

## COMPETICIONES

# FOX y Turner ganan a ESPN y Mediapro en la pugna por el fútbol argentino

Palco23

14 mar 2017 - 09:30

El fútbol argentino ya tiene un nuevo socio audiovisual. La Asociación del Fútbol Argentino (AFA) decidió ayer adjudicar las retransmisiones de sus campeonatos a la alianza formada por FOX y Turner, que unieron fuerzas para batir las propuestas que habían presentado ESPN y Mediapro, respectivamente. El acuerdo podría extenderse durante toda una década, a contar desde este mismo curso.

Aunque los términos económicos no se han hecho oficiales, el diario local *La Nación* señala que las dos multinacionales americanas han ofrecido un primer pago de 1.200 millones de pesos (72,2 millones de euros) como garantía y un pago fijo anual de 3.200 millones de pesos. De esta forma mejoran la oferta mínima que establecían los pliegos, y que se situaba en 3.000 millones de pesos (180,5 millones de euros) por temporada, en un contrato a cinco años y prorrogable por otros cinco.

El esquema diseñado por AFA también establece que la asociación retendrá los *naming rights* del campeonato, al tiempo que el nuevo operador audiovisual asume que el contrato se limita a las retransmisiones de Primera División en Argentina y que la comercialización a nivel internacional seguirá en manos de la agencia Torneos hasta diciembre de 2019. Esta empresa es la que, según el citado medio, asumiría las tareas de realización.

Tras este nuevo contrato, el fútbol argentino dejará de emitirse en abierto y pasará a la televisión de pago, con una esperada mejora de la producción de las retransmisiones. Para conseguirlo, el Gobierno también aprobó a principios de marzo la rescisión del programa Fútbol para Todos, que supuso un ingreso extraordinario de 350 millones de pesos (21,4 millones de euros) para los clubs.

La resolución de este proceso ha dado al traste con las aspiraciones de Mediapro, que incluso desplazó a Argentina a uno de sus fundadores, Tatxo Benet, junto al exentrenador Jorge Valdano, para realizar una rueda de prensa en la que vender su propuesta al gran público. Su gran activo es el trabajo que se ha realizado con La Liga, tanto en términos técnicos de la calidad de las retransmisiones, como en la comercialización internacional.