



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

TRABAJO DE FIN DE GRADO

PERIODISMO

CURSO 2024/2025

LOS DERECHOS AUDIOVISUALES DEL FÚTBOL EN ESPAÑA:
PRECIOS, AUDIENCIAS, COMPARATIVA INTERNACIONAL Y
AUGE DE LA PIRATERÍA

AUTOR:

DANIEL SÁNCHEZ-HEREDERO FERNÁNDEZ

TUTOR:

JOAQUÍN SOTELO GONZÁLEZ

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

CALIFICACIÓN OBTENIDA: 10

“El fútbol ha hecho mejor a la televisión y la televisión ha hecho mejor al fútbol”

Julio Maldonado ‘Maldini’ (2017)

RESUMEN

La evolución de los derechos audiovisuales del fútbol en España ha generado una serie de cambios que han influido significativamente en la forma en que se consume este deporte en la actualidad, afectando a los precios que los espectadores deben pagar para acceder a los principales contenidos deportivos del país, cuyo incremento se ha visto reflejado en los datos de audiencia de los últimos años.

La comparación con otros modelos internacionales es esencial para comprender los distintos enfoques adoptados por otros países europeos como el Reino Unido, Francia, Alemania o Italia, que muestran diferentes perspectivas sobre cómo se podría replantear el modelo español, especialmente a raíz del aumento de la piratería en los últimos años. Esto llevará a la exploración de posibles soluciones y alternativas al modelo actual, buscando equilibrar la accesibilidad a estos contenidos con la sostenibilidad económica de los medios que los ofrecen.

Palabras clave: Audiencia, Derechos, España, Fútbol, Piratería, Precios, Retransmisiones.

ABSTRACT

The evolution of football audiovisual rights in Spain has generated a series of changes that have significantly influenced the way this sport is currently consumed, affecting the prices viewers must pay to access the country's main sports content, whose increase has been reflected in audience figures in recent years.

Comparison with other international models is essential to understanding the different approaches adopted by European countries such as the United Kingdom, France, Germany, and Italy, which offer different perspectives on how the Spanish model could be rethought, especially in light of rising piracy in recent years. This will lead to the exploration of possible solutions and alternatives to the current model, seeking to balance accessibility to this content with the economic sustainability of the media that offer it.

Keywords: Audience, Broadcasts, Football, Piracy, Prices, Rights, Spain.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	7
2.1 Justificación.....	7
2.2 Objetivos.....	8
2.3 Metodología.....	9
3. RESULTADOS.....	10
3.1 Evolución de los derechos del fútbol en España.....	10
3.1.1 El monopolio de TVE y la llegada de las televisiones autonómicas.....	10
3.1.2 El surgimiento de las cadenas privadas y el primer canal de pago...11	
3.1.3 La Guerra del Fútbol y la creación de Audiovisual Sport.....13	
3.1.4 Nace la televisión digital por satélite: Canal Satélite Digital VS Vía Digital y la posterior fusión en Digital+.....	16
3.1.5 La irrupción de Mediapro: La Sexta y GolTV.....	19
3.1.6 La adquisición de Canal+ por Telefónica y la transición de GolTV a BeIN Sports.....	24
3.1.7 Una nueva era: La venta centralizada de derechos audiovisuales...25	
3.2 El modelo actual del fútbol en España: Precios y audiencias.....	27
3.2.1 Aterrizan los operadores y se adjudica la Champions a BeIN Sports y Antena 3 (2015-2016).....	27
3.2.2 Apogeo y declive de BeIN Sports (2016-2019).....	29
3.2.3 La hegemonía de Movistar y el fin de la Champions en abierto (2019-2022).....	31
3.2.4 La revolución audiovisual de Movistar y DAZN (2022-2027).....	33
3.3 Comparación con otros modelos internacionales.....	40
3.3.1 Reino Unido.....	40
3.3.2 Italia.....	41
3.3.3 Alemania.....	42
3.3.4 Francia.....	43
3.4 El auge de la piratería en el fútbol.....	45
4. CONCLUSIONES.....	49
5. FUENTES DE INFORMACIÓN Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51

1. INTRODUCCIÓN

Las primeras retransmisiones deportivas en España se realizaron a través de la radio, que fue la principal fuente de información deportiva en las décadas de 1930 y 1940, cuando el fútbol comenzó a adquirir una gran popularidad. El primer partido radiado fue un Real Unión de Irún-Arenas de Getxo emitido en Unión Radio (precedente de la Cadena Ser) en 1927¹ (Bravo, 2014). Sin embargo, en los años 50 llegaría la televisión, amplificando el alcance de los deportes en nuestro país.

A partir de 1952, TVE comenzó a realizar las primeras emisiones experimentales de televisión en España. La primera retransmisión televisiva de un partido en abierto tuvo lugar el 24 de octubre de 1954, con el Real Madrid y el Racing de Santander como protagonistas² (Bonaut, 2012, p. 256). Emitido en diferido, fue un acontecimiento que marcó un hito histórico en los medios de comunicación de nuestro país.

Progresivamente, estas emisiones fueron ganando un mayor porcentaje de espacio en la parrilla televisiva, respondiendo a un interés generalizado por parte de la sociedad española. La aplicación de las nuevas tecnologías permitió que se llevaran a cabo las primeras retransmisiones en directo, asentando el nuevo medio por todo el territorio nacional. La primera fue un Real Madrid-Atlético de Madrid celebrado el 27 de abril de 1958 en el estadio Metropolitano (Bonaut, 2006, p. 13-14), aprovechando la candente popularidad del derbi madrileño³.

No obstante, la retransmisión que marcaría un antes y un después fue el primer Real Madrid-Barcelona emitido en directo, que tuvo lugar un 15 de febrero de 1959⁴ (Bonaut,

¹ Se trató de la final de Copa de aquel año, en la que el Real Unión se alzó con el título tras imponerse por 1-0, gracias a un gol de Echeveste (117') en la prórroga. <https://donfutbolisto.com/es/partido/real-union-arenas-de-guecho-copa-del-rey-15-05-1927/>

² Se impondría el conjunto blanco con un contundente 3-0, con goles de Gento (65'), Miguel Muñoz (67') y Rial (89'). <https://donfutbolisto.com/es/partido/real-madrid-santander-primera-division-24-10-1954/>

³ El partido, correspondiente a la penúltima jornada de liga, terminó 1-1 con goles de Hollaus (38') y Rial (76'). <https://donfutbolisto.com/es/partido/atletico-de-madrid-real-madrid-primera-division-27-04-1958/>

⁴ Los locales vencieron en el Santiago Bernabéu por 1-0 con un gol de Chus Herrera (69'). <https://donfutbolisto.com/es/partido/real-madrid-barcelona-primera-division-15-02-1959/>

2012, p. 259-260). La gran expectación generada por el primer “Clásico” televisado aglutinó a más de un millón de espectadores, que siguieron el partido a través de unos 50.000 receptores instalados en diferentes puntos de España. Muchos establecimientos ofrecieron a sus clientes el espectáculo en vitrinas o escaparates, gratuitamente o previo pago dentro de la propia tienda. El Real Madrid cobró 150.000 pesetas por la retransmisión, ya que cada telespectador equivalía a 15 céntimos (Hoja del Lunes, 1959).

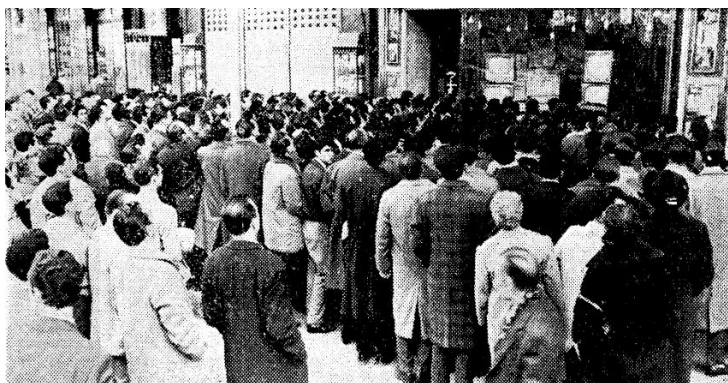


Imagen 1. Telespectadores siguen las incidencias del primer Clásico transmitido por Televisión Española.

Fotografía de Pérez de Rozas (*La Vanguardia*, 1959, p. 7)

Sin duda, el fútbol tuvo una gran predominancia durante esta etapa, en la que lideró la programación deportiva de la televisión pública con la incorporación de torneos como el Campeonato Nacional de Liga o la Copa de Europa. Con los avances tecnológicos, la televisión se acabaría consolidando como “el rey de los medios”, desbancando a la radio y la prensa. Esto supuso una gran cantidad de disputas empresariales por parte de las operadoras de televisión para hacerse con los derechos de emisión de los contenidos deportivos.

Sin embargo, desde que se comenzaron a privatizar a partir de los años 90, las retransmisiones de eventos deportivos en España han experimentado una metamorfosis que ha llegado hasta nuestros días. Estas pasaron a depender de modelos de suscripción a canales privados, lo que cambió por completo la forma de consumir el deporte en nuestro país. Los altos precios establecidos por las empresas privadas propiciaron que el deporte dejara de ser visto como algo accesible para toda la población, afectando tanto a la cobertura de estos eventos deportivos como a sus audiencias.

2. JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación tiene un interés social, ya que el deporte mueve masas, no solo en España, sino en todo el mundo. Servirá para dar voz a los aficionados españoles, quienes están frustrados y muestran su descontento con los planes actuales de las retransmisiones deportivas, demandando un modelo mucho más accesible para disfrutar de sus deportes preferidos. La exclusión de gran parte de la población de estos eventos debido a los precios elevados de las suscripciones genera una gran desigualdad. Esta división social, donde solo un sector privilegiado puede acceder a estos contenidos, se ve reflejada en una caída considerable de la audiencia en la que merece la pena profundizar.

Lo cierto es que el interés por consumir los eventos deportivos a través de la televisión siempre ha estado presente, y el auge de las nuevas tecnologías ha llevado a la sociedad a intentar acceder a estos contenidos mediante otras vías ilegales. El aumento de la piratería es una de las consecuencias directas de los altos precios y la fragmentación del contenido, que plantea interrogantes sobre la sostenibilidad del modelo actual y su efectividad para garantizar un acceso justo a las retransmisiones deportivas. Esto no es solo un tema legal, sino también ético y cultural. Si los consumidores optan por ver deportes de manera ilegal, las plataformas pierden ingresos. El análisis económico de este fenómeno puede ser valioso para entender cómo los precios abusivos pueden contribuir a una mayor piratería, y cómo esto perjudica a la economía en general.

Este trabajo me permite abordar un área que siempre me ha interesado: los medios de comunicación y las audiencias. Además, como amante de los deportes, yo también me he visto afectado por los altos precios de las retransmisiones deportivas en España, sobre todo en los últimos años. Por tanto, la finalidad de esta investigación es contribuir al debate sobre posibles reformas que, basadas en un análisis riguroso, puedan allanar el camino hacia un modelo más inclusivo y sostenible para el futuro del deporte en un mundo cada vez más digital y globalizado.

2.2 OBJETIVOS

El objetivo general de este trabajo es analizar el impacto de la privatización de las retransmisiones deportivas en España, mediante la comparación de los precios de las suscripciones y los modelos de acceso a contenidos deportivos con los de otros países europeos. Asimismo, se pretende evaluar las repercusiones de este proceso sobre las audiencias y el incremento de la piratería digital en los últimos años. Como objetivos específicos se proponen los siguientes:

1. Estudiar la evolución de los precios de las suscripciones a canales deportivos en España desde la privatización de los derechos de retransmisión.
2. Analizar la influencia del aumento de los precios en la accesibilidad a los contenidos deportivos y su relación con la disminución de la audiencia en las principales competiciones, especialmente en LaLiga.
3. Comparar el modelo de privatización español con los modelos adoptados en otros países europeos. Examinar cómo el Reino Unido, Italia, Alemania o Francia, gestionan los derechos de retransmisión y cómo su modelo ha influido en los precios y la accesibilidad del contenido deportivo.
4. Investigar el impacto de la piratería digital en España como consecuencia de la privatización y la fragmentación de los derechos de retransmisión, con un enfoque en las plataformas que ofrecen servicios ilegales.
5. Proponer posibles alternativas o modelos que favorezcan la accesibilidad del producto, empleando las nuevas tecnologías y sin comprometer la sostenibilidad económica del sector.

2.3 METODOLOGÍA

La fase inicial de este trabajo se centra en una exhaustiva labor de documentación. Para ello, recurrí a fuentes periodísticas de referencia, como el archivo web de El País, que permite acceder a todos los artículos publicados desde su fundación en 1976, o la hemeroteca digital de La Vanguardia, que facilita la consulta de ejemplares históricos en formato online. Además, me apoyé en artículos académicos a través de plataformas como Google Scholar y Teseo para enriquecer la investigación.

Para realizar el análisis comparativo de los diferentes modelos internacionales, accedí a los portales oficiales de los principales proveedores de derechos televisivos en los países objeto de estudio. El uso de una VPN fue fundamental para superar las restricciones geográficas y poder acceder a la información actualizada sobre las tarifas y ofertas vigentes. Además, la herramienta Wayback Machine resultó muy útil para recuperar datos históricos sobre precios y audiencias.

Respecto a las entrevistas, me reuní con Antonio Esteva, narrador de fútbol y profesor de periodismo en la Universidad Complutense, y con Ascensión García Ruiz, profesora del Departamento de Derecho Procesal y Derecho Penal en la misma universidad. Sus aportaciones enriquecieron el análisis desde una perspectiva tanto profesional como académica. También intenté contactar con algún directivo de LaLiga, para lo cual envié varios correos electrónicos y me desplazé personalmente a su sede en Madrid. Sin embargo, me informaron de que existía la orden de eliminar dichos mensajes, lo que frustró cualquier posibilidad de contacto.

Por último, para el análisis de audiencias y tendencias de consumo, utilicé informes anuales de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), Barlovento Comunicación y GECA. También consulté portales especializados como FormulaTV, en el ámbito de audiencias televisivas, y Donfutbolista, que me sirvió para acceder a estadísticas y resultados de partidos históricos.

3. RESULTADOS

3.1 EVOLUCIÓN DE LOS DERECHOS DEL FÚTBOL EN ESPAÑA

Desde los primeros enfrentamientos entre TVE y las televisiones autonómicas, pasando por la irrupción de Canal Plus a comienzos de los años noventa, hasta los litigios judiciales entre Mediapro y Sogecable una década después, el conflicto por los derechos de retransmisión del fútbol ha sido una constante en el panorama audiovisual español. Realizar un recorrido histórico por estas disputas nos permitirá comprender mejor la compleja situación actual y los intereses que han marcado la evolución del fútbol televisado en nuestro país.

3.1.1 El monopolio de TVE y la llegada de las televisiones autonómicas

Tras unos años de emisiones en pruebas, en 1963 tuvo lugar un acontecimiento que marcaría el comienzo de las primeras retransmisiones de fútbol por televisión de forma regular. TVE se comprometió con la Federación Española a ofrecer un encuentro de Liga cada domingo (RTVE, 2017). De este modo, se convirtieron en los organismos pioneros en acordar la emisión semanal de encuentros en el continente, algo que sentaría las bases para que, en los próximos años, el ente público se sumara al proyecto de la televisión en color.

Durante esta etapa, aunque todavía no existían los audímetros, era evidente que la televisión cosechaba buenas audiencias, puesto que percibía grandes rentas por el patrocinio asociado a estas retransmisiones. La cantidad de encuentros emitidos por TVE dependía de los acuerdos establecidos entre la cadena pública y los clubes, con la Federación actuando como intermediaria. La televisión negociaba cada jornada con el equipo local la posibilidad de transmitir el partido y ofrecía cantidades que variaban entre uno y tres millones de pesetas, alcanzando los cinco millones en partidos de gran interés como un Madrid-Barça (Bonaut, 2006, p. 167).

Que el Mundial de 1982 se celebrara en España fue determinante para modernizar las infraestructuras de la cadena pública. Esto permitió que se fueran retransmitiendo cada vez más partidos con el paso de los años. Sin embargo, la irrupción de las televisiones

autonómicas puso fin al monopolio que había tenido la televisión nacional hasta entonces. Motivadas por el auge que estaba experimentando el fútbol, en la temporada 85-86 firmaron un contrato con LaLiga para retransmitir entre tres y ocho partidos en directo, con valor de ocho millones de pesetas para cada uno (González, 1985). No obstante, TVE tenía preferencia en caso de coincidencia con la retransmisión.

El interés de las cadenas por obtener los derechos televisivos del fútbol disparó su valor y puso de manifiesto que el deporte se había convertido en una pieza clave para completar las parrillas y atraer a las audiencias. Por este motivo, para las temporadas 87-88 y 88-89, TVE y las autonómicas pactaron con LaLiga la emisión de 32 encuentros por temporada a cambio de 2800 millones de pesetas⁵ (Paradinas, 1987). Sin embargo, la llegada de los canales privados en los años 90 revolucionaría por completo el panorama conocido hasta la fecha.

