

El derecho de arena en el ámbito de los eSports: bases para su reconocimiento como derecho de propiedad intelectual

The Right of Arena in eSports: foundations for its recognition as an intellectual property right

Iván Vargas-Chaves

Universidad Militar Nueva Granada (Colombia)

Resumen: En el marco de la discusión sobre reconocimiento del derecho de arena en el ámbito de los eSports, el presente artículo tiene por objetivo analizar el contexto jurídico y teórico a través del cual se contempla su extensión como reconocimiento al esfuerzo de los gamers en la puesta en escena y ejecución de las emisiones en plataformas de streaming. La metodología utilizada de análisis documental es de tipo funcional y estructural, a partir de la información especializada proveniente de artículos publicados en revistas indexadas, normatividad vigente, jurisprudencia y otros documentos como reglamentos o información disponible en páginas oficiales de eSports. En la discusión, se presenta el escenario de debate tanto a favor como en contra del reconocimiento del derecho de arena a favor de los gamers, advirtiendo que de momento no existen respuestas sencillas, y que será un reto para la propiedad intelectual concebir mecanismos que le den valor y reconozcan de forma expresa este esfuerzo. Como resultado, el artículo plantea la necesidad de desmarcarlos como meros usuarios de videojuegos, contemplando esta figura en los ordenamientos internos como un derecho intangible, personalísimo e irrenunciable a favor de quienes han hecho en parte posible el éxito que hoy tienen los eSports.

Palabras clave: eSports, Derecho de arena, Gamers, Propiedad intelectual, Derechos de transmisión y retransmisión.

Abstract: The recognition of the 'right of arena' in the field of eSports is a complex and controversial issue. This paper analyzes the legal and theoretical context of this debate, focusing on the contribution of gamers to the production and broadcasting of eSports events. The paper uses a functional and structural approach to documentary analysis, drawing on information from indexed journals, current regulations, case law, and other documents, such as regulations or information available on official eSports websites. The discussion presents the arguments for and against the recognition of the right of arena for gamers, concluding that there are no easy answers currently. The paper argues that it will be a challenge for intellectual property law to develop mechanisms that give value and express recognition to the efforts of gamers. As a result, the author proposes the need to distinguish gamers from mere video game users; and proposes that the right of arena be recognized in domestic legal systems as an intangible, personal, and non-waivable right in favor of those who have made the success of eSports possible.

Keywords: eSports, Right of arena, Gamers, Intellectual property, Broadcasting and retransmission rights.

Fecha recepción: 03-12-23. Fecha de aceptación: 01-04-24

Iván Vargas-Chaves

ivargas@outlook.com

Introducción

Los eSports o deportes electrónicos son una disciplina competitiva donde individuos o equipos participan en juegos, con reglas propias y una organización que se rige con autonomía, apalancada en el desarrollo tecnológico y en constante evolución (Brea Castro, 2021; Davydova et al, 2024). Esta disciplina incluye juegos como League of Legends, Fortnite o Rocket League, entre muchos otros, en los cuales se organizan certámenes con cientos de miles de espectadores en todo el mundo, patrocinadores, y un conjunto de actores que han impulsado la consolidación de esta disciplina deportiva (Rey Pérez & Rubio, 2023).

Por otra parte, los derechos de transmisión y retransmisión de eventos deportivos adquieren especial relevancia para el negocio deportivo al representar un flujo constante de ingresos que beneficia a todos los actores e intereses que confluyen en el ámbito deportivo; especialmente para los organizadores, equipos y ligas (Wong, 2010). En este contexto, el derecho de arena como construcción jurídica atípica, propone el reconocimiento de derechos conexos a favor del dueño o titular de un escenario o espacio deportivo donde se llevan a cabo certámenes y competiciones. En el ámbito deportivo, el derecho de arena también ha adquirido un lugar en el debate sobre su futuro reconocimiento nor-

mativo como derecho —de propiedad intelectual— conexo de los deportistas que participan de un evento transmitido o retransmitido por cualquier medio de comunicación, sea en medios visuales, audiovisuales, radiofónicos o digitales como plataformas de streaming, y que se sustenta en su derecho de imagen (Lindholm, 2019; Vargas-Chaves & Varón-Vanegas, 2022).

El presente artículo, que es producto resultado del ejercicio académico como profesor de la Universidad Militar Nueva Granada, estudia la viabilidad del reconocimiento del derecho de arena a favor de los gamers en el ámbito de los eSports. En este sentido, se plantea como objetivo analizar el contexto jurídico y teórico a través del cual se contempla su extensión, en tanto que es el gamer —que es quien emite sus partidas o participación en competiciones a través de plataformas Twitch o YouTube— quien debe desplegar un esfuerzo importante en la puesta en escena y ejecución de la transmisión; además de reconocerse el esfuerzo que realiza en posicionar su imagen y construir un relacionamiento con la comunidad de espectadores. La metodología utilizada se respaldó en un análisis documental de tipo funcional y estructural sobre la información especializada proveniente de artículos publicados en revistas indexadas, normatividad vigente, jurisprudencia y otros documentos como reglamentos o información disponible en páginas oficiales de eSports.

A partir de la elección de unas palabras clave consideradas relevantes para el cumplir con el objetivo propuesto, se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva que fue validada desde la co-citación de los hallazgos bibliográficos, logrando identificar las referencias usadas de frecuente. Así, se otorgó un peso diferente a las fuentes y, al mismo tiempo, se suprimieron los registros bibliográficos duplicados.

El artículo está dividido en cuatro apartados de contextualización teórica, donde en primer lugar se realiza una aproximación al deporte como red compleja de aportes e intereses, además de los eSports y de la propiedad intelectual en el ámbito deportivo, antes de finalizar con el estudio del derecho de arena como un derecho de propiedad intelectual. A continuación, se lleva a cabo la discusión en tres momentos, primero, delimitando el alcance del derecho de arena; segundo, formulando una aproximación conjunta entre el derecho de arena y los eSports; y tercero, esbozando las implicaciones y planteando necesidad del reconocimiento del derecho de arena de los gamers. Por último, se presentan las conclusiones.

En la discusión, se presenta el escenario de debate tanto a favor como en contra del reconocimiento del derecho de arena a favor de los gamers, advirtiendo que de momento no existen respuestas sencillas, y que será un reto para la propiedad intelectual concebir mecanismos que le den valor y reconozcan de forma expresa el esfuerzo que estos realizan al interpretar o ejecutar un videojuego en plataformas de streaming, que es un acto público de todos modos.

Como resultado, el artículo plantea la necesidad de contemplar esta figura en los ordenamientos internos como un derecho intangible, personalísimo e irrenunciable a favor de los gamers, reconociendo en todo caso su gran aporte a este sector. Sin ellos, los eSports difícilmente tendrían el éxito que hoy tienen. Hasta entonces, se propone que cualquier aproximación jurídica que se realice sobre los gamers, deberá —antes que todo— desmarcarlos como meros usuarios de videojuegos. No en vano los eSports son una realidad, y los gamers una parte muy importante del futuro en el ámbito deportivo y del entretenimiento.

Marco teórico

El deporte como red compleja de actores e intereses

El deporte, entendido como conjunto de actividades recreativas y/o competitivas que involucra a un gran número de personas y organizaciones —cada una con sus propios objetivos, eje una red compleja de intereses, gracias a los cuales se hace posible que el deporte sea tal como lo conocemos hoy en día. Así, los organizadores de competiciones y torneos deportivos son quienes asumen la responsabilidad de planificar y llevar a cabo estos eventos. Su objetivo es el de organizar el desarrollo de eventos que logren atraer no solo a deportistas y espectadores, sino además captar la atención del sector público y privado, a través de apoyo o patrocinios (Andreff, 2008).

Para lograr este propósito, los organizadores trabajan en estrecha colaboración con las federaciones deportivas, los

mismos deportistas, los equipos, los patrocinadores y los medios de comunicación, entre otros actores que se suman a esta red (Woratschek et al, 2014). Por ejemplo, las federaciones deportivas en su calidad de organizaciones responsables de la gestión de un deporte, que cumplen un papel muy importante en fijar y actualizar las reglas de juego, propugnando por que los deportistas compitan en igualdad de condiciones.

