ Martínez, M.. (2019). Liga Deportiva Profesional de Fútbol, Análisis de la realidad chilena y estudio de derecho comparado p.104. Santiago: Tesis para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de Chile.

³⁴ Asesoría Técnica Parlamentaria. (2016). Inhabilidades para ejercer cargos en el fútbol: análisis comparado. 2 de Marzo de 2016, de Comisión de Deportes y Recreación, de la Cámara de Diputados Sitio web: <https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/22289/1/Inhabilidades%20para%20ejercer%20cargos%20en%20el%20fútbol%20análisis%20comparado.pdf>

de la Premier League estaban actuando como un cartel que sería inaceptable en cualquier otra industria. En tal sentido, la DGFT alegó que la cadena de televisión BSkyB al tener una posición dominante en el suministro de canales deportivos en el Reino Unido, al obtener ahora el monopolio de los derechos de la Premier League profundizaba tal dominio.³⁵

Más allá de los razonamientos de este proceso, lo destacable de este juicio es que la corte al conocer sobre la venta de los derechos de televisión realizada por la Premier League hacia los operadores BSkyB y la BBC a principios de los 2000 consideró fundamental que la Premier League en la transmisión del campeonato de la liga se encontraba vendiendo un producto. Dicho producto debe ser considerado en su conjunto, por encima de la consideración individual de competición, porque los clubes, a pesar de su contribución a la creación de un producto único y diferente, se encuentran incapacitados de producirlo individualmente.³⁶ En esa línea, se determinó que la titular de los derechos comerciales es la entidad encargada de la promoción y organización del torneo, es decir, la Premiere League, aplicándose la titularidad por el valor que la organización le entrega a la competencia y la incapacidad de los clubes de crearlo de forma individual. Sin embargo, los clubes al ser quienes colaboran con la elaboración del producto van a tener el derecho a obtener las ganancias que se determinen.

Por su parte y adoptando consideraciones en el plano internacional, la titularidad en la Premiere significa la adopción de un modelo de venta centralizado, el cual es considerado apropiado bajo la libre competencia si se respetan ciertas reglas, como son la venta por paquetes y una duración determinada de los contratos.

El considerarse a la Premiere League como un producto tiene repercusiones en dos ámbitos principales:

- El nivel de protección que va a recibir dicho producto.
- La consideración de que son todos los clubes necesarios para la explotación del producto.

Lo primero tiene relación con el nivel de complejidad con que la premiere league va a regular los derechos de explotación audiovisual, donde se aprecia una robusta redacción de normas técnicas que implican una serie de obligaciones para los clubes para que el producto pueda finalmente ser promocionado y explotado como tal. En cuanto a lo segundo, se vincula con la forma en que estos ingresos de explotación audiovisual van a ser finalmente distribuidos entre los clubes de la Premiere League.

³⁵ Office of Fair Trading press release. (1999). Premier League/BskyB/BBC, Practical Law UK Legal Update. 01-Jan-1999, de Thomson Reuters Sitio web: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/3-100-9475?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/3-100-9475?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true)

³⁶ García Caba, Miguel M. (Abril 2012). El régimen jurídico de los derechos audiovisuales del fútbol: Why “Spain is Different”?. Revista de Derecho del Deporte, 1, 5p.. (García Caba, 2012)

3.3.2 Titularidad en el ente organizador

De acuerdo con las normas de la Premiere no se realizarán transmisiones de partidos de la liga sino en virtud de ³⁷:

1. un contrato de transmisión del Reino Unido o contrato de transmisión internacional;
2. según lo permitido por las *Reglas K.37 y K.38*; esto es una transmisión autorizada por la premiere league dentro de las instalaciones del estadio por medio de las pantallas gigantes, o bien
3. de acuerdo con los términos de cualquier licencia expresa o permiso emitido por escrito por la premiere league.

Con estas normas de carácter privado queda de manifiesto el modelo centralizado de la Premiere, en virtud del cual será el ente organizador de la competencia el único que permitirá la realización de transmisiones de los partidos. Dentro del segmento de definiciones, la Premiere define transmisión como: *A.1.201. "Transmisión" cualquier transmisión terrestre o satelital de televisión u otras imágenes en movimiento con o sin sonido o transmisión por cable de imágenes en movimiento con o sin sonido o inclusión de imágenes en movimiento con o sin sonido en un servicio de programación por cable y/o en Internet y/o retransmisión de imágenes en movimiento con o sin sonido, ya sea a un grupo de usuarios abierto o cerrado, por cualquier medio existente en la actualidad o que se invente en el futuro, ya sea que dicha transmisión sea en vivo o registrados en su totalidad o como extractos.*

Por tanto, los derechos de explotación audiovisual que son objeto en el modelo de la premiere league se relacionan con la captura de imágenes del partido oficial, que se difunden ya sea por televisión por cable, internet o algún otro medio que se invente en el futuro, previa celebración de contratos que celebre la premiere o bien permisos y licencias expresamente conferidas para tal efecto.