3.1.2 El surgimiento de las cadenas privadas y el primer canal de pago

En 1988 se promulgó la Ley de la Televisión Privada⁶, que marcó un hito en la historia del medio en nuestro país al permitir la creación de las cadenas privadas, confirmando definitivamente el fin de 32 años de monopolio del ente público. El objetivo era liberalizar el mercado televisivo y ampliar el pluralismo informativo. Se adjudicaron tres licencias, que serían destinadas a Antena 3, Telecinco y Canal Plus, convirtiéndose este último en el primer canal de pago en España (RTVE, 2018).

La cadena de Sogecable pondrá en práctica un modelo híbrido de emisión, combinando contenidos en abierto con otros codificados, por los que será necesario abonar 3.000 pesetas mensuales (El País, 1989). Juan Luis Cebrián, consejero delegado de Canal Plus, señaló que su objetivo no sería lograr grandes audiencias, sino alcanzar los 350.000 abonados para garantizar la viabilidad económica del proyecto.

⁵ TVE retransmitiría un partido en las jornadas pares, y los canales autonómicos, en las impares.

⁶ <https://www.boe.es/eli/es/l/1988/05/03/10>

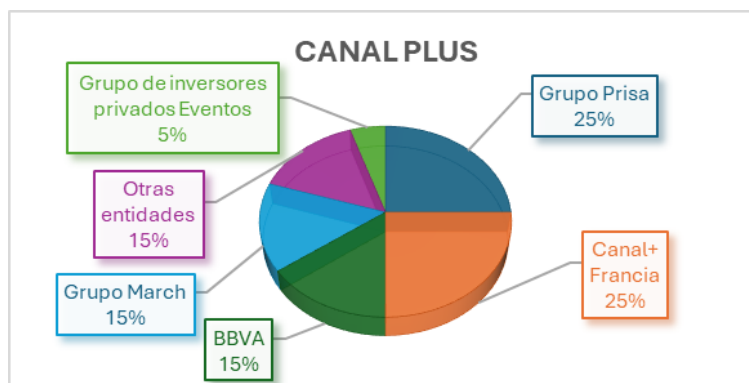


Gráfico 1. Accionariado inicial de Sociedad Gestora de Canal+ (Sogecable).

Elaboración propia a partir de Beaumont (1989).

Las emisiones regulares comenzaron en 1990, transformando el panorama audiovisual español y modernizando el sector televisivo en España. Además, esto abrió una nueva etapa en la lucha por conseguir la exclusividad de los derechos televisivos del fútbol, que pronto se convertirían en uno de los principales anhelos de estas nuevas cadenas. En julio de ese mismo año, la recién creada FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos) llegó a un acuerdo con LaLiga para emitir durante las cuatro próximas temporadas un partido cada sábado por 18.000 millones de pesetas (Relaño, 2016).

No obstante, Canal+, consciente de que el fútbol era un elemento clave para atraer nuevos abonados, expresó su interés en adquirir los derechos de retransmisión. El hecho de que se tratara de una cadena privada, y por tanto no representara una competencia directa para las televisiones autonómicas, favoreció que, tras meses de negociaciones, se abriera el contrato para permitir la entrada de Canal+ y se ampliara su duración a ocho temporadas. Según Alfredo Relaño (2016), primer director de deportes de Canal+, la cadena de pago emitiría un partido codificado cada domingo por 18.000 millones de pesetas, mientras que la FORTA aportaría otros 36.000 millones⁷. Ambas partes ganaron con el acuerdo y el aficionado tendría la posibilidad de ver un partido más por jornada.

La primera retransmisión de fútbol con sistema codificado, coincidiendo con el primer domingo de la temporada 1990-1991, fue un Valencia-Atlético de Madrid celebrado en

⁷ TVE se dedicó a emitir los encuentros para las zonas que no tenían televisión autonómica

el Estadio Luis Casanova⁸. Carlos Martínez, quien debutó como narrador en aquel histórico encuentro, contaba años después en una entrevista en El Partidazo de COPE⁹ que “había una sensación de responsabilidad, porque aquello pesaba mucho. Intentar cobrar por ver la tele en España, era una entelequia en aquel momento. Canal Plus fue una revolución que cambió la manera de ver el fútbol” (2024).



Imagen 2. Saque inicial del Valencia-Atlético, primer partido de Liga emitido en Canal Plus.

Fuente: Canal de YouTube de Movistar Plus+.

Cinco años después, y en gran medida gracias al fútbol, que representaba su principal atractivo, Canal+ lograría superar el millón de abonados (El País, 1995). Esto evidenció que existía un mercado rentable y que el fútbol de pago tenía un futuro prometedor, marcando así el comienzo de una nueva etapa en la explotación comercial de los derechos televisivos.

3.1.3 La Guerra del Fútbol y la creación de Audiovisual Sport

En 1996, ante el creciente consumo de fútbol por televisión, Antena 3¹⁰ decidió ofrecer a los clubes un contrato de 27.000 millones de pesetas por cinco temporadas a través de la sociedad Gestora de Medios Audiovisuales (Bonaut, 2010, p. 19). Al conocerse que GMA había alcanzado un acuerdo con 27 clubes de Primera y Segunda División, LaLiga se ve forzada a solicitar la modificación del contrato que había firmado con Canal Plus y la

⁸ El encuentro terminó 1-1 con goles de Eloy Olalla (50') y Gerhard Ródax (76').
<https://donfutbolisto.com/es/partido/valencia-atletico-de-madrid-primera-division-02-09-1990/>

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=YkPeDwGqRjo>

¹⁰ El máximo accionista de Antena 3 era el Grupo Zeta, que había entrado en el accionariado de la cadena en 1992.

FORTA para que Antena 3 pudiera emitir un partido en abierto los lunes durante las dos próximas temporadas (Martínez y Arrechea, 2021). A la FORTA se le garantizó la exclusividad de los derechos del fútbol en abierto entre 1998 y 2003, tras pagar 7000 millones de pesetas por temporada. Y aunque Sogecable se opuso, el primer partido de los lunes en Antena 3 fue retransmitido el 2 de septiembre de 1996, bajo un acuerdo temporal aprobado el 8 de agosto. Este conflicto daría lugar a la denominada “Guerra del Fútbol”, una lucha por firmar contratos individuales con la mayor cantidad de clubes posibles.

El encuentro, correspondiente a la primera jornada de la temporada 1996-97, enfrentó al Espanyol de Barcelona y al Sporting de Gijón en el ya demolido Estadio de Sarrià¹¹. La retransmisión registró una audiencia media de 4.011.000 espectadores, convirtiéndose en el espacio más visto del día (El País, 1996). Una gran cifra, tratándose del primer partido de Liga que se emitía en Antena 3. Por este motivo, el 17 de octubre se acabaría suscribiendo el acuerdo definitivo, por cual la cadena pagaría a LaLiga 3.200 millones de pesetas por temporada (Martínez y Arrechea, 2021).



Imagen 3. Villarroya golpeando el balón instantes previos al 2-3.

Fuente: YouTube¹²

Los conflictos entre Sogecable (Prisa) y Antena 3 (Grupo Zeta) concluirían unos meses después con el famoso “Pacto de Nochebuena”, cuyo nombre hace alusión al acuerdo

¹¹ El conjunto asturiano consiguió llevarse la victoria por 2-3, con goles de Benítez (16’) y Ouédéc (41’) para los locales, y de Villarroya (67’), Velasco (81’) y Bango (89’) para los visitantes, consumando así la remontada sportinguista. <https://donfutbolista.com/es/partido/espanyol-sporting-de-gijon-primera-division-02-09-1996/>

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=yCvLAm8hmyw>

alcanzado el 24 de diciembre entre Jesús de Polanco (propietario del Grupo Prisa), Antonio Asensio (propietario del Grupo Zeta) y la Corporación Catalana de Radio y Televisión (de la que formaba parte TV3) para crear Audiovisual Sport (AVS), la nueva sociedad que explotaría los derechos de Liga y Copa desde 1998 hasta 2003 (García Santamaría y Alcolea, 2013, p. 4). Inicialmente, las participaciones de esta nueva empresa estarían divididas de la siguiente manera: 40% para el Grupo Zeta, 40% para Sogecable y 20% para TV3¹³.

El acuerdo establecía que Prisa, a través de Sogecable, tendría en exclusiva los derechos del partido codificado del domingo y de los partidos que se emitiesen a través del nuevo sistema de Pago por Visión (PPV), que se implementaría en los próximos meses. En cuanto al fútbol en abierto, la FORTA continuaría emitiendo el partido del sábado¹⁴, mientras que Antena 3 seguiría ofreciendo el partido de los lunes (El País, 1996).

CANALES	PARTIDOS
FORTA	Partido de los sábados en abierto
TV3	Barcelona o Espanyol
Canal Plus	Partido codificado de los domingos
Antena 3	Partido de los lunes en abierto
PPV (todavía no implementado)	Resto de partidos

Tabla 1. Canales en los que se retransmitirían los partidos de Liga tras el “Pacto de Nochebuena”.

Elaboración propia.

Sin embargo, ante la concentración de poder en manos de AVS, el vicepresidente Álvarez-Cascos impulsó la célebre “Ley del Fútbol”¹⁵, cuya finalidad era limitar el poder monopolístico sobre los derechos de retransmisiones deportivas, especialmente en el fútbol. La norma, aún vigente, obligó a emitir en abierto al menos un partido de Liga por jornada, considerando el fútbol un acontecimiento de interés general (Fernández, 2011). Canal Plus fue el gran damnificado, ya que vio alterado su modelo de negocio basado en la venta de contenidos a través del sistema de Pago por Visión.

¹³ Era clave que TV3 formara parte de la sociedad para evitar posibles acusaciones de monopolio.

¹⁴ En Cataluña, TV3 ofrecería siempre al Barça o al Espanyol, independientemente del horario del partido.

¹⁵ Formalmente llamada “Ley 21/1997, reguladora de las emisiones y retransmisiones de competiciones y acontecimientos deportivos”. <https://www.boe.es/eli/es/l/1997/07/03/21>

3.1.4 Nace la televisión digital por satélite: Canal Satélite Digital VS Vía Digital y la posterior fusión en Digital+

A lo largo de 1997 surgió la televisión digital por satélite. Las dos plataformas que competirán en el mercado televisivo hasta 2003 serán Canal Satélite Digital, propiedad de Sogecable, y Vía Digital, propiedad de Telefónica. Desde sus inicios, la empresa de telecomunicaciones tuvo que hacer frente a la experiencia de Sogecable, que ya contaba con una sólida trayectoria como precursora de la televisión de pago en España. Consciente de que el fútbol era el mayor atractivo para captar abonados, Telefónica adquirió las acciones de Antonio Asensio en Antena 3 (25%), así como el 49% de Gestora de Medios Audiovisuales (Calleja, 1997). De este modo, lograría entrar indirectamente en el accionariado de Audiovisual Sport.

	CANAL SATÉLITE DIGITAL	VÍA DIGITAL
Coste inicial	32.500 pesetas (inscripción)	5.000 pesetas (instalación)
Cuota mensual básica	1.000 pesetas	2.500 pesetas
Canales incluidos	25 TV + 27 radio	35 TV
Alquiler del decodificador	No aplicable	1.000 pesetas al mes

Tabla 2. Comparación de los paquetes ofertados por Canal Satélite Digital y Vía Digital.
Elaboración propia a partir de Báez et al. (2018) y El País (1997).

La finalidad era obtener los derechos de Pago por Visión de LaLiga, que pertenecían a Canal Satélite Digital. Sin embargo, Sogecable se negó a cederlos, argumentando que la exclusividad de esos derechos le correspondía. Tras varios obstáculos impuestos por Telefónica, que impidieron a Sogecable retransmitir algunos encuentros correspondientes a las primeras jornadas¹⁶, y después de varias resoluciones judiciales, el 17 de noviembre de 1997, CSD y Vía Digital alcanzaron un acuerdo para ofrecer los partidos en igualdad de condiciones a través de Audiovisual Sport. (El País, 1997 b). De este modo, la jornada 13 de la temporada 97-98 pasaría a la historia por ser la primera en la que se televisarían los diez encuentros en directo.

¹⁶ Según el comunicado de CSD publicado en La Vanguardia el 07/09/1997 p. 40, disponible en: <https://hemeroteca-paginas.lavanguardia.com/LVE01/PUB/1997/09/07/LVG19970907-040.pdf>

JORNADA 13 (LIGA 97/98)	
PARTIDO	CANAL
Atlético 3-1 Valencia	FORTA y La 2
Oviedo 1-0 Barcelona	PPV (CSD y Vía Digital)
Athletic Club 1-1 Real Madrid	PPV (CSD y Vía Digital)
Salamanca 0-0 Real Sociedad	PPV (CSD y Vía Digital)
Zaragoza 1-0 Tenerife	PPV (CSD y Vía Digital)
Mérida 0-0 Mallorca	PPV (CSD y Vía Digital)
Celta 1-2 Racing	PPV (CSD y Vía Digital)
Compostela 0-0 Valladolid	PPV (CSD y Vía Digital)
Betis 1-0 Deportivo	Canal+ y CSD ¹⁷
Espanyol 1-1 Sporting	Antena 3

Tabla 3. Canales en los que se retransmitirían los partidos de la primera jornada de liga televisada al completo. Elaboración propia¹⁸

A mediados de 1999, CSD y Vía Digital llegaron a un acuerdo por el que compartirán los derechos del PPV hasta la temporada 2008-2009 (El País, 1999). Audiovisual Sport fijó los precios en 1825 pesetas para los duelos en los que intervengan el Madrid o el Barcelona y 995 para el resto de equipos. Ese mismo año, Vía Digital compró a TVE por más de 30.000 millones de pesetas los derechos de la Liga de Campeones durante las próximas cuatro temporadas, emitiendo la 1999-2000 en exclusiva, y cediendo a CSD parte de los derechos durante las tres siguientes (Gómez, 1999). Cada jornada, TVE ofrecería dos partidos en abierto y Vía Digital dos en sistema de pago.

Gracias al empuje de los partidos de la Liga de Campeones, Vía Digital pasó de los 440.000 a los 787.000 abonados en apenas dos años. Sin embargo, cuando perdió la exclusividad de los derechos comenzó una pérdida progresiva de sus suscriptores. En cambio, CSD se estabilizó en 1.200.000 abonados consolidando su liderazgo en el sector. Por otro lado, el número de abonados de Canal Plus disminuyó desde el 2000. Esto fue debido a la migración de los usuarios hacia las plataformas digitales y al declive de la televisión analógica de pago frente a la digital.

¹⁷ El partido codificado del domingo también estaría disponible para los abonados de Canal Satélite Digital.

¹⁸ Los resultados de los partidos de la jornada 13 de la temporada 97-98 han sido extraídos de <https://donfutbolista.com/es/temporada/primer-division-1997-98/>

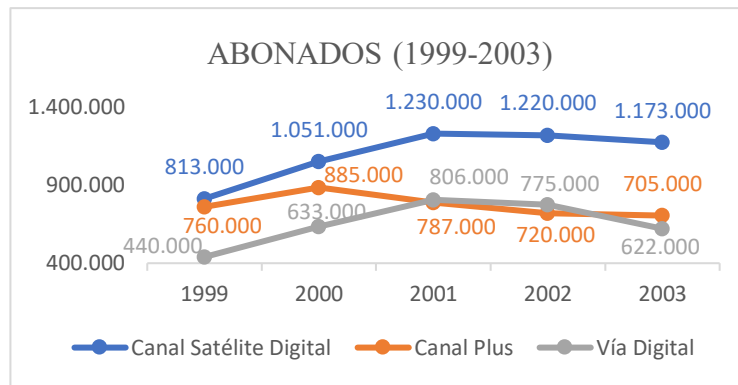


Gráfico 2. Evolución de los abonados de Canal Satélite Digital, Canal+ y Vía Digital (1999-2003).

Elaboración propia a partir de los datos proporcionados en los informes anuales de la CMT¹⁹.

En definitiva, estos datos evidenciaron que no había mercado para dos plataformas rivales, un factor determinante para que Sogecable y Telefónica decidieran fusionar ambas plataformas en 2003. Digital+ contaría con 2.500.000 abonados. Su oferta sería de 75 canales distribuidos en paquetes de 22 a 49,80 euros al mes (Europa Press, 2003). La plataforma quedaría bajo el control de Sogecable y Telefónica se convertiría en el principal accionista con el 22% de las participaciones, mientras que Prisa y Canal+ Francia tendrían un 16% respectivamente (Beceiro, 2010, p. 144).

Además, Telefónica vendió a Sogecable la participación del 40% que GMA poseía en Audiovisual Sport, lo que permitió a Prisa asumir el control del 80% de la empresa (Cinco Días, 2003). TV3, en calidad de socio estratégico, mantuvo el 20% restante. Así, Sogecable pasó a controlar los derechos de LaLiga durante las tres siguientes temporadas (2003-2006), tras alcanzar un acuerdo con los clubes a través de AVS por 264 millones de euros (Caballero, 2003). Al mismo tiempo, obtuvo los derechos de pago de la Liga de Campeones para ese periodo (2003-2006). El partido en abierto lo seguiría ofreciendo TVE, que renovó los derechos por otras tres temporadas adicionales (EFE, 2003). De este modo, Sogecable consolidó su posición dominante en el mercado audiovisual deportivo.

