

COMPETICIONES

Villar sube el tono y pide la última palabra sobre el pacto del fútbol femenino con beIN

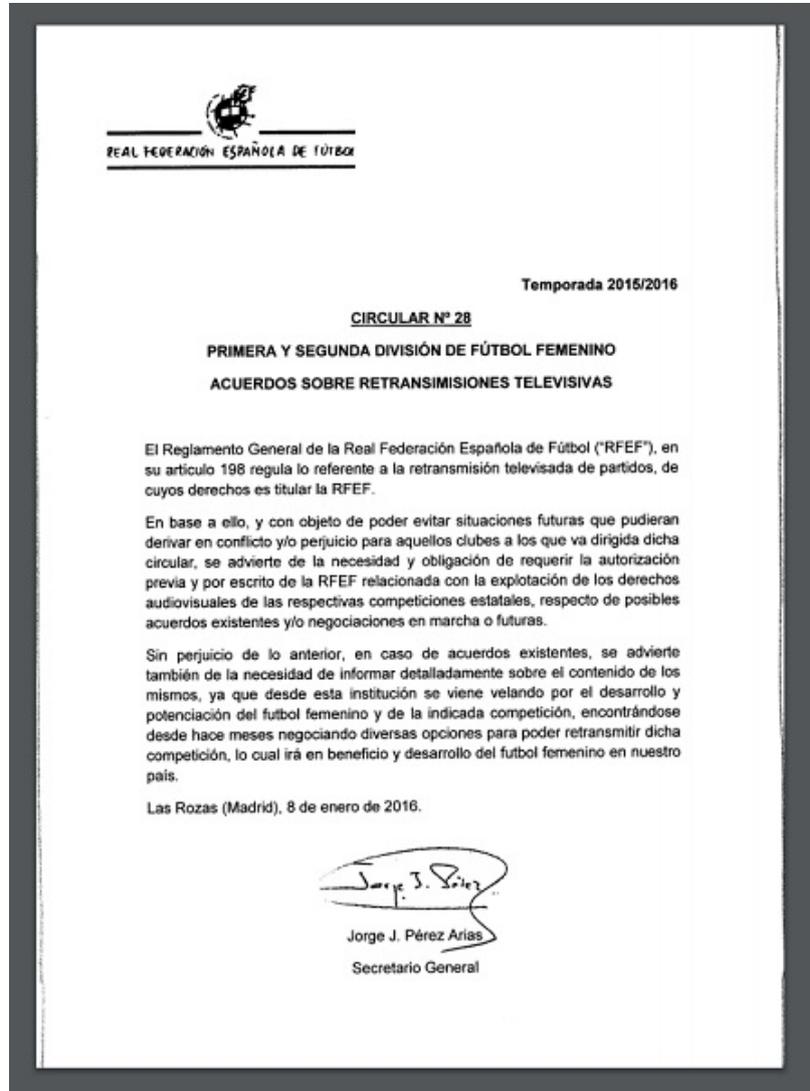
M.Menchén

14 ene 2016 - 05:00

La Liga ha decidido apostar fuerte por el fútbol femenino, y el ejemplo más rápido de este interés ha sido el acuerdo con beIN Sports para que semanalmente retransmita un partido de Primera División. Sin embargo, el acuerdo parece que se cerró a espaldas de la Real Federación Española de Fútbol (Rfef), a la que no ha sentado muy bien este proyecto. Es más, el pasado 8 de enero, tres días después de darse a conocer la noticia, envió una circular a todos los clubes advirtiéndoles de que la dueña de sus derechos audiovisuales es la institución presidida por Ángel María Villar.

En la carta, firmada por el secretario general y posible aspirante a presidir la Federación, Jorge J. Pérez, se advierte a los equipos de Primera y Segunda División de fútbol femenino de que necesitan una autorización previa para vender sus derechos audiovisuales, ya que el reglamento general otorga su propiedad a ente federativo. Por ello, y tras firmar con beIN Sports sin el aparente conocimiento de Villar, "se advierte de la necesidad y obligación de requerir la autorización previa y por escrito".

En realidad, apenas existe negocio con los derechos televisivos de esta competición, ya que fuentes concededoras del contrato indican que básicamente se asume la producción y transmisión de un partido por semana "para dar apoyo al fútbol femenino". Pese a ello, y ante la evidencia de que el canal operado por Mediapro ya ofreció este fin de semana un primer encuentro, la misiva añade que "en caso de acuerdos existentes, se advierte también de la necesidad de informar detalladamente sobre el contenido de los mismos".