La forma en que lleva a cabo su actuación la Premiere League es mediante la Junta Directiva, la cual es electa por todos los clubes miembros.

Por su parte, dentro de los contratos de transmisión se distingue entre aquellos que por un lado son propios del Reino Unido, es decir, son celebrados para la transmisión de partidos dentro de Reino Unido, de la República de Irlanda, de la Isla de Man y de las Islas del Canal; y por otro, aquellos contratos de transmisión internacional que son celebrados fuera de los países ya señalados³⁸.

³⁷ D.13. No Transmission shall be made of any League Match except: D.13.1. in accordance with any UK Broadcast Contract or International Broadcast Contract; D.13.2. as permitted by Rules K.37 and K.38; or D.13.3. in accordance with the terms of any express license or permission issued in writing by the League.

³⁸ A.1.94. "International Broadcast Contract" means any contract entered into by the League for the Transmission of League Matches outside the United Kingdom, the Republic of Ireland, the Isle of Man and the Channel Islands; "UK Broadcast Contract" means any contract entered into by the League for the Transmission of League Matches within the United Kingdom, the Republic of Ireland, the Isle of Man and the Channel Islands;

La importancia para distinguir entre los contratos de transmisión “nacional” e internacional radica en el diferente regulación que tendrán a propósito de la distribución de los ingresos obtenidos y el contenido que se cede según sea el contrato.

3.3.3 Obligaciones de los clubes y de la junta directiva:

Dentro de los artículos que regulan la Premiere se señala que ésta celebrará Contratos Comerciales, Contratos de Transmisión del Reino Unido, Contratos de Transmisión Internacional y Contratos de Radio con la intención de transmitir en vivo los partidos de la premiere, en virtud del cual cada Club tendrá al menos un partido de liga televisado en vivo cada temporada.

Complementa el artículo d.2. que cada club y cada jugador contratado cumplirán con cualquier solicitud razonable hecha en nombre de la Premiere para permitir que la *Imagen del Jugador* se use para permitir que se cumpla con los contratos comerciales, los contratos de transmisión del Reino Unido, contratos de transmisión internacional y los contratos de radio. En ese sentido, dentro de las definiciones elaboradas por la Premiere se señala que “**Imagen del jugador**” significa el *nombre, apodo, fama, imagen, firma, voz y representación fílmica y fotográfica del Jugador, imagen o representación virtual y/o electrónica, reputación, réplica y todas las demás características del Jugador, incluido su número de camiseta;*

Por su parte, el artículo d.3. estipula que los clubes proporcionarán los derechos, instalaciones y servicios necesarios para permitir que la Premiere cumpla con sus contratos comerciales y los contratos de transmisión nacional e internacional, en virtud del cual no infringirán por ningún acto u omisión ningún derecho exclusivo de derechos otorgados en virtud de los contratos celebrados, o causar cualquier incumplimiento de los mismos.

En todo caso, se señala que para evitar dudas, solo la Premiere puede hacer cumplir una regla de incumplimiento en contra de un club y ninguna otra persona tendrá ningún derecho bajo la Ley de Contratos (Derechos de Terceros) de 1999 para hacerlo cumplir.

En resumen los clubes se obligan a:

- Cumplir con cualquier solicitud razonable que implique usar la imagen de los jugadores para poder cumplir con los contratos celebrados por la premiere
- Proporcionar derechos, instalaciones y los servicios para que la premiere pueda cumplir con sus contratos celebrados
- No realizar actos u abstenerse de realizarlos que impliquen un obstáculo para el cumplimiento de los contratos celebrados por la premiere.

En contraprestación de lo anterior es que los clubes de fútbol de Inglaterra obtendrán ingresos que se distribuirán según veremos más adelante y el derecho a que al menos uno de sus partidos pueda transmitirse en vivo.

3.3.4 Distribución de los ingresos obtenidos:

a) Distribución De Ingresos provenientes de los Contratos de Transmisión Reino Unido:

Uno de los motivos para distinguir entre ingresos obtenidos mediante contratos de transmisión en Reino Unido y aquellos contratos de transmisión internacional se relaciona con la diferente regulación que tienen ambos tipos de ingresos. A continuación se revisan las normas que regulan la distribución de ingresos de transmisión del Reino Unido:

1. En primer lugar, se paga de estos ingresos sumas acordadas a la Asociación de Futbolistas profesionales para fines educativos, seguros y benéficos de los jugadores.
2. Cualquier suma que la Junta directiva haya decidido por resolución que deba imputarse a estos ingresos.
3. En seguida, pagadas las sumas señaladas anteriormente y del saldo restante se procede a dividir de la siguiente manera:
 - Una mitad, para constituir el Fondo Básico de Premios.
 - Una cuarta parte, para el Fondo de Pagos Por Méritos.
 - Y la otra cuarta parte, para el Fondo de Cuotas de Instalaciones.