A su vez, los deportistas, equipos y entrenadores son los que compiten en los eventos con el fin de ganar, establecer récords, y en general ser reconocidos por sus logros. Para ello, deben entrenar de forma constante de la mano de un equipo de asesores médicos, nutricionales o técnicos. No en vano la medicina deportiva se ha posicionado como una opción de especialidad médica con un gran auge en varios países, al igual que la nutrición deportiva o la fisioterapia especializada en algunos deportes como el fútbol, la natación o el balonmano (Chao, Guo & Wang, 2022; Pancorbo, 2008).

En el ámbito del negocio y la gestión deportiva, los fabricantes de ropa y material deportivo buscan por su parte conseguir buenos resultados comerciales. Con este objetivo, trabajan para producir productos innovadores y de alta calidad que les brinden una ventaja competitiva en el mercado (Foster, O'Reilly & Dávila, 2020). Para ello, deben invertir en investigación y desarrollo y colaborar con atletas de alto nivel, así como con equipos en calidad de patrocinadores (Rosner & Shropshire, 2011).

Los patrocinadores utilizan los derechos que les otorgan sus marcas en acuerdos de patrocinio para promocionar sus productos en eventos deportivos y ofrecer una importante fuente de ingresos a los organizadores de estos eventos (Woratschek et al, 2014). De esta manera diseñan estrategias de marketing eficaces que atraen a los aficionados al deporte, mientras posicionan su marca (Martínez, 2015). Este posicionamiento se da en medios de comunicación, en los mismos escenarios deportivos o en plataformas en línea, donde también se transmiten y retransmiten eventos para llegar a más espectadores.

De hecho, el rol que han venido adquiriendo los medios de comunicación y las plataformas digitales en los últimos años ha sido cada vez más relevante, contribuyendo a la globalización de nuevos deportes como es de los eSports o deportes electrónicos. Esto también explica su creciente popularidad. En el caso de las plataformas, aumenta el interés por obtener de forma exclusiva los derechos de transmisión y retransmisión de eventos deportivos en vivo, en aras de aumentar sus índices de audiencia (Jenny et al, 2018; Leis et al, 2021).

Por último, los aficionados o seguidores de clubes, equipos o de competiciones están dispuestos a gastar en indumentaria, abonos y acceso preferente a escenarios deportivos para poder estar lo más cerca posible a un evento. En el supuesto de no poder asistir, asumen el pago de una mensualidad en servicios de cable, plataforma o streaming de para ver en directo o en diferido los eventos deportivos. Así, a medida que las tecnologías continúen avanzando, la

relación entre medios o plataformas y aficionados continuará mejorando, abriéndose a nuevas vías y con una mayor proximidad, tal como se puede ver con el crecimiento gradual de certámenes como la Kings League (Chacón, 2023).

En suma, el futuro del deporte se marcará por las capacidades que logren desarrollar los diversos actores para trabajar conjuntamente, y al mismo tiempo adaptarse a los retos que y cambios que día a día se generan en todo el mundo (Houlihan, 2014). Los deportes el fútbol seguirán movilizándolo un gran capital, y alentando a cientos de millones de aficionados en todo el mundo a destinar una parte de sus ingresos en un sector muy rentable y con un enorme potencial de crecimiento.

Los eSports: contexto y perspectivas

Las nuevas tecnologías han impactado de forma significativa en el relacionamiento de los individuos —especialmente adolescentes y adultos jóvenes— en el consumo y práctica de juegos o actividades de ocio, llegando, en algunos casos, a ‘profesionalizarse’ esa participación al emerger nuevas disciplinas en el contexto de los eSports o deportes electrónicos (Hayday Collison-Randall & Kelly, 2022). Este escenario especialmente se produjo durante el confinamiento por el COVID-19, cuando se empezaron a restringir prácticas deportivas presenciales por razones de seguridad (Newzoo, 2021).

Así, los eSports se consolidan como una disciplina donde individuos o equipos participan en juegos en medios electrónicos con reglas propias y actores que intervienen en estos, por ejemplo, jugadores, organizadores, programadores, entrenadores o patrocinadores; además de una amplia gama de competencias¹ que sustentan una industria que ha crecido a un ritmo vertiginoso en las últimas décadas gracias a la acogida que estos han tenido en las generaciones actuales (Bascón Seda & Rodríguez Sánchez, 2020; Bánay et al, 2019; Davydova et al, 2023).

Sin embargo, su popularidad es reciente, pues fue hasta la década de los setenta cuando los *gamers* empezaron a interactuar entre ellos a nivel competitivo, con reglas propias y en espacios abiertos o cerrados, gracias al antecedente que supuso la exitosa introducción de consolas de primera y segunda generación como los modelos 2600 y 5200 de Atari o el Tele-Spiel de Philips (Vargas-Chaves & Varón-Vanegas, 2023).

Durante la década de los ochenta, con la puesta al público de videojuegos como Asteroids o Pac-Man, que tuvieron como antecedente el lanzamiento de Pong en 1972 —y también gracias a la masificación de las consolas Nintendo Entertainment System (NES) y Sega Genesis— se consolidó la popularidad de los eSports (Gallagher & Park, 2002; Cuenca Orozco, 2011; Kent, 2010). La década de los noventa fue testigo del lanzamiento de algunas de las franquicias de videojuegos más populares de todos los tiempos. Se destacan Final Fantasy, The Legend of Zelda y las versiones

más desarrolladas de International Superstar Soccer y FIFA de EA Sports (Consalvo, 2022).

En los noventa, también fuimos testigos del desarrollo e introducción a gran escala de Internet, cambiando la forma en que se practicaban los videojuegos, y permitiendo que, a través de los juegos multijugador en línea, no fuera necesario estar presente en un recinto abierto o cerrado para competir (Whalen, 2013). Desde entonces, los eSports han seguido mejorando, evolucionando e introduciendo nuevas características, por ejemplo, gráficos más realistas y envolventes, y una mayor inmersión en el juego (Hallmann & Giel, 2018).

En los últimos años, los eSports han ganado una enorme popularidad con certámenes que atraen a millones de espectadores de todo el mundo por medio de plataformas como Twitch y YouTube; sin omitir tampoco los premios que se ofrecen a los participantes o equipos ganadores de las competiciones. Actualmente juegos como League of Legends o F1 gozan de gran aceptación como eSports al contar con infraestructuras propias, patrocinadores, staff, organizadores y diversos participantes, dentro de redes complejas de actores e intereses (Vargas-Chaves & Varón-Vanegas, 2023).

Si bien resulta complejo predecir el futuro para los eSports, es claro que seguirán evolucionando gracias a los avances tecnológicos introducidos desde la realidad virtual y la inteligencia artificial (Johnson & Woodcock, 2021). Si a ello se le añade el auge que están teniendo las nuevas franquicias de videojuegos, además de los certámenes y torneos de eSports —que en cada edición atraen más público—, sin duda el futuro del deporte se encontrará con un sector lo suficientemente consolidado como para ser incluido en juegos regionales e internacionales donde convergen varias disciplinas deportivas.

La propiedad intelectual y su relevancia en el ámbito deportivo

La propiedad intelectual es una disciplina jurídica y de gestión que abarca un conjunto de derechos que protegen las creaciones que nacen del intelecto humano, por ejemplo las invenciones de producto y procedimiento patentables, los signos distintivos como las marcas, los diseños industriales, y, entre otros, las obras artísticas, literarias, técnicas o el software, las cuales son protegidas por el régimen de derecho de autor.

