



Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Distr. general
2 de mayo de 2018
Español
Original: inglés

Junta de Comercio y Desarrollo
Comisión de Comercio y Desarrollo
Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho
y Política de la Competencia
17º período de sesiones
Ginebra, 11 a 13 de julio de 2018
Tema 3 a) ii) del programa provisional

Cuestiones relativas a la competencia en la venta de los derechos audiovisuales de importantes acontecimientos deportivos

Nota de la secretaría de la UNCTAD

Resumen

La dimensión económica de los acontecimientos deportivos ha cobrado cada vez mayor importancia y, en los últimos años, la venta de derechos ha revolucionado el sector. La intensificación de la competencia en el contexto de un número estable de grandes acontecimientos deportivos ha transformado la venta de derechos audiovisuales en un negocio lucrativo capaz de atraer cuantiosos ingresos. La adquisición de derechos audiovisuales supone un costo enorme para los proveedores de contenidos de medios de comunicación y los operadores de la televisión de pago, y constituye una parte importante del gasto total destinado a la programación. La venta y la adquisición de derechos audiovisuales para acontecimientos deportivos están sujetas a normas sobre competencia, entre las que cabe destacar la prohibición de que las empresas celebren acuerdos contrarios a la competencia y abusen de su posición dominante. La tendencia a emitir importantes acontecimientos deportivos utilizando modelos como la televisión de pago o el pago por visión ha dado lugar a un notable aumento de la piratería y las emisiones ilegales.

En la presente nota se pone de manifiesto cómo contribuye la aplicación del derecho de la competencia a facilitar el acceso de los telespectadores a la emisión de acontecimientos deportivos, ofreciendo una protección equilibrada de los derechos audiovisuales. Asimismo, en la nota se examinan las mejores prácticas internacionales en esta esfera, que pueden servir de referencia para los países en desarrollo.



Introducción

Aspectos económicos, sociales y culturales

1. El deporte es una actividad social y cultural que practican y aprecian millones de personas en todo el mundo, por motivos de salud, ocio, entretenimiento o por mero placer. También tiene un potencial unificador y es capaz de atenuar las diferencias entre las personas, ya sean de carácter racial, sexual, cultural, social o económico. Las dimensiones cultural y social del deporte trascienden las fronteras y llegan a todos los rincones del mundo.

2. Existen amplias evidencias de las aportaciones del sector del deporte y el ocio, por ejemplo, a la mejora de la salud pública, la reducción de la delincuencia y el comportamiento antisocial y al fomento de la cohesión social. Además, hay evidencias significativas de varios efectos sociales positivos de la práctica del deporte y el ejercicio. Las evidencias más sólidas son las que demuestran los beneficios relacionados con la salud, como la reducción o la prevención de problemas de salud física y mental y el ahorro en atención médica. En lo que se refiere a las repercusiones en el capital social, la evidencia pone de manifiesto que el deporte es una especie de aglutinante social, en particular por lo que respecta a la vinculación emocional. Los estudios han demostrado sus resultados positivos, en particular en la reducción de las tensiones sociales y étnicas y el aumento de la acción colectiva y la implicación de la comunidad, especialmente en las labores de voluntariado.

3. La dimensión económica del deporte es cada vez más importante. La organización de un gran acontecimiento deportivo contribuye al desarrollo de la infraestructura, la generación de empleo, la afluencia de capital extranjero y la promoción de jugadores y atletas, todo lo cual ayuda significativamente al desarrollo económico nacional. Por lo tanto, puede decirse que el deporte tiene repercusiones multidimensionales en la sociedad y la economía¹.

4. El deporte y los medios de comunicación están estrechamente relacionados. Quienes desean ver un acontecimiento deportivo no siempre pueden asistir en persona y, por lo tanto, requieren un modo distinto de vivir la experiencia. En ese sentido, los proveedores de contenidos de medios de comunicación pueden contribuir garantizando el acceso a información de primera mano sobre el acontecimiento deportivo mediante noticias y/o la cobertura plena a través de emisiones en directo. Con el fin de facilitar esas emisiones en vivo, los proveedores de contenidos deben adquirir derechos de transmisión, que son especialmente valiosos en el caso de los acontecimientos deportivos de máximo interés. Por ello, los proveedores suelen preferir gozar de la titularidad exclusiva de los derechos sobre esos acontecimientos, para beneficiarse de los ingresos publicitarios y los pagos de los suscriptores.

I. La evolución de la venta de los derechos audiovisuales y su repercusión sobre los acontecimientos deportivos

5. En los últimos decenios, la venta de los derechos audiovisuales ha revolucionado el sector deportivo. Desde la década de 1950 hasta mediados de la década de 1980, debido al número limitado de acontecimientos deportivos retransmitidos, los precios se mantuvieron bajos y los organizadores percibían compensaciones módicas o nulas de los radiodifusores. La situación comenzó a cambiar a finales de la década de 1980 y principios de la de 1990, gracias a la liberalización progresiva de los mercados de radiodifusión y los avances tecnológicos. En el lado de la demanda, el número de entidades aumentó de manera exponencial. Como consecuencia, los organismos públicos de radiodifusión se enfrentaron a una competencia cada vez mayor de la televisión de pago por cable y por satélite y los

¹ Grupo de Tareas Interinstitucional de las Naciones Unidas sobre el Deporte para el Desarrollo y la Paz, 2005, "Deporte para el desarrollo y la paz", informe final.

operadores de telecomunicaciones. La intensificación de la competencia en el contexto de un número estable de grandes acontecimientos deportivos ha transformado la venta de derechos audiovisuales en un negocio lucrativo capaz de atraer cuantiosos ingresos.

6. En la actualidad, existe una relación simbiótica entre el deporte y los medios de comunicación. El deporte es una fuente de contenidos para el sector de los medios de comunicación públicos y comerciales, que incluso pueden utilizarlo para atraer a un mayor número de abonados a la televisión de pago. Asimismo, la venta de derechos de televisión es una fuente de financiación fundamental para las organizaciones deportivas, los clubes y los atletas, que perciben importantes cantidades de dinero en concepto de derechos televisivos y patrocinios. El contenido deportivo de máximo interés es particularmente importante para los proveedores de contenidos audiovisuales a distintos niveles. El contenido deportivo tiene un potencial único para atraer grandes cuotas de audiencia y, por lo general, no es sustituible por otras actividades de ocio.