Constituidos los fondos, se procede en virtud del artículo d.17 el cual señala la consideración de que los clubes brindan los derechos, instalaciones y servicios necesarios para permitir que la Premiere cumpla con sus contratos de transmisión, por lo que se distribuye de la siguiente manera:

- El Fondo Básico de Premios, se distribuye a través de cuotas mediante el Método de Distribución por partes iguales. Es decir, cada club va a recibir la misma cantidad de dinero.
- Del Fondo de Pagos por Méritos, se distribuye por cuotas y al final de cada temporada, mediante el método de distribución basado en méritos. Este método es descrito en el título de definiciones de la premiere, donde se elabora una tabla que va desde el primer lugar al último de la tabla. En ese sentido, el primer lugar recibe 20 veces más que el último de la tabla, y se va distribuyendo escalonadamente.
- Y por ultimo, el Fondo de Cuotas de Instalaciones, se distribuye según los partidos que se televisen en vivo o bien de los cuales se transmitan extractos grabados, en virtud de los cuales reciben aquellos equipos que hayan participado en uno de dichos partidos, ya sea como club local o visitante, por haber incurrido en diferentes gastos. La suma es determinado por el “concepto de tarifas de instalaciones”, que dependerá por tanto de sus participaciones.

b) En cuanto a los Ingresos de Transmisión Internacional, la distribución sigue las siguientes reglas:

1. En primer lugar se pagan los gastos de operación, logística y maniobras en los que haya incurrido la Premiere.
2. Y nuevamente, se paga cualquier otra suma que sea aprobada por la Junta directiva mediante resolución.
3. A partir de entonces, en contraprestación que los clubes proporcionan los derechos, las instalaciones y los servicios necesarios para permitir que la Premiere cumpla con los contratos de transmisión internacional, tan pronto como sea posible durante o después del final de cada Temporada, se distribuye los ingresos a los clubes. Para llevar a efecto la distribución se elabora un umbral de ingresos que se va modificando cada 3 años con la finalidad de mantener un balance competitivo y financiero, distinguiendo entre: Ingresos netos distribuibles y el exceso de dichos ingresos.

Los ingresos netos distribuibles de retransmisiones internacionales hasta aquel monto umbral se distribuyen:

- Una cuota para los clubes que descienden de la categoría
- Y el resto, para los clubes de la premiere a través de partes iguales,

En cuanto los ingresos que excedan aquel monto umbral se distribuirá a los Clubes a modo de tarifas de acuerdo con el Método de Distribución Basado en Méritos. Sin perjuicio de ello, la Premiere mantiene la potestad de decidir que se distribuya ya sea por el método de distribución por partes iguales o bien por el método de distribución basado en el mérito, con la finalidad de mantener máximos obtenibles y garantizar balances financieros entre los clubes.

En garantía de la distribución efectuada, el artículo d.28. señala que efectuada la distribución, ésta deberá ir acompañada de una cuenta que muestre cómo se ha computado.

Por último, señalar que la Junta se encuentra facultada para deducir montos relacionados con los ingresos de transmisión o incluso retenerlos. Señala el artículo e.19 que si la Junta está razonablemente convencida de que un Club no ha realizado ningún pago debido a cualquier acreedor de la descripción establecida en la Regla E.21, estará facultada para:

- E.19.1. deducir el monto de dicho pago de cualquier distribución de Ingresos de transmisión del Reino Unido, Ingresos de transmisión internacional, Ingresos de contratos comerciales o Ingresos de contratos de radio (“Fondos Centrales”) pagadera al Club deudor, pagando la misma al acreedor al que se debe; y

- E.19.2. retener cualquier distribución de Fondos Centrales que de otro modo se deba al Club deudor en la medida de cualquier responsabilidad que venza del Club deudor a cualquier acreedor de la descripción establecida en la Regla E.21 dentro del período de 60 días después de la fecha de vencimiento de la distribución de los Fondos Centrales al Club deudor, y abonarlo al acreedor en la fecha en que le corresponda a dicho acreedor en caso de que el Club deudor no lo hiciera.

Para efectos de comprender quienes son los acreedores, el artículo e.21 señala que son:

1. Otro Club
2. la Premiere
3. cualquier Empresa Asociada, Empresa Compañera Subsidiaria, Empresa de Grupo o Empresa Subsidiaria de la Premiere.
4. cualquier pensión o plan de seguro de vida administrado por o en nombre de la Premiere
5. la Football League
6. Cualquier empresa asociada, empresa subsidiaria compañera, empresa de grupo o empresa subsidiaria de The Football League
7. The Football Foundation.

Capítulo IV: Conclusiones, propuestas y desafíos para un nuevo modelo de explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional chileno.

4.1 El modelo chileno, el modelo publicado español y el modelo liberalizado inglés: similitudes y diferencias.

4.1.1 Modelo de venta centralizado: órganos que intervienen y obligaciones.

Sobre los órganos que intervienen:

En el primer capítulo sobre los aspectos generales de explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional se ha revisado que la comercialización de estos derechos puede adoptar la estructura de un modelo individual donde cada club por sí solo negocia estos derechos y sus respectivos contratos; o bien, puede adoptar la estructura de un modelo centralizado donde existe un ente central que agrupa los derechos audiovisuales de los clubes de fútbol profesional y negocia la explotación de los derechos audiovisuales para después distribuir a los clubes lo que les corresponda.