En el ámbito deportivo, la propiedad intelectual juega un papel clave para garantizar la protección de todos los actores en este ámbito, desde los derechos de los deportistas y los organismos deportivos, pasando por los medios de comunicación y federaciones, hasta abarcar todas las empresas que operan e invierten en este sector (Wong, 2010; Leeds, Von Allmen & Matheson, 2022). Si se piensa en Tiger Woods o Cristiano Ronaldo, ambos dependen hoy de la propiedad intelectual para asociar los nuevos productos en el mercado a sus marcas personales registradas, o también

¹ Estas competencias van, desde juegos FPS de tiro o disparo en primera persona como Fortnite o Destiny o juegos RTS de estrategia en tiempo real como Warcraft; pasando por juegos de lucha como WWE 2K o Super Smash Bro; de rol

multijugador en línea como League of Legends; de carreras como F1 o iRacing, hasta llegar a juegos de cartas como Hearthstone o de simulación deportiva como eFootball o EA Sports FC, entre muchos otros.

para mantener la exclusividad de otros negocios que han impulsado desde su imagen y reputación. También, desde su propia imagen pueden llevarse a cabo acuerdos conjuntos con otras marcas, como ocurre con la marca 'Messi', diseñada por Nathan Shinkle, la cual identifica los productos que multinacional Adidas produce y comercializa con la imagen del deportista. El imagotipo se enfoca en la inicial del apellido, acompañado de las franjas distintivas de Adidas.



Figura 1. Imagotipo 'Messi' con las tres franjas distintivas de Adidas. Fuente: Nathan Shinkle (2023, 24 de noviembre)

Por otra parte, la relevancia de la propiedad intelectual en el ámbito deportivo se explica desde los derechos de imagen, a través de los cuales los deportistas pueden controlar el uso tanto de su imagen como de su nombre. Estos derechos, que pueden ser explotados comercialmente, tienen también la aptitud de ser transferidos a terceros para los mismos fines, por ejemplo, mediante la concesión de licencias para su uso en campañas publicitarias o videojuegos.

Al mismo tiempo, la protección de estos derechos ayuda a los deportistas a evitar actos de la difusión de su información personal, o usos no autorizados de imágenes que puedan dañar su imagen o su reputación. Este derecho de imagen, como se verá en líneas posteriores, puede extenderse al derecho de arena como un facultad que puede ejercer un deportista o gamer de recibir un pago por regalías por la difusión que, en transmisión deportivas o a través de medios de comunicación, se realice de su imagen durante las transmisiones y retransmisiones.

En general, la cobertura que le otorga la propiedad intelectual al deporte permite obtener beneficios económicos como ingresos por patrocinio, publicidad y, en el ámbito comercial de los clubes o federaciones deportivas les otorga una amplia gama de derechos que se pueden traducir en un portafolio de activos intangibles de propiedad intelectual, cuyo valor, puede representar una gran parte del patrimonio de estos. A esto, se debe añadir que la protección que confiere la propiedad intelectual a los organismos deportivos, facilitando el financiamiento de su actividad, a la vez que ampara sus intereses económicos respecto a usos no permitidos (Ronquillo, 2018; Ramírez & Quiles, 2021).

Para comprender mejor lo anterior, en el marco de la competición de la F1, la Federación Internacional de Automovilismo, por sus siglas FIA, ha venido ejerciendo con el tiempo un mayor control de toda la transmisión del certamen,

incluyendo la titularidad de los derechos sobre el contenido captado por las videocámaras en los circuitos (Vargas-Chaves & Varón-Vanegas, 2022). Esta misma organización, se vale de la cobertura otorgada por la propiedad intelectual para oponerse al desarrollo de cualquier videojuego relacionado con este certamen, pues, por su modelo de negocio y estructura, la FIA se asemeja más al de un productor que a un licenciante (FIA Formula One World Championship, 2022).

En cualquier caso, el sector privado a través de las corporaciones que participan del negocio deportivo se resguarda en la cobertura que les otorga la propiedad intelectual, desde las patentes de invención, modelos de utilidad y diseños industriales a través de los cuales los fabricantes de material e insumos deportivos gozan de un tiempo de protección determinado, evitando que terceros copien o realicen actos no autorizados por estos (Ronquillo, 2018).

A modo ilustrativo, la multinacional Nike Inc. que ocupa un lugar sobresaliente en el negocio deportivo al ser una de las principales fabricantes de insumos deportivo en todo el mundo, invierte grandes esfuerzos en proteger los activos de propiedad intelectual de sus creaciones a través de marcas, diseños industriales y patentes sobre invenciones y modelos de utilidad, diferenciándose de sus competidores y obteniendo importantes beneficios de retorno y ganancias (Eiritz, 2014; Urgo, 2020).

Se destacan en este sentido las patentes obtenidas por Nike Inc. sobre la espuma *Lunarlon* y la tecnología *Flywire*, incorporadas a varios modelos de zapatillas para reducir su peso y mejorar el desempeño del atleta; o la protección del software que permitía operar la manilla inteligente *Fuel-Band*, lanzada en 2009, con una gran acogida por los deportistas que requerían tener un conteo preciso de su rendimiento, rutas e incluso kilocalorías quemadas.

Los contratos de cooperación entre empresas de distintos sectores también se benefician de las licencias y acuerdos soportadas en la propiedad intelectual. Allí se acuerda, por ejemplo, una distribución de las ganancias o regalías en función del aporte que cada empresa realiza sobre un nuevo producto o proceso. Este fue el caso de la asociación entre Nike Inc. y Apple Inc. para el diseño, producción y comercialización del producto Nike+, un dispositivo acoplado a una zapatilla capaz de monitorear el desempeño de un atleta, con estadísticas enlazadas a dispositivos como el iPhone.

También desde la propiedad intelectual se fomentan acuerdos de cooperación con el uso de signos distintivos como las zapatillas diseñadas en colaboración con Daddy Yankee; o llevando clásicos de Hollywood a sus productos, como la patente sobre el mecanismo de cierre automático de las icónicas zapatillas de Marty McFly en la película *Back to the Future*, o más conocidas como *Air Mags*.

A manera de conclusión preliminar, la propiedad intelectual se ha convertido en un instrumento estratégico, pero también necesario, para el desarrollo del deporte en el mundo. La protección que otorga este régimen a través de

derechos de exclusividad en favor de los deportistas, organismos o federaciones deportivas y las empresas que operan en este ámbito, sin duda contribuye a la sostenibilidad económica del deporte, a la vez que promueve una mejora en la experiencia de los aficionados.

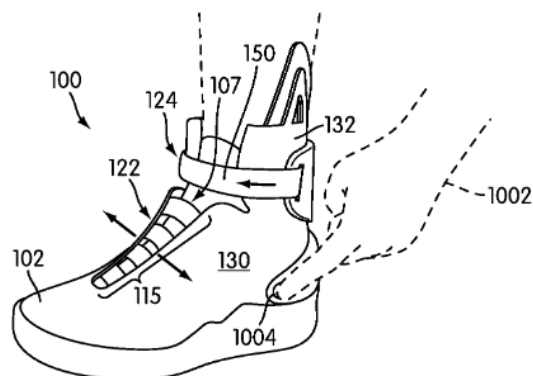


Figura 2. Dibujo de la patente WO/2009/134858 Automatic Lacing System (Nike Inc.). Fuente: World Intellectual Property Organization / Patent Scope (2009, 05 de noviembre)

El derecho de arena como un derecho de propiedad intelectual

El derecho de arena como construcción jurídica atípica propuesta desde la doctrina especializada. La denominación de este derecho proviene de la 'arena' como escenario o espacio deportivo donde se llevan a cabo certámenes en los que deportistas, entrenadores, organizadores, staff y espectadores confluyen, y cuyo despliegue puede ser plasmado o fijado en un soporte tangible o intangible, siendo transmitido o retransmitido en tiempo real o de forma diferida. En este sentido, el derecho de arena implica un reconocimiento económico por la difusión o comunicación pública.

Su articulación a la propiedad intelectual se da desde el derecho conexo de transmisión o retransmisión que se le reconoce a los productores u organizadores de eventos, en tanto adquieren la condición de titular; pero, con la diferencia de establecerse a favor de los deportistas que participan de un evento transmitido o retransmitido (Mosca, 2019). En ambos supuestos, el derecho conexo de transmisión o retransmisión y el derecho de arena pueden abarcar cualquier medio de comunicación, sea en medios visuales, audiovisuales, radiofónicos o digitales como plataformas de streaming (Ceballos Delgado, 2019).