Circular enviada por la Federación a los clubes femeninos de Primera División.

La Federación quiere conocer cuáles han sido los movimientos de los equipos, guiados por La Liga la mayoría de ellos a través de la recién constituida Asociación de Clubes de Fútbol Femenino. Según su carta, el interés reside en que "desde esta institución se viene velando por el desarrollo y potenciación del fútbol femenino y de la indicada competición, encontrándose desde hace meses negociando diversas opciones para poder retransmitir dicha competición, lo cual irá en beneficio y desarrollo del fútbol

femenino en nuestro país".

Tras el Mundial de Canadá, y en plena efervescencia mediática por la presencia de *La Roja* en el torneo, se especuló con que Teledeporte podría asumir las retransmisiones a través del acuerdo de patrocinio firmado con Loterías y Apuestas del Estado (LAE), por el que le asignaba siete millones de euros anuales para la retransmisión de eventos deportivos de disciplinas emergentes. Sin embargo, del trabajo de la Federación en la comercialización del torneo sólo ha trascendido una denuncia de Seyer Gestión por renunciar a una oferta de 6,6 millones de euros en seis temporadas para la "explotación de todos los derechos del plan de patrocinio de las competiciones deportivas".

De hecho, la propia Federación ha rebajado sus objetivos para este torneo. Después de anunciar en septiembre un plan para crear una nueva competición profesional, desde el propio organismo se minimizó el impacto al lanzamiento de becas para facilitar que las jugadoras puedan compaginar los entrenamientos con su formación como profesionales, ya que muchas de las futbolistas no tienen sueldo.

Ahora está por ver si la Rfef da por bueno el acuerdo con beIN Sports o si decide rescindirlo en pro de un contrato con un operador distinto, como insinúa en su circular a los clubes. En este sentido, cabe indicar que muchos clubes ya se encargan de la producción y emisión de sus propios partidos cuando juegan como local, como es el caso del FC Barcelona, que, además, esta temporada ha decidido profesionalizar toda la estructura del fútbol femenino.



Valencia Femenino-UDG Tenerife Egatesa fue el primer partido emitido por beIN Sports.

Ante este nuevo foco de disputa que se avecina entre la Rfef y La Liga, está por ver qué posición acaban adoptando Barça, Athletic Club y Real Sociedad, los tres únicos equipos que por ahora no se han sumado a la Asociación de Clubes. "Me gustaría que estuviésemos todos todos todos, pero no pasa nada. Estamos casi todos. Suficiente para arrancar un proyecto", justificó entonces Javier Tebas, presidente de la patronal.

Su compromiso es claro y la hoja de ruta, al menos, más evidente. El primer paso pasaba por asegurar un contrato de televisión que garantizara la presencia asidua de esta disciplina en los medios de comunicación. "No debemos esperar a que los medios vengan, sino que debemos ser proactivos y proponerles contenidos innovadores", según explica Pedro Malabia, responsable del fútbol femenino en La Liga, en la *Revista Jurídica LaLiga*. En este sentido, Tebas también dijo que se propondrá que la disciplina participe en LFP World Challenge, el programa que organiza giras estivales para clubes medianos.

Para ello también será importante la implicación de equipos que hasta ahora no tenían equipo en este torneo, como Deportivo de la Coruña o Real Madrid. El primero ya ha dicho que la próxima temporada lo pondrá en marcha, mientras que el segundo lleva meses analizándolo y es probable que acabe entrando ante el potencial de negocio que podría tener. "Actualmente, 19 de los 42 clubes adscritos a La Liga tienen equipos o sección de fútbol femenino, y detectamos un creciente interés en aquellos que no tienen", añade Malabia en la citada entrevista, recordando que en la patronal tendrán un servicio de asesoría para sacar adelante sus iniciativas.

PALCO23

Como todo, al final el negocio procederá de la búsqueda de patrocinadores interesados en invertir en una competición que actualmente apenas tiene repercusión en los medios y sufre demasiado para congregarse a los aficionados en torno al terreno de juego. La Liga aseguró que pondrá toda su maquinaria comercial al servicio del proyecto para hacer atractivo el producto, y algunos medios como *As* han indicado que ya habría empresas españolas interesadas en invertir cerca de dos millones anuales.