Acertadamente tanto Chile, España e Inglaterra cuentan con un modelo de venta centralizado, mediante el cual tienen un único ente gestor encargado de la explotación audiovisual. Sin embargo, en el caso de España ha sido necesario la intervención del Real Decreto Ley 5/2015 para poder estructurar el modelo centralizado, ya que previamente tenía un modelo individual. Por su parte, Chile e Inglaterra en sus respectivas asociaciones profesionales de fútbol se han organizado entorno a un modelo centralizado mediante el acuerdo privado de sus asociados. En el caso chileno ha sido la Asociación Nacional de Fútbol Profesional, la que actuando mediante sus organismos respectivos la encargada de la explotación de los derechos audiovisuales. En lo que respecta al modelo inglés la gestión de los derechos audiovisuales corresponde a la Premier League, mediante su directorio. Si bien en ambas asociaciones actúa un directorio, encontramos una imperfección inicial que dice relación con la naturaleza jurídica de la ANFP. En el caso chileno, la ANFP es una organización de derecho privado sin fines de lucro, la que sin embargo mediante la explotación de los derechos audiovisuales crea un mercado en el que luego distribuye utilidades a sus asociados, es decir, a los clubes de primera división A y primera división B. Más allá del ejercicio ilegal en el que incurre la ANFP, lo cierto es que su naturaleza jurídica no se corresponde con las exigencias estructurales que un organismo con tal incidencia debiese manejarse. Podemos ver que en el caso de la Premier League esta es una asociación de derecho privado con fines de lucro, en la cual cada club profesional que la integra es accionista de la misma, por tanto con el mismo derecho a voz y a voto en las decisiones respectivas. Mientras que, en LaLiga de España, además de existir la distribución de quien gestiona y cómo se distribuye, existe un órgano controlador de la gestión en materia de derechos audiovisuales. Es decir, mientras que el control interno en la ANFP se da

mediante la figura de la rendición de cuentas ante el Consejo de Presidentes, en el cual los clubes de primera A tienen un voto que vale doble en comparación a los clubes de primera B; en la Premiere League dicho control interno es más intenso por la naturaleza jurídica misma de la Premiere, donde todos los clubes son accionistas con el mismo derecho a voz y a voto. En ese sentido, en España, el control interno es aún más intensivo al contar con un órgano especializado que revisa periódicamente el control de la gestión de estos derechos. Por tanto, se concluye que el modelo chileno es deficiente en esta materia, al no contar con un sistema de contrapesos dentro de su organización, lo que en la Premiere es permitido por su propia naturaleza jurídica y que en España es posible mediante la creación de un órgano controlador.

Para que el modelo centralizado funcione además de contar con una estructura que distribuya funciones, se requieren derechos y obligaciones para quienes intervienen. En este caso, entre el ente que va a comercializar los derechos audiovisuales y los clubes se establecen obligaciones que son necesarias cumplir para el desarrollo de la explotación de los derechos audiovisuales. En términos generales, al momento de ceder sus derechos audiovisuales tanto en Chile, España e Inglaterra los clubes se comprometen a realizar lo necesario para el cumplimiento de los contratos que celebre la organización, es decir, se obligan a colaborar con la entidad encargada de la producción de los contenidos audiovisuales para el adecuado desarrollo de sus funciones. A cambio, los clubes después recibirán las utilidades que la organización distribuya por concepto de explotación de derechos audiovisuales.

Sobre los derechos y obligaciones de los clubes y la entidad organizadora:

Las diferencias en los derechos y obligaciones, se observan en que en el fútbol profesional chileno se obliga a la Asociación a actuar en términos generales. Expresamente se señala que *“la Asociación siempre deberá actuar en interés de los clubes en su conjunto”*. Lo anterior, repercute en que de los contratos que celebre la ANFP no se incluyan partidos de todos los equipos de primera división A y primera división B. Lo anterior, tiene consecuencias a nivel comercial, donde un club no puede exponer su marca, pero sobre todo en el hecho de que los clubes profesionales aún cuando sus partidos no se transmiten, no pueden emitir por sus propios medios los partidos. En cambio, en la Premiere League, al menos existe la obligación por parte del Directorio de que a los clubes de fútbol profesional les transmitan uno de sus partidos, y existe la posibilidad de solicitar a la Premiere una licencia de transmisión. Por su parte, en España es aún más completo, ya que se señala expresamente que los clubes de fútbol profesional conservan los derechos audiovisuales de aquellos partidos que no se transmiten; también tienen el derecho a la emisión en diferido del encuentro una vez finaliza la jornada deportiva; tienen el derecho a emitir en directo dentro de las instalaciones del recinto deportivo en que se desarrolla el partido y lo más

importante, aquellos derechos audiovisuales que no se incluyan en los diversos contratos celebrados por la entidad organizadora, pueden ser explotados y comercializados individualmente por los clubes.

