

# Cuestiones Legales de los Videojuegos y de los eSports

Por Juan G. Pozzo\*

Buenos Aires, Argentina.  
Abril 2021

Sumario:

PRIMERA PARTE – LOS VIDEOJUEGOS: Introducción – 1. Los videojuegos como objeto de protección del derecho de autor – 2. Autoría y Titularidad – 3. La protección marcaria – 4. Derecho de imagen de terceros – 5. Conclusión de la Primera Parte.

SEGUNDA PARTE – LOS eSPORTS: 1. Vínculo con los videojuegos multijugador online – 2. El origen del negocio – 3. Streaming o Broadcasting – 4 Los números – 5. Orden y Desorden – 6. Los eSports como deportes – 7. Vínculo entre Jugadores y Equipos. Cuestiones laborales y comerciales – 8. Discriminación, acoso y falta de inclusión. - 9. Conclusión.

\*Abogado y Agente de la Propiedad Industrial. Socio del estudio Tanoira Cassagne. Especialista en Propiedad Intelectual, Derecho del Entretenimiento, Privacidad de Datos y Nuevas Tecnologías. Profesor de la Maestría de Propiedad Intelectual e Innovación de la Universidad de San Andrés - WIPO, Profesor de Copyright Regulations e Innovación del programa MIND - Management Integral de Negocios Digitales (Universidad de San Andrés – MINDERS) – Profesor de Propiedad Intelectual y Nuevas tecnologías de la Maestría en Dirección Estratégica y Tecnológica DET (ITBA Instituto Tecnológico de Buenos Aires). Gamer.

## Introducción

En 1987, con una computadora CZ Spectrum<sup>1</sup> inicié mis incipientes pasos en la informática y programación, pero lo más importante, jugué mi primer videojuego en computadora (el Saboteur!). No hubo vuelta atrás. Treinta y cinco años más tarde con un título de abogado, muchos años de trabajo, casado y con dos hijos, mientras el tiempo me lo permite continúo jugando casi a diario títulos como VALORANT, CALL OF DUTY, FLIGHT SIMULATOR, etc. Afortunadamente mi trabajo y especialidad en la abogacía lograron que me involucre en la industria de los videojuegos en varias oportunidades, pudiendo enriquecer mi mirada sobre una industria en constante evolución que tiene mucho por ofrecer.

Si bien existen más cuestiones legales que las que este artículo aborda, en esta oportunidad, mi objetivo es intentar señalar algunos asuntos legales del mundo de los videojuegos y de los eSports como fenómeno indiscutible de la industria del entretenimiento mundial. Para una mejor comprensión, en la primera parte abordaré en forma general cuestiones básicas de los videojuegos, y en la segunda, las de los eSports (denominados también como e-Sports, Esports, deportes electrónicos o ciberdeportes).

## PRIMERA PARTE – LOS VIDEOJUEGOS

### 1. Los videojuegos como objeto de protección del derecho de autor

Como abogados, lo primero que se nos viene a la cabeza cuando pensamos en la protección legal de los videojuegos son los derechos de autor. Y ello es correcto.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, WIPO por sus siglas en inglés) al definir el marco de protección legal de los videojuegos señala que es una obra compleja pero que es alcanzado por el artículo 2º del Convenio de Berna. La complejidad de su protección se debe principalmente por su característica de obra compuesta: por software y elementos audiovisuales.

En algunos países, se considera a los videojuegos como obras de software mientras que en otros son considerados obras audiovisuales.

---

<sup>1</sup> Versión argentina de la gran ZX Spectrum de Sinclair Research (UK), fabricada bajo licencia por la compañía Czerweny Electrónica entre 1984 y 1987.

En Argentina los videojuegos suelen tener, en la doctrina mayoritaria, un abordaje más cercano al software con características especiales.<sup>2</sup>

Sea cual fuere el caso, el derecho de autor debería alcanzar a proteger a los videojuegos como obras autónomas y originales por ser ellos el fruto de un proceso creativo y técnico, en conjunto con una multiplicidad de elementos diversos materializados por personas humanas.

Sin perjuicio de que las diferentes legislaciones no mencionen específicamente a los videojuegos como objeto de protección, por sus características intrínsecas, nada impide que tales obras sean protegidas. Es cierto que muchos componentes de los videojuegos pueden lograr cierta autonomía en la protección, por ejemplo, la música o *soundtrack* de un videojuego tiene entidad propia y es susceptible de protección en forma separada del videojuego. Sin embargo, la inclusión de una obra musical en el contexto de un videojuego no impide que ambos (el videojuego y su música) se conviertan en un todo perfecta y completamente protegible. Lo mismo sería aplicable para cualquier otro componente del videojuego, tal como el motor gráfico (software), su interface gráfica, el guion o historia, su estética, su mecánica o reglas, los personajes, etc.

Muchos autores destacan el carácter interactivo de los videojuegos a la hora de establecer su alcance y protección legal y así considerar a los videojuegos como un software. A mi juicio, nada de la interactividad del videojuego aporta elementos suficientes que ayuden a determinar su ubicuidad legal simplemente como software. La interactividad del *gamer* con el videojuego es parte de la naturaleza de éste, pero no es *per se* una característica que define su esencia como obra protegible. Si bien es cierto que la interactividad del videojuego es el resultado esperado del mismo como consecuencia de la creación del software y sus dos componentes troncales, el código objeto y el código fuente, dicha circunstancia no convierte al videojuego únicamente en un software. Dicha postura implicaría endilgarle, por ejemplo, a una película musical el carácter de obra musical (fonograma), sólo por el hecho de que esté compuesta mayormente por varios fonogramas sincronizados con las imágenes. La música en las películas musicales es lo que se espera de ellas, es su naturaleza, pero las obras que las contienen no dejan de ser películas. Pasado en lenguaje llano, la interactividad como característica común y habitual de los videojuegos, provista por el software, es lo que se espera de ellos, pero no convierte al videojuego únicamente en un software.