7. Debido al incremento de la demanda de contenido y al número de acontecimientos de máximo interés capaces de atraer una nutrida audiencia, el contenido de máximo interés se ha convertido en un recurso escaso, lo que ha contribuido a un aumento considerable del precio de los derechos. La adquisición de derechos audiovisuales para emitir acontecimientos deportivos supone un costo elevado para los proveedores de contenidos y los operadores de la televisión de pago, y constituye una parte importante del gasto total destinado a la programación. Por ejemplo, en 2009, los organismos de radiodifusión de la Unión Europea gastaron alrededor de 5.800 millones de euros en la adquisición de derechos, lo que representa casi el 17% de su gasto total en programación, que fue de 34.500 millones de euros².

8. Entre los derechos más importantes y atractivos para los proveedores de contenido de medios de comunicación se encuentran los relativos a los grandes acontecimientos deportivos internacionales y mundiales y a los campeonatos de mayor nivel de los principales deportes. Otros acontecimientos deportivos, como los grandes premios de Fórmula Uno y deportes como el críquet, el *rugby* y el tenis suelen ocupar un lugar secundario en términos de gasto total en derechos audiovisuales. Además, hay otros acontecimientos cuya popularidad y audiencia dependen del país, como el esquí en Austria, el ciclismo en Bélgica, el balonmano en Dinamarca, el boxeo en Hungría, el béisbol en el Japón y el baloncesto en los Estados Unidos de América.

9. Por último, la actual tendencia a emitir importantes acontecimientos deportivos a través de la televisión de pago o del pago por visión ha dado lugar a un notable aumento de la piratería y las transmisiones ilegales.

II. La importancia económica de la radiodifusión en el deporte

10. Los precios de los derechos de difusión por los medios de comunicación de acontecimientos deportivos de máximo interés han aumentado sustancialmente en las últimas décadas. Por ejemplo, los derechos de emisión de la Copa Mundial de la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) han aumentado en más del 900% en los últimos 20 años. La venta de derechos audiovisuales, que supone entre el 40% y el 60% de los ingresos totales, se ha convertido en uno de los principales sustentos de la corriente de ingresos para el deporte profesional, junto con los patrocinios, la venta de entradas para asistir a acontecimientos en vivo y la de artículos de promoción comercial. Los ingresos procedentes de la venta de derechos audiovisuales para la explotación de contenidos de máximo interés son especialmente importantes en el fútbol, como se indica en el *Financial report 2016* de la FIFA. Los ingresos mundiales procedentes de la adjudicación de los derechos audiovisuales de la Copa Mundial de la FIFA pasaron de 84 millones de euros en 1998 a más de 2.400 millones en 2014. Como era de esperar, las cantidades pagadas en los distintos mercados nacionales varían considerablemente. En la temporada 2016/17, los

² Parlamento Europeo, 2017, *Audiovisual rights in sports events: An EU perspective*. Servicio de Estudios del Parlamento Europeo.

precios de los derechos audiovisuales de los principales campeonatos profesionales de todo el mundo, en millones de euros, fueron los siguientes: la National Football League (Estados Unidos de América), 5.567; la Premier League (20 equipos de Inglaterra y Gales, el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte), 3.044; la Major League Baseball (Estados Unidos de América), 2.374; la National Basketball Association (Estados Unidos de América), 2.245; La Liga (España), 1.450; la Liga de Campeones (Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA)), 1.404; la Bundesliga (Alemania), 1.159; y la Fórmula Uno, 520.

11. Los Juegos Olímpicos son el acontecimiento deportivo más visto en todo el mundo. Los Juegos de 2016 fueron vistos por la mitad de la población mundial y el consumo en línea ascendió a 7.200 millones de visionados en plataformas de medios sociales, lo que supone el doble de la cifra correspondiente a los Juegos de 2012. Entre los dos acontecimientos, la cobertura televisiva registró un aumento del 13,5%, mientras que la cobertura digital aumentó en un considerable 198,6%. Los derechos audiovisuales han sido la mayor fuente de ingresos para el Movimiento Olímpico durante más de tres decenios. En comparación con los ingresos obtenidos por la emisión de los Juegos de 1960, que ascendieron a 1,2 millones de dólares, se estima que los ingresos de las Olimpiadas de 2016 se elevaron a 4.100 millones de dólares, lo que representó el 74% de los ingresos de los Juegos³.

12. Los principales acontecimientos deportivos organizados por la UEFA también reflejan el aumento de los precios. En 2016, comprendido el Campeonato de Europa de la UEFA, los ingresos procedentes de derechos audiovisuales ascendieron a 3.185 millones de euros, de los cuales 1.404 millones de euros correspondían a la Liga de Campeones y 311 millones de euros a la Liga Europa. En 2015, los ingresos obtenidos por esas dos últimas competiciones alcanzaron los 1.395 millones de euros, lo que supone un incremento del 18% en la facturación de derechos audiovisuales en un año⁴.

13. En 2017, se esperaba que el mercado mundial del deporte generara ingresos por un valor cercano a los 91.000 millones de dólares de los Estados Unidos. Se prevé que el mercado mundial de acontecimientos deportivos aumente a una tasa compuesta de crecimiento anual del 3,6% en el período de 2017 a 2021.

III. Naturaleza jurídica de los derechos audiovisuales

14. Habida cuenta de la función social de los acontecimientos deportivos y su impacto macroeconómico, la definición de los límites y el alcance de su protección jurídica constituye un importante desafío para los legisladores. Una parte cada vez mayor del valor económico del deporte está vinculada a los derechos de propiedad intelectual. No obstante, hay muchos puntos de vista discordantes entre las partes interesadas y los legisladores nacionales respecto de la forma y el alcance de la protección que debe otorgarse a los acontecimientos deportivos. Las cuestiones concernientes a la relación entre el deporte y los medios de comunicación han cobrado una importancia crucial, ya que la cobertura mediática es una de las principales fuentes de ingresos del deporte profesional.

15. En el plano internacional, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ha abordado la relación entre el deporte y los medios de comunicación indirectamente en las convenciones y tratados relativos a la protección de los derechos conexos de los productores y los organismos de radiodifusión. Esos organismos pueden producir grabaciones de eventos deportivos y beneficiarse así de la protección de los derechos conexos otorgada a los productores de obras audiovisuales, en virtud de la cual se requiere su autorización para la reproducción, la distribución y la comunicación al público de las grabaciones.

16. La Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión (1961) establece las normas mínimas de protección internacional de los organismos de

³ Véase <https://www.olympic.org/broadcasters>.