4.1.2 Libre Competencia y Derecho de Información

Sobre la Libre Competencia:

La libre competencia siempre ha sido una preocupación en el plano europeo. Según vimos la comisión europea y el parlamento europeo enfocaron en parte sus investigaciones en el ámbito de la explotación de los derechos deportivos para identificar el modelo de comercialización que fuese acorde con la libre competencia. De tal manera, analizaron que el modelo centralizado permitía una mayor coherencia con la libre competencia, siempre y cuando se presenten limitaciones al mismo.

En concordancia con lo anterior, podemos identificar que la Premiere League para cumplir con los mandatos de la libre competencia, agrupa en diferentes paquetes los contenidos de los derechos audiovisuales a ser explotados. En primer lugar, diferencia entre derechos audiovisuales que pueden ser explotados mediante la celebración de los respectivos contratos, y por otro, aquellos derechos audiovisuales que pueden ser explotados mediante la concesión de licencias expresamente conferidas para tal efecto. En un segundo plano, la Premiere distingue entre contratos de transmisión nacional, es decir, aquellos acuerdos que celebra con emisoras dentro del Reino Unido y contratos de transmisión internacional, que se comercializan con emisoras fuera de Reino Unido. Además, se consagra que la duración de los contratos no puede durar más de tres años y que éstos se encuentran sujetos a la fiscalización de la Dirección General del Comercio Justo.

Por su parte, en España para cumplir con los objetivos de la libre competencia, se instaura un sistema de venta centralizado. En este sistema deben ser respetados los principios de igualdad y de libertad de empresa, elaborándose un proceso abierto, transparente y competitivo basado en los criterios objetivos de rentabilidad económica de la oferta, el interés deportivo de la competición, el crecimiento y valor futuro de los derechos audiovisuales que el adjudicatario puede aportar. Además, se establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales, sus agrupaciones en lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación. También previo a la aprobación de las condiciones, se solicitarán a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la elaboración de un informe sobre las citadas condiciones de comercialización de derechos, debiendo procurar respetar en todo caso los criterios establecidos en el real decreto-ley, como por ejemplo la duración de los contratos no vaya más allá de tres años.

Por último, en Chile no existe ninguna norma que diga relación con el proceso de adjudicación y que cuide la libre competencia. De hecho según vimos en la historia misma de la transmisión de los derechos audiovisuales, la opción tomada por la ANFP fue la creación de su propio canal de televisión. Lo anterior,

le ha significado que hoy en día dicho canal haya sido requerida por la FNE y se encuentre en tramitación un proceso por abusar de su posición de poder y vulnerar la libre competencia. En ese sentido, el Canal del Fútbol (ahora Tnt Sports), han obtenido la transmisión de los partidos del fútbol profesional chileno sin mediar ningún proceso de competencia para su adjudicación. Tampoco se han separado por lotes los contenidos audiovisuales, ni los clubes mismos pueden transmitir los espectáculos deportivos, existiendo por tanto un total monopolio en la explotación de los derechos audiovisuales, sin mediar limitaciones a la duración de los contratos.

Sobre el derecho a la información:

Relacionado con lo anterior, un problema fundamental que enfrenta la explotación de los derechos audiovisuales se refiere al derecho de informar sobre el acontecimiento deportivo y el carácter de exclusividad en que se sustenta la comercialización de los espectáculos deportivos. En Chile, según vimos existe una prohibición total para aquellos reporteros que no cuenten con derechos audiovisuales respectivos, no pudiendo ingresar al recinto deportivo para la captura de imágenes. Se suma a lo anterior, que los mismos goles que son el contenido esencial para la información en resúmenes noticiarios pertenecen de forma exclusiva a la ANFP y, por ende, a los eventuales contratos que ésta celebre para su comercialización. Debido a lo anterior es que existe en tramitación un proyecto de ley que “Establece normas sobre transmisión de los partidos de fútbol nacional y acceso de los medios de comunicación a los estadios” el cual actualmente sigue en tramitación y cuyo centro gira entorno a corregir la condición de control monopólico de la información en formato audiovisual sobre los partidos del fútbol nacional, garantizar la diversidad de fuentes de información sobre el desarrollo del torneo, permitir que las imágenes puedan ser obtenidas por los canales de televisión que la norma señala, como asimismo por medios electrónicos y cautelar la igualdad de trato para los distintos medios de comunicación en el desarrollo de sus funciones.

Por su parte, en el plano europeo encontramos que la Ley Francesa de 13 de Julio de 1992 reconoce el derecho a obtener pequeños extractos de los eventos deportivos para la información general del público. Y en un sentido similar la Broadcasting Act de 1996 de Inglaterra prevé la posibilidad de establecer una lista de acontecimientos de interés general, que se realiza previo desarrollo y aprobación de un código ético específico, suscrito voluntariamente por los organizadores de eventos deportivos, cuyo objetivo es la cobertura de eventos deportivos en vivo que sean de interés general para el público en general. Así mismo, la Premiere establece la acreditación de reporteros para el acceso a los partidos y la captura de imágenes, como de entrevistas.