Desde luego que, así como los derechos de transmisión y retransmisión de eventos deportivos adquieren una gran relevancia económica para el negocio deportivo, pues son una fuente constante de ingresos para los organizadores, federaciones, equipos y ligas deportivas, el derecho de arena puede llegar a serlo para los gamers tal como se debatirá en el presente artículo en el caso de los eSports. Por lo demás, el derecho de arena contribuye a la difusión del deporte y a la promoción de una disciplina o equipo en particular, como ocurrió recientemente con el posicionamiento global del Inter Miami FC tras la vinculación de Lionel Messi en 2023.

De hecho, una hora después de que el deportista confirmara —en una entrevista realizada por el medio de comunicación Mundo Deportivo el 7 de junio de 2023— la noticia de que suscribiría un contrato con el Inter Miami FC, las redes sociales de este club duplicaron el número de seguidores. Para el siguiente día, el valor de las entradas para que el que sería posiblemente su primer partido como jugador del club, se había incrementado en un 500% (La Nación, 2023, 8 de junio).

En la legislación comparada, países como México, donde no se reconoce el derecho de arena, cuenta no obstante con el sustento normativo para dar cobertura en un futuro a este derecho. Así, el artículo 121 de la Ley Federal del Derecho de Autor estipula que, excepto que se pacte en contrario, los acuerdos suscritos entre un ejecutante o un intérprete y un productor contempla los derechos de fijación, reproducción y comunicación al público respecto a sus actuaciones. Ello, pese a no reconocerse expresamente el concepto de deportista o gamer, cómo si el de intérprete o ejecutante (Carrillo-Toral, 2006).

Esta situación se replicaría en la legislación española de propiedad intelectual, donde la Ley 22/1987, de 11 de noviembre, establece respecto a los derechos que tienen los ejecutantes e intérpretes —en los términos de los artículos 102 y 107— que estos tienen el derecho de autorizar tanto la comunicación pública como la reproducción de sus ejecuciones, siempre que este permiso se otorgue expresamente y de forma escrita. Lo anterior, sin perjuicio del derecho moral de paternidad que también le asiste en los términos del citado artículo 107, y que le faculta a exigir el reconocimiento de su nombre asociado a las ejecuciones o interpretaciones.

En los dos casos conviene determinar si el alcance de un ejecutante o intérprete puede llegar a considerar el aporte que algunos participantes realizan en ciertos certámenes, como ocurre en Kings League, cuyas reglas fueron escogidas y votadas en redes sociales por los aficionados y organizadores del evento, y en donde el reglamento admite la participación de creadores de contenido, quienes podrían fungir como intérpretes o ejecutante, al tratarse de un nuevo formato deportivo en el que participan streamers como Ibai Llanos, Iker Casillas o Juan Guarnizo.



Figura 3. Transmisión del final four en el Palau Saint Jordi por YouTube. Fuente: Kings League. <https://www.youtube.com/@KingsLeagueOfficial> (2023, 26 de noviembre)

Por lo demás, el derecho de arena no debe confundirse con el derecho de estadio, el cual se refiere al derecho de comunicación pública que ostenta el propietario —o en su defecto titular si adquiere por ejemplo la condición de arrendador— de un escenario deportivo, el cual le permite transmitir o retransmitir por medios audiovisuales un certamen llevado allí cabo. Este derecho, sustenta en dos premisas, la primera, que es la titularidad del uso y goce de este, y la segunda, los riesgos que son asumidos por el propietario o titular durante la celebración del certamen.

A modo de paréntesis, el derecho de estadio adquirió notoriedad con la demanda interpuesta por el Grupo Mediapro contra el FC Barcelona, por la retransmisión en canal BarçaTV del encuentro de la Asociación de Clubes de Fútbol Femenino entre el Barcelona FC y el Atlético de Madrid en 2019. Este derecho fue reconocido a favor del demandado mediante sentencia del Juzgado 47 de Primera Instancia de Barcelona, siendo posteriormente ratificada por la Audiencia Provincial de Barcelona, dejando así un importante precedente en el deporte español sobre el derecho de estadio.

Esta visión del derecho de arena pensada no para el propietario o el titular del escenario deportivo, sino para los deportistas involucrados en un certamen, adquiere una connotación especial dentro de los eSports, pues la inversión en infraestructura física pasa a un segundo plano ante el derecho de imagen u otros derechos de propiedad intelectual como las marcas, el software o derechos conexos que son puestos a disposición por los mismos gamers, quienes se valen de plataformas como Twitch o YouTube para transmitir o retransmitir los certámenes.

Método

Para cumplir con el objetivo propuesto en este estudio, se utilizó una metodología basada en el análisis documental de la normatividad vigente en materia de propiedad intelectual, con un particular énfasis en los derechos de transmisión y retransmisión de emisiones deportivas en medios de comunicación. De forma paralela, se consultó la doctrina jurídica especializada sobre eSports, derechos conexos de intérpretes y ejecutantes, que fue publicada con anterioridad al segundo trimestre del año 2023

Con lo anterior, fue posible llevar a cabo un análisis tanto funcional como estructural de un conjunto de keywords previamente identificados tras estructurar un marco teórico, los cuales, se insertaron dentro de bases especializadas, incluyendo Web of Science y Scopus. Así, dentro del acervo bibliográfico consultado se encontraron elementos representativos que son parte de las discusiones actuales en estos ámbitos. Algunas de las keywords que guiaron la búsqueda fueron las siguientes: ‘derecho de arena’ y su variante ‘derecho de estadio’, derechos conexos, eSports, videojuegos, deportes electrónicos y derechos de transmisión y retransmisión.

La búsqueda si bien estuvo limitada a resultados en revistas académicas indexadas en las referidas bases, también

se extendieron los criterios de búsqueda a capítulos y libros, trabajos de grado a nivel doctoral, memorias de eventos y buscadores de normatividad y jurisprudencia. Con todo lo anterior, tras encontrar los textos y fragmentos que era relevantes para esta investigación, se amplió la búsqueda desde las referencias bibliográficas que en dichos textos se utilizaban.

En total, con la búsqueda se lograron caracterizar 77 documentos, de los cuales 33 provinieron de Scopus y Web of Science, 18 de otras bases especializadas como EBSCO, Scielo o Dialnet, y los 26 restantes en normas, sentencias, capítulos y libros, además de otros documentos como reglamentos e información extraída de páginas web oficiales.

Como método de validación de la co-citación entre los documentos consultados, fueron identificadas las referencias usadas recurrentemente, de modo que se otorgó un peso diferente a las fuentes y, al mismo tiempo, se suprimieron los registros bibliográficos duplicados. Desde este criterio metodológico, apoyado de un enfoque interpretativo-sistemático de las normas, reglamentos, sentencias y demás documentos con contenido normativo, se trazó un mapa de ruta que facilitara tanto recopilar la información clave en el marco teórico, como que sustentara los resultados y la discusión propuesta.

Resultados y discusión

Sobre el alcance del derecho de arena

El derecho de arena puede tener dos connotaciones, como derecho de estadio y como derecho personalísimo asociado a la imagen. En este segundo supuesto, que es en el que se desarrolla el presente artículo, nos referimos como la titularidad que tienen los gamers y los organizadores que participan activamente en el deporte — como ocurre con los propietarios de los clubes de la Kings League, quienes hacen parte de las transmisiones—, respecto a la explotación económica de su imagen a través de transmisiones o retransmisiones.

En cualquiera de los dos escenarios, esto es, derecho de arena en estricto sentido y derecho de arena como derecho de estado, su articulación a la propiedad intelectual se da desde el derecho conexo que se reconoce, y desde donde se controla la exclusividad y la explotación económica a favor de quienes adquieren tal condición de titulares. Este derecho puede abarcar cualquier medio de comunicación, desde medios visuales, audiovisuales o radiofónicos, hasta plataformas digitales (Ceballos Delgado, 2019).

Al referirse a la dimensión ‘personalísima’ del derecho de arena respecto a los deportistas y organizadores que participan activamente, Rangel Medina (1992) sostiene que este es un derecho que se debe reconocer siempre y cuando la transmisión o retransmisión sea comercializada, quedando el pago de la regalía a cargo de quien adquiera estos derechos respecto a la competencia o certamen. En el mismo sentido, señala el autor que cuando concurren dos condiciones, a saber, ejecución pública y pago de entrada, “el beneficio del derecho de arena debe aplicarse en forma

extensiva a los artistas, intérpretes y ejecutantes, aun cuando su actuación no sea un espectáculo deportivo, ni se desarrolle en un campo abierto tradicional” (p. 150).