⁴ UEFA, 2017, "Informe financiero de la UEFA 2015/16", Nyon (Suiza).

radiodifusión y sus derechos exclusivos para autorizar o prohibir determinados actos durante un plazo de 20 años, incluida la retransmisión de sus emisiones, la fijación (grabación) de sus emisiones, la reproducción de esas fijaciones y la comunicación al público de sus emisiones de televisión cuando se realicen en lugares accesibles al público previo pago del derecho de entrada. La Convención proporciona un nivel básico de protección, aunque desde su adopción se han producido importantes novedades tecnológicas y de mercado que no se abordan en ella. En 1997, los miembros de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual iniciaron un examen de las normas vigentes en el ámbito del Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos, con el objetivo de crear un marco jurídico internacional que aportara una protección adecuada y eficaz contra la piratería de las señales emitidas. Hasta la fecha, sigue sin alcanzarse un acuerdo acerca de cómo debe crearse ese marco y qué otros derechos deberían otorgarse a los organismos de radiodifusión, si fuera el caso.

17. Los Estados miembros de la Unión Europea no contemplan en sus respectivas legislaciones nacionales la posibilidad de que los acontecimientos deportivos puedan conllevar esos derechos conexos, debido a la ausencia de cualquier forma de expresión original o creativa, la imprevisibilidad y la incertidumbre del desarrollo de los acontecimientos y la falta de un guion o un proyecto con respecto a los torneos y las competiciones. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea confirmó esa interpretación en 2011, en la sentencia dictada respecto de los asuntos *Football Association Premier League Ltd y otros contra QC Leisure y otros* y *Karen Murphy contra Media Protection Services Ltd*. De acuerdo con el Tribunal de Justicia, los acontecimientos deportivos, en particular los partidos de fútbol, están delimitados por reglas de juego que no dejan espacio a la libertad creativa en el sentido de los derechos de autor, por lo que no pueden estar protegidos por esos derechos. No obstante, la reproducción, distribución o comunicación al público de las obras audiovisuales todavía requiere la autorización del titular de los derechos.

IV. El marco jurídico para el acceso a los grandes acontecimientos deportivos

18. La introducción de legislación relativa a los grandes acontecimientos deportivos se ha justificado por las quejas de que, en ausencia de esa legislación, la cobertura de los acontecimientos deportivos de gran resonancia tiende a migrar desde la radiodifusión en abierto hacia la televisión de pago. Concretamente, en Europa, desde la década de 1990, la mayor parte de la cobertura televisiva en directo de los encuentros de fútbol nacionales de primer nivel ha pasado de la televisión en abierto a la televisión de pago. En los Estados Unidos, la migración de la cobertura televisiva a los canales de pago ha sido menos evidente, aunque en los últimos años se ha producido un cambio perceptible en la disponibilidad de la programación de acontecimientos deportivos de máximo interés, que se han trasladado de la televisión abierta a la televisión de pago por cable y/o satélite. Por ejemplo, se suscitó cierta controversia cuando la cadena de televisión de pago Entertainment and Sports Programming Network adquirió los derechos a partir de 2006 del tradicional programa que emite los partidos de fútbol americano que se disputan el lunes por la noche, que había estado disponible para los espectadores en una cadena de televisión abierta durante más de 30 años.

19. El auge de la televisión de pago ha reportado importantes beneficios a los telespectadores y las organizaciones deportivas, lo cual no desbarata el argumento a favor de una legislación que regule los principales acontecimientos deportivos, sobre la base de su potencial para promover y/o preservar la ciudadanía cultural. La regulación en el plano nacional de la radiodifusión deportiva es el reflejo de tradiciones históricas, políticas y culturales particulares. A los efectos de un análisis comparativo, cabe distinguir varios tipos de regulación de este mercado.

20. En primer lugar, en los regímenes de libre mercado, la radiodifusión deportiva queda en manos del mercado, en un marco reglamentario menos estricto, para garantizar la cobertura televisiva en abierto de los grandes acontecimientos. La radiodifusión de acontecimientos deportivos en el Brasil, los Estados Unidos de América y Sudáfrica puede

caracterizarse por estar impulsada predominantemente por el mercado, ya que no se ha promulgado legislación respecto de los grandes acontecimientos deportivos. En los Estados Unidos de América, el enfoque de libre mercado ha sido una característica definitoria desde que comenzó la radiodifusión. Hay tres puntos clave en ese sentido, de los cuales los dos primeros reflejan el enfoque de libre mercado. Primero, el servicio de radiodifusión pública se vio superado por las cadenas comerciales en los procesos de licitación de los derechos sobre los eventos deportivos más populares. Segundo, en la década de 1970, las normas introducidas por la Comisión Federal de Comunicaciones en su calidad de regulador nacional de la radiodifusión, destinadas a impedir que los radiodifusores por cable adquirieran los derechos para emitir determinados acontecimientos, como las Series Mundiales de Béisbol de las Grandes Ligas, la Super Bowl de la National Football League y los Juegos Olímpicos, fueron impugnadas con éxito ante los tribunales debido a que vulneraban el derecho a la libertad de expresión previsto en la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos de América. No obstante, a pesar de estos dos hechos, los organismos comerciales de radiodifusión abierta siguen desempeñando un papel fundamental en la radiodifusión deportiva. Tercero, la Ley de Radiodifusión Deportiva (1961) fue concebida para garantizar que la legislación de los Estados Unidos de América en materia de competencia tuviera en cuenta las características especiales de la radiodifusión deportiva y permitiera la venta colectiva de derechos audiovisuales por parte de las grandes ligas nacionales.

21. En segundo lugar, en regímenes de reglamentación estricta como los de Australia y la India, se concede a los radiodifusores —públicos o comerciales— en abierto un papel dominante en la radiodifusión deportiva. Por ejemplo, la legislación de la India prevé una estricta protección reglamentaria para la cobertura de los principales acontecimientos deportivos emitidos en abierto por el servicio público de radiodifusión Doordarshan. La Ley de Señales de Radiodifusión Deportiva de 2007 (que obliga a todos los organismos a compartir la señal con Prasar Bharati) impide que una cadena de televisión de pago emita en vivo un acontecimiento deportivo de importancia nacional a menos que comparta simultáneamente su señal con Doordarshan. Además, la legislación que regula los grandes acontecimientos en la India especifica que el reparto de los derechos de televisión de los acontecimientos incluidos en el catálogo debe basarse en un acuerdo entre las partes, con un reparto de los ingresos publicitarios entre el propietario y/o el titular de los derechos sobre los contenidos y Doordarshan, en una proporción no inferior a 75-25. No obstante, la legislación ofrece poca orientación sobre los criterios empleados para seleccionar los eventos deportivos de importancia nacional, una cuestión que puede resultar problemática en lo que respecta a la cobertura del equipo nacional de críquet. El críquet es el deporte más popular en la India, y la legislación deja a la discreción del Gobierno la decisión de qué partidos internacionales serán retransmitidos en abierto.