Dos años después, el 7 de noviembre de 2005, Sogecable lanzó Cuatro, un nuevo canal generalista en abierto que se convirtió en la quinta cadena de televisión en España. Para ello, la compañía reutilizó la frecuencia de Canal+ en la TDT, disponible tras la migración del canal de pago a la oferta de Digital+ en exclusiva (Marcos, 2005).

¹⁹ CMT: https://www.cnmc.es/listado/sucesos_audiovisual_otros_informes_sectoriales/block/250

3.1.5 La irrupción de Mediapro: La Sexta y GolTV

En 2006 tuvo lugar un acontecimiento que marcaría un antes y un después en las retransmisiones deportivas en España. El grupo de comunicación Mediapro adquirió los derechos de explotación televisiva del F.C. Barcelona por cinco años y 1.000 millones de euros, así como los de otros clubes de Primera División como el Athletic Club, el Zaragoza o el Real Madrid (Marcos, 2006), que vendió sus derechos audiovisuales por 1.100 millones de euros para las siete próximas temporadas. Esto daría comienzo a una Segunda Guerra del Fútbol protagonizada por Sogecable y Mediapro.

La irrupción de Mediapro descolocó a la compañía de Prisa y TV3, que alcanzaron un acuerdo con el grupo catalán por el que se garantizaba la continuidad del modelo vigente de explotación del fútbol en el marco de Audiovisual Sport durante las tres siguientes temporadas²⁰. Sin embargo, la corporación catalana dejaría de ser accionista para dar entrada a Mediapro, que adquiriría el 25% de las participaciones de AVS (El País, 2006). No obstante, TV3 llegó a un acuerdo con el grupo para seguir retransmitiendo los partidos del FC Barcelona hasta 2008.

Al cabo de unos meses, La Sexta (cuyo máximo accionista era Mediapro), ingresó en el mercado televisivo español, apostando por el fútbol como su principal atractivo en el arranque de sus emisiones. La nueva cadena adquirió los derechos del partido en abierto de los sábados para las próximas tres temporadas²¹ (Guasch, 2006). El primer encuentro de Liga emitido en La Sexta fue un Valencia-Betis, celebrado el sábado 26 de agosto a las 22:00 en Mestalla, correspondiente a la primera jornada de la temporada 2006-2007²². Según datos de FormulaTV (2006), LaLiga debutó en La Sexta con un 12,9% de cuota de pantalla.

²⁰ Audiovisual Sport continuaría explotando los derechos de LaLiga y de la Liga de Campeones hasta la temporada 2008-2009, del mismo modo que en los tres años anteriores. Aunque el partido en abierto de la competición continental sería emitido por Antena 3 en lugar de TVE.

²¹ El partido en abierto de los sábados cambiaba de dueño tras haber pertenecido a la FORTA durante los últimos 20 años.

²² El conjunto ché se impuso 2-1, con goles de Morientes (32') y Albiol (60') para los locales y Xisco (52') para los visitantes. <https://donfutbolisto.com/es/partido/valencia-betis-primera-division-26-08-2006/>



Imagen 4. Minuto 60 del Valencia-Betis, justo antes del gol de Albiol.

Fuente: YouTube²³

Un joven Antonio Esteva, que había sido una de las voces principales del reciente Mundial de Alemania, fue el encargado de narrar el partido. Como nos cuenta el propio Esteva en una entrevista personal, “cuando me comunicaban el partido que íbamos a dar, era el encargado de buscar los comentaristas y de hacer toda la labor de producción. Los derechos eran muy costosos, pero también eran una locomotora de la que luego se nutrían un montón de programas dentro de la cadena. Era un producto premium, para emitir en prime time” (2025). Esteva pronto se convertiría en la voz habitual del fútbol en abierto en nuestro país. Con un estilo muy característico, siempre iniciaría sus narraciones con un reconocible saludo: “Bienvenidos a su casa. Bienvenidos a La Sexta”.

Sin embargo, en 2007 Mediapro rompió el acuerdo suscrito con Sogecable y manifestó su deseo de explotar por sí misma los derechos de los clubes que adquirió en los últimos años²⁴, pese a que el contrato firmado en 2006 se lo impedía. “Llegamos a estar conviviendo un fin de semana con cuatro partidos en abierto. Para nosotros fue una auténtica locura desde el punto de vista estructural. Estábamos preparando el despliegue para tener un partido en abierto, pero no para cuatro el mismo fin de semana. Finalmente lo conseguimos y con resultados de calidad” (Esteva, 2025). De hecho, La Sexta logró grandes datos de audiencia durante esta etapa. A pesar de que sus partidos contaban con una base media de dos millones de espectadores, los Clásicos rompían los audímetros²⁵.

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=xccIwBoqQ2U>

²⁴ Adquirió los derechos de 39 de los 42 clubes de Primera y Segunda División.

²⁵ La Sexta emitía en abierto uno de los dos Clásicos de la temporada.

Un ejemplo es el Barça-Madrid de la temporada 2006-2007²⁶, que fue visto por 7.251.000 espectadores (FormulaTV, 2007) y se convirtió en la emisión más vista del canal hasta la fecha con un 44,8% de cuota de pantalla.

Tras dos años de tensiones y un posterior acercamiento de posturas, Sogecable y Mediapro suscribieron en 2009 un nuevo acuerdo que puso fin a la Segunda Guerra del Fútbol (Ruiz, 2009). Se restableció el modelo de explotación inicial²⁷, prorrogando su duración por tres años adicionales (2009-2012). Sin embargo, esta tregua no afectaba a los litigios que mantenían ambas empresas por las temporadas pasadas, y en 2010, Mediapro sería condenada por el Juzgado de Primera Instancia número 36 de Madrid a pagar 97 millones de euros a Audiovisual Sport por incumplimiento del contrato firmado en 2006 (RTVE, 2010).

El 13 de agosto de 2009 se reguló la Televisión Digital Terrestre (TDT) de pago en España, y Mediapro vio la oportunidad de poner en marcha un nuevo canal codificado dedicado 24 horas al fútbol (El Mundo, 2009). GolTV se encargaría de retransmitir dos partidos de Liga por jornada, así como los encuentros de la Champions League entre 2009 y 2012²⁸. La suscripción al nuevo canal de Mediapro tendrá un coste de 14,90 euros al mes, sin necesidad de abonarse a ninguna plataforma adicional. El objetivo con esta estrategia era obtener ventaja respecto a su principal competidor, Digital +.

Como respuesta, Sogecable movió ficha y creó Canal + Liga, un canal exclusivo para su plataforma de pago que ofrecería los mismos partidos de Liga que GolTV por 15 euros al mes (El País, 2009). No obstante, durante el transcurso de la temporada, GolTV anunció que emitiría un tercer partido que acabaría compartiendo con Canal+Liga (Europa Press, 2009), e incluso un cuarto que ofrecería en exclusiva, el partido de los lunes. Mientras

²⁶ El partido terminó 3-3 en el Camp Nou. Van Nistelrooy (4', 12') y Ramos (72') marcaron para el Madrid, pero Messi logró un hat-trick (10', 27', 91'), igualando el marcador en el último minuto. <https://donfutbolisto.com/es/partido/barcelona-real-madrid-primera-division-10-03-2007/>

²⁷ Un partido en La Sexta los sábados, un partido en Canal+ los domingos y ocho partidos en PPV a través de Digital+.

²⁸ Mediapro se adelantó a Sogecable y adquirió los derechos de la Champions por televisión de pago. Ofrecería 14 partidos por jornada, mientras que TVE y la FORTA emitirían 16 en abierto. Digital+ y Antena 3 perdieron los derechos.

tanto, los cuatro encuentros restantes continuaron emitiéndose en la modalidad de PPV, cada vez más desfasada.

CANALES	PARTIDOS
La Sexta	Partido de los sábados en abierto
Canal Plus	El Partidazo de los domingos
GolTV y Canal+LaLiga	Tres partidos compartidos
GolTV	Partido de los lunes
PPV (Digital+)	Resto de partidos

Tabla 4. Canales en los que se retransmitían los partidos de Liga tras la creación de GolTV y Canal+Liga.
Elaboración propia.

En un principio, la estrategia adoptada por Mediapro resultó ser un éxito. En diciembre de 2009 GolTV superó el millón de suscriptores, registrando su máximo en la temporada 2010/2011, cuando la cifra ascendió a más de 1,5 millones de abonados²⁹. Por aquel entonces, Canal+Liga contaba con 800.000 (El Mundo, 2010). Fue entonces cuando Prisa decidió dar un paso al frente.

Canal+³⁰ recuperaría los derechos de la Champions por televisión de pago de 2012 a 2015. Prisa puso en funcionamiento Canal+Liga de Campeones para emitir estos partidos por un precio de 4,95 euros al mes³¹ (Del Pozo, 2012). Por su parte, TVE y TV3 ampliaron su contrato para seguir emitiendo el partido en abierto (RTVE, 2011). Canal+ también explotaría los derechos de LaLiga durante el mismo periodo tras alcanzar un acuerdo con Mediapro (Muñoz, 2012). Ocho partidos serán ofrecidos tanto por Canal+Liga (21,95 euros al mes) como por GolTV (19,99 euros al mes), lo que supuso la supresión de la modalidad de PPV, que se quedó obsoleta.

El partido en abierto no podría contar con clubes que participasen en competiciones europeas, por lo que La Sexta dejó de considerar rentable abonar los 80 millones de euros que venía destinando. Despidió la temporada 2011-2012 con una media de 3.218.000

²⁹ Abonados totales sumando TDT de pago, IPTV, televisión por cable y compañías de telefonía móvil.

³⁰ Digital+ sería renombrado simplemente como Canal+ en 2011.

³¹ Al año siguiente la cantidad a abonar será de 8,95€ al mes. Es decir, contratar Canal+Liga y Canal+Liga de Campeones costará unos 31€.

espectadores y un 18,8% de cuota de pantalla (FormulaTV, 2012) gracias a emisiones como la del Clásico³², que rompió todos los registros con 9.657.000 espectadores y un 49% de share (FormulaTV, 2012), cifras históricas que nunca volverían a alcanzarse.



Imagen 5. El Clásico de la temporada 11-12, la emisión más vista en la historia de La Sexta.

Fuente: YouTube³³

En su lugar, MarcaTV sería el encargado de ofrecer el encuentro de los lunes (Piña, 2012). LaLiga debutó en canal de Unidad Editorial y Mediapro con un Getafe-Mallorca³⁴ que registró 619.000 espectadores y un 3,0% de share (FormulaTV, 2012), unas cifras algo discretas. Aunque la emisión semanal de este partido hizo que MarcaTV registrara sus mejores índices de audiencia³⁵, el canal cerraría sus emisiones al año siguiente.

Mediaset España adquirió los derechos del partido, que se ofrecería a través de Cuatro desde marzo de 2013 hasta la temporada 2014-2015 (Marca, 2013). Un Betis-Getafe de la jornada 29 estrenó LaLiga en el canal de Mediaset. Y aunque el partido finalizó sin goles, consiguió unos datos aceptables: 1.493.000 espectadores y 7,3% de cuota de pantalla (FormulaTV, 2013). Sin embargo, al no poder contar con equipos punteros como Madrid o Barça, el encuentro en abierto quedó algo descafeinado y carente de interés para gran parte de la audiencia.

³² El Barcelona venció 1-3 al Real Madrid en el Santiago Bernabéu. Benzema adelantó a los blancos (1'), pero Alexis (29'), Xavi (53') y Fàbregas (66') le dieron la vuelta al marcador. <https://donfutbolisto.com/es/partido/real-madrid-barcelona-primera-division-10-12-2011/>

³³ <https://www.youtube.com/watch?v=kmwhnbiWhzI>

³⁴ El conjunto azulón se impuso 1-0 con gol de Castro (49'). <https://donfutbolisto.com/es/partido/getafe-mallorca-primera-division-01-10-2012/>

³⁵ En diciembre de 2012 MarcaTV consiguió su máximo histórico mensual con un 1,4% de cuota.

3.1.6 La adquisición de Canal+ por Telefónica y la transición de GolTV a BeIN Sports

La deuda de Prisa iba en aumento hasta alcanzar los 5.000 millones de euros. Por ello, a finales de 2009, vendió Cuatro a Mediaset a cambio del 18,3% de las acciones de la nueva empresa resultante, Mediaset España (Toledo y Lapetra, 2009). Además, los Polanco comenzaron a plantearse la venta de Canal+ para desahogar su economía, por lo que Mediaset España compró a Prisa el 22% de la plataforma por 500 millones de euros.

Unos años más tarde, en 2014, siendo consciente de la delicada situación financiera que atravesaba Prisa y de su posible interés en desinvertir activos, Telefónica, que aspiraba a incrementar su base de clientes en Movistar TV³⁶, decidió iniciar el proceso de adquisición de Canal+. En aquel momento, la plataforma estaba participada por Prisa (56%), Telefónica (22%) y Mediaset (22%). Así, el 6 de mayo la compañía de telecomunicaciones presentó una oferta de 725 millones de euros para adquirir el 56% de su capital social (Expansión, 2014), que fue aprobada al día siguiente. Con el 78% en su poder, Telefónica formalizó una oferta de 295 millones de euros para conseguir el 22% restante (Toledo, 2014), que Prisa vendió a Mediaset cinco años antes. Pese a que perdería más de 200 millones con la operación, la empresa de Silvio Berlusconi acabaría aceptando la propuesta. De esta forma, Telefónica se hizo con el control total de Canal+. En 2015 comenzó el proceso de integración con Movistar TV y la plataforma resultante se denominaría Movistar+.

Ese mismo año, tras varias temporadas marcadas por intensas disputas con Canal+Liga por captar la suscripción de los aficionados al fútbol en España, Mediapro anunció el cese de emisiones de GolTV, debido a un notable descenso del número de abonados. Entre múltiples factores como problemas de rentabilidad, la caída estuvo relacionada con la pérdida de los derechos de la Champions a partir de 2012, que ofrecía en exclusiva siendo su principal atractivo. La competencia con Canal+Liga dificultó todavía más la viabilidad económica de GolTV, además de que la TDT de pago nunca llegó a consolidarse.

³⁶ Movistar TV contaba con 700.000 abonados, mientras que Canal+ tenía 1.600.000 usuarios.

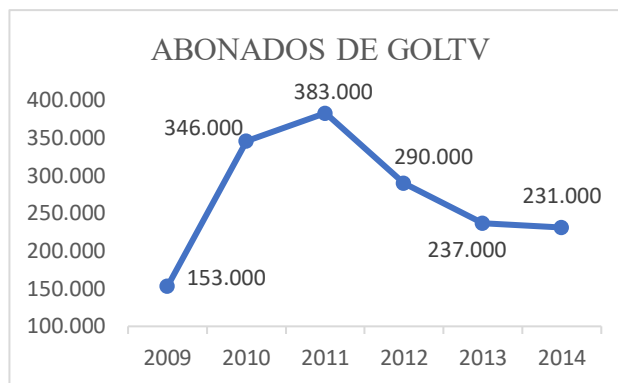


Gráfico 3. Evolución de los abonados de GolTV en la TDT de pago (2009-2014).

Elaboración propia a partir de los datos proporcionados en los informes anuales de la CMT³⁷.

Como sustituto, el 1 de agosto se pone en marcha el canal deportivo BeIN Sports, fruto de una alianza a partes iguales entre Mediapro y Al Jazeera (La Vanguardia, 2015). Esta nueva cadena heredaría los derechos deportivos³⁸ y los empleados procedentes de GolTV. No obstante, al no poder conservar la licencia de la TDT³⁹, se decidió que BeIN Sports se emitiría a través de la OTT de pago BeIN Connect, con la intención de adaptarse a la nueva realidad del mercado audiovisual. Al año siguiente, GolTV fue relanzado en otra frecuencia de la TDT en abierto bajo el nombre de Gol⁴⁰.

3.1.7 Una nueva era: La venta centralizada de derechos audiovisuales

Hasta 2015, en España había instaurado un modelo individualizado de comercialización de derechos audiovisuales por el que los operadores de televisión acordaban con cada uno de los clubes el valor de la venta de sus derechos de retransmisión. Sin embargo, “el funcionamiento inestable y fragmentado de este modelo derivó en una debilidad estructural del propio sistema” (Sotelo, 2017), provocando un desequilibrio entre los ingresos de los clubes que limitaba el desarrollo de la televisión de pago en nuestro país.

Con la aprobación del Real Decreto-Ley 5/2015⁴¹, se establece un modelo centralizado en el que los clubes ceden la titularidad de sus derechos de forma conjunta a un organismo

³⁷ CMT: https://www.cnmc.es/listado/sucesos_audiovisual_otros_informes_sectoriales/block/250

³⁸ Entre ellos, los de la Champions League para las temporadas 2015-2016, 2016-2017 y 2017-2018.