Por último, en España se consagra expresamente la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias, para aquellas emisoras que no tengan los

derechos audiovisuales en exclusiva. De tal manera que no será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento deportivo se emita en un informativo de carácter general, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos. Así mismo, la ley protege aquellos acontecimientos de interés general como son las finales de los respectivos campeonatos nacionales.

4.1.3 Distribución de las utilidades:

La forma de distribuir los ingresos por derechos de transmisión audiovisual en Chile no tienen como finalidad hacer más competitiva el campeonato nacional para mejorar un producto que sea comercializado, ni mucho menos tiene en cuenta un carácter solidario. Por el contrario, a través del sistema de reparto se generan diferencias aún más significativas entre Colo Colo, Universidad de Chile, Universidad Católica y el resto de los clubes profesionales, generándose que la competencia se vuelva predecible y sin la capacidad de ir mejorando el atractivo de la competencia. Además, la forma para justificar la actual distribución de los ingresos obtenidos se puede encontrar en el factor de audiencias que generan los tres equipos, sin embargo es una justificación que no se encuentra justificada bajo ningún criterio elaborado. Simplemente el reparto es así.

Dicho factor de generar mayores audiencias es una de las variables que es considerada por los modelos de explotación audiovisual, como el de España, pero en ningún caso significa que dicha variable sea la única a utilizar y que justifique toda la forma de repartición. Además, dicha variable se encuentra justificada con la generación de informes que elabora el organismo encargado del control de la gestión, lo que permite argumentar considerablemente que cada club ha aumentado la audiencia por lo que amerita mayor recaudación, cuestión que en el modelo chileno no se hace.

Dentro de la distribución de estos ingresos tanto España como Inglaterra incluye la necesidad de ser solidarios. Dicha solidaridad se expresa por un lado en que una parte de los fondos que se reparten se realizará por partes iguales, y por otro, se expresa en la capacidad de llevar estos ingresos a otros agentes dentro del deporte que requieren de dichos ingresos. En el caso de España se señala que una vez los clubes reciben las utilidades provenientes de los derechos audiovisuales se les aplicará un cargo en diferentes porcentajes que será utilizada para: el fútbol aficionado; otras disciplinas deportivas; sindicatos de deportistas; fútbol femenino; entre otros. Por su parte Inglaterra también destina recursos para la Asociación de Futbolistas profesionales para fines educativos, seguros y benéficos de los jugadores. Nuevamente nada de lo anterior es considerado en el sistema de reparto de Chile, el cual establece diferencias entre los tres clubes ya señalados, un porcentaje para el resto de la primera A que se reparte en partes iguales y otro para los clubes de primera división B, que también se reparte en partes iguales.

Dentro del sistema de reparto de modelo chileno lo más llamativo es que no contempla el criterio o el factor del mérito. De tal manera, aquellos clubes que obtuvieron un mejor puesto en la tabla recibirán el mismo dinero que los últimos. Tanto LaLiga como la Premiere contemplan el factor del mérito para repartir utilidades obtenidas, la utilizan para premiar a los clubes por hacer el producto de la competencia más atractivo, además de cuidar las diferencias que se puedan establecer entre clubes más grandes y otros más pequeños.

4.2 Propuestas y desafíos para el perfeccionamiento de la explotación de los derechos audiovisuales en el fútbol profesional chileno.

Profesionalización de los órganos intervinientes, la creación de un órgano de control y gestión especializado.

Dentro de la Asociación Nacional de Fútbol existen órganos con diferentes deberes y facultades. En relación con el modelo de explotación de los derechos audiovisuales los que se hacen cargo de la gestión son por un lado el Directorio, y por otro, El Consejo de Presidentes. Para llevar a cabo sus objetivos la ANFP celebra un mandato con los clubes de fútbol profesional de primera división y primera división B; mediante el cual la única instancia revisora de lo realizado se genera en la rendición de cuentas. Para mejorar la gestión, comercialización y control de la comercialización, se recomienda que la ANFP dentro de sus organismos incluya un órgano controlador de la gestión parecido al que existe en LaLiga de España, que tenga las siguientes funciones:

- Generar datos y propuestas sobre los criterios de reparto.
- Control, revisión y auditoría de la gestión comercial y de los resultados económicos derivados de la explotación y comercialización conjunta de los derechos audiovisuales.
- Establecer el patrón para la producción y realización de la grabación audiovisual de las competiciones oficiales de carácter profesional que asegure un estilo que fomente el valor del producto.
- Determinar las cantidades que corresponda percibir a cada entidad participante por la comercialización de los derechos audiovisuales, en aplicación de los criterios establecidos en el artículo.

Lo anterior permitiría que dentro de la ANFP existiesen tres órganos encargados del modelo de explotación comercial: Por un lado, el Consejo de Presidentes en la toma de decisiones y aprobación de lo realizado; el Directorio como representante de la Asociación en la celebración de los contratos; y un

Órgano controlador de la comercialización que permita ir adoptando mejores decisiones entorno a la explotación de los derechos audiovisuales.