22. En tercer lugar, en otros regímenes de regulación, como el de la Unión Europea, existe un equilibrio entre ambos enfoques. En la Unión Europea, la legislación relativa a los grandes acontecimientos se aprobó por primera vez a finales de la década de 1990 como parte de una directiva revisada sobre la televisión sin fronteras y, posteriormente, se incorporó a la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, conocida como Directiva de servicios de comunicación audiovisual. La legislación se basa en un sistema de derechos dual, en virtud del cual los derechos audiovisuales relacionados con las principales ligas de fútbol son explotados por operadores que cobran por el acceso a los contenidos. No obstante, ciertos acontecimientos que revisten gran interés general deben emitirse en televisión abierta. En ese sentido, en 2007, la Comisión Europea, en su Libro Blanco sobre el deporte, reconoció el papel fundamental de los derechos audiovisuales como la primera fuente de ingresos del deporte profesional. El posible conflicto entre los derechos fundamentales de los ciudadanos, como el derecho a acceder y recibir información plural, y los principios económicos aplicables a la venta exclusiva de derechos audiovisuales, como la libertad de celebrar contratos y el derecho a la propiedad, fue abordado por el Consejo de Europa en el Convenio Europeo sobre Televisión Transfronteriza, modificado de conformidad con las disposiciones del Protocolo de Enmienda núm. 171, que entró en vigor en 2002. El

Convenio tenía por objeto delimitar las condiciones de venta y adquisición de los derechos audiovisuales exclusivos. En la Directiva 2010/13 se plantearon preocupaciones similares en el ámbito de la Unión Europea. Los dos conjuntos de normas en la materia, en el contexto del Consejo de Europa y en el de la Unión Europea, son las disposiciones jurídicas relativas a la radiodifusión de acontecimientos de gran importancia para la sociedad y al derecho de emitir noticias breves sobre acontecimientos de gran interés para el público en general. El primero implica la cobertura de ciertos acontecimientos, que determinan los Estados miembros, por organismos de radiodifusión abierta.

23. La autorregulación de las organizaciones deportivas internacionales también es un factor importante. Esas organizaciones cuentan con una larga tradición de autorregulación y gobernanza. Históricamente, han establecido sus propias normas y reglamentos en varios ámbitos, incluido el funcionamiento interno y las relaciones interinstitucionales, las reglas del juego y la reglamentación financiera. El Consejo de Europa fue la primera organización intergubernamental en reconocer el derecho de las organizaciones deportivas voluntarias a establecer los procesos de adopción de decisiones autónomos, de conformidad con la Carta Europea del Deporte (1992; revisada en 2001).

24. El desarrollo del sector de la radiodifusión se caracteriza por una mayor competencia entre los operadores de televisión de pago y la aparición de nuevos medios tecnológicos, como el paso de la televisión terrestre tradicional a la televisión por cable y por satélite y de la televisión analógica a la digital, que han contribuido directamente a la globalización de la economía del deporte y al aumento considerable de los ingresos de las organizaciones deportivas derivados de la concesión de derechos audiovisuales para la emisión de acontecimientos deportivos. La venta de los derechos audiovisuales representa una de las fuentes de ingresos más importantes para las principales organizaciones deportivas, como la FIFA y el Comité Olímpico Internacional.

V. La aplicación del derecho de la competencia en la venta de los derechos audiovisuales

25. La venta y la adquisición de derechos de explotación audiovisual de acontecimientos deportivos están sujetas a las normas de defensa de la competencia, entre las que cabe destacar la prohibición de que las empresas celebren acuerdos contrarios a la competencia y abusen de su posición dominante. El interés del espectador varía enormemente en función de los criterios y contenidos territoriales, e influye a la hora de definir el mercado relevante. A nivel mundial, muchas variables provocan que los mercados sean proclives a posibles prácticas anticompetitivas. El derecho de la competencia ha desempeñado un papel importante en la aplicación de la legislación relativa a los derechos audiovisuales, en particular por lo que se refiere a los acontecimientos deportivos de gran demanda, y tiene una repercusión fundamental tanto en los consumidores, que son los beneficiarios finales del proceso, como en las industrias vinculadas a ese mercado. La venta de los derechos tiene repercusiones directas sobre los deportistas y los organizadores de competiciones, pero también afecta a los siguientes agentes: los radiodifusores en abierto; las televisiones de pago o los servicios de pago por visión; las empresas de telecomunicaciones; los anunciantes; los patrocinadores; y ciertos grupos económicos que en los últimos años han invertido sumas considerables en algunos deportes.

1. Definición de mercado relevante

26. Dada la diversidad de los deportes y de los intereses de los espectadores y habida cuenta de los hábitos de visionado nacionales, uno de los principales retos a la hora de aplicar el derecho de la competencia en esta esfera tiene que ver con la definición del mercado relevante. En algunos casos la definición es simple, al ser evidentes los gustos de los consumidores respecto de un deporte concreto; en otros casos, los gustos son más variados y es necesario realizar un análisis más exhaustivo acerca del carácter sustituible de un deporte en comparación con otras actividades de ocio, en función del territorio. También conviene tener en cuenta el carácter temporal de acontecimientos y torneos deportivos que, pese a no celebrarse habitualmente, tienen una gran audiencia, como la Copa Mundial de la FIFA, los Juegos Olímpicos y el Campeonato de Europa de la UEFA. Por ejemplo, la

Comisión Europea, en su Decisión 2003/778, de 23 de julio de 2003, relativa a la venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA, consideró que el mercado de productos de referencia podía definirse como el mercado de la adquisición de derechos de retransmisión por televisión de acontecimientos futbolísticos que se celebraban regularmente a lo largo de todos los años. Por lo tanto, esa definición abarcaba la primera y segunda división de la liga nacional y los partidos de otros campeonatos, así como los encuentros de la Liga de Campeones y la Liga Europa. La emisión de acontecimientos futbolísticos creaba una imagen particular de marca de un canal de televisión y permitía que el radiodifusor llegara a una audiencia particular a escala minorista que no podía ser alcanzada por otros programas. La Comisión Europea consideró que el ámbito geográfico de los diferentes mercados era nacional o se limitaba a regiones lingüísticas. Los derechos audiovisuales de acontecimientos futbolísticos como la Liga de Campeones se venden normalmente a escala nacional debido a que la distribución, tiene carácter nacional a causa de los regímenes reglamentarios nacionales, las barreras lingüísticas y los factores culturales. Además, las cadenas de televisión de pago normalmente solo venden abonos a los espectadores situados en cierto territorio, y la publicidad se adapta normalmente a los gustos y lenguas de cierto territorio. Consideraciones similares parecen aplicarse a los nuevos servicios de los medios de comunicación.