³⁹ El propietario era Atresmedia, que reemplazó dicha señal con MEGA.

⁴⁰ Actualmente Gol Play.

⁴¹ <https://www.boe.es/eli/es/rdl/2015/04/30/5>

central (LaLiga), que actúa de intermediario y es el encargado de negociar con las plataformas de televisión. Sotelo (2017) afirma que este modelo es más equilibrado y facilita una mayor estabilidad del sistema, pero también advierte que deberían establecerse unas reglas claras de actuación “para evitar efectos nocivos sobre la libre competencia en tal mercado y la consiguiente formación de monopolios o algún otro tipo de abuso”.

	2015-2016	2023-2024
Real Madrid	140	159,55
FC Barcelona	140	162,49
Atlético de Madrid	69,08	117,89
Sevilla	53,79	72,49
Valencia	53,79	59,23
Athletic Club	47,87	67,5
Villarreal	41,72	63,29
Real Sociedad	38,55	70,71
Betis	33,93	66,98
Celta	33,03	48,26

Tabla 5. Los diez clubes de LaLiga que más millones han ingresado por derechos televisivos desde 2015.

Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por LaLiga⁴².

Una década después, los ingresos televisivos han aumentado casi mil millones de euros. Es evidente que el decreto ha contribuido a fortalecer la salud financiera de los clubes y a reducir la deuda histórica del fútbol español. No obstante, persiste el riesgo inherente de que la centralización propicie una concentración excesiva de poder, lo que podría dificultar la entrada de nuevos operadores y limitar la pluralidad en la oferta audiovisual. Por ello, es fundamental diseñar adecuadamente los lotes de derechos ofertados por LaLiga de manera proporcional al valor y a las características del producto ofrecido. De este modo, se evitará la fijación de precios excesivos para los paquetes de derechos, que posteriormente se verían reflejados en las tarifas presentadas al consumidor final.

⁴² <https://www.laliga.com/transparencia/gestion-economica/derechos-audiovisuales>

3.2 EL MODELO ACTUAL DEL FÚTBOL EN ESPAÑA: PRECIOS Y AUDIENCIAS

En 2015, LaLiga sacó a concurso únicamente los derechos correspondientes a la temporada 2015-2016, debido a la premura con la que se aprobó el modelo de venta centralizada. Conscientes de que el fútbol era una vía clave para la captación de nuevos abonados, los principales operadores (Movistar, Orange y Vodafone) vincularon la oferta de los partidos a la contratación de sus servicios de banda ancha o fibra óptica. De este modo, buscaban fidelizar a sus clientes en torno a sus servicios de conectividad, que constituían su principal fuente de ingresos. Paralelamente, plataformas como BeIN Sports o DAZN también pujarían por hacerse con los derechos del fútbol.

3.2.1 Aterrizan los operadores y se adjudica la Champions a BeIN Sports y Antena 3 (2015-2016)

Para la temporada 2015-2016, se otorgaron los nueve partidos de pago de LaLiga a Telefónica por 600 millones de euros (Matilla, 2015), que estrenaba Movistar+, mientras que el partido restante en abierto sería ofrecido por TVE. Por aquel entonces, Movistar lanzó su paquete de fútbol por 25 euros al mes en su oferta televisiva. Incluía los canales Canal+Partidazo y Canal+Liga, donde se retransmitirían todos los encuentros de la jornada, a excepción del partido en abierto, que lo emitiría Teledeporte.



Imagen 6. El paquete de fútbol ofertado por Movistar en 2016.

Fuente: Movistar

Sin embargo, era imprescindible contratar un servicio de fibra óptica para poder adquirir el fútbol, siendo la opción más económica de 65 euros al mes. Por tanto, el precio final para poder disfrutar de los partidos de LaLiga ascendía a 90 euros al mes.

No obstante, para maximizar la rentabilidad de su inversión, Movistar alcanzaría varios acuerdos con Orange y Vodafone, cediendo la exclusividad de los derechos. De igual manera, estos dos operadores alcanzaron un acuerdo con BeIN Sports, propietario de los derechos de la Champions League entre 2015 y 2018, para incorporar la competición continental a sus ofertas televisivas.

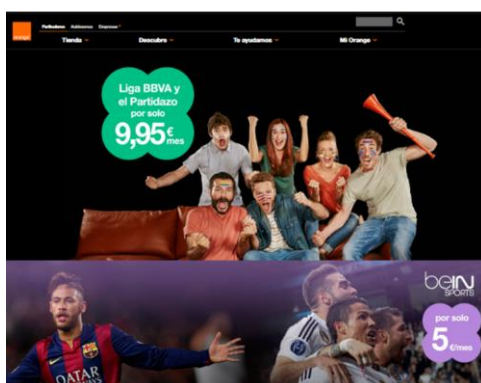


Imagen 7. El paquete de fútbol ofertado por Orange en 2016.

Fuente: Orange

Orange ofrecía todo el fútbol por 64 euros al mes, desglosados en 49 euros por el paquete de fibra y línea móvil, 10 euros por LaLiga y 5 euros adicionales por la Champions League. Su principal competidor era Vodafone, cuya oferta alcanzaba los 68 euros mensuales: 50 euros por fibra y móvil, 12 euros por el paquete básico de televisión y 6 euros por el fútbol, que incluía tanto LaLiga como la Champions. Estos precios situaban las propuestas televisivas de Orange y Vodafone como opciones muy atractivas para captar nuevos clientes. En contraste, la gran desventaja de Movistar residía en la ausencia de los derechos de emisión de la Champions League.

BeIN Sports emitía la Champions a través de su OTT BeIN Connect tras pagar una cifra cercana a los 110 millones de euros por temporada (Palco23, 2014), mientras que Antena 3 ofrecía el encuentro en abierto de los martes tras abonar unos 40 millones al año. Antonio Esteva recuerda cómo vivió aquella etapa: “En cuanto Antena 3 consigue los derechos, se forma un equipo mixto entre Antena 3 y La Sexta y me comunican que voy a ser el narrador principal. Te das cuenta de la responsabilidad que tienes, porque vas a ser la voz del fútbol durante esos años tan mágicos como los que finalmente fueron” (Esteva, 2025).



Imagen 7. Cristiano Ronaldo se prepara para lanzar el penalti decisivo de la tanda.

Fuente: Antena 3 Noticias⁴³

El Real Madrid llegó a tres finales consecutivas de la Champions. En una de ellas, la disputada en la temporada 2015-2016, se enfrentó a otro equipo español como el Atlético de Madrid, lo que contribuyó a que se batieran récords de audiencia. Según datos de FormulaTV, el partido fue seguido por 9.447.000 espectadores, logrando un 57,3% de cuota de pantalla. Sin embargo, las cifras aumentaron durante la prórroga con 10.717.000 espectadores y un 58,1% de share, y se dispararon aún más con la tanda de penaltis⁴⁴, alcanzando 11.642.000 espectadores y un 62,3% de cuota (FormulaTV, 2016).

3.2.2 Apogeo y declive de BeIN Sports (2016-2019)

El modelo de venta centralizada de derechos se implantó definitivamente a partir de la temporada 2016-2017. Desde entonces, los paquetes de derechos deportivos comenzaron a ofertarse en ciclos trienales. En el periodo comprendido entre 2016 y 2019, LaLiga adjudicó sus derechos por un total de 2.650 millones de euros, repartidos en dos grandes bloques. Por un lado, BeIN Sports adquirió el paquete de ocho partidos por jornada por 1.900 millones de euros, mientras que Telefónica se hizo con los derechos del denominado "Partidazo" por 750 millones de euros (Muñoz, 2015). BeIN emitiría sus encuentros por el canal BeIN LaLiga y Movistar+ el suyo por Movistar Partidazo. El partido en abierto, también adjudicado a Mediapro, sería ofrecido a través de Gol, el

⁴³ https://www.antena3.com/noticias/deportes/futbol/asi-fue-la-tanda-de-penaltis-con-la-que-el-madrid-gano-su-undecima-champions_2016052857ade2470cf2738f2b804024.html

⁴⁴ La prórroga terminó 1-1, con goles de Ramos (15') y Carrasco (79'). El Madrid ganó 5-3 en penaltis. <https://donfutbolisto.com/es/partido/real-madrid-atletico-de-madrid-liga-de-campeones-28-05-2016/>

nuevo canal gratuito de la TDT (Fernández, 2016). De este modo, el grupo catalán combinaba la explotación de la televisión en abierto y la de las plataformas de pago.

Gracias a este acuerdo, BeIN Sports logró una oferta sin precedentes: contaba con los derechos de LaLiga y la Copa (a excepción del Partidazo de Movistar), así como los de la Champions League y la Europa League. Todos estos contenidos estaban disponibles por una suscripción mensual de 10 euros, sin compromiso de permanencia y con el único condicionante de disponer de conexión a internet.



Imagen 8. Competiciones ofrecidas en la suscripción de BeIN Sports para la temporada 2016-2017.

Fuente: BeIN Sports

Este fue el detonante para que Movistar, consciente de que la fragmentación de audiencias no beneficiaba a ninguna de las partes, decidiera alcanzar un acuerdo con Mediapro por el que pagaba 2.400 millones para incorporar BeIN Sports a su oferta televisiva (Forcada, 2016). De este modo, el operador se aseguraba la emisión de todo el fútbol, tanto nacional como internacional, mientras que BeIN Sports obtenía la visibilidad que buscaba al integrarse en la plataforma con el mayor número de abonados del país. Sin embargo, esta operación fue uno de los factores que provocaron un incremento en las tarifas de Movistar respecto a la temporada anterior. Ahora, ver todo el fútbol costaría 110 euros al mes.

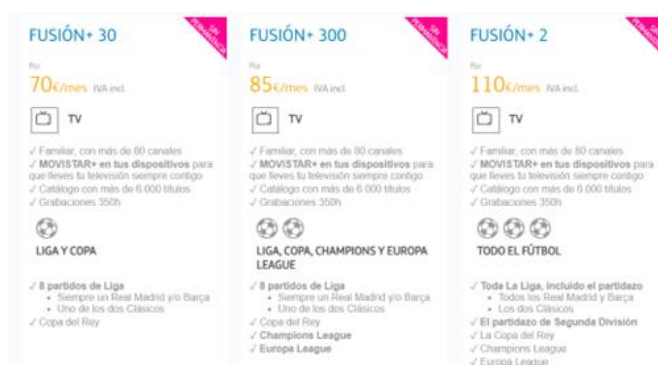


Imagen 9. Los paquetes ofertados por Movistar en 2017.

Fuente: Movistar

Desafortunadamente, BeIN Sports perdería los derechos de LaLiga en la subasta para las temporadas comprendidas entre 2019 y 2022. Pasó de emitir ocho encuentros por jornada a ninguno. Este revés supuso un duro golpe para la plataforma de Mediapro, que comenzó a experimentar una caída de suscriptores. La situación se agravó cuando, pese a retener los derechos de la Champions League para el ciclo 2018-2021 por cerca de 1.000 millones de euros (Menchén, 2017), BeIN se vio obligada a revenderlos a Telefónica por 1.080 millones de euros (EFE, 2018). Esta decisión se debió a la imposibilidad de rentabilizar la inversión en solitario, ante la negativa de los grandes operadores a asumir los elevados precios exigidos.

Como consecuencia, BeIN Sports quedó sin acceso a los contenidos más demandados por su audiencia, algo que hacía inviable su modelo de negocio. Finalmente, el canal cesó sus emisiones en España en agosto de 2019. Los pocos derechos deportivos que aún conservaba fueron transferidos a Movistar Liga de Campeones, el nuevo canal creado por Movistar dedicado a las competiciones europeas

3.2.3 La hegemonía de Movistar y el fin de la Champions en abierto (2019-2022)

En 2018, LaLiga adjudicó a Telefónica sus derechos televisivos por 2.940 millones para el trienio 2019-2022 (García Zarzalejos, 2018), lo que implicaba un pago de 980 millones por temporada. Con este acuerdo, Telefónica se aseguró la emisión del Partidazo de la jornada y los otros ocho partidos de pago, mientras que Gol seguiría retransmitiendo el encuentro en abierto. De este modo, Movistar pudo ofrecer tanto LaLiga como la Champions en su plataforma durante tres temporadas consecutivas, consolidando su dominio en el mercado de la televisión de pago y fortaleciendo su modelo de negocio vinculado al fútbol.

Por su parte, Orange renovó su acuerdo con Movistar para mantener ambas competiciones en su oferta televisiva. Sin embargo, Vodafone decidió dejar de ofrecer el fútbol a partir de la temporada 2019-2020, al considerar que el coste de los derechos no compensaba los ingresos generados, por lo que la operación dejó de ser rentable para la compañía.

En cuanto a las emisiones de la Champions en abierto, la oferta de Antena 3 para renovar los derechos fue rechazada por la UEFA al no cumplir con sus expectativas. Por primera vez en la historia de la competición en España, todos los encuentros pasaron a ser exclusivamente de pago. Tras la etapa de Antena 3, ninguna otra cadena volvió a adquirir la Champions en abierto. TVE emitió algunas finales, pero las audiencias no volvieron a ser las mismas.

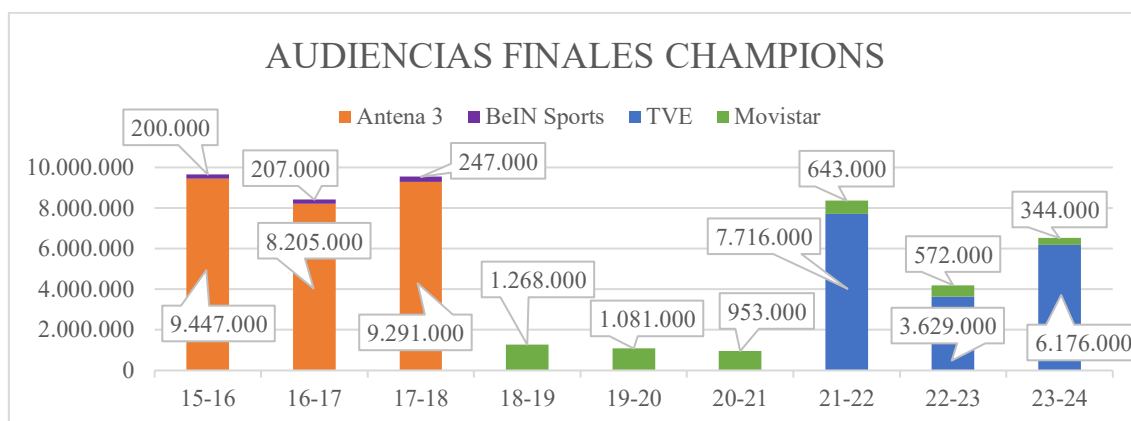


Gráfico 4. Evolución del número de espectadores de las finales de la Champions League.
Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por FormulaTV.

Movistar renovó los derechos de la Champions para las temporadas comprendidas entre 2021 y 2024 por 975 millones (Palco23, 2020), es decir, 325 millones por campaña. En 2022, TVE se animó a retransmitir la final en abierto tras alcanzar un acuerdo con Telefónica. El motivo principal fue el interés general y la enorme demanda social que había para que un evento deportivo de esta magnitud pudiera verse en abierto, sobre todo, al contar con la presencia de un equipo español como el Real Madrid en la final⁴⁵. Los excelentes datos de audiencia obtenidos impulsaron a la televisión pública a apostar por la retransmisión de las finales en las dos temporadas siguientes. La final de 2023 registró un ligero descenso en el número de espectadores, debido a la ausencia de equipos españoles⁴⁶. Sin embargo, la tendencia se revirtió al año siguiente con una nueva final con el Real Madrid como protagonista⁴⁷.

⁴⁵ El Real Madrid venció al Liverpool por 1-0 con gol de Vinicius (59'). <https://donfutbolisto.com/es/partido/liverpool-real-madrid-liga-de-campeones-28-05-2022/>

⁴⁶ El Manchester City ganó 1-0 al Inter de Milán con gol de Rodri (68'). <https://donfutbolisto.com/es/partido/manchester-city-inter-liga-de-campeones-10-06-2023/>

⁴⁷ El Real Madrid se impuso al Borussia Dortmund por 2-0 con goles de Carvajal (74') y Vinicius (83'). <https://donfutbolisto.com/es/partido/borussia-dortmund-real-madrid-liga-de-campeones-01-06-2024/>

3.2.4 La revolución audiovisual de Movistar y DAZN (2022-2027)

En diciembre de 2021, Movistar y DAZN se hicieron con los derechos audiovisuales de LaLiga durante las cinco siguientes temporadas por 4.950 millones de euros (Arés y Matilla, 2021). Telefónica desembolsó 520 millones anuales por cinco partidos cada jornada⁴⁸, mientras que DAZN, la mayor OTT de deportes en streaming con sede en Reino Unido, destinó 470 millones por los cinco partidos restantes. Estos partidos se elegirán de forma alterna entre ambas plataformas, asegurándose la emisión de un Clásico cada una. El partido en abierto continuará siendo ofreciendo Gol.