En el momento de estudiar el alcance del derecho de arena, debe también abordarse el derecho de transmisión y retransmisión de eventos deportivos como un derecho conexo que ha tenido un desarrollo normativo importante en los últimos años, especialmente desde la facilidad de acceso a eventos deportivos través de Internet (Pérez-Peña, Bos-sano-Cruz & Nazareno-Mejía, 2022).

Este derecho conexo les permite hoy a las ligas deportivas, equipos y organizadores contar con un flujo constante de ingresos por concepto de explotación económica. También ha implicado trascendentales fallos judiciales como la STS 3967/2022 del Tribunal Supremo de España, donde se pronunció sobre el litigio de Roja Directa y la infracción del derecho patrimonial la comunicación pública, a través de enlaces, de contenidos deportivos sin la autorización de sus titulares.

Este es un caso que evidencia los avances que también se han dado en este ámbito por vía jurisprudencial. A modo de sinopsis, existió a juicio del Tribunal Supremo una infracción indirecta en los términos del artículo 138.II del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, pues la actuación de Roja Directa, en tanto era una plataforma donde los usuarios compartían enlaces que dirigían el tráfico a eventos deportivos transmitidos en plataformas ilegales, representaba también una conducta lesiva, al cooperar con la misma, pese a tener una capacidad de control o *takedown* sobre los enlaces, y en general del contenido alojado en dicha plataforma.

En este sentido, el alcance del derecho de arena de reconocerse en legislaciones donde aún no se concibe, gozaría de la cobertura del derecho conexo de transmisión y retransmisión (Carrillo-Toral, 2006); máxime si se realiza a través de medios electrónicos donde se genera la emisión, o se lleva a cabo el certamen o torneo. De esta manera les permite a organizadores y demás participantes recuperar sus inversiones u obtener una remuneración por su esfuerzo. Esto contribuye a la sostenibilidad económica del deporte, y a una cultura deportiva donde se reconocen los aportes de los deportistas.

No obstante, el alcance que se le podría reconocer al derecho de arena en las distintas legislaciones podría también traer consigo retos y dificultades, como las limitaciones de acceso a los certámenes y torneos deportivos por parte de los espectadores que no cuenten con la posibilidad de pagar una suscripción o un acceso único al evento, a una plataforma o intermediario que a su vez debe reconocer este derecho pagando una importante suma al titular. Es por ello que no siempre se está dispuesto a retransmitir un evento deportivo a un precio asequible para todos los espectadores (Amor, Aguado-Berenguer & García-Pascual).

Otro problema al que se debe enfrentar la construcción jurídica del derecho de arena se explica en las tensiones que se podrían presentar entre los titulares del derecho y las plataformas de *streaming*, quienes suelen ofrecer el acceso a un

evento en vivo o en diferido dejando abierta la retransmisión para su acceso posterior en cualquier momento. Con todo, son retos que de superarse permitirían introducir este derecho en las diferentes legislaciones nacionales o en instrumentos de derecho internacional.

Hasta la fecha, el único antecedente normativo que puede referenciarse sobre el derecho de arena se encuentra en Brasil donde fue promulgada la Ley N.º 9.615, de 24 de marzo de 1998, más conocida como la ‘Ley Pelé’, la cual además de contemplar varias disposiciones en el ámbito deportivo, regula el derecho de arena a favor de las entidades que organizan o participan en un evento deportivo, reconociéndoles derechos de transmisión, aunque permitiendo que hasta un 3% del evento sea transmitido por otros medios con fines informativos.

En el caso de España, como se indicó en líneas anteriores, este derecho no se tipifica de forma expresa, aunque sí indirectamente a través de la Ley 22/1987, de 11 de noviembre, que reconoce los derechos que tienen ejecutantes e intérpretes de autorizar la comunicación pública y reproducción de sus ejecuciones. Por supuesto que la brecha que existe entre ejecuciones o interpretaciones y eventos deportivos aún es grande, pero aun así la jurisprudencia en dicho país determinó —en el citado litigio *Mediapro vs. FC Barcelona*— que era posible concebir una extensión en este ámbito deportivo.

El otro supuesto citado en líneas anteriores fue el del artículo 121 de la Ley Federal del Derecho de Autor de los Estados Unidos Mexicanos, cuyo alcance es similar a la norma española al otorgar una cobertura indirecta al derecho de arena desde el derecho de reproducir, comunicar públicamente e incluso fijar las emisiones de un intérprete o ejecutante. De hecho, el mismo supuesto se llega a dar en otros términos en la normatividad colombiana, donde se concibe el derecho del ejecutante o intérprete a percibir una remuneración equitativa por la reproducción, comunicación pública o fijación, en los términos de la Ley 1403 del 2010 y del artículo 168 de la Ley 23 de 1982.

Por lo demás, el auge de las plataformas de streaming y las facilidades de acceso que se tienen gracias a la velocidad y cobertura de Internet, han puesto la transmisión y retransmisión de los eventos deportivos en un lugar relevante dentro de los debates en materia de propiedad intelectual. A continuación, se discutirá acerca del alcance que puede tener el derecho de arena en los eSports, haciendo un especial énfasis en la situación de los streamers que emiten sus partidas y a la vez como ejecutantes en transmisiones en plataformas de Internet.

El derecho de arena y los eSports

A finales de la década del 2000 y durante la década del 2010 se dio un auge en la conectividad a través de Internet. El número de usuarios a nivel mundial creció a un ritmo vertiginoso debido, en gran parte, al aumento de la disponibilidad de banda ancha y a la reducción de sus costos, así como a la masificación de los smartphones y las tabletas. Ello, pese a que aún existen importantes brechas de desigualdad en el acceso en países bajo el umbral de desarrollo. El desarrollo

de las aplicaciones móviles y plataformas de streaming, también contribuyen a este auge que ha logrado hacer que Internet sea más social y atractivo para un mayor número de usuarios. En particular, YouTube y Twitch han revolucionado la forma en que los usuarios transmiten en directo a cientos de millones de personas en todo el mundo. Esto desde luego también ha impactado los modelos de negocio, la economía y la cultura.

Con la introducción de estas plataformas, y gracias al desarrollo de nuevos videojuegos, los eSports han logrado introducir una nueva dinámica y, al mismo tiempo, han planteado retos para la regulación en el ámbito de la propiedad intelectual (Van Hilvoorde, 2016; Lee & Schoenstedt, 2011). En este sentido, el derecho de transmisión y retransmisión de eventos deportivos ha ocupado un lugar privilegiado en el orden del día de las discusiones sobre sus implicaciones jurídicas y propuestas normativas de aproximación.

Así, desde todo el abanico de opciones que se ofrecen desde este tipo plataformas, se han generado tensiones entre equipos, ligas y en general organizadores de estos eventos deportivos en su calidad de titulares de los derechos de transmisión, así como los gamers y plataformas de streaming (Roncero & García, 2014). A modo ilustrativo una de las preocupaciones recurrentes de los titulares de estos derechos es la accesibilidad y los costos de acceso a precios más bajos versus los modelos tradicionales en medios de comunicación como la radio o la televisión.

No en vano para algunos sectores esto ha provocado una notable disminución de ingresos por los derechos de transmisión y retransmisión, afectando directamente a la financiación de los organizadores de eventos, ligas y equipos. A lo anterior debe sumarse el apogeo de plataformas de streaming que retransmiten eventos sin la autorización de los titulares, configurando un delito de piratería de contenidos e infracciones a estos derechos conexos de propiedad intelectual

En respuesta, los titulares si bien intentan adoptar medidas tecnológicas de protección, según se menciona en Vargas-Chaves (2016), además de incidir como parte afectada en las discusiones que a nivel legislativo interno e internacional se han dado, como en lo relacionado con el sistema de *notice and takedown*, la responsabilidad solidaria de los ISP o regímenes de responsabilidad civil y penal por infracciones a la propiedad intelectual en Internet, en la práctica el fenómeno de piratería de contenidos deportivos ha seguido aumentando .