Modificación de los derechos de los clubes, derechos de información y libre competencia.

El modelo de venta centralizado existente en el fútbol profesional de Chile confía y mandata la gestión en la ANFP para la celebración de los contratos respectivos sobre los derechos audiovisuales. Sin embargo, existe un nivel de abstracción importante al momento de no definir conceptualmente los derechos audiovisuales y señalar que los clubes de fútbol no deben entorpecer el cumplimiento de los contratos que la Asociación celebre en cumplimiento de su mandato. Sin perjuicio del actual modelo en que median derechos y obligaciones entre la ANFP y los clubes que la integran, se recomienda que se incorpore lo siguiente:

- Derecho a celebrar contratos o bien transmitir por parte de los mismos clubes los espectáculos deportivos que no sean incluidos en los respectivos contratos que celebre la ANFP.
- Definir expresamente que se puede transmitir el partido de fútbol a través de la captura de imágenes en vivo siempre que medie un contrato celebrado por la ANFP o una licencia expresa conferida por la misma.
- Conferir un derecho a los clubes de fútbol profesional para que goles e imágenes del partido puedan ser explotadas en diferido.
- Modificar “en interés de los clubes” a establecer la transmisión de encuentros.
- Permitir que ingresen emisoras para capturar imágenes en el cumplimiento del derecho de información.
- Definir una lista de encuentros que serán de interés público y que serán transmitidos por televisión abierta, como por ejemplo la final del campeonato nacional.
- Crear un canal de denuncias para la protección de los contratos celebrados
- Incluir en el mandato a los clubes de la categoría de segunda división profesional, los cuales son socios de la ANFP, pero gestionan sus respectivos derechos audiovisuales de forma individual.

Modificar el sistema de reparto y establecimiento de cargas.

El sistema de reparto actual debe ser modificado por uno que recoja otro tipo de criterios como lo son el mérito, la igualdad y la generación de audiencias. En ese sentido, en primer lugar debe incluirse la necesidad dentro de la gestión de los derechos de generar datos que justifiquen las decisiones que se tomen al respecto. LaLiga cuenta con un órgano controlador, la Premiere elabora tablas e índices para el reparto de los fondos derivados de la explotación audiovisual. Lo anterior genera que se mejore progresivamente el producto que es el espectáculo deportivo, se promueve la competencia entre los

clubes y se premia aquel que lo hace mejor. No existe en nuestro modelo de comercialización la concepción de que mientras más competitivos sean los clubes, mejor será el producto a comercializarse. Por tanto, no se utiliza el sistema de repartos para incentivar lo anterior, si no que por el contrario, busca mantener diferencias entre los clubes.

Relacionado con lo anterior, es recomendable que la ANFP adopte la mirada solidaria promovida desde Europa en la distribución de estos derechos. En primer lugar, debiese reservarse una cuota de los ingresos obtenidos para el pago de operaciones o logísticas en las que haya tenido que incurrir para la gestión de estos derechos; y luego, realizar una vez distribuidos los ingresos realizar un cargo de contribución en términos porcentuales, que vayan a áreas como el fútbol femenino o el fútbol joven. O bien, directamente reservar una parte de los ingresos para otras áreas o sectores, como puede ser la constitución de un fondo solidario para futbolistas retirados.

El desafío que enfrentan estas recomendaciones dicen relación con que la ANFP y los clubes de fútbol profesional en su calidad de socios que la integran, deberán ponerse de acuerdo en las modificaciones señaladas y por tanto mediar el acuerdo de voluntades. El mecanismo a utilizar dentro de la Asociación vendría dado por una reforma de los Estatutos. Y según los estatutos de la ANFP para reformar los Estatutos de la Asociación deberá convocarse en sesión extraordinaria especialmente para ese efecto, señalándose los antecedentes del caso. Además, se requerirá el quórum necesario para aprobar una reforma, que son de los 4/5 de los votos de los Consejeros en ejercicio. El alto quórum que se requiere puede significar un impedimento importante para llevar a cabo el perfeccionamiento del modelo de explotación audiovisual en Chile. Sobre todo en términos de modificar la distribución actual de las utilidades percibidas por la comercialización de derechos audiovisuales, el cual requiere según vimos la unanimidad del Consejo de Presidentes.

En reemplazo de la voluntad de los asociados podría utilizarse la publicación del modelo, siguiendo lo que se hizo en España. Sin embargo, la publicación tendría que disponer hacia el futuro como es la regla general, debiendo esperar su debido momento para entrar en vigencia. Si buscase tener efectos retroactivos se enfrentaría el problema de los derechos adquiridos y una eventual judicialización sobre la materia. Como sea posible, va a necesitar la debida cooperación de todos los involucrados, el diálogo constante y la elaboración de informes para adoptar la mejor legislación posible.

En cualquiera de ambos casos, ya sea mediante el acuerdo de los asociados, publicación total o parcial, sirva este trabajo de investigación para el debate sobre cómo mejorar al modelo de explotación actual, corregir sus imperfecciones y modernizar el fútbol profesional chileno.