27. En los Estados Unidos de América, son pocas las decisiones judiciales relativas a la vulneración del derecho de la competencia en el ámbito del deporte profesional que han prestado una atención significativa a la definición del mercado relevante. El Tribunal Supremo ha abordado la definición del mercado en dos ocasiones: en una decisión dictada en 1959 en relación con la promoción y radiodifusión de eventos pugilísticos, que confirmó el pronunciamiento de un tribunal inferior en el sentido de que el mercado relevante se limitaba a los combates de los campeonatos de boxeo, y en una sentencia de 1984 relativa a la radiodifusión del campeonato universitario de fútbol americano, que confirmó el pronunciamiento de un tribunal inferior que determinaba que el mercado relevante se limitaba a las emisiones de partidos del campeonato universitario de fútbol americano. No obstante, en decisiones más recientes se aduce que los deportes profesionales se enfrentan a la competencia de fuentes muy diversas. En su decisión en la causa *American Needle Incorporated v. National Football League*, el Tribunal de Apelaciones afirma que la liga de fútbol americano compite con otras formas de entretenimiento por una audiencia que, a pesar de su gran tamaño, es finita, y que la pérdida de los espectadores que optan por otras formas de entretenimiento afecta necesariamente al éxito de cada equipo⁵. En una causa relativa a la concesión de licencias por parte de la Major League Baseball, el Tribunal examinó las pruebas según las cuales la liga entraba en competencia con otros licenciantes deportivos y no deportivos en la concesión de licencias de uso de los logotipos de los equipos participantes. Sigue pendiente la cuestión de si estos factores llevarán a los tribunales a adoptar definiciones de mercado de carácter más amplio.

2. La venta colectiva de derechos audiovisuales

28. Hasta la fecha, la aplicación del derecho de la competencia a las emisiones deportivas se ha centrado principalmente en la venta colectiva por parte de ligas deportivas de derechos exclusivos de emisión en directo de sus acontecimientos. El argumento a favor de la intervención regulatoria se basa en la afirmación de que la venta colectiva a través de una liga significa que los equipos actúan como un cártel. Desde ese punto de vista, los acuerdos colectivos de venta limitan la competencia de tres formas principales:

- a) Otorgan a la liga el poder de mercado necesario para dictar el precio de los derechos audiovisuales, lo que da lugar a precios excesivamente altos tanto para los radiodifusores como para los consumidores;
- b) Limitan la disponibilidad de derechos para los acontecimientos deportivos, puesto que los equipos pueden temer que la cobertura en vivo de los acontecimientos afecte a los ingresos por asistencia;

⁵ Véase <https://caselaw.findlaw.com/us-7th-circuit/1291215.html>.

c) Refuerzan la posición de mercado de los radiodifusores más importantes, ya que pueden ser los únicos operadores capaces de pujar por todos los derechos agrupados en un paquete.

29. Debido a las particularidades del sector, la comercialización de los derechos audiovisuales de acontecimientos deportivos plantea dos problemas fundamentales relacionados con la competencia, a saber, la venta conjunta de derechos audiovisuales y la exclusividad territorial.

30. La venta conjunta de derechos audiovisuales para acontecimientos deportivos se ha convertido en la práctica dominante desde que dos decisiones de la Comisión Europea relativas a la Bundesliga, la Premier League y la Liga de Campeones de la UEFA precisaron la legalidad de esta práctica en condiciones estrictas⁶. Antes de que se adoptaran esas decisiones, las autoridades nacionales de regulación de la competencia habían prohibido la venta conjunta sobre la base de las normas nacionales de competencia. En la década de 1990, las autoridades nacionales de regulación de la competencia de Alemania, Italia, los Países Bajos y el Reino Unido habían iniciado un procedimiento de investigación de la venta conjunta de los derechos audiovisuales de los partidos de fútbol a los medios de comunicación y llegaron a la conclusión de que se trataba de prácticas restrictivas de la competencia. La Comisión Europea ha dictaminado reiteradamente que la venta conjunta constituye una restricción horizontal de la competencia y contraviene el artículo 101, apartado 1, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. No obstante, los acuerdos de venta conjunta pueden acogerse a la excepción prevista en el artículo 101, párrafo 3, ya que, de conformidad con lo dispuesto en la Decisión 2003/778/CE, de 23 de julio de 2003, tales acuerdos pueden:

a) Mejorar la producción y la distribución creando un producto de marca de calidad centrado en la liga y vendido a través de un único punto de venta;

b) Aumentar la eficiencia, reducir el costo de las transacciones para los operadores audiovisuales y los clubes y responder a las demandas de los organismos de radiodifusión;

c) Ofrecer ventajas de comercialización, como el desarrollo de la marca de la liga a través de productos y servicios uniformes centrados en ella;

d) Permitir que los consumidores aprovechen los beneficios generados por un acuerdo.

31. La Comisión Europea consideró improbable que la venta conjunta de los derechos audiovisuales de la Liga de Campeones pudiera eliminar la competencia por lo que se refiere a una parte sustancial de los derechos audiovisuales en cuestión. La Comisión Europea negoció varios cambios importantes en la forma en que la UEFA vendía los derechos de los acontecimientos de la Liga de Campeones, incluida la introducción de un límite de tres años de duración para los acuerdos exclusivos, la división de los derechos de televisión en varios paquetes separados y la disgregación de los derechos de los nuevos derechos de retransmisión. Los mismos principios se aplicaron en las decisiones respecto de la Bundesliga y la Premier League, en las cuales la Comisión Europea exigió diferentes modificaciones y compromisos que entrañaban, por ejemplo, la breve duración y el alcance limitado de los derechos exclusivos, un procedimiento de licitación transparente, la conservación de la venta de ciertos derechos audiovisuales por parte de los clubes y una cláusula de segunda opción, por la cual determinados derechos que no han sido vendidos podrían volver a los clubes para su comercialización individual. El enfoque adoptado en el derecho de la competencia en Europa, tanto en el plano nacional como en la Unión Europea, se ha centrado en negociar los derechos audiovisuales para la programación exclusiva de deportes en vivo, en particular con respecto al fútbol, de conformidad con la doctrina de la infraestructura esencial.