Sin duda el derecho de transmisión y retransmisión sobre certámenes o competiciones deportivas es un derecho complejo que exige resolver una serie de retos y problemas para los titulares, a este escenario se suma el derecho de arena en las plataformas de streaming. Cabe resaltar en este punto que, indistintamente de su reconocimiento expreso como se ha dado en Brasil desde la Ley Pelé, o de forma indirecta como se da en países como España, México o Colombia, en la práctica los titulares -organizadores, equipos o ligas, entre otros- gozan de la protección

conferida por el ordenamiento jurídico, a través del régimen de derechos conexos sobre las transmisiones y retransmisiones.

Respecto a lo que nos ocupa en el presente artículo, cabe preguntarse si el derecho de arena puede extenderse a los gamers en retransmiten sus partidas en el ámbito de los eSports, pues en su calidad de generadores de contenido, tal como lo señalan Rey Pérez & Rubio (2023), no invierten en infraestructura, publicidad o realizan un despliegue técnico y económico significativo para transmitir sus partidas en plataformas de streaming.

Pese a ello, en su condición de gamers desde el derecho de arena se discute si deben tener una justa compensación por la transmisión y retransmisión de los eventos deportivos, en condiciones similares a los organizadores, equipos, ligas, federaciones y productores de eventos deportivos, quienes perciben unas regalías en calidad de titulares. Al final, lo que se reconoce es la participación y aportes de todos los actores que permiten que las competiciones deportivas se lleven a cabo (Bascón-Seda & Ramírez Macías, 2022).

Su constructo jurídico se plantea desde la misma categoría de los derechos personalísimos, en tanto que, tal como lo define Viñamata (2013) es el derecho de los deportistas a percibir una remuneración económica por la difusión audiovisual o visual de ‘su persona’ en las transmisiones. Señala este autor que “como la transmisión de un partido por televisión o radio es natural en todo evento deportivo, el jugador, al ser contratado, sabe que su nombre y su imagen van a ser transmitidas, a veces a todo el mundo, por virtud de las emisiones vía satélite y, por lo mismo, el problema se reduce a un aspecto meramente contractual” (p. 120). Por ello, concluye, es un derecho que escapa del ámbito de los derechos de autor, concibiéndose, en su lugar, un derecho conexo.

En el caso del videojuego FIFA -actualmente denominado FC- de EA Sports, es posible detallar las facciones y los nombres de los futbolistas, cuyas imágenes fueron adaptadas tras concederse la licencia al desarrollador para su explotación. Por esa misma razón en los primeros años de auge de su competencia directa, International Superstar Soccer, los nombres, gestos y facciones de los futbolistas eran distorsionados, pues Konami no contaba con esos derechos. Con todo, aun cuando este desarrollador japonés no había adquirido la licencia de uso de este derecho de arena, esto no afectó la jugabilidad y el éxito que llegó a tener el videojuego.

La FIA por su parte incluye dentro de su portafolio el derecho de arena de los pilotos de las escuderías de la F1, manteniendo inclusive la exclusividad de su uso en las distintas versiones de su popular videojuego, Incluso, esta exclusividad se extiende en las transmisiones y retransmisiones en plataformas de su versión interactiva, donde compiten gamers de todo el mundo (Vargas-Chaves & Varón-Vanegas, 2022).



Figura 3. Murillo (Valderrama) vs. Da Silva (Zetti) en el videojuego International Superstar Soccer. Fuente: Konami. https://e.rpp-noticias.io/xtlarge/2019/02/28/251925_759049.jpg (2023, 1 de diciembre)

Hacia el reconocimiento del derecho de arena de los gamers que emiten sus partidas en plataformas

Con el fin de delimitar el alcance de la problemática aquí planteada, para el caso de los gamers que emiten desde plataformas sus partidas o participaciones en certámenes y torneos, se debe partir del hecho que representa la dificultad en el reconocimiento de su derecho de arena en una actividad que queda plasmada desde el videojuego en una de las plataformas donde se transmite o retransmite. Las razones pueden ser desde el desconocimiento del gamer, o los términos y condiciones pactados al momento de crear una cuenta en el juego y la plataforma.

No obstante lo anterior, debe considerarse un debate sobre la necesidad de reconocimiento de la calidad de ejecutante o intérprete que tienen aquellos gamers que emiten sus partidas en estas plataformas, pues su alcance en medios digitales es un alcance que difícilmente se logra en certámenes deportivos convencionales; aún en los mismos medios digitales (Rey Pérez & Rubio, 2023).

A modo ilustrativo, dentro de los tres gamers españoles de League of Legends con mayor alcance en Twitch se encontraban, para finales de 2022, ElmiilloR con 907599 horas vistas y 192 horas de streaming para finales de 2003; Knekro con 420494 horas vistas y 57 horas de streaming; y en tercer lugar Nissaxter con 405560 horas vistas en 100 horas de streaming (Dexerto, 2023, 4 de enero).

Tampoco debe pasarse por alto que se invierten recursos y tiempo en el diseño de su imagen y relacionamiento con la comunidad de usuarios, a fin de mejorar su notoriedad. Por ello, el reconocimiento del derecho de arena a favor de los gamers que emiten en streaming sus partidas, generándole ingresos importantes a las plataformas por concepto de publicidad u otros servicios asociados, es apenas una consecuencia lógica de un modelo de negocio que ha tenido una gran acogida en el mundo.

Es un hecho notorio que si el derecho de arena visto desde el derecho de imagen no se ejerce de forma exclusiva termina devaluándose. Así ocurre con las transmisiones de eventos deportivos donde, al no otorgarse exclusividad a algún medio de comunicación, se termina mermando el interés que tendría un medio en particular en que negociar un

pago. Esto no únicamente genera falta de competencia, sino también falta de diferenciación de los medios de comunicación, pudiéndose generar una reducción de la oferta o el despliegue mediático en favor de los espectadores (Amor, Aguado-Berenguer & García-Pascual, 2022). Ello, es lo que le permite a certámenes como el Mundial de Fútbol, la Copa América o a la Eurocopa contar con recursos para hacer de las competiciones momentos memorables, que captan la atención simultánea de espectadores de todo un continente, o incluso de varios continentes en el primer escenario.

Volviendo al derecho de arena a favor de los gamers que emiten en plataformas, su carácter exclusivo bajo el amparo de la propiedad intelectual es una condición indispensable para que el espectáculo deportivo continúe creciendo. En otras palabras, en tanto que el derecho de arena a favor de los gamers sea exclusivo, será el mejor estímulo en el espectáculo de los eSports.

Esta es una postura que, no obstante, no es compartida por todos los autores. Para Otero Muñoz & Ortiz Bahena (2011) “la interpretación de que la actuación de los deportistas se asimila en el derecho de arena al derecho vecino o conexo, es absurdo (sic) ya que el derecho de autor tiene por objeto proteger la creación intelectual, así como su divulgación y difusión” (p. 78). En su concepto, esta es la razón por la que participación de deportistas en certámenes de fútbol, boxeo, circos o carreras de autos, por notorias que sean sus actuaciones, éstas no se pueden equiparar como creaciones artísticas.

En contraposición, Puerto Daudén (2020) defiende el papel de los creadores de contenido, incluidos los gamers que emiten en plataformas, pues cumplen diversos roles, desde escribir guiones, dirigir, interpretar y en muchos casos producir; asumiendo en todo caso los roles necesarios para que la transmisión llegue al público. Adicional a lo anterior, señala que siempre y cuando no exploten directamente una marca u otro derecho de propiedad intelectual sin autorización de su titular, es justo que obtengan una remuneración por todo lo que implica la puesta a disposición de la interpretación de su imagen en la ejecución del videojuego.

De cualquier modo, el reconocimiento del derecho de arena es una cuestión de reconocimiento por el rol que tienen los gamers en el éxito de muchos certámenes y torneos de eSports. Al percibir ingresos únicamente por los contratos de publicidad, por los patrocinadores o los premios a los que acceden en caso de ocupar uno de los primeros lugares, se deja a un lado la compensación justa por su interpretación y esfuerzo en posicionar su nombre en una comunidad.

