

## ENTORNO

# Rubiales abre otro frente con Mediapro: le deja en 'fuera de juego' para el concurso del VAR hasta 2023

La Rfef abre un concurso cuyas cláusulas dejarían fuera al grupo audiovisual, pese a que algunas fuentes señalan que hay contratos en vigor por más años. Se trata de un negocio que ascendería a 25 millones de euros, al que ahora sólo podría optar Hawk-Eye.

M.Menchén  
16 may 2019 - 05:00

La Rfef rompe contrato con Mediapro y saca a concurso el VAR hasta 2023

La Real Federación Española de Fútbol (Rfef) se expone a un nuevo frente legal con Mediapro. El regulador ha decidido poner en marcha un concurso para adjudicar el suministro del sistema de videoarbitraje (VAR) entre 2019-2020 y 2022-2023, cuyas cláusulas volverían a invalidar la concurrencia del grupo audiovisual, según ha podido saber *Palco23*. No es una cuestión menor, pues se trata de un contrato que ascenderá a más de seis millones de euros anuales entre Primera y Segunda División, al que ahora prácticamente sólo podrá optar Hawk-Eye.

La cuestión podría ir a más, ya que algunas fuentes indican que el contrato firmado en 2018 entre la Rfef, LaLiga y Mediapro abarcaba cuatro temporadas de prestación del servicio, mientras que desde la Federación lo niegan. Otros dirigentes consultados indican que se estaría dando por finalizado el acuerdo en paralelo al vencimiento del convenio regulador del fútbol profesional, en el que se incluye el arbitraje.

La razón es que los pliegos vuelven a estar diseñados de forma que el organismo presidido por Luis Rubiales volverá a dejar fuera a la empresa barcelonesa, como ya sucedió con la emisión de la final de Copa del Rey. Se trata de una cláusula con la que se excluye a "empresas o grupos de empresas que hayan sido sancionadas penalmente o hayan reconocido su responsabilidad penal" por delitos como sobornos o tráficos de influencia.

La Rfef considera que Mediapro se vio salpicada por el *Fifagate*, la trama de corrupción que señaló a varios dirigentes del fútbol latinoamericano antes de 2015. Por el

contrario, la empresa ha insistido en que finalmente quedó absuelta y sin la presentación de cargos contra la matriz del grupo. Al contrario, la investigación de la Fiscalía de Estados Unidos se centró finalmente en los tres ex ejecutivos que estaban al frente de la filial en el país.

La reclamación por daños y perjuicios puede ser elevada, ya que el contrato que la Rfef ha sacado a concurso puede llegar a suponer un negocio próximo a los 25 millones de euros por todo el periodo. Ahora bien, la cifra puede ser finalmente mucho más elevada, pues en los pliegos se solicita al adjudicatario una serie de servicios que no estarían en sus manos, como son los relacionados con los derechos audiovisuales.

La Federación señala que “el proveedor ha de grabar, cargar y almacenar en un NAS dedicado (accesible para Rfef) todos los incidentes de partidos que sean relevantes, de acuerdo con la selección que realice el responsable VAR de la Rfef”. Una cuestión que está por ver hasta qué punto infringe los derechos adquiridos por Telefónica, que a partir de 2019-2020 será el propietario de todas las retransmisiones del fútbol español. Las fuentes consultadas señalan que también podría haber problemas en la interconexión de los momentos de revisión de jugadas con la retransmisión televisiva, un escollo que hasta ahora se salvaba porque la producción de los partidos correspondía también a Mediapro.

Otro aspecto de los pliegos que pueden provocar cierta polémica, en esta ocasión con LaLiga, es la breve referencia a los horarios. Pese a que los derechos televisivos ya se han adjudicado hasta 2022 y mantienen las franjas actuales, la documentación indica que “el proveedor debe tener en cuenta que con carácter general se jugarán un máximo de 4 partidos en la misma franja horaria”. Hoy, entre LaLiga Santander y LaLiga 1|2|3, sólo suelen solaparse tres encuentros, ya que en Segunda sí se inician encuentros de forma simultánea en muchas jornadas.