Temporadas	Importe total (en millones)	Importe por año (en millones)
2015-2016	600	600
2016-2019	2.650	883
2019-2022	2.940	980
2022-2027	4.950	990

Tabla 7. Importes obtenidos por LaLiga de los operadores tras la implantación del modelo de venta centralizada de derechos audiovisuales. Elaboración propia.

Meses después, Telefónica pagó 1.400 millones a la plataforma británica para ofrecer todos sus partidos a los abonados de Movistar (García, 2022). De este modo, la OTT británica podría recuperar parte de la inversión realizada y la operadora española podría seguir ofreciendo toda la jornada de LaLiga al completo para sus clientes.

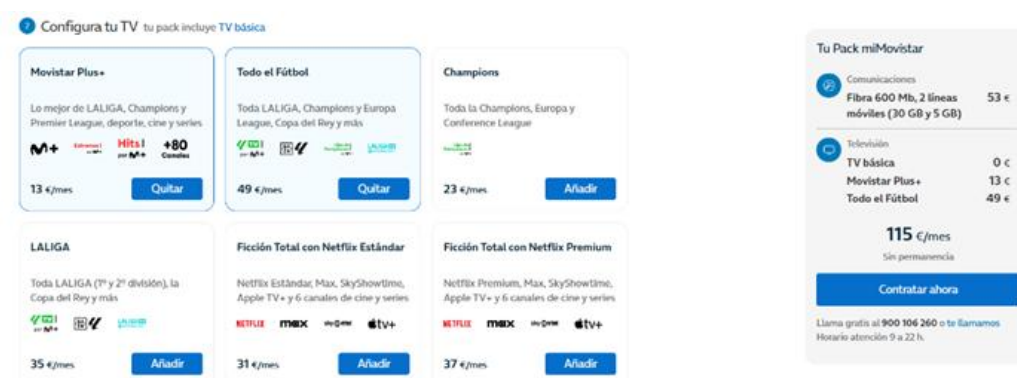


Imagen 10. Los paquetes ofertados por Movistar en 2025.

Fuente: Movistar

⁴⁸ Movistar se reservaba el derecho a emitir tres jornadas completas en exclusiva.

Sin embargo, para poder consumir el fútbol continúa siendo imprescindible contratar el paquete obligatorio de Movistar, que incluye fibra y dos líneas móviles por 53 euros, además de Movistar Plus por 13 euros como base del servicio televisivo. Por tanto, contratar el paquete de LaLiga, que cuesta 35 euros, sale por 101 euros al mes. El paquete de la Champions, que cuesta 23 euros, sale por 89 euros al mes. Y quienes quieran disfrutar de todo el fútbol, tanto LaLiga como la Champions, tendrán que abonar 115 euros al mes, ya que este paquete cuesta 49 euros.

Hasta 2022, DAZN ofrecía un único plan de suscripción general por 10 euros al mes que daba acceso a todo el catálogo de la plataforma, incluyendo competiciones como la Fórmula 1, la MotoGP, la Premier League o la Euroliga de baloncesto⁴⁹. Sin embargo, todo cambió tras la adjudicación de los cinco partidos de LaLiga, pasando a ofrecer nuevos planes de suscripción.

NUEVOS PLANES DESDE 1 AGOSTO 2022			
	DAZN ESENCIAL	DAZN LA LIGA	DAZN TOTAL
COMPETICIONES INCLUIDAS		 5 PARTIDOS POR JORNADA / 35 JORNADAS	DAZN ESENCIAL + DAZN LA LIGA
PLAN MENSUAL	12,99 €	18,99 €	24,99 €
PLAN ANUAL	PAGO UNIDO 129,99 €	—	PAGO FRACCIONADO MENSUAL 19,99 €

Imagen 11. Los planes de suscripción ofertados por DAZN en 2022.

Fuente: DAZN

Disfrutar de estos cinco partidos ligeros tenía un coste de 19 euros al mes, una tarifa relativamente asequible pese a disponer únicamente de la mitad de los encuentros de la jornada. La alternativa era contratar el pack “Total” de 20 euros al mes (25 euros sin permanencia), en el que se incluían todas las competiciones que ofrecía DAZN. Gracias al impulso de LaLiga, la OTT cerró 2022 triplicando sus ingresos por suscripciones en España, alcanzando una facturación cercana a los 300 millones de euros (García, 2024). No obstante, los planes volverían a experimentar una subida generalizada de los precios en la temporada 2024-2025 que decepcionaría a muchos de sus usuarios.

⁴⁹ Unos años más tarde, DAZN perdería los derechos de la Euroliga. Movistar se hizo con todo el baloncesto en exclusiva (Euroliga, Liga ACB y NBA).

DAZN		Nuevos planes desde agosto 2024			
	Motor	Fútbol	Pro	Pro Multihogar	
Competiciones			Motor + Fútbol	Motor + Fútbol	
Visionado simultáneo	2 dispositivos desde 1 ubicación	2 dispositivos desde 1 ubicación	2 dispositivos desde 1 ubicación	3 dispositivos desde 2 ubicaciones	
Suscripción anual (pago mensual)	19,99€	19,99€	29,99€	44,99€	
Suscripción mensual	29,99€	29,99€	39,99€	59,99€	
Suscripción anual (pago único)	219,99€	219,99€	329,99€	489,99€	

Imagen 12. Los planes de suscripción ofertados por DAZN en 2025.

Fuente: DAZN

El plan “Fútbol”, que además de LaLiga incluye otras ligas europeas⁵⁰, tiene un coste de 20 euros al mes (30 euros sin permanencia). El plan “Pro”, que da acceso a todas las competiciones de la plataforma (fútbol y motor), cuesta 30 euros al mes (40 sin permanencia). Y la gran novedad es el plan “Pro Multihogar” que, a diferencia del último, te permite consumir la OTT desde dos ubicaciones diferentes, una de las funcionalidades más demandadas por los usuarios. Esta opción responde al interés de muchos de ellos en compartir su cuenta con familiares o amigos para reducir costes. Sin embargo, su precio es algo excesivo: 45 euros al mes (60 euros sin permanencia).

Ofertas fútbol temporada 24/25

- Fibra 600 Mb en casa con router Wi-Fi 7
- Línea móvil con llamadas y datos ilimitados
- Netflix incluido
- Todo el Fútbol y Orange TV con más de 90 canales
- Con todos los partidos de la temporada 2024/25
- LALIGA, la Champions League, la Europa League...

101 €/mes Lo quiero Configura tu tarifa

Temporada 24/25

LALIGA, LALIGA, UEFA CHAMPIONS LEAGUE, UEFA EUROPA LEAGUE, UEFA CONFERENCE LEAGUE

Imagen 13. Oferta de 101 euros al mes de Orange por ver todo el fútbol.

Fuente: Orange

Orange alcanzaría un acuerdo tanto con Telefónica como con DAZN para que sus clientes pudieran tener acceso a toda la jornada liguera, así como a la Champions League y otros contenidos deportivos de la plataforma británica (EFE, 2022). De hecho, la compañía francesa se consolida como la opción más económica para ver todo el fútbol en España

⁵⁰ Actualmente, DAZN cuenta con los derechos de la Premier League, la Serie A, la Bundesliga y la LigaF.

por 101 euros al mes, mediante la contratación de fibra, línea móvil y servicio televisión⁵¹. Eso sí, requiere una permanencia de 12 meses con el operador.

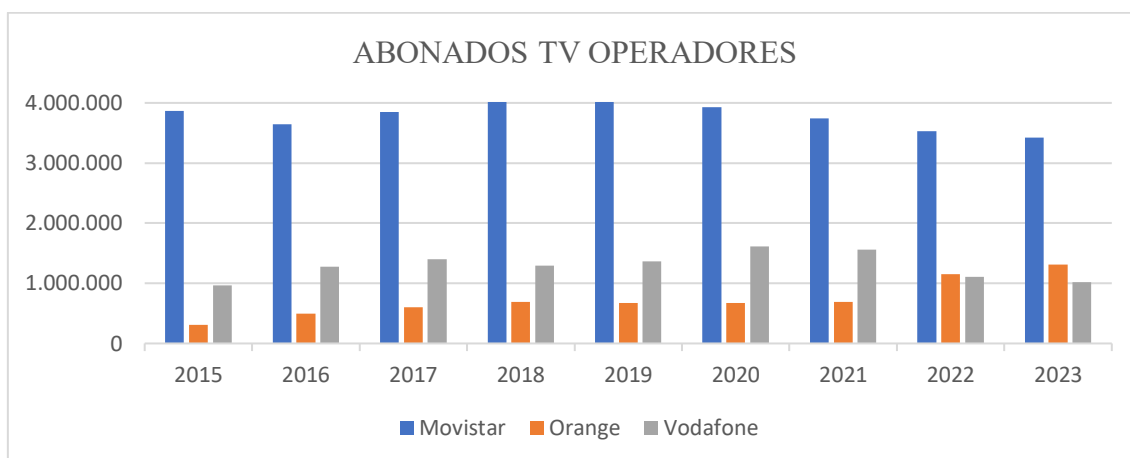


Gráfico 5. Evolución del número de abonados de los principales operadores de televisión de pago. Elaboración propia a partir de los datos proporcionados en los informes anuales de la CMT⁵².

Los datos evidencian que el mercado de la televisión de pago ha estado marcado por una fuerte competencia, especialmente en torno a la oferta del fútbol. Movistar, pese a mantener su liderazgo con cerca de cuatro millones de abonados, ha registrado una tendencia a la baja desde 2020. Este descenso ha sido aprovechado por Orange, que se ha posicionado como el principal captador de clientes en los últimos años.

La compañía francesa supo aprovechar el interés por el fútbol para crecer rápidamente. En un principio, se estancó sobre los 680.000 abonados, pero la integración de Jazztel TV le permitió superar el millón de clientes en 2022 (Cano, 2023). Su estrategia ha consistido en no replicar la producción propia de contenidos de Movistar, optando por minimizar sus costes y ofrecer precios más competitivos. Por su parte, Vodafone, que abandonó el fútbol para apostar por el entretenimiento general, ha sufrido una importante fuga de clientes, cayendo por debajo de los 800.000 abonados desde 2022.

Consciente de que estaba perdiendo abonados, Telefónica lanzó en 2023 una nueva plataforma OTT: Movistar Plus+, el plan de suscripción “low cost” de Movistar. Su gran aspecto positivo es que cualquier usuario puede adquirir la aplicación de streaming,

⁵¹ El servicio de televisión de Orange incluye un paquete obligatorio de películas y series.

⁵² CMT: https://www.cnmc.es/listado/sucesos_audiovisual_otros_informes_sectoriales/block/250

independientemente de su operador. Pese a que salió al mercado con un precio inicial de 14 euros al mes, en 2024 se bajó el precio a 10 euros para diferenciarse todavía más de DAZN, su principal competidor.



Imagen 14. La oferta de Movistar Plus+, que incluye un partido destacado de LaLiga y la Champions.

Fuente: Movistar

Su oferta, que no está sujeta a ningún tipo de permanencia, incluye un partido destacado de LaLiga y otro de la Champions por jornada, además de películas, series y otros deportes como baloncesto o tenis. Enric Rojas, director de deportes de Movistar Plus, destacó en una entrevista concedida a Relevo su satisfacción con los resultados obtenidos. “Tenemos constancia de que los clientes están contentos porque se quedan. A veces se abonan por un evento concreto y conseguimos fidelizarlos” (Pérez, 2024).

Canal	Partidos	Media de espectadores	Media de share
DAZN LaLiga	175	330.000	3,26%
Movistar LaLiga TV	205	292.000	2,96%
Gol Play	38	239.000	2,34%
Movistar Plus+	38	204.000	1,85%

Tabla 8. Audiencias de la temporada 2024/2025 de LaLiga EA Sports.

Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por [futbolentv.es](https://www.futbolentv.es)⁵³

En cuanto al partido en abierto, cabe señalar que Gol ha perdido los derechos de emisión tras nueve temporadas⁵⁴. El encuentro abandonará la TDT al ser adjudicado a DAZN para

⁵³ <https://www.futbolentv.es/noticias/audiencias-futbol-2024-25>

⁵⁴ Gol emitió el partido en abierto de LaLiga de manera consecutiva desde la temporada 2016-2017 hasta la 2024-2025.

las campañas 2025-2026 y 2026-2027 (Marca, 2025). Será emitido de forma gratuita, tal y como exige la ley, pero con la novedad de que ya no será a través de la televisión convencional, sino vía streaming. De esta forma, la OTT podría llegar a ofrecer hasta seis partidos por jornada.

Aunque esta estrategia podría conllevar una pérdida de audiencia, especialmente entre los mayores que no están familiarizados con las nuevas tecnologías, al final se trata de una fórmula más para la captación de suscriptores. Facilitar el acceso al contenido, incluso de forma gratuita, favorece el engagement y aumenta las posibilidades de que el usuario decida suscribirse a la plataforma.

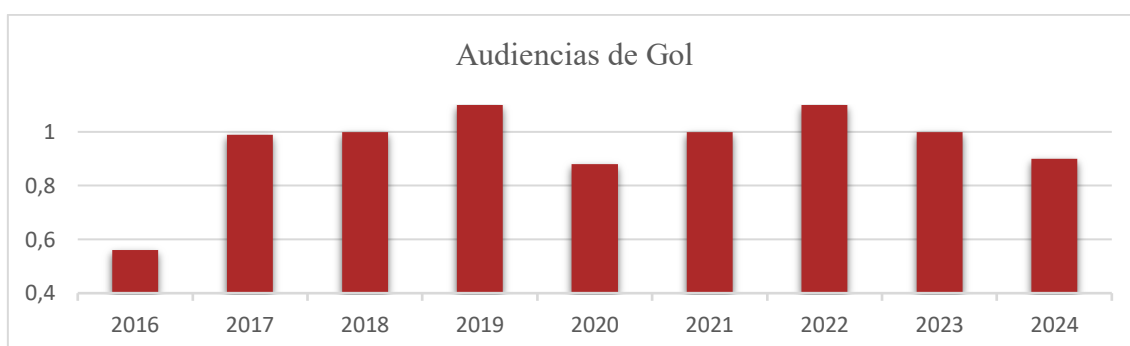


Gráfico 6. Evolución de la cuota de pantalla de Gol en la TDT (2016-2024).

Elaboración propia a partir de los informes anuales de Barlovento Comunicación y GECA.

Esta decisión deja a Gol en una posición muy delicada. Sin su principal atractivo y con problemas financieros, el canal podría verse abocado a cesar sus emisiones próximamente. Sin embargo, esto no quiere decir que el fútbol en abierto no interese, ni mucho menos.

Equipo	Media de espectadores	Partidos en abierto
FC Barcelona	1.570.000	0
Real Madrid	1.468.000	0
Sevilla	1.090.000	11
Atlético de Madrid	938.000	0
UD Las Palmas	858.000	11
Celta de Vigo	852.000	9
Rayo Vallecano	764.000	6

Tabla 9. Equipos con mayor media de espectadores durante la temporada 2024/2025 de LaLiga.

Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Barlovento Comunicación⁵⁵.

⁵⁵ <https://barloventocomunicacion.es/la-liga-de-las-audiencias/>

Si analizamos los equipos que han obtenido la mayor media de espectadores durante esta temporada, excluyendo a los tres grandes (Barcelona, Real Madrid y Atlético de Madrid), observamos que estos han sido, precisamente, aquellos cuyos partidos se retransmitieron en abierto con mayor frecuencia. Además, otras competiciones emitidas en abierto, como la Copa del Rey, también han arrojado datos espectaculares, especialmente en las semifinales y, sobre todo, la final. El Real Madrid-Barça registró 7.279.000 espectadores y un 49,7% de cuota, cifras que se elevaron hasta los 7.862.000 espectadores y un 57,2% de share durante la prórroga (FormulaTV, 2025).

Semifinales	FC Barcelona-Atlético Madrid	Real Sociedad-Real Madrid
Partido de ida	3.925.000 (27,5%)	3.472.000 (24,8%)
Partido de vuelta	4.390.000 (29,6%)	3.952.000 (31,3%)

Tabla 10. Espectadores y cuota de las semifinales de Copa emitidas en TVE en la temporada 2024/2025.

Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Barlovento Comunicación.

Otro ejemplo destacado lo encontramos en la pasada Eurocopa de 2024 que, emitida íntegramente en abierto por TVE, batió todos los registros. La media de los 51 partidos de la competición alcanzó los 3.089.000 espectadores y un 26,9% share. Por su parte, la final fue vista por más de 13 millones de espectadores y rozó el 80% de cuota de pantalla.

Fase	Partido	Media de espectadores	Media de share
Octavos	España-Georgia	9.059.000	60,3%
Cuartos	España-Alemania	8.282.000	67,9%
Semifinales	España-Francia	11.568.000	71,7%
Final	España-Inglaterra	13.587.000	78,7%

Tabla 11. Espectadores y cuota de las eliminatorias de España durante la Eurocopa 2024.

Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por FormulaTV.