Bibliografía

- Alegre Martínez, M. A. (1997). *El derecho a la propia imagen*. Madrid, España: Ed. Tecnos.
- Massaguer, J. (s.f.). *Naturaleza, protección y titularidad de los derechos audiovisuales sobre eventos deportivos*. Universidad Pompeu Fabra.
- Palomar Olmeda, A. (2001). *Los derechos de imagen en el ámbito del deporte profesional*. Madrid: Dykinson.
- Jarufe, J. (2018). *Estructura organizacional del fútbol chileno*. Santiago: elaborado para la comisión investigadora sobre el eventual fraude en la ANFP y sus efectos sobre las organizaciones deportivas.
- Lagos, M. R. (2021). Análisis y críticas a las fuentes de financiamiento de los clubes de fútbol profesional. *Revista chilena de derecho y ciencia política*, 78-103.
- Saéz, C. (2017). *Derecho a la propia imagen y su manifestación en internet. Actividad formativa para optar al grado de magíster en Derecho y Nuevas Tecnologías*. Santiago: Universidad de Chile.
- Guede García, A. (2018). El nuevo marco de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol en España: un análisis crítico. *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entrenamiento* n58.
- Aguilar Calderón, F. A. (2017). La guerra del fútbol: regulación, adquisición y explotación de los derechos para las retransmisiones televisivas del fútbol en España, desde la llegada de la tv privada hasta hoy. *Derecom*.
- Recarte, M. (2019). *Comercialización de derechos televisivos en el fútbol profesional: análisis comparativo de los modelos de comercialización de las principales ligas europeas e implicaciones para LaLiga*. Madrid: Comillas.
- González, J. (2017). Mandatos irrevocables: un cuestionamiento a su general aceptación. *Revista chilena de derecho*, 33-57.
- Espinoza, C. N. (2016). *Fútbol Chileno y Televisión, el negocio que socavó la práctica cultural. Memoria para optar al título de periodista*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Lyon Puelma, A. (2003). *Personas Jurídicas*. Santiago: Ediciones Universidad Católica.
- Banda Vergara, A. (2002). Algunas consideraciones sobre el derecho de información y la "ley de prensa". *Revista Universidad Austral de Chile* XIII.
- Moro, M. (2012). *La cesión de los derechos de imagen de los deportistas profesionales*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Pardo, N. (2019). *El modelo centralizado de explotación de derechos audiovisuales con intervención estatal en el fútbol profesional a nivel nacional y europeo*. Zaragoza: Trabajo Fin de Grado. Facultad de Derecho. Universidad de Zaragoza.

- González- Espejo, P., & Solans Chamorro, L. (2015). El Real Decreto Ley 5/2015: la nueva regulación para la comercialización centralizada de los derechos de explotación. *Actualidad Jurídica Uribe Menéndez*, 106-110.
- Martinez, M. (2019). *Liga Deportiva Profesional de Fútbol. Análisis de la realidad chilena y estudio de derecho comparado. Tesis para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales*. Santiago: Universidad de Chile.
- League/BskyB/BBC, P. (1999). *Thomson Reuters Practical Law*. Obtenido de [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/3-100-9475?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/3-100-9475?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true)
- García Caba, M. (2012). El régimen jurídico de los derechos audiovisuales del fútbol: Why "Spain is Different"? *Revista de Derecho del Deporte*.
- FIFA. *Estatutos Federación Internacional de Fútbol*.
- FFCH. *Estatutos Federación de Fútbol Chile*.
- ANFP. *Estatutos Asociación Nacional de Fútbol Profesional*.
- ANFP. *Reglamento Asociación Nacional Fútbol Profesional*.
- CONMEBOL. *Estatutos Confederación Sudamericana de Fútbol*.
- Suprema, C. (2009). *Fallo rol 2506-2009, caratulado "Caroca Rodríguez Christian Antonio con Electrónica Sudamericana limitada"*.
- Trabajo, D. d. *ORD. N°4884/34*.
- Económica, F. N. *Causa: C-411-2020 Requerimiento de la FNE en contra de Canal del Fútbol SpA*.
- Parlamentaria, A. T. (2016). *Inhabilidades para ejercer cargos en el fútbol: análisis comparado*. Valparaíso: Comisión de Deportes y Recreación de la Cámara de Diputados.
- Ley 19.327 De deberes y derechos en torno a espectáculos de fútbol profesional*. (s.f.).
- Real Decreto Ley 5/2015*. (s.f.). España.
- Limited, T. F. *Handbook Season 2021*.
- Broadcasting Act 1996*.
- Resolución del Parlamento Europeo, de 8 de mayo de 2008, sobre el Libro Blanco sobre el deporte*. declaración de Niza del año 2000 . (s.f.).
- Europea, C. (s.f.). *Libro Blanco del deporte y el papel de la comisión de servicios, antecedentes y contexto* .
- Ley 9/615/98 Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências*. Brasil.