⁶ Decisión de la Comisión de 22 de marzo de 2006 relativa a un procedimiento de conformidad con el artículo 81 del [Tratado constitutivo de la Comunidad Europea]; decisión de la Comisión de 19 de enero de 2005, relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 81 del Tratado CE y del artículo 53, apdo. 1, del [Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo].

32. De esas condiciones, la limitación más significativa a la autonomía contractual introducida por la Comisión Europea puede ser la prohibición del comprador único, que es un compromiso de varias ligas de fútbol en Europa, incluidas la Ligue 1 (Francia)⁷, la Bundesliga⁸, la Serie A (Italia)⁹ y la Premier League¹⁰, a fin de garantizar que no sea posible adjudicar a un único licitador todos los derechos audiovisuales exclusivos de las emisiones en vivo de los torneos. La principal crítica a esta norma se refiere a la penalización de los usuarios finales. Es decir, si se aplica, la regla significa que los espectadores deben pagar al menos dos suscripciones para poder ver todos los partidos del equipo que les interesa.

33. Conviene considerar el ejemplo de España relativo a la venta de los derechos. Hasta hace poco, los clubes de fútbol vendían individualmente los derechos audiovisuales. La Liga Nacional de Fútbol Profesional se encargó de gestionar esos derechos hasta la temporada 1997/98 cuando, a raíz de un acuerdo de la Asamblea General de la Liga en 1996, cada club comenzó a negociar la venta de sus propios derechos. La situación cambió aún más con la aprobación por el Gobierno del Real Decreto-ley núm. 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, que regula la comercialización de los derechos audiovisuales de emisión de los partidos de fútbol, así como la distribución de los ingresos generados¹¹. Además, ese Decreto-ley introduce la venta conjunta de derechos y confía a la Liga de Fútbol Profesional la gestión de los derechos relacionados con la Liga y la Supercopa de España, así como los de la Real Federación Española de Fútbol y la Copa del Rey. Este cambio supuso un incremento del 32% en los ingresos anuales de la Liga. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisa los acuerdos entre la Liga de Fútbol Profesional y los organismos de radiodifusión y, en 2015, notificó la propuesta de la Liga para la venta conjunta de los derechos audiovisuales de las temporadas 2016/17 y 2018/19.

34. Con respecto a la exclusividad territorial, la Comisión Europea acepta las restricciones territoriales en el acceso al contenido, excepto cuando la exclusividad territorial es absoluta. La protección territorial absoluta no solo prohíbe a los licenciarios la venta activa en los territorios de otros licenciarios, sino también la venta pasiva, es decir, la que responde a demandas no solicitadas de clientes ubicados en otros países. En las decisiones relativas a la Premier League, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea dictaminó que el sistema de contratos de licencia territorial exclusiva establecido por la Football Association Premier League, por el que se prohibía a los licenciarios suministrar decodificadores que dieran acceso en el exterior del territorio cubierto por el contrato de licencia en cuestión a los objetos protegidos, constituía una restricción de la competencia

⁷ Las disposiciones pertinentes están codificadas en los artículos L333-2 y L333-3 del Código del Deporte de Francia, y permiten la venta conjunta de los derechos de medios de comunicación deportivos por parte de las ligas profesionales; los derechos deben ofrecerse mediante un procedimiento de licitación pública no discriminatoria, en distintos lotes, por un período máximo de tres años.

⁸ En 2016, la Federación Alemana de Fútbol y la Bundesliga presentaron a la Oficina Federal de Cárteles una lista de compromisos relativos a los criterios para la concesión de los derechos de emisión de los partidos de la primera y la segunda división a partir de la temporada 2017/18, que incluía, en particular, una norma de prohibición de comprador único según la cual ningún licitante podía adquirir los derechos para emitir en vivo todos los encuentros de la Bundesliga; la Oficina Federal de Cárteles declaró que esos compromisos eran jurídicamente vinculantes.

⁹ El Decreto Legislativo núm. 9 de 2008 regula la venta conjunta obligatoria de los derechos audiovisuales de acontecimientos deportivos; el artículo 3 establece que los derechos audiovisuales de los acontecimientos deportivos son propiedad conjunta del organizador de la competición en cuestión y el organizador o anfitrión de cada acontecimiento perteneciente a esa competición.

¹⁰ En virtud de la Ley de Competencia de 1998 se adoptó la Decisión de la Oficina de Comunicaciones de 8 de agosto de 2016 relativa a si los acuerdos de venta de los derechos de la Premier League restringían o distorsionaban la competencia, en la que se tuvo en cuenta la decisión de la Premier League de aumentar el número de partidos disponibles para su transmisión en directo en el Reino Unido a un mínimo de 190 por temporada desde el inicio de la temporada 2019/20, lo que representa un aumento de al menos 22 partidos por temporada respecto del número de partidos vendidos en la subasta de la Premier League de 2015 para su emisión en directo.

¹¹ Véase https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-4780.

prohibida por el artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Según el Tribunal de Justicia, la compartimentación de los mercados con el único objetivo de crear diferencias artificiales de precios entre los Estados miembros, y maximizar así los beneficios, era incompatible con el Tratado. En ese caso, las restricciones territoriales no reunían las condiciones para la aplicación de una exención con arreglo al artículo 101, apartado 3, del Tratado, que prevé una excepción basada en la contribución a la mejora de la producción o la distribución de los productos o al fomento del progreso técnico o económico. Es probable que esta sentencia tenga consecuencias de gran alcance para las prácticas comerciales actuales en el sector de la radiodifusión, tanto respecto del deporte como de las películas y otros contenidos de máximo interés ofrecidos por los operadores de televisión de pago por satélite. En febrero de 2017, el Parlamento Europeo llegó a un acuerdo informal con el Consejo de la Unión Europea para la elaboración de un proyecto de reglamento relativo a la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea. A partir de 2018, los ciudadanos europeos que viajen a otro Estado miembro de la Unión Europea podrán conservar las suscripciones a contenidos en línea, como deporte, música, juegos y películas; la portabilidad no estará limitada en el tiempo y se aplicará a todos los contenidos de los servicios de suscripción y a los servicios gratuitos que deseen participar.