En cambio, el partido de pago más visto de LaLiga esta temporada fue el Madrid-Barça emitido en DAZN, con 2.029.000 espectadores y 17,7% de share, según datos de FormulaTV. En el caso de la Champions, el encuentro más seguido fue la ida de octavos entre Madrid y Atlético, emitido en Movistar con 1.358.000 espectadores y 10,3% de cuota. Por tanto, es evidente que existe una diferencia notable con las cifras de los partidos en abierto. Respecto a la Champions, cabe mencionar que Movistar renovó los derechos entre 2024 y 2027 por 960 millones (Muñoz, 2023), mientras que TVE emitiría en abierto las finales de esas tres temporadas por 7,5 millones (Mucientes, 2024).

3.3 COMPARACIÓN CON OTROS MODELOS INTERNACIONALES

Una vez analizado el modelo español de los derechos audiovisuales en el fútbol, es conveniente mirar hacia fuera y conocer cómo gestionan los derechos otros países como Reino Unido, Italia, Alemania o Francia. Comparar sus ofertas y precios nos ayudará a entender mejor las diferencias y tendencias del mercado europeo.

3.3.1 Reino Unido

Para ver todo el fútbol de la temporada 2024-2025 en Reino Unido, los aficionados disponen de tres plataformas diferentes: Sky Sports, TNT Sports y Amazon Prime. Sky Sports es el principal proveedor de las transmisiones de la Premier League, con los derechos para emitir 128 encuentros de la temporada. Para los clientes actuales de Sky, el paquete de deportes tiene un precio de 20 libras esterlinas al mes (unos 24 euros) e incluye acceso a 12 canales, entre los que se encuentra Sky Sports. No obstante, esta oferta está sujeta a una permanencia de 24 meses.



Imagen 15. Sky ofrecerá 215 partidos de la Premier League a partir de la temporada 2025/2026.

Fuente: Sky UK

Otra de las opciones para ver el fútbol en Reino Unido es contratar TNT Sports, que ofrece 52 partidos de la Premier League y toda la Champions League al completo, su gran atractivo. La forma más accesible de contratar el servicio es mediante una suscripción mensual a Discovery+ por 31 libras (unos 37 euros), sin contrato de permanencia y pudiendo cancelar la suscripción en cualquier momento. Por otra parte, Amazon Prime retransmitirá 20 partidos de la Premier League en exclusiva por un precio de 9 libras (unos 11 euros), aunque cabe mencionar que la temporada siguiente perderá los derechos.

Para quienes busquen un paquete más completo, Sky ofrece un servicio que combina fibra y televisión con Sky Sports por 60 libras (unos 71 euros). Teniendo en cuenta que el paquete de TNT Sports puede añadirse por un coste adicional de 31 libras (unos 37 euros), podemos concluir que ver la Premier League y la Champions League al completo en Reino Unido tiene un precio final de 91 libras mensuales (unos 108 euros).

La Premier League ya ha vendido sus derechos a Sky y TNT desde 2025 hasta 2029 por 7.824 millones de euros, lo equivalente a 1.956 millones por temporada (Palco23, 2023). Sky Sports pasará a emitir de 128 a 215 partidos, mientras que TNT seguirá emitiendo sus 52 encuentros ligeros. Los 113 restantes no se emitirán debido al “blackout”, la ley inglesa que prohíbe retransmitir partidos los sábados entre las 14:45 y las 17:15 desde 1960 (Montaño, 2024). Con esta medida se busca fomentar la asistencia a los estadios, evitando que los aficionados prefieran ver los partidos por televisión.

3.3.2 Italia

En Italia, DAZN y Sky han renovado los derechos de la Serie A desde la temporada 2024-2025 hasta la 2028-2029 por 4.600 millones de euros, 920 millones por campaña (Lingeswaran, 2023). DAZN pagó 700 millones al año por retransmitir todos los partidos de la competición durante estas cinco temporadas, mientras que Sky desembolsó 200 millones por retransmitir tres partidos cada jornada.

DAZN ofrece tres planes de suscripción con diferentes características⁵⁶. El plan “Standard” ofrece la Serie A al completo y otras ligas internacionales como LaLiga EA Sports por 35 euros al mes con 12 meses de permanencia (50 euros sin la permanencia). El plan “Plus” ofrece el mismo contenido que el anterior, pero con la novedad de que se puede ver desde ubicaciones diferentes por 60 euros al mes durante 12 meses (70 euros sin la permanencia). El tercer plan es el “Goal Pass”, con el que se pueden ver los tres partidos de la Serie A que comparte con Sky junto a las demás competiciones internacionales por 14 euros al mes, sin permanencia.

⁵⁶ Planes de DAZN en Italia: <https://www.dazn.com/it-IT/news/altro/dazn-piani-di-abbonamento-plus-standard/16z8s7gg72lzq1clboctbbzjul>

Por su parte, Sky, además de ofrecer estos tres partidos de la Serie A, es la referencia en Italia para seguir las competiciones europeas al contar con los derechos exclusivos para 185 de los 205 partidos de la Champions League (Zoppo, 2024). Sky TV ofrece tres planes de suscripción, todos con 18 meses de permanencia. El paquete Sky TV + Calcio incluye los tres partidos de la Serie A y otras ligas europeas por 16 euros al mes. El paquete Sky TV + Sky Sport incluye los 185 partidos de la Champions, además de otras competiciones como NBA, tenis o deportes de motor, por 25 euros al mes. Por último, el paquete Sky TV + Sky Sport + Calcio, incluye ambos planes por 33 euros al mes.



Imagen 16. Los diferentes planes de suscripción que Sky ofrece por ver el fútbol en Italia.

Fuente: Sky Italia

Otra opción es suscribirse a “Now”, la plataforma de streaming que ofrece toda la oferta deportiva de Sky por 15 euros al mes con 12 meses de permanencia. Los 18 partidos restantes de la Champions son retransmitidos por Amazon Prime, que emite en exclusiva el mejor partido de los miércoles, siempre con los equipos italianos como protagonistas. Su precio es de 5 euros al mes. Por tanto, la opción más económica para ver todo el fútbol en Italia, Serie A y Champions, tiene un coste final de 55 euros al mes.

3.3.3 Alemania

El modelo alemán es similar al italiano. DAZN y Sky han renovado los derechos de la Bundesliga en Alemania desde 2025 hasta 2029 a cambio de 4.484 millones de euros (Carpio, 2025). Actualmente, Sky emite los partidos del viernes por la noche y todos los del sábado por 30 euros al mes. Los partidos restantes son retransmitidos por DAZN que,

a través de su paquete “Unlimited”⁵⁷, ofrece todos los partidos del domingo y del lunes, además de 186 partidos de la Champions League y otras ligas internacionales como LaLiga EA Sports o la Serie A por 35 euros al mes durante 12 meses (45 euros sin la permanencia).



Imagen 17. La suscripción a Sky en Alemania con el paquete de la Bundesliga cuesta 30 euros al mes.

Fuente: Sky Deutschland

Los 17 partidos restantes de la Champions League, del mismo modo que en Italia, son retransmitidos por Amazon Prime en exclusiva por 9 euros al mes. Por tanto, para ver todo el fútbol en Alemania, Bundesliga y Champions, es necesario abonar un total de 74 euros al mes.

3.3.4 Francia

En Francia, DAZN y BeIN Sports son las plataformas que ostentan los derechos de la Ligue 1 desde la temporada 2024-2025 hasta la 2028-2029 (Moatti y Nokovitch, 2024). DAZN, que ofrecerá ocho de los nueve partidos de la jornada, abonó 400 millones de euros por cada una de las cinco temporadas, mientras que BeIN desembolsó 100 millones por emitir el encuentro restante. La OTT británica ofrece dos posibles planes de suscripción (Bailleul, 2024). El primero es “Unlimited”, que ofrece los ocho partidos de la Ligue 1 por 30 euros al mes durante 12 meses (40 euros sin la permanencia). La otra opción es “Super Sports”, que te permite ver un partido de la liga francesa y disfrutar de

⁵⁷ Planes de DAZN en Alemania: <https://www.dazn.com/de-DE/news/sonstiges/dazn-kosten-wieviel-muss-ich-fuer-ein-dazn-abo-zahlen/1rmgde1txhz53111nd9p6svr6w>

los demás contenidos de la plataforma por 15 euros al mes durante doce meses (20 euros sin la permanencia). Por el otro lado, BeIN Sports ofrecerá su encuentro en exclusiva por 15 euros al mes sin ningún tipo de compromiso, además de otras ligas internacionales.



Imagen 18. La suscripción a BeIN Sports en Francia cuesta 15 euros al mes.

Fuente: BeIN Sports France

Sin embargo, en abril de 2025, la Ligue 1 decidió rescindir el contrato que había firmado con DAZN, amparándose en una cláusula que le permitía romper el acuerdo en caso de que la plataforma británica no alcanzara el millón y medio de abonados, objetivo del que apenas logró un tercio, con cerca de 500.000 suscriptores (Onrubia, 2025). Esto se tradujo en pérdidas de entre 200 y 250 millones de euros para DAZN durante la temporada. Hay diversos factores que explican esta dramática situación que deja al fútbol francés sin televisión. La marcha de figuras mediáticas como Mbappé, Messi o Neymar, redujo el interés de la competición, mientras que la bajada de precios de la OTT a lo largo de la temporada⁵⁸ no fue suficiente para frenar el auge de la piratería entre los aficionados.

Por su parte, Canal+ ofrece todas las competiciones europeas, incluida la Champions League, por 20 euros al mes durante dos años (28 euros sin la permanencia). Del mismo modo, emitirá otras ligas internacionales como la Premier League y se centrará en otros deportes como la Formula 1 o la MotoGP⁵⁹. En definitiva, para seguir todo el fútbol francés será necesario abonar 65 euros al mes, aunque habrá que estar pendientes para conocer qué pasará a partir de la próxima temporada con los derechos de la liga francesa.

⁵⁸ DAZN lanzó ofertas “low cost” para ver la Ligue 1 por 15 euros durante los ocho primeros meses y promocionó una tarifa especial de 10 euros al mes dirigida a los jóvenes menores de 26 años.

⁵⁹ Paquetes ofertados por Canal+ Francia: <https://boutique.canalplus.com/tab/offres-packages/>

3.4 EL AUGE DE LA PIRATERÍA EN EL FÚTBOL

La piratería en las retransmisiones deportivas, especialmente en el fútbol, representa un problema de gran magnitud en los últimos años en el sector audiovisual en España.

El fraude vinculado a este tipo de contenidos supone una actividad ilícita que incurre en pérdidas estimadas entre 600 y 700 millones de euros en el fútbol español, una industria que contribuye con 8.400 millones al PIB, el equivalente al 1,44% del total nacional (Europa Press, 2024).

Este fenómeno ha cobrado especial relevancia debido al elevado precio de las suscripciones necesarias para ver partidos, lo que ha llevado a muchos aficionados a recurrir a opciones ilegales para seguir sus equipos favoritos. Precisamente, según los datos expuestos en el apartado anterior y tomando de referencia el salario mínimo interprofesional de los principales países europeos, España destaca como el país que en el que contratar el fútbol supone un mayor porcentaje, alcanzando un 7,31% del salario mínimo.

	Precio del fútbol	SMI (2025)	Porcentaje del SMI
España	101€	1.381€	7,31%
Reino Unido	108€	2.230€	4,84%
Italia	55€	No tiene ⁶⁰	-
Alemania	74€	2.161€	3,42%
Francia	65€	1.802€	3,60%

Tabla 12. Porcentaje del salario mínimo interprofesional que implica contratar el fútbol en Europa.

Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Datosmacro.com⁶¹.

Por consiguiente, se podría afirmar que España es el país más caro de Europa para ver el fútbol, pese a que el presidente de LaLiga se haya mostrado reacio a admitirlo públicamente. En una intervención durante el “Desayuno Deportivo” de Europa Press⁶², Javier Tebas expresó: "El fútbol no es caro. Tienes que contratar Orange o Telefónica y adquirir el paquete de oferta convergente: la banda ancha, el teléfono móvil... Pero lo que

⁶⁰ Los salarios mínimos en Italia se fijan por convenios colectivos sectoriales.

⁶¹ <https://datosmacro.expansion.com/smi>

⁶² <https://www.youtube.com/watch?v=pBwSr09wjic>

es el fútbol son 25 o 30 euros” (Tebas, 2025a). Sin embargo, los datos expuestos en este trabajo evidencian que, para disfrutar de las principales competiciones, LaLiga y Champions, es necesario contratar el paquete “Todo el fútbol” de Movistar Plus, cuyo coste asciende a 49 euros mensuales.

Además, unos días después durante una entrevista en The Objective⁶³, Tebas afirmó que no contempla la posibilidad de desvincular el fútbol de los paquetes de los operadores con la finalidad de rebajar el precio del fútbol: “Si los ingresos son menores que lo que ofrecen los compradores actuales, no tendría sentido. No vamos a reducir nuestros ingresos en 200 millones de euros para eliminar la piratería, que además no es seguro que funcione. Yo soy un gestor, no un imbécil” (Tebas, 2025b).

Pues bien, estos elevados precios son los que han favorecido un incremento de la piratería en los últimos años, posicionando a España entre los líderes europeos en consumo de contenido deportivo ilegal. Según un informe de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)⁶⁴, mientras que la media europea de personas que recurren a la piratería para ver deportes es del 12 %, en el caso de España este porcentaje alcanza el 19%, lo que la sitúa como el cuarto país de la Unión Europea con mayor incidencia en esta práctica. No obstante, la cifra es aún más llamativa entre los jóvenes de 15 a 24 años, donde el consumo de la piratería asciende hasta el 42%.

País	Porcentaje de piratería
Bulgaria	21%
Grecia	20%
Irlanda	19%
España	19%

Tabla 13. Países de la Unión Europea donde más se recurre a la piratería para ver deportes.

Elaboración propia a partir de un informe de la EUIPO.

Para hacer frente a la piratería, en lugar de apostar por una reducción de los precios, LaLiga optó por imponer sanciones económicas a los usuarios que consumieran el fútbol

⁶³ <https://www.youtube.com/watch?v=cRAAruhXnzc>

⁶⁴ Informe de la EUIPO: [PR-Spring Campaign 2024_ES.docx](#)

de forma ilegal desde sus hogares. En marzo de 2024, un auto emitido por el Juzgado de Barcelona obligó a los operadores a facilitar a LaLiga la dirección IP del usuario, el nombre y apellidos del titular de la línea de internet, así como el DNI y la dirección postal de la instalación (Malagón, 2024). Como consecuencia, se dejó abierta la posibilidad de que algunos aficionados comenzaran a recibir cartas en sus domicilios reclamando el pago de multas de 450 euros por el consumo de contenidos pirata.



Imagen 19. Sede de LaLiga en Madrid.
Fotografía de Daniel Sánchez-Heredero.

Esta noticia tuvo una gran repercusión en su momento, generando un gran revuelo que dio origen a numerosos debates en torno a la posible contradicción entre lo dictaminado en el auto del juez y la ley de protección de datos. Para salir de dudas, es de gran utilidad conocer el punto de vista de una experta en la materia como Ascensión García Ruíz, profesora del Departamento de Derecho Procesal y Derecho Penal en la Universidad Complutense. “El usuario final está excluido de la sanción penal”, asegura. Sin embargo, “si se vulneran los derechos del propietario de esos contenidos o del cesionario de los derechos de autor, se estaría cometiendo un delito contra la propiedad intelectual. Para conocer de qué penas o multas estaríamos hablando, nos tendríamos que fijar en lo que dice el artículo 270 del Código Penal” (García, 2025).

De acuerdo con dicho artículo, quien lleve a cabo esta acción (la difusión de retransmisiones piratas) con ánimo de obtener un beneficio económico y en perjuicio de tercero, sin la autorización de los titulares de los derechos, “será castigado con la pena de prisión de seis meses a cuatro años y multa de doce a veinticuatro meses” (Código Penal, art. 270). Sin embargo, la lucha contra la piratería no es sencilla. Los piratas digitales buscan constantemente nuevas formas de eludir las medidas de bloqueo. Según

Guillermo Rodríguez, director de operaciones antipiratería de LaLiga, “la legislación se mueve más lenta que el pirata. Este siempre está innovando, por lo que el marco jurídico se debe mover con la misma rapidez que el mercado” (Martínez, 2022).

Uno de los usuarios más perseguidos por difundir contenidos de LaLiga de forma ilícita es Igor Seoane, administrador de la mítica web “RojaDirecta”. Diez años después del inicio de las actuaciones judiciales, Mediapro consiguió finalmente cerrar la página en España y fijar una indemnización de 31,6 millones de euros por la infracción de derechos afines a la propiedad intelectual (As, 2024). El fiscal solicita 4 años de cárcel para el administrador de la página, que continúa su actividad fuera de España.



Imagen 20. La página “RojaDirecta” se encuentra temporalmente suspendida en España.

