

## COMPETICIONES

# BBVA se asegura la presencia de su logo en los resúmenes de los partidos

M.M.A.  
4 may 2015 - 04:54

La Liga de Fútbol Profesional (LFP) aspiraba a que el nuevo modelo televisivo pusiera fin a la emisión de resúmenes gratuitos. Sin embargo, el Gobierno ha decidido preservar la gratuidad de estos contenidos bajo el pretexto del “derecho a la información de los ciudadanos”. Esta medida supone negar un aumento de los ingresos de en torno a 40 millones de euros, según los cálculos de los clubes, pero a cambio se buscará un incremento de los ingresos por patrocinio.

La intención de Javier Tebas, presidente de la patronal, era emular a la Premier League, que ya ha adjudicado a la BBC la emisión en exclusiva de los resúmenes a cambio de 68 millones de libras (92,5 millones de euros) por temporada. “Hay que acabar con la selva de goles que están por todas las cadenas nada más terminar los partidos y crear un producto exclusivo con los resúmenes”, había llegado a declarar el año pasado el dirigente.



Recreación del logo que podría incluirse en los resúmenes.

“No será exigible contraprestación alguna”, le ha contestado el Gobierno, que sí reduce de tres minutos a minuto y medio la duración de esas emisiones. Eso sí, el Real Decreto Ley

permitirá a La Liga maximizar sus ingresos por la vía del patrocinio. Y es que el logo de La Liga y de BBVA deberá aparecer durante todos los resúmenes. “Durante la emisión del resumen deberá garantizarse la aparición permanente del logotipo o marca comercial de la entidad organizadora y del patrocinador principal de la competición”, precisa el documento.

Esta fórmula debería permitir a Tebas exigir una mayor contraprestación económica a la entidad financiera, ante el aumento exponencial que conseguiría con la aparición de su marca en todos los resúmenes. BBVA actualmente paga 23,5 millones de euros anuales a La Liga y tiene contrato hasta 2016, con opción a renovar hasta 2018.

El Real Decreto, que lo que hace es modificar la Ley General de Comunicación Audiovisual, advierte que la gratuidad de la cesión será “únicamente para programas de información general”. Los operadores que adquieran las imágenes sólo deberán pagar “los gastos necesarios para facilitar la elaboración del resumen informativo”.

Lo mismo sucede con las emisoras de radio, que, al no modificarse la actual legislación, podrán seguir disponiendo de libre acceso a los estadios “a cambio de una compensación económica equivalente a los costes generados por el ejercicio de tal derecho”. La Audiencia Nacional fijó este precio en 100 euros por partido, lo que se calcula que apenas supone una recaudación de 80.000 euros al año, frente a los 708.000 euros que exigía la LFP.