Ahora está por ver cuántas empresas optan al concurso, porque uno de los requisitos para los candidatos es “haber prestado el mismo servicio o similar en las competiciones de clubs o de selecciones de fútbol en las últimas dos temporadas”. Y en el mercado, si bien hay trece compañías homologadas por la Fifa, sólo hay dos con cierta experiencia en esta actividad: Mediapro y la alemana Hawk-Eye.

La compañía, famosa por crear el Ojo de Halcón en tenis, empezó a abrir mercado en el fútbol con su tecnología para saber al momento si un balón había entrado o no dentro de la portería. En su contra, juega el hecho de que en muchas ocasiones suele incluir en sus paquetes tanto el VAR como la tecnología en línea de gol, una cuestión que encarecería el precio que actualmente se paga, pese a que las cámaras que hoy se instalan en los campos permiten aclarar si un balón traspasa o no la línea de gol.

Ese servicio, no obstante, le permitió rápidamente adaptarse a la introducción del VAR y fue la compañía que se adjudicó el servicio para el Mundial de Rusia 2018. Poco después, la empresa alemana sumó la Ligue-1 y Ligue-2 en Francia, y la Bundesliga, que tras una serie de problemas técnicos decidió introducir el VAR a comienzos de este año. En Latinoamérica, logró imponerse en las licitaciones abiertas por Conmebol para Libertadores y la Sudamericana, mientras que la Confederación de Fútbol de Brasil (CFB) para el Campeonato Brasileiro Serie A.

Mediapro, por su parte, se encarga de este servicio en LaLiga desde el año pasado, pero también ha logrado alcanzar acuerdos con las competiciones oficiales de Portugal, Grecia, México, Chile y Emiratos Árabes Unidos. Además, presta servicios relacionados con el videoarbitraje a la propia Conmebol, la Confederación Asiática de Fútbol (CAF) y la Federación Internacional de Baloncesto (Fiba).

En la lista de candidatos homologados por Fifa, aunque sin experiencia conocida, también están las alemanas Broadcast Solutions y TGI Worldwide; la brasileña Broadcasting Televisão; la americana ChyronHego; la eslovaca Colosseo EAS; la canadiense Evez; la belga EVS; la británica SBG Sports Software; la china Simply Live; la rusa Slomo TV, y la francesa Vogo Sport.

## Un nuevo capítulo en la negociación del convenio regulador

Las fuentes consultadas señalan que el movimiento de la Rfef se enmarca dentro de las negociaciones existentes para la firma de un nuevo convenio que regule las relaciones entre la Federación y LaLiga. La intención de Rubiales es que el VAR forme parte de ese documento y ahí se precisen las contraprestaciones económicas que se deriven, adicionales a las que ya se venían incluyendo para el pago de los árbitros. Por el contrario, la asociación de clubes considera que la prestación del servicio, al ser facilitado por un tercero, debería ser un contrato independiente.

El margen de la negociación es escaso, pues el acuerdo en vigor vence el próximo 30 de junio. En las últimas semanas se han producido numerosas reuniones de trabajo con la intermediación del Consejo Superior de Deportes (CSD), en las que se ha ido avanzando en determinados aspectos. “Un acuerdo pasa por no aclarar las competencias; en eso estamos ahora mismo muy lejos y nos llevaría a acudir a los juzgados”, admitía Rubiales la semana pasada.

LaLiga no está dispuesta a ceder en aspectos que considera claves para la construcción de su negocio, como son los horarios, el nombre de la competición o la

---

# PALCO23

---

elección del proveedor del balón oficial. También está en juego quién decide sobre cuestiones como la publicidad en las equipaciones o los requisitos mínimos que deben cumplirse para competir en las dos categorías profesionales del fútbol español.