Fuente: Rojadirecta.es

En los últimos años, las autoridades españolas han intensificado la lucha contra la piratería. Recientemente, se anunció la desactivación de múltiples plataformas como DuckVision, que ofrecía acceso ilegal a contenido deportivo en directo a más de 200.000 usuarios, entre los que figuraban partidos de la LaLiga (EFE, 2025). Sin embargo, en el intento de combatir la piratería, se ha terminado bloqueando el acceso no solo a la retransmisión ilegal de estos partidos, sino también a miles de webs legítimas. Estos portales, sin ninguna relación con la piratería y víctimas de daños colaterales, han llegado a calificar esta acción de LaLiga como “matar moscas a cañonazos” (Pérez, 2015).

En definitiva, aunque las autoridades están trabajando para combatir la distribución ilegal de contenidos deportivos, la solución a este problema no solo radica en la represión de la piratería, sino también en la creación de un modelo más accesible y equitativo para los consumidores, con el que todos puedan disfrutar de este deporte sin recurrir a plataformas ilegales.

4. CONCLUSIONES

La evolución de los derechos audiovisuales del fútbol es el reflejo de una transformación social, económica y tecnológica que ha redefinido la manera en la que se consume el deporte rey en un mundo cada vez más digital y globalizado. Desde la época del monopolio de TVE hasta el escenario actual de las plataformas de streaming, el camino ha estado marcado por la búsqueda de la rentabilidad, la competencia entre operadores y el distanciamiento entre el producto y sus aficionados, que va peligrosamente en aumento.

Con la llegada de las cadenas privadas en los años 90, la competencia mejoró la calidad de las retransmisiones y situó al fútbol como un activo estratégico para captar audiencias. El interés por obtener los derechos televisivos disparó su valor y puso de manifiesto que se había convertido en una pieza clave para completar las parrillas. Sin embargo, también fue el inicio de un proceso de restricción del acceso, con Canal Plus como pionero de un modelo que, si bien garantizó la viabilidad económica del proyecto de la televisión de pago en España, sentó las bases de la pérdida de accesibilidad para el gran público. La fragmentación de los derechos como consecuencia de la Guerra del Fútbol evidenció el poder de este deporte como generador de audiencias masivas, pero también la fragilidad de un modelo basado en la escalada constante de los precios.

La aprobación del modelo de venta centralizada de derechos trajo consigo una etapa de estabilidad financiera para los clubes, reduciendo la deuda histórica del fútbol español y equilibrando el reparto de ingresos. Sin embargo, ha consolidado al mismo tiempo una concentración de poder que limita la competencia y, en consecuencia, reduce la pluralidad de la oferta audiovisual. El resultado es un mercado cada vez más cerrado, donde los precios se disparan a la par que la accesibilidad del fútbol disminuye.

Los principales operadores, conscientes del valor estratégico del fútbol, vincularon la oferta de partidos a la contratación de servicios de banda ancha o fibra óptica, alimentando inconscientemente una burbuja difícil de sostener. La llegada de nuevas plataformas de streaming, como BeIN Sports o DAZN, prometía democratizar el acceso con precios más competitivos y asequibles, sin permanencias ni paquetes adicionales. Sin embargo, la necesidad de rentabilizar las inversiones millonarias en derechos ha

terminado por encarecer de nuevo la oferta, limitando el impacto positivo de estos nuevos actores.

El caso español se agrava si lo comparamos con otros países europeos. Si bien es cierto que los precios pueden parecer similares, la diferencia salarial convierte el acceso al fútbol en España en un auténtico lujo. Que un usuario deba destinar hasta el 7,3% de su sueldo para ver todo el fútbol resulta insostenible y explica, en parte, el auge de la piratería en los últimos años. La respuesta de las plataformas y de LaLiga ha sido la represión y la persecución de este fenómeno, pero son estrategias insuficientes si no van acompañadas de una revisión profunda de su modelo de negocio. La clave, como demuestra la ley de la oferta y la demanda, reside en precios más asequibles y modelos más flexibles, capaces de atraer a más abonados y reducir el incentivo para recurrir a plataformas ilegales.

De momento, ante los precios inasumibles del fútbol, los consumidores se refugian en la oferta de la televisión en abierto, el mejor altavoz posible para que las competiciones crezcan y generen una conexión duradera y continuada con su comunidad. Sin embargo, la progresiva desaparición de estos partidos tanto en La Liga como en las competiciones europeas ha evidenciado la necesidad de protegerlo y potenciarlo más que nunca. No obstante, las buenas audiencias obtenidas por otras competiciones emitidas en abierto como la Eurocopa o la Copa del Rey demuestran que el interés del público sigue intacto.

En definitiva, el fútbol español tiene varios retos por delante: recuperar las audiencias, frenar la piratería y devolver este deporte al lugar que le corresponde. Para ello, tendrá que encontrar un equilibrio entre la sostenibilidad económica de los clubes y la accesibilidad para los aficionados. Si el acceso sigue siendo un lujo, el riesgo de que pierda su esencia y se aleje de quienes le han dado sentido a lo largo de la historia, dejará de ser una simple advertencia para convertirse en una realidad. Solo apostando por un modelo más inclusivo y accesible, el fútbol podrá seguir siendo ese vínculo social y cultural que ha unido a tantas generaciones desde sus orígenes.

5. FUENTES DE INFORMACIÓN Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARTÍCULOS ACADÉMICOS, TESIS Y CAPÍTULOS DE LIBRO:

Báez, A., Gómez, S., Marcos, J., Miravalles, C. y Palacios, E. (2018): «Las Plataformas Digitales en España», *Cuadernos de Documentación Multimedia*, pp. 462–465. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/59264>

Beceiro Ribela, S. (2010) ‘El nacimiento de la televisión digital de pago por satélite en España’, *Trípodos*, 26, pp. 133–148. Disponible en: <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/42354fa6-ab21-41e9-a94c-90d52ea102fa/content>

Bonaut Iriarte, J. (2006). “*Televisión y deporte: la influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)*”, tesis doctoral, Universidad de Navarra.

Bonaut Iriarte, J. (2010). “*El eterno problema del fútbol televisado en España: una perspectiva histórica de la lucha por los derechos de retransmisión de la Liga de Fútbol Profesional (LFP)*” en *Comunicación y Sociedad*, Vol. 23, pp. 71-96

Bonaut Iriarte, J. (2012). “*Retransmisiones futbolísticas televisivas en España: perspectiva histórica de una relación de necesidad (1956-1988)*”, en *Historia y Comunicación Social*, Vol. 17, pp 249-268

Bravo Mayor, L. J. (2014). “*El primer partido radiado del fútbol español*”, *Cuadernos de Fútbol*, nº 55.

García Santamaría, J.V. & Alcolea Díaz, G. (2013). “El mercado español de televisión”, *TELOS*, vol. 96. Madrid: Fundación Telefónica. Disponible en: <https://www.cuadernosdefutbol.com/2021/05/la-guerra-del-futbol-televisado-1996-y-la-primera-querrela-contra-villar/>

Sotelo González, J. (2017): “El impacto económico en LaLiga de la venta centralizada de los derechos audiovisuales del fútbol profesional español”, en J. Sierra Sánchez y M. Cadaval San Román, *En el punto de mira: investigaciones sobre comunicación en la era digital*, Madrid, McGraw Hill Education, pp. 9-19.

ENTREVISTAS:

Esteva Valiño, A. (2025), entrevista realizada por Daniel Sánchez-Heredero.

García Ruíz, A. (2025), entrevista realizada por Daniel Sánchez-Heredero.

WEBS Y PERIÓDICOS CONSULTADOS:

Antena 3 Noticias (2018). “Así fue la tanda de penaltis con la que el Madrid ganó su Undécima Champions”, *Antena 3 Noticias*, 8 de febrero. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/deportes/futbol/asi-fue-la-tanda-de-penaltis-con-la-que-el-madrid-gano-su-undecima-champions_2016052857ade2470cf2738f2b804024.html.

Arés, R. y Matilla, A. (2021). “Movistar y DAZN darán LaLiga desde 2022 hasta 2027”, *Diario AS*, 13 de diciembre. Disponible en: https://as.com/futbol/2021/12/13/primera/1639417635_495219.html.

Bailleul, A. (2024). “La LFP officialise DAZN et beIN SPORTS comme diffuseurs de la Ligue 1 McDonald’s, voici le prix des abonnements de DAZN”. *Sport Buzz Business*, 1 de agosto. Disponible en: <https://www.sportbuzzbusiness.fr/la-lfp-officialise-dazn-et-bein-sports-comme-diffuseurs-de-la-ligue-1-mcdonalds-voici-le-prix-des-abonnements-de-dazn.html>.

Barlovento Comunicación. “La Liga de las Audiencias”, *Barlovento Comunicación*, 2025. Disponible en: <https://barloventocomunicacion.es/la-liga-de-las-audiencias/>.

Beaumont, J.F. (1989). “El Consejo de Ministros aprueba hoy la adjudicación de tres canales privados de televisión”, *El País*, 24 de agosto. Disponible en: https://elpais.com/diario/1989/08/25/sociedad/619999202_850215.html.

Caballero, C. (2003). “El acuerdo de los clubes y Sogecable da vía libre al inicio de la Liga de fútbol”, *Cinco Días*, 25 de agosto. Disponible en: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2003/08/26/empresas/1061905185_850215.html.

Calleja, Braulio (1997): “Telefónica compra el 25% de Antena 3”, en *La Vanguardia*, 24 de julio, p. 14. Disponible en: <https://hemeroteca-paginas.lavanguardia.com/LVE01/PUB/1997/07/24/LVG19970724-014.pdf>

Canal Satélite Digital (1997). “Telefónica impide la transmisión de partidos en pago por visión”, en *La Vanguardia*, 7 de septiembre, p. 40. Disponible en: <https://hemeroteca-paginas.lavanguardia.com/LVE01/PUB/1997/09/07/LVG19970907-040.pdf>

BOE-A-1988-11073 Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. (1988). Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/l/1988/05/03/10>.

BOE-A-1997-14849 Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos. (1997). Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/l/1997/07/03/21>.

BOE-A-2015-4780 Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional. (2015). Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/rdl/2015/04/30/5>.

Cano, F. (2023). “Orange duplica sus clientes de televisión y podría superar a Vodafone antes de fin de año”, *The Objective*, 11 de febrero. Disponible en: <https://theobjective.com/economia/2023-10-24/orange-clientes-television-vodafone/>.

Carpio, C. (2025). “Así se reparte la gallina de los huevos de oro del fútbol”, *Marca*, 3 de marzo. Disponible en: <https://www.marca.com/sport-business/2025/03/03/asi-reparte-gallina-huevos-oro-futbol.html>.

Cazón, P. (2013). “Cuatro emite desde hoy el partido en abierto de Liga”, *Diario AS*, 1 de abril. Disponible en: https://as.com/futbol/2013/04/01/primer/1364782674_703216.html.

Cinco Días (2003). “Sogecable eleva su participación en Audiovisual Sport hasta un 80%”, *Cinco Días*, 17 de julio. Disponible en: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2003/07/17/empresas/1058608738_850215.html.

CMT. “Informes Anuales de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones”, *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)*, Disponible en: https://www.cnmc.es/listado/sucesos_audiovisual_otros_informes_sectoriales/block/250

Código Penal: Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. Madrid: Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2024. Disponible en: https://www.boe.es/biblioteca_juridica/abrir_pdf.php?id=PUB-DP-2024-118

Colomé, J.P. (2025). ““Moscas a cañonazos”: la lucha contra la piratería en el fútbol tumba miles de webs legítimas”, *El País*, 15 de febrero. Disponible en: <https://elpais.com/tecnologia/2025-02-15/moscas-a-cañonazos-la-lucha-contra-la-pirateria-en-el-futbol-tumba-miles-de-webs-legitimas.html>.

Datosmacro.com. “SMI - Salario mínimo interprofesional”, *Datosmacro.com*, 2025. Disponible en: <https://datosmacro.expansion.com/smi>.

Del Pozo, M.Á. (2012). “Liga, Copa y Champions se verán al completo en Canal+”, *Diario AS*, 18 de agosto. Disponible en: https://as.com/futbol/2012/08/18/mas_futbol/1345271256_850215.html.

Diario AS (2024). “Roja Directa, condenada a pagar 31,6 millones a Mediapro por piratear”, *Diario AS*, 20 diciembre. Disponible en: <https://as.com/futbol/primera/roja-directa-condenada-a-pagar-316-millones-a-mediapro-por-piratero-n/>.

Don Futbolista. “Partido Atlético de Madrid - Real Madrid (Primera División - 27/04/1958)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/atletico-de-madrid-real-madrid-primera-division-27-04-1958/>.

Don Futbolista. “Partido Barcelona - Real Madrid (Primera División - 10/03/2007)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/barcelona-real-madrid-primera-division-10-03-2007/>.

Don Futbolista. “Partido Borussia Dortmund - Real Madrid (Liga de Campeones - 01/06/2024)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/borussia-dortmund-real-madrid-liga-de-campeones-01-06-2024/>.

Don Futbolista. “Partido Espanyol - Sporting de Gijón (Primera División - 02/09/1996)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/espanyol-sporting-de-gijon-primera-division-02-09-1996/>.

Don Futbolista. “Partido Liverpool - Real Madrid (Liga de Campeones - 28/05/2022)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/liverpool-real-madrid-liga-de-campeones-28-05-2022/>.

Don Futbolista. “Partido Manchester City - Inter (Liga de Campeones - 10/06/2023)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/manchester-city-inter-liga-de-campeones-10-06-2023/>.

Don Futbolista. “Partido Real Madrid - Atlético de Madrid (Liga de Campeones - 28/05/2016)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/real-madrid-atletico-de-madrid-liga-de-campeones-28-05-2016/>.

Don Futbolista. “Partido Real Madrid - Barcelona (Primera División - 15/02/1959)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/real-madrid-barcelona-primera-division-15-02-1959/>.

Don Futbolista. “Partido Real Madrid - Racing de Santander (Primera División - 24/10/1954)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/real-madrid-santander-primera-division-24-10-1954/>.

Don Futbolista. “Partido Real Unión - Arenas de Getxo (Copa del Rey - 15/05/1927)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/real-union-arenas-de-guecho-copa-del-rey-15-05-1927/>.

Don Futbolista. “Temporada Primera División (1997-98)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/temporada/primer-division-1997-98/>.

Don Futbolista. “Partido Valencia – Atlético de Madrid (Primera División - 02/09/1990)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/valencia-atletico-de-madrid-primer-division-02-09-1990/>

Don Futbolista. “Partido Valencia - Betis (Primera División - 26/08/2006)”. Disponible en: <https://donfutbolista.com/es/partido/valencia-betis-primer-division-26-08-2006/>.

EFE (2003). “Sogecable adquiere los derechos de la Liga de Campeones hasta 2006”, *Diario AS*, 6 de junio. Disponible en: https://as.com/futbol/2003/06/06/mas_futbol/1054850413_850215.html

EFE (2018). “Telefónica compra a Mediapro los derechos de la Champions hasta 2021 por 1.080 millones”, *Diario AS*, 28 de junio. Disponible en: https://as.com/futbol/2018/06/28/champions/1530206237_973837.html.

EFE (2022). “Orange llega a un pacto con Telefónica y emitirá LaLiga y la Champions”, *Marca*, 12 de julio. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/primer-division/2022/07/12/62cd7761e2704eec108b45eb.html>.

EFE (2025). “LaLiga desactiva una plataforma pirata con más de 200.000 usuarios”, *Diario AS*, 9 de febrero. Disponible en: <https://as.com/futbol/primer/laliga-desactiva-una-plataforma-pirata-con-mas-de-200000-usuarios-en-enero-de-2025-n/>.

El Mundo (2009). “El Consejo de Ministros aprueba la TDT de pago”, *El Mundo*, 13 de agosto. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/08/13/comunicacion/1250167039.html>.

El Mundo (2009). “Sogecable y Mediapro firman la 'paz' y ponen fin a la 'guerra del fútbol”, *El Mundo*, 5 de junio. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/06/05/comunicacion/1244153839.html>.

El Mundo (2010). “Gol Televisión, con 1,5 millones de abonados, duplica a los que tienen Canal Plus Liga”, *El Mundo*, 14 de diciembre. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2010/12/14/television/1292338431.html>.

El Mundo (2012). “Marca TV ofrecerá el partido en abierto de la Liga”, *El Mundo*, 27 de septiembre. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2012/09/27/comunicacion/1348763308.html>.

El País (1989). “El Gobierno rompe el monopolio televisivo”, *El País*, 25 de agosto. Disponible en: https://elpais.com/diario/1989/08/26/portada/620085601_850215.html.

El País (1995). “Canal + supera los 250.000 abonados en Madrid”, *El País*, 11 octubre. Disponible en: https://elpais.com/diario/1995/10/12/sociedad/813452410_850215.html.

El País (1996). “4 millones de espectadores para el partido del lunes en Antena 3”, *El País*, 3 de septiembre. Disponible en: https://elpais.com/diario/1996/09/04/radiotv/841788015_850215.html.