Esta puesta en escena dentro de una emisión en una plataforma a la que acceden millones de espectadores hace parte de su derecho de imagen, como dato personal susceptible de ser tutelado por el ordenamiento jurídico, donde se reconoce además la facultad de su titular a explotarlo conforme a sus expectativas e intereses. Así se reconoce en el ordenamiento español y comunitario-europeo según lo dispuesto por la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de

Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales; y en el Reglamento (UE) 2016/679 Del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016.

El derecho de arena desde la óptica de derecho de imagen que tienen los gamers es un derecho intangible, personalísimo y por lo tanto irrenunciable. Hace parte de su patrimonio, y al ser reconocido en el ámbito público -en muchos casos de forma notoria- tiene un valor, debiendo permitirles ejercer la facultad de oponerse a cualquier uso no autorizado por ellos, además de contar con un ingreso que, en otras circunstancias, se reconoce a favor de quienes interpretan o ejecutan puestas en escena o actos públicos, tal como en su caso.

En suma, son dos posturas las que generan una tensión sobre un posible futuro reconocimiento de los gamers como intérpretes o ejecutantes y, en tal sentido sobre la protección de su derecho de arena en las emisiones en plataformas de streaming. En cualquiera de las dos visiones, coincidimos con la postura de Fernández Jordano (2019) respecto a que este es un debate que, de momento, no ofrece respuestas sencillas, pudiendo prorrogarse en el tiempo, mientras se legisla expresamente contemplando la realidad de las nuevas tecnologías y el auge que están teniendo las plataformas de streaming.

Con todo, pese a que la concepción de gamer en sus despliegues en emisiones de partidas o torneos puede chocar con la regulación que se tiene sobre el concepto de artista intérprete o ejecutante, se trata de un reto para la propiedad intelectual, desde donde se deberá discutir sobre fundamentos jurídicos acerca de su interacción en el videojuego. En los términos del citado autor, esta discusión deberá ser capaz de concebir el rol del gamer dentro del videojuego y la emisión en plataforma en su conjunto, y no una como una parte de estos, o no conceptualizables como obras.

Conclusiones

El deporte, visto como un escenario en el que se involucran a un gran número de actores los cuales conforman una red compleja, ha sido posible gracias a su esfuerzo y a los recursos e infraestructura invertidos. Se cuentan como parte de esta red los deportistas, entrenadores, staff, pasando por los organizadores, federaciones, ligas, equipos, medios de comunicación, hasta los mismos aficionados y espectadores. Todos ellos son necesarios para que las diversas disciplinas deportivas sigan creciendo y desarrollándose.

En los últimos años, los eSports o deportes electrónicos han venido adquiriendo una connotación particular, gracias al despliegue que han tenido, en parte, por la masificación del Internet, su cobertura cada vez más amplia y una mejor conectividad; pero también, por el desarrollo de las aplicaciones móviles y plataformas de streaming, las cuales contribuyen a este auge. Se destacan en este sentido plataformas como YouTube y Twitch, que han revolucionado la forma en que los gamers transmiten en directo sus partidas y participaciones en certámenes deportivos a cientos de millones

de espectadores. Esto, ha impactado en los modelos de negocio, la economía y la cultura.

El derecho de arena como constructo jurídico aún no regulado en las legislaciones internas, excepto en Brasil, se propone desde la doctrina jurídica especializada como el derecho de exclusividad para explotar las transmisiones y retransmisiones de eventos, y que se reconoce a favor de los propietarios de los escenarios deportivos. Este derecho tiene no obstante una segunda connotación como la facultad que tienen los deportistas de percibir regalías por los derechos de su imagen en la transmisión o retransmisión del evento.

Su articulación a la propiedad intelectual se da desde el derecho conexo de transmisión o retransmisión que se le reconoce a los productores u organizadores de eventos, en tanto adquieren la condición de titular; pero, con la diferencia de establecerse a favor de los deportistas que participan de un evento transmitido o retransmitido. En ambos supuestos, el derecho conexo de transmisión o retransmisión y el derecho de arena pueden abarcar cualquier medio de comunicación, incluyendo plataformas de streaming.

Y es que, así como los derechos de transmisión y retransmisión de eventos deportivos adquieren relevancia económica para el negocio deportivo, en tanto son una fuente constante de ingresos para todos los actores de esta red compleja, especialmente para los organizadores, el derecho de arena puede llegar a serlo para los gamers tal como se debatió en líneas anteriores en el caso de los eSports.

El derecho de arena desde la óptica de derecho de imagen que se les podría reconocer en los ordenamientos internos a los gamers es un derecho intangible, personalísimo y por lo tanto irrenunciable. Al entender el contexto en el cual se desarrolla la industria de los videojuegos, y particularmente al comprender el auge de los eSports, es justo que se reconozca el esfuerzo que realizan al interpretar o ejecutar un videojuego en plataformas de streaming, que es un acto público de todos modos.

Pese a las posturas que se ciernen sobre este debate, tanto a favor como en contra, de momento no existen respuestas sencillas. Será un reto para la propiedad intelectual, al concebir mecanismos que protejan de forma expresa esta puesta en escena en competiciones deportivas, y que al mismo tiempo sean conscientes de la realidad de las nuevas tecnologías, así como el auge que están teniendo las plataformas de streaming.

Hasta entonces, cualquier aproximación que se quiera hacer sobre el derecho de arena a favor de los gamers, deberá antes que todo desmarcarlos como meros usuarios de videojuegos. Hoy los eSports son una realidad, y una parte muy importante del futuro en el ámbito deportivo y del entretenimiento. De lo contrario, nos mantendremos en una visión arcaica que desconoce que los gamers son el eje cardinal de un sector que se ha adaptado exitosamente a un entorno desregulado, donde se tiene un asombroso despliegue.