35. En los Estados Unidos de América, algunas actividades relacionadas con la radiodifusión de los deportes profesionales no están sometidas a la legislación antimonopolio. La Ley de Radiodifusión Deportiva de 1961 dejó fuera del alcance de la legislación de defensa de la competencia la agrupación de derechos audiovisuales patrocinados para su venta como un lote por parte de las ligas profesionales de béisbol, baloncesto, fútbol y *hockey*. La citada Ley dejó sin efecto la decisión de un tribunal de distrito en la que se había decretado la prohibición de celebrar un contrato entre la National Football League y una importante cadena de televisión en virtud de un requerimiento dictado como resultado de una causa anterior por vulneración del derecho de la competencia. Por consiguiente, aunque estén sujetos a examen en virtud de la Ley de Radiodifusión Deportiva, los contratos colectivos de televisión pueden estar permitidos, porque se considere que una liga es una entidad económica única en la comercialización de sus partidos o porque la acción colectiva de los equipos se considere accesoria a los objetivos legítimos de la empresa conjunta o razonable por otros motivos. La decisión más importante del Tribunal Supremo en ese sentido, *National Collegiate Athletic Association v. Board of Regents of the University of Oklahoma*, hacía referencia a la emisión de partidos universitarios de fútbol americano y a las limitaciones impuestas por la National Football Association respecto de la emisión televisiva de esos partidos. Esta causa se cita ampliamente, incluso en esferas ajenas a los deportes de ámbito universitario.

36. En Nueva Zelanda no existen disposiciones legales que permitan a las ligas o federaciones profesionales vender como un paquete los derechos televisivos de los partidos de sus respectivos equipos afiliados sin infringir la legislación sobre competencia. No obstante, hasta la fecha no se ha impugnado ante los tribunales la práctica de agrupar los derechos audiovisuales relacionados con el deporte.

37. En la India, la legislación sobre competencia ha tenido escasa repercusión en la radiodifusión deportiva. No obstante, habida cuenta de la importancia del críquet para las cadenas de televisión de pago, la Comisión de la Competencia de la India, en una resolución de fecha 29 de noviembre de 2017 relativa a la causa núm. 61/2010, abordó la concesión de derechos de franquicia, los derechos audiovisuales y de patrocinio por parte de la Junta de Control de Críquet de la India en el marco de la Premier League y concluyó que la Junta había abusado de su posición dominante.

38. Los aspectos relativos a la competencia en la venta de los derechos audiovisuales de acontecimientos deportivos de primer orden son tan pertinentes para los países desarrollados como para los países en desarrollo, debido al interés común de los espectadores por la emisión de acontecimientos y a la transición hacia sistemas de radiodifusión digital en la mayoría de los países en desarrollo. La convergencia tecnológica ha promovido la competencia y, en los últimos años, las autoridades encargadas de la competencia en varios países en desarrollo han hecho frente a problemas relativos al acceso

a los mercados y las prácticas anticompetitivas¹². Los problemas regulatorios que enfrentan las autoridades encargadas de la competencia más experimentadas y las decisiones adoptadas al respecto podrían servir como referencias importantes para las autoridades noveles y de menor tamaño al abordar las prácticas restrictivas de los agentes internacionales.

VI. Futuros desafíos

39. El deporte profesional es un producto de amplio consumo en todo el mundo. El reconocimiento de los efectos positivos que los grandes acontecimientos deportivos pueden tener en la sociedad pone de relieve la importancia de su emisión, ya que es poco probable que todos los interesados en un acontecimiento puedan asistir físicamente a él. Esto implica que la cobertura gratuita en vivo de los acontecimientos más importantes siga siendo una importante vía de acceso para la consecución efectiva de los objetivos relacionados con el derecho de los ciudadanos a la información.

40. Hay al menos dos problemas que afectan a la venta de los derechos en la radiodifusión deportiva, a saber, la disrupción causada en el deporte por la tecnología digital y el aumento de la piratería y las emisiones ilegales en continuo (*streaming*).

41. La disrupción digital en la radiodifusión deportiva tiene lugar en todo el mundo. La aparición de nuevas tecnologías ha tenido profundas repercusiones en la manera en que los espectadores consumen emisiones deportivas, a medida que ese consumo se desplaza hacia el teléfono móvil como primera opción, algo que también sucede en las industrias cinematográfica y musical. Ese cambio implica los siguientes tres factores subyacentes generales:

a) Un cambio en la conducta de los espectadores y los hábitos de consumo de los aficionados al deporte moderno;

b) La evolución constante del panorama relativo a los derechos de los medios de comunicación y la proliferación de los medios digitales;

c) La aparición de nuevas tecnologías, entre las que cabe citar el aumento de la velocidad de banda ancha, el crecimiento exponencial de la conexión Wi-Fi gratuita, incluso en las instalaciones en las que se celebran los acontecimientos deportivos, y la creciente sofisticación de las cámaras de teléfonos inteligentes, que pueden aprovecharse para crear niveles de participación sin precedentes.

42. En los últimos años, la radiodifusión de los deportes con mayor demanda a través de la televisión abierta se ha reducido en favor de la televisión de pago, lo que ha generado un aumento sustancial de la piratería y las transmisiones ilegales en continuo.

43. En la temporada 2012/13 tuvieron lugar aproximadamente 33.000 transmisiones en directo en continuo no autorizadas de partidos de la Premier League y unas 17.500 de partidos de la Bundesliga, lo que representa un aumento sustancial del 647,8% en comparación con las cifras de la temporada 2009/10. La calidad de esas emisiones está mejorando rápidamente debido, en parte, a la amplia disponibilidad de tecnología de bajo costo que facilita las retransmisiones ilegales. El consumo de emisiones ilegales ha pasado del ámbito privado al comercial¹³.

44. La magnitud del desafío que afrontan los organismos de radiodifusión de acontecimientos deportivos en la lucha contra la piratería queda demostrada por el hecho de que más de la mitad de las personas pertenecientes a la generación de Internet ve emisiones ilegales en directo de acontecimientos deportivos. Según una encuesta, el 54% de la generación de Internet ha visto emisiones ilegales de acontecimientos deportivos en directo y un 33% admite hacerlo habitualmente, en comparación con el 4% de los mayores

¹² Véase la recopilación de documentos del Foro Mundial de la Competencia de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, disponible en <http://www.oecd.org/competition/competition-television-broadcasting.htm>.