El País (1996). “Canal +, Antena 3 y TV 3 firman un acuerdo para el fútbol en televisión”, *El País*, 25 de diciembre. Disponible en: https://elpais.com/diario/1996/12/26/sociedad/851554816_850215.html.

El País (1997). “Acuerdo de Telefónica, TV-3 y Sogecable para el fútbol en pago por visión de la Liga 97-98”, *El País*, 17 noviembre. Disponible en: https://elpais.com/diario/1997/11/18/sociedad/879807609_850215.html.

El País (1997). “La plataforma de Telefónica quiere negociar el fútbol y no el descodificador”, *El País*, 13 de mayo. Disponible en: https://elpais.com/diario/1997/05/14/sociedad/863560828_850215.html.

El País (1999). “Canal Satélite y Vía Digital compartirán el fútbol”. *El País*, 17 de junio. Disponible en: https://elpais.com/diario/1999/06/18/deportes/929656802_850215.html.

El País (2006). “Sogecable y TV-3 alcanzan un acuerdo con Mediapro sobre el fútbol televisado”, *El País*, 27 de julio. Disponible en: https://elpais.com/diario/2006/07/28/sociedad/1154037612_850215.html.

El País (2009). “Nace Canal + Liga”, *El País*, 22 de julio. Disponible en: https://elpais.com/sociedad/2009/07/22/actualidad/1248213605_850215.html.

EUIPO (2024). “Millones de europeos ven eventos deportivos de forma ilegal y 850 millones de euros se pierden al año en equipamiento deportivo falsificado”, *Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea*, 12 de junio. Disponible en: [PR-Spring Campaign 2024 ES.docx](#)

Europa Press (2003). “Digital+ inicia el lunes sus emisiones, con paquetes de entre 22 y 49,80 euros al mes”, *El Mundo*, 18 de julio. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2003/07/18/sociedad/1058541028.html>

Europa Press (2009). “Gol TV amplía su oferta a tres partidos de Liga por jornada”, *Europa Press*, 17 de agosto. Disponible en: <https://www.europapress.es/tv/noticia-gol-tv-amplia-oferta-tres-partidos-liga-jornada-20090817172124.html>.

Europa Press (2024). “El contenido deportivo se piratea en España un 25% más de la media europea”, *Diario AS*, 29 de noviembre. Disponible en:

<https://as.com/futbol/primera/el-contenido-deportivo-se-piratea-en-espana-un-25-mas-de-la-media-europea-n/>.

Expansión (2014). “Telefónica formaliza la compra del 56% de Canal Plus por 750 millones”, *Expansión*, 2 de junio. Disponible en: <https://www.expansion.com/2014/06/02/empresas/tmt/1401726213.html>.

Fernández, E. (2016). “Mediapro emitirá el partido de Liga en abierto a través de GOL”, *El Mundo*, 21 de junio. Disponible en: <https://www.elmundo.es/television/2016/06/21/57690328ca4741231f8b457a.html>.

Fernández, M. (2011). “Casco impuso por ley el fútbol en abierto en 1997”, *Diario AS*, 23 de marzo. Disponible en: https://as.com/futbol/2011/03/23/mas_futbol/1300865241_850215.html.

Forcada, D. (2016). “Telefónica paga a Mediapro 2.400 millones por tener todo el fútbol hasta 2018”, *El Confidencial*, 13 de enero. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2016-01-12/mediapro-pacta-con-telefonica-para-emitir-bein-liga-y-champions-en-movistar_1134702/.

FormulaTV (2006). “La Liga debuta en laSexta con un 12,9% de share”, *FormulaTV*, 28 de agosto. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/2702/audiencias-la-liga-debuta-en-lasexta-con-un-129-de-share/>.

FormulaTV (2011). “El Real Madrid-Barça rompe los audímetros en laSexta con 9.657.000 espectadores”, *FormulaTV*, 12 de diciembre. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/22629/audiencias-real-madrid-fcbarcelona-rompe-audimetros-lasexta-supera-nueve-millones-medio-lasexta/>.

FormulaTV (2012). “La Liga se despide de laSexta con su mejor resultado histórico (18,8%)”, *FormulaTV*, 14 de mayo. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/24967/liga-despide-lasexta-mejor-resultado-historico-por-encima-18-por-ciento/>.

FormulaTV (2012). “La liga se estrena en MarcaTV con un 3% con el Getafe-Mallorca”, *FormulaTV*, 2 de octubre. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/27198/liga-estrena-marcatv-3-getafe-mallorca/>.

FormulaTV (2016). “Más de 11,5 millones de espectadores siguen los penalties de la final de la Champions League en Antena 3, lo más visto del año”, *FormulaTV*, 29 de mayo. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/56534/especial-audiencias-final-champions-league-2016-antena3/>.

FormulaTV (2025). “La 1 arrasa con la prórroga de la final de la Copa del Rey (57,2%) y su cobertura del funeral del papa (24,2%)”, *FormulaTV*, 28 de abril. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/audiencias-26-abril-prorroga-copa-rey-funeral-papa-132898/>.

García, G. (2022). “Revolución audiovisual en el fútbol: Telefónica y DAZN firman el acuerdo por LaLiga por 1.400 millones de euros”, *Marca*, 29 de marzo. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/primeradivision/2022/03/29/6242c138268e3eb64b8b45ab.html>.

Gómez, R.G. (1999). “TVE sale de Vía Digital tras venderle la Liga de Campeones por más de 30.000 millones”. *El País*, 24 de marzo. Disponible en: https://elpais.com/diario/1999/03/25/sociedad/922316416_850215.html.

González, J.D. (1985). “Las televisiones autonómicas podrán ofrecer en directo partidos de fútbol”, *El País*, 28 de agosto. Disponible en: https://elpais.com/diario/1985/08/29/deportes/494114409_850215.html.

Guasch, T. (2006). “La Sexta se queda con el fútbol de los sábados”, *Diario AS*, 21 de agosto. Disponible en: https://as.com/futbol/2006/08/22/mas_futbol/1156228007_850215.html.

Hoja del Lunes (1959). “Un millón de espectadores del Madrid-Barcelona en TV” en *Hoja del Lunes*, 16 de febrero, p. 1. Disponible en: https://prensahistorica.mcu.es/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=1007631621

LaLiga. “Reparto de los ingresos audiovisuales de la Temporada 2023/2024 en cumplimiento de las obligaciones de información previstas en el Real Decreto-ley 5/2015”, *LaLiga*. Disponible en: <https://www.laliga.com/transparencia/gestion-economica/derechos-audiovisuales>

La Vanguardia (1959). "La televisión y su poder hermanador" en *La Vanguardia*, 17 de febrero de 1959, p. 7. Disponible en: <https://hemeroteca-paginas.lavanguardia.com/LVE07/HEM/1959/02/17/LVG19590217-007.pdf>

La Vanguardia (2015). “Mediapro pondrá en marcha en agosto el canal Bein Sports tras cierre de Gol T”, *La Vanguardia*, 28 de mayo. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/television/20150528/54431936788/mediapro-pondra-en-marcha-en-agosto-el-canal-bein-sports-tras-cierre-de-gol-t.html>.

Lingeswaran, S. (2023). “Signal: DAZN, Sky Italia retain Serie A rights for \$4.8bn”, *Sportcal*, 25 de octubre. Disponible en: <https://www.sportcal.com/features/signal-dazn-sky-italia-retain-serie-a-rights-for-4-8bn/?cf-view>.

- Malagón, M. (2024). “Un auto da luz verde a multar a los usuarios que consuman fútbol pirata”, *Marca*, 7 de marzo. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/primera-division/2024/03/07/65e9dcfc268e3edb428b45a9.html>.
- Marca (2013). “Mediaset adquiere los derechos de la Liga en abierto hasta 2015”, *Marca*, 14 de marzo. Disponible en: <https://www.marca.com/2013/03/14/futbol/1adivision/1363301568.html>.
- Marca (2025). “DAZN emitirá un partido en abierto de LaLiga”, *Marca*, 13 de mayo. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/primera-division/2025/05/13/dazn-adjudica-partido-abierto-laliga.html>.
- Marcos, C (2005). “Canal Plus se abre y se transforma esta noche en Cuatro”, *El Mundo*, 7 de noviembre. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2005/11/07/comunicacion/1131370413.html>.
- Marcos, C (2006). “Mediapro entra en Audiovisual Sport y se abre la negociación por el fútbol en abierto”, *El Mundo*, 27 de julio. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2006/07/27/comunicacion/1154024220.html>.
- Martínez, A. (2022). “G. Rodríguez (LaLiga Content Protection): “La legislación se mueve más lenta que el pirata””, *Palco23*, 21 de abril. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/palco23/competiciones/g-fernandez-laliga-content-protection-la-legislacion-se-mueve-mas-lenta-que-el-pirata>.
- Matilla, A. (2015). “Telefónica compra la Liga 15/16 en exclusiva por 600 millones”, *Diario AS*, 10 de julio. Disponible en: https://as.com/futbol/2015/07/10/primera/1436543130_356108.html.
- Menchén, M. (2017). “Mediapro gana a Movistar por la Champions de pago”, *Palco23*, 22 de junio. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/palco23/media/mediapro-se-impone-a-telefonica-por-una-champions-100-de-pago>.
- Migelez, X. (2013). “La Liga de fútbol arranca en Cuatro con un 7,3%”, *FormulaTV*, 2 de abril. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/30245/audiencias-liga-futbol-arranca-cuatro-poco-mas-7-por-ciento/>.
- Moatti, E. and Nokovitch, S. (2024). “Droits TV de la L1 : la LFP valide l’offre de beIN Sports”, *L’Équipe*, 31 de julio. Disponible en: <https://www.lequipe.fr/Medias/Actualites/Droits-tv-de-la-l1-la-lfp-valide-l-offre-de-bein-sports/1487273>.

Montaño, P. (2024). “El ‘blackout’ de la Premier tiene fecha de caducidad”, *Diario AS*, 6 de diciembre. Disponible en: <https://as.com/futbol/internacional/el-blackout-de-la-premier-tiene-fecha-de-caducidad-n/>.

Mucientes, E. (2024). “RTVE se queda con los derechos de la final de la Champions durante tres años por 7,5 millones de euros”, *El Mundo*, 14 de diciembre. Disponible en: <https://www.elmundo.es/television/medios/2024/12/14/675d5069e85ece044b8b4579.html>.

Muñoz, R. (2012). “Canal + y Mediapro llegan a un acuerdo para las próximas tres temporadas”, *El País*, 17 de agosto. Disponible en: https://elpais.com/deportes/2012/08/16/actualidad/1345140679_765197.html.

Muñoz, R. (2015). “La Liga adjudica por 2.650 millones los derechos del fútbol hasta 2019”, *El País*, 2 de diciembre. Disponible en: https://elpais.com/deportes/2015/12/02/actualidad/1449091371_984387.html.

Muñoz, R. (2023): “Telefónica emitirá la Champions las próximas tres temporadas por 960 millones”, *El País*, 1 de agosto. Disponible en: <https://elpais.com/economia/2023-08-01/telefonica-emitira-la-champions-las-proximas-tres-temporadas-por-960-millones.html>

Onrubia, A. (2025). “Desastre en el fútbol francés: sin TV”, *Diario AS*, 15 de abril. Disponible en: <https://as.com/futbol/internacional/la-ligue-1-se-queda-sin-tv-n/>.

Palco23 (2014). “Mediapro y Atresmedia ganan a Telefónica la batalla por la Champions League”, *Palco23*, 1 de octubre. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/palco23/media/mediapro-y-atresmedia-ganan-a-telefonica-la-batalla-por-la-champions-league>.

Palco23 (2020). “Movistar+ confirma la exclusiva de la Champions y la Europa League en España hasta 2024”, *Palco23*, 2 de julio. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/palco23/media/movistar-confirma-la-exclusiva-de-la-champions-y-la-europa-league-en-espana-hasta-2024>.

Palco23 (2023): “La Premier League vende sus derechos audiovisuales hasta 2029 por 1.956 millones de euros”, *Palco23*, 4 de diciembre. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/palco23/media/la-premier-league-vende-sus-derechos-audiovisuales-hasta-2029-por-1956-millones-de-euros>

Paradinas, J.J. (1987). “TVE sólo podrá retransmitir el Barcelona-Madrid si «ensombrece» las zonas de emisión de los canales autonómicos”, *El País*, 10 de

septiembre. Disponible en: https://elpais.com/diario/1987/09/11/deportes/558309612_850215.html.

Pérez, A. (2024). “El nuevo formato de la Champions cambia el paso de Movistar+: «Nos hemos replanteado la manera de hacer la cobertura»”, *Relevo*, 15 de septiembre. Disponible en: <https://www.relevo.com/futbol/champions-league-masculina/formato-champions-paso-movistar-replanteado-cobertura-20240915021027-nt.html>.

Relaño, A. (2016). “Llega el fútbol de pago a España (1990)”, *Diario AS*, 6 de julio. Disponible en: https://as.com/futbol/2016/07/06/mas_futbol/1467789222_229235.html.

RTVE (2010). “Mediapro deberá pagar 97 millones a Audiovisual Sport por la 'guerra del fútbol””, *RTVE*, 18 de marzo. Disponible en: <https://www.rtve.es/noticias/20100318/mediapro-debera-pagar-97-millones-a-audiovisual-sport-por-guerra-del-futbol/324192.shtml>.

Ropero, J.G. (2024). “Dazn triplicó sus ventas por suscripciones en España en su primer año emitiendo la Liga”, *Cinco Días*, 8 de junio. Disponible en: <https://cincodias.elpais.com/companias/2024-06-08/dazn-triplico-sus-ventas-por-suscripciones-en-espana-en-su-primer-ano-emitiendo-la-liga.html>.

RTVE (2011). “TVE y TV3 emitirán la Uefa Champions League hasta 2015”, *RTVE*, 18 de febrero. Disponible en: <https://www.rtve.es/deportes/20110218/tve-tv3-emitiran-uefa-champions-league-hasta-2015/409242.shtml>.

RTVE (2017). “La expansión y el consumo social de la televisión”, *RTVE*, 1 de agosto. Disponible en: <https://www.rtve.es/rtve/20170801/expansion-consumo-social-television/1591040.shtml>.

RTVE (2018). “Llegan las cadenas privadas”, *RTVE*, 29 de mayo. Disponible en: <https://www.rtve.es/rtve/20180529/llegan-cadenas-privadas/1741700.shtml>.

Toledo, D. (2014). “Mediaset acepta la venta de su 22% y Telefónica toma el control total de Canal+”, *El Confidencial*, 3 de julio. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2014-07-03/mediaset-acepta-vender-su-22-y-telefonica-tomara-el-control-total-de-canal_155991/.

Toledo, D. y Lapetra, R.J. (2009). “Telecinco compra Cuatro y el 22% de Digital Plus a Prisa”, *El Confidencial*, 18 de diciembre. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2009-12-18/telecinco-compra-cuatro-y-el-22-de-digital-plus-a-prisa_513410/.

Velasco, J. (2025). “Las audiencias del fútbol: 2024-25”, *Fútbol en la TV*, 2 de abril. Disponible en: <https://www.futbolentv.es/noticias/audiencias-futbol-2024-25>.

Zárate, P. (2017). “Maldini: “El fútbol ha hecho mejor a la TV, y la TV ha hecho mejor al fútbol””, *Vertele*, 19 de octubre. Disponible en: https://www.eldiario.es/vertele/videos/maldini-futbol-hecho-mejor-tv_8_7476467.html.

Zarzalejos, Á.G. (2018). “Telefónica se lleva los derechos de La Liga por 2.940 millones hasta 2022”, *El Confidencial*, 25 de junio. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2018-06-25/telefonica-derechos-la-liga-el-partidazo-futbol_1583974/.

Zoppo, A. (2024). “Serie A e Champions 2024 25: quanto costa vedere tutte le partite in tv”, *Borsa&Finanza*, 6 de septiembre. Disponible en: <https://borsaefinanza.it/serie-a-champions-2024-25-quanto-costa-vedere-tutte-partite-in-tv/>.

YOUTUBE:

Edu Sierra (2020). ► *Real Madrid vs FC. Barcelona (2011/2012) - PARTIDO COMPLETO*, 12 de febrero. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=kmwhnbiWhzI>.

El Partidazo de COPE (2024). *Carlos Martínez: "El Barça vetó 3 años a Canal+"*, 6 de septiembre. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=YkPeDwGqRjo>

Europa Press (2025). *Desayuno Deportivo con Javier Tebas, presidente de LaLiga*, 24 de febrero. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=pBwSr09wjic>

Goles de la Liga (2021). *Goles Liga 1996-1997 Primera División jornada 1*, 4 de septiembre. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=yCvLAm8hmyw>.

golstore (2006). *Valencia - betis 2-0*, 11 de noviembre. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=xccIwBoqQ2U>.

Movistar Plus+ (2007). *Canal+ Debut de Carlos Martínez*, 30 de julio. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=r-b1LSsHmVw>

The Objective (2025). *EL PURGATORIO | Javier Tebas: «Florentino Pérez nunca pierde. Todo es 'gracias a él'»*, 23 de febrero. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=cRAAruhXnzc>