Referencias

- Amor, J. S., Aguado-Berenguer, S., & García-Pascual, F. (2022). Influencia de las variables de rendimiento del servicio y variables de marca en la lealtad de los usuarios de eventos de esports. *Retos*, 45, 860–867. <https://doi.org/10.47197/retos.v45i0.93521>
- Andreff, W. (2008). Globalisation of the sports economy. *Rivista di Diritto ed Economia dello Sport*, 4(3), 13-32. https://www.rdes.it/rdes_3_08_andreff.pdf
- Bányai, F., Griffiths, M. D., Király, O., & Demetrovics, Z. (2019). The psychology of esports: A systematic literature review. *Journal of Gambling Studies*, 35, 351-365. <https://doi.org/10.1007/s10899-018-9763-1>
- Bascón Seda, A., & Rodríguez Sánchez, A. R. (2020). Esports y ciencia: sintonizando con el fenómeno de los deportes electrónicos. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 15 (45), 341-352. <https://doi.org/10.12800/ccd.v15i45.1512>
- Bascón-Seda, A., & Ramírez Macías, G. (2022). Análisis ético de los deportes electrónicos: ¿un paso atrás respecto al deporte tradicional? *Retos*, 44, 433–443. <https://doi.org/10.47197/retos.v44i0.90717>
- Brea Castro, M. (2021). Metodología didáctica en entrenamiento profesional de e-sport. Una experiencia internacional en Brawl Stars (Didactic methodology in professional e-sport training. An international experience in Brawl Stars). *Retos*, 41, 247–255. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i41.83225>
- Carrillo-Toral, P. (2006). El derecho intelectual en México. Ciudad de México: Plaza y Valdes.
- Ceballos Delgado, J. M. (2019). Gestión de intangibles en la industria deportiva. *Revista La Propiedad Inmaterial*, 28, 227-258. <https://doi.org/10.18601/16571959.n28.08>
- Chacón, P. (2023). El fenómeno de la Kings League: visto por las marcas patrocinadoras. *Ipmark: Información de Publicidad y Marketing*, 901, 62-65. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8878095>
- Chao, Y., Guo, X., & Wang, R. (2022). Exploration of teaching and education: integration of sports and medicine in physical education in colleges and universities. *Journal of Contemporary Educational Research*, 6(1), 63-67. <https://doi.org/10.26689/jcer.v6i1.2893>
- Consalvo, M. (2022). Atari to Zelda: Japan's videogames in global contexts. Cambridge: MIT Press.
- Cuenca Orozco, D. (2011). Usos y gratificaciones de los videojuegos en la Ciudad de México: el caso de las “arcadias”. Ciudad de México: UACM.
- Davydova, I., Tkalych, M., Samadova, T., Fariz, N., Tolmachevska, Y., & Aliyev, E. (2023). Los deportes electrónicos como fenómeno de la era digital: un análisis económico y legal. *Retos*, 51, 259–266. <https://doi.org/10.47197/retos.v51.100774>
- Eiritz, M. K. (2014). Should Intellectual Property Owners Just Do It? An Examination into the Effects of Nike's Covenant Not to Sue. *Berkeley Technology Law Journal*, 29, 837-863. <https://www.jstor.org/stable/24119957>
- Estados Unidos Mexicanos, Ley Federal del Derecho de Autor
- Fernández Jordano, R. (2019). E-sports, e-gamers y propiedad intelectual: a vueltas con el concepto de artista intérprete o ejecutante. *Actualidad Jurídica Uría Menéndez*, 52, 116-121. <https://www.uria.com/documentos/publicaciones/6679/documento/foro08.pdf?id=8964>
- FIA Formula One World Championship (2022). Guidelines for the use of trademarks and intellectual property rights belonging to the Formula 1 companies. <https://www.formula1.com/en/toolbar/guidelines.html>
- Foster, G., O'Reilly, N., & Dávila, A. (2020). Sports business management: Decision making around the globe. London: Routledge.
- Gallagher, S., & Park, S. H. (2002). Innovation and competition in standard-based industries: a historical analysis of the US home video game market. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 49(1), 67-82. <https://doi.org/10.1109/17.985749>
- Hallmann, K., & Giel, T. (2018). eSports—Competitive sports or recreational activity? *Sport Management Review*, 21(1), 14-20. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.011>
- Hayday, E., Collison-Randall, H., & Kelly, S. (2022). Esports insights. London: Routledge.
- Houlihan, B. (2014). The government and politics of sport. London: Routledge.
- Jenny, S. E., Keiper, M. C., Taylor, B. J., Williams, D. P., Gawrysiak, J., Manning, R. D., & Tutka, P. M. (2018). eSports venues: A new sport business opportunity. *Journal of Applied Sport Management*, 10(1), 8. <https://doi.org/10.18666/JASM-2018-V10-I1-8469>
- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2021). Work, play, and precariousness: An overview of the labour ecosystem of esports. *Media, Culture & Society*, 43(8), 1449-1465. <https://doi.org/10.1177/01634437211011555>
- Kent, S. L. (2010). The Ultimate History of Video Games. Volume 1: From Pong to Pokemon and Beyond... the Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World. New York: Crown.
- Kings League (2023, 21 de noviembre). Kings League & Queens League: Reglamento oficial. <https://kingsleague.pro/wp-content/uploads/2023/11/KINGS-QUEENS-League-Reglamento21-nov.pdf>
- La Nación. (2023, 8 de junio). Inter Miami-Lionel Messi, una fórmula perfecta: ya creció en redes sociales, en venta de entradas y en camisetas. <https://archive.is/WZbZ5>
- Lee, D., & Schoenstedt, L. J. (2011). Comparison of eSports and traditional sports consumption motives. *The ICHPER-SD Journal of Research in Health, Physical Education, Recreation, Sport & Dance*, 6(2), 39–44. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ954495.pdf>
- Leeds, M. A., Von Allmen, P., & Matheson, V. A. (2022). The economics of sports. London: Routledge.
- Leis, O., Raue, C., Dreiskämper, D., & Lautenbach, F. (2021). To be or not to be (e) sports? That is not the question! Why and how sport and exercise psychology could research esports. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 51(2), 241-247. <https://doi.org/10.1007/s12662-021-00715-9>
- Lindholm, J. (2019). The Netflix-ication of sports broadcasting. *The International Sports Law Journal*, 18, 99-101. <https://doi.org/10.1007/s40318-019-00145-8>
- Martínez, J. A. (2015). David Falk: Algunas cuestiones abiertas para el marketing deportivo. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 11(40), 186-191. <http://dx.doi.org/10.5232/ricyde2015.04007>
- Mosca, J. B. (2019). Protección patrimonial del derecho de imagen en América Latina. *Latin American Legal Studies*, 5, 37-68. <https://doi.org/10.15691/0719-9112Vol5a2>
- Newzoo (2021). Newzoo Global Games Market Report 2021. <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2021-free-version/>

- Otero Muñoz, I., & Ortiz Bahena, M. (2011). Simetrías y asimetrías entre el derecho de autor y la propiedad industrial. Ciudad de México: Porrúa.
- Pancorbo, A. (2008). Medicina y ciencias del deporte y actividad física. Madrid: Ergon.
- Pérez-Peña, O. A., Bossano-Cruz, M. L., & Nazareno-Mejía, F. H. (2022). Protección de emisiones de radiodifusión de juegos deportivos en el entorno digital: propuesta legislativa penal para el Ecuador. *Tsafiqui - Revista Científica En Ciencias Sociales*, 12(16), 41–58. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i16.881>
- Puerto Daudén, A. (2020). El negocio de los niños youtubers como creadores muy rentables de contenidos digitales. Regulación e implicaciones. En E. Ortega Burgos (Ed.) *Actualidad Propiedad Industrial & Intelectual* (pp.245-260). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Ramirez, S., & Quiles, R. (2021). Intellectual Property and Esports at Home and Abroad. *California Western International Law Journal*, 52, 417-439. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/calwi52&div=20>
- Rangel Medina, D. (1992). Derecho de la propiedad industrial e intelectual. Ciudad de México: UNAM.
- Reino de España, Ley 22/1987, de 11 de noviembre.
- Rey Perez, C., & Rubio, K. (2023). ¿Un ciberatleta es un atleta? Perspectivas de atletas. *Retos*, 48, 827–834. <https://doi.org/10.47197/retos.v48.95851>
- Roncero, M. A., & García, F. G. (2014). Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. *Questiones Publicitarias*, (19), 98-115. <https://raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/349721>
- Ronquillo, J. (2018). The Rise of Esports: The Current State of Esports, Its Impacts on Contract Law, Gambling, and Intellectual Property. *Intellectual Property & Technology Law Journal*, 23, 81. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/iprop23&div=16>
- Rosner, S., & Shropshire, K. (2011). *The business of sports*. Burlington: Jones & Bartlett Publishers.
- Shinkle, Nathan (2023, 24 de noviembre). Leo Messi Logo. <https://nathanshinkle.com/work/leo-messi-logo/>
- Urgo, G. (2020). Klawing for Protection: Kawhi Leonard's Battle with Nike over Intellectual Property Rights. *DePaul Journal of Sports Law*, 16, i. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/jspocpd16&div=6>
- Van Hilvoorde, I. (2016). Sport and play in a digital world. *Sport, Ethics and Philosophy*, 10(1), 1–4. <https://doi.org/10.1080/17511321.2016.1171252>.
- Vargas-Chaves I. (2016). The ISP's role in improving intellectual property protection on the digital economy. In *Vestigium Ire*, 10(1), 112-117. <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1183>
- Vargas-Chaves, I., & Varón-Vanegas, C. (2022). De los eSports y la propiedad intelectual a los Derechos sobre las emisiones en Internet: el caso de la Fórmula 1. *Retos*, 46, 852-863. <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/94579>
- Viñamata, C. (2013). *La propiedad intelectual*. Ciudad de México: Editorial Trillas.
- Whalen, S. J. (2013). *Cyberathletes' lived experience of video game tournaments*. Knoxville: University of Tennessee.
- Wong, G. M. (2010). *Essentials of sports law*. Santa Bárbara: ABC-CLIO.
- Woratschek, H., Horbel, C., & Popp, B. (2014). The sport value framework—a new fundamental logic for analyses in sport management. *European Sport Management Quarterly*, 14(1), 6-24. <https://doi.org/10.1080/16184742.2013.865776>
- World Intellectual Property Organization / Patent Scope. (2009, 05 de noviembre). Patente WO/2009/134858 Automatic Lacing System (Nike Inc.). <https://patentscope.wipo.int/search/en/detail.jsf?docId=WO2009134858>

Datos de los autores:

Iván Vargas-Chaves

ivargas@outlook.com

Autor/a