¹³ Parlamento Europeo, 2017.

de 35 años, mientras que los miembros de la generación de Internet de entre 18 y 24 años tienen la mitad de probabilidades (entre el 12% y el 24%) de estar suscritos a servicios de televisión de pago¹⁴. La difusión no autorizada de transmisiones deportivas en directo a través de Internet se ha convertido en una de las principales preocupaciones de los medios de información deportiva, ya que los organismos de radiodifusión han perdido miles de millones de dólares en contratos de radiodifusión y acuerdos de patrocinio relacionados con el deporte.

45. La magnitud de este problema ha causado graves daños a los titulares de derechos deportivos y los organismos de radiodifusión. Habida cuenta de las considerables inversiones económicas necesarias para obtener licencias exclusivas para acontecimientos deportivos, la infracción de los derechos de propiedad intelectual ocasiona un perjuicio considerable a los titulares de derechos. A largo plazo, también pone en peligro el valor de esos derechos y, por consiguiente, los ingresos de las organizaciones deportivas. Un informe del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información indica que, en España, en 2015, el valor total del lucro cesante por la piratería fue de 1.669 millones de euros, como consecuencia del acceso ilegal a 4.307 millones de artículos de contenido digital con un valor de mercado de 24.085 millones de euros, de los cuales 186 millones de euros correspondían a series, 573 millones de euros a películas y 174 millones de euros a fútbol¹⁵. El aumento progresivo de la piratería y las emisiones ilegales por Internet podría reducir la facturación de los operadores de televisión, las organizaciones y los equipos y los clubes deportivos. En determinados deportes, los ingresos por los derechos de televisión representan más del 50% de la facturación de los clubes; habida cuenta de ello, es evidente que la repercusión de esas prácticas puede afectar a la continuidad del deporte profesional en su forma actual.

VII. Conclusiones y temas de debate

46. La venta de derechos audiovisuales en el deporte es un tema de crucial importancia para el mantenimiento del deporte profesional de élite en todo el mundo. En la actualidad, más del 50% de la financiación de las organizaciones y los equipos deportivos a este nivel procede de la venta de derechos audiovisuales. Del mismo modo, los operadores de televisión obtienen mayores beneficios gracias a la publicidad o los abonados cuando su programación incluye emisiones de acontecimientos deportivos importantes. La simbiosis entre la radiodifusión y el deporte profesional ha dado lugar a un aumento considerable del precio de los derechos audiovisuales y ha generado mayores beneficios para las organizaciones y los equipos, lo que a su vez ha elevado el nivel de los salarios y los contratos de los atletas de élite, con el consiguiente riesgo de tener que hacer frente a esos pagos si el sector cae en una crisis financiera.

47. Las autoridades encargadas de la competencia desempeñan un importante papel en la venta de los derechos audiovisuales. Deben supervisar los criterios aplicados a la venta de esos derechos y la duración de los contratos, a fin de permitir una rotación en el acceso a los contenidos entre los organismos de radiodifusión presentes en el mercado.

48. Garantizar el acceso de los espectadores al contenido de los acontecimientos deportivos a través de las emisiones televisivas, en particular para los principales acontecimientos de interés general, y facilitar una participación equitativa de los organismos de radiodifusión en el proceso de venta de los derechos audiovisuales son aspectos que preocupan a las autoridades públicas y, en particular, a los organismos reguladores de la competencia, que han tenido que intervenir para establecer directrices en la venta de esos derechos.

¹⁴ *The Guardian*, More than half of young people watch illegal streams of live sports, study finds, 26 de abril de 2017.

¹⁵ Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (2016), Observatorio de piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales, disponible en <http://lacoalicion.es/wp-content/uploads/ejecutivo-observatorio-2015-vd-es.pdf> (consultado el 2 de mayo de 2018).

49. Las nuevas tecnologías han dado lugar a un aumento de la piratería y de la retransmisión ilegal de programas a través de Internet, lo que constituye un reto importante, dado que la piratería y la transmisión ilegal de contenidos están reduciendo el volumen de negocio de los operadores televisivos. Las respuestas a esos retos dependen de los jóvenes, que ya han adoptado nuevos hábitos de visionado de los grandes acontecimientos deportivos gracias a la última generación de medios digitales, y que también están expuestos a los desafíos relacionados con el desarrollo de nuevas tecnologías. Si continúa la tendencia de los actos de piratería y emisión ilegal, el riesgo de una crisis financiera en el sector de la radiodifusión deportiva puede verse exacerbado.

50. El Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Política de Protección del Consumidor quizá desee examinar las siguientes cuestiones de debate:

a) El aumento de los precios de los derechos audiovisuales abonados por las cadenas de televisión ha incrementado los beneficios de los clubes deportivos y los sueldos de los atletas, pero, ¿resulta sostenible en el tiempo esta fórmula? ¿Qué medidas pueden adoptarse para asegurar la sostenibilidad?

b) La televisión de pago debe proponer grandes acontecimientos deportivos para atraer abonados; para garantizar la igualdad de acceso a esos contenidos, ¿son suficientes las normas de competencia actuales o es necesaria una regulación específica al respecto?

c) Existe una tendencia cada vez mayor a conceder derechos audiovisuales a las televisiones de pago y los organismos de radiodifusión de pago por visión; a medida que el acceso al contenido es más oneroso para el espectador, en particular en los países en desarrollo, ¿es aconsejable ampliar el acceso abierto a los principales acontecimientos deportivos? ¿Qué criterios deberían aplicarse a la venta de derechos en los países en desarrollo para garantizar la competencia entre los organismos de radiodifusión, y qué papel pueden desempeñar las autoridades encargadas de la competencia a ese respecto?

d) Se ha registrado un aumento de la piratería y la emisión ilegal, y los espectadores jóvenes se muestran cada vez más reacios a pagar para ver grandes acontecimientos deportivos en lugar de verlos de forma gratuita; ¿podría esto poner en peligro la financiación del deporte de élite? ¿Qué estrategias pueden aplicar las autoridades, las organizaciones deportivas y los radiodifusores con miras a reducir las emisiones ilegales?

e) Habida cuenta del interés por la radiodifusión de acontecimientos deportivos en los países en desarrollo, ¿convendría examinar algún reto y recomendación en particular?