Continúa el debate en varios países sobre si los videojuegos son obras autónomas susceptibles de ser protegidas como tales, o bien son obras cinematográficas o multimediales. Veamos:

Un videojuego posee en general características similares, en su estructura legal y comercial, a las de una obra cinematográfica. La multiplicidad de autores que colaboran en un videojuego no es, en general, muy diferente a los que colaboran actualmente en las películas. La participación de un publisher o editor en el caso de los videojuegos, tiene características similares a las del productor en la industria del cine. En ambos casos hay productores ejecutivos, productores artísticos, directores, guionistas, doblajistas, actores, dibujantes, etc.

Como señalé anteriormente, la interactividad de los videojuegos con los usuarios o *gamers*, a diferencia del común de las películas<sup>3</sup> con su audiencia, en nada aporta al debate. Por lo tanto aún ante la falta de legislación específica, por la vía jurisprudencial el efecto protectorio debería ser el mismo. Incluso, hasta los plazos de protección, atendiendo a los principios *pro auctore* de la mayoría de las legislaciones, podrían ser los mismos, similares o incluso, mejores.

En ese aspecto es interesante el caso de Japón, que si bien en su legislación<sup>4</sup> no menciona a los videojuegos (Nótese que Japón es precursora en la industria mundial de videojuegos junto con los Estados Unidos), su Corte Suprema en reiteradas oportunidades ha señalado que los mismos tienen una forma de expresión similar a la de las obras cinematográficas aun cuando puedan ser protegidos como programas informáticos.

Estados Unidos tampoco posee una mención específica en su legislación<sup>5</sup> sobre los videojuegos. Sin embargo en la práctica, en cuanto a su registro ante la USCO<sup>6</sup> los mismos pueden registrarse como obra audiovisual o como programa informático dependiendo de los componentes creativos predominantes del videojuego en la

---

<sup>2</sup> “los videojuegos son entendidos, básicamente, como software con características especiales” (Ramos et al; 2013, p. 12)

<sup>3</sup> De hecho actualmente existen obras cinematográficas (series y películas) interactivas, tales como BLACK MIRROR: BANDERSNACH, EL GATO CON BOTAS: ATRAPADO EN UN CUENTO ÉPICO, CARMEN SAN DIEGO: ¿ROBAR O NO ROBAR? (NETFLIX), entre muchas otras, y ninguna de ellas es considerada software, ni, incluso, videojuegos.

<sup>4</sup> Ley 48 (1970)

<sup>5</sup> US Copyright Act (1978), solo hace mención a los “juegos” sin hacer distinciones.

<sup>6</sup> United States Copyright Office.

medida en que sea original. En este caso, la posición norteamericana es más abierta en el sentido en que delega en la carga de elementos predominantes la consideración sobre el tipo de obra a la cual será asimilado un videojuego. De todas formas, también en la práctica, respecto de la titularidad de los derechos sobre los videojuegos, tal como sucede en los casos de las películas con el productor, el editor (publisher) será quien tendrá a su favor tales derechos, salvo pacto en contrario con desarrolladores y otros colaboradores.

Es interesante la postura norteamericana, puesto que por ejemplo y por citar a uno de los miles que existen hoy en día, en videojuegos como la saga THE LAST OF US<sup>7</sup> en donde hay una mayor predominancia de la historia (el guion), los caracteres de los personajes, y la interface gráfica del juego (casi una película) es lógico que tal videojuego sea considerado más una obra audiovisual que un programa informático.

Los sistemas como el de Japón o Estados Unidos, (así como también países como Alemania, Bélgica, Brasil, Dinamarca, Egipto, Francia, India, Sudáfrica y Suecia) son los que se denominan de “*clasificación distributiva*” en tanto, por su consideración como tipo de obra, otorga protección por separado a cada elemento creativo del videojuego con arreglo a su naturaleza específica.<sup>8</sup>

Argentina, por su parte, si bien no posee definida la cuestión en materia de derecho de fondo, y aun cuando la doctrina se vuelca más a asimilar los videojuegos al software, desde el punto de vista registral al menos, prevé la presentación (depósito) de obras en la categoría específica de videojuegos<sup>9</sup>.

Ahora bien, sin perjuicio de considerar a un videojuego como una obra audiovisual o cinematográfica a los efectos de establecer los parámetros para su protección, es importante no dejar de lado sus otros componentes como el software.

Para ejemplificar esto podríamos tomar el caso del UNREAL ENGINE, el motor gráfico (software para la creación ambiental de videojuegos) del juego UNREAL<sup>10</sup> de 1998. Dicho juego (el UNREAL) si bien era un juego de disparos en primera persona o FPS (First Person Shooter) ambientado en un escenario interplanetario y distópico, por su dinámica, cinemáticas y demás características podría de alguna manera haberse considerado, a los efectos de su clasificación legal, como una obra audiovisual<sup>11</sup>. Sin embargo, el motor gráfico UNREAL es hoy en día, y luego de varias actualizaciones, uno de los motores gráficos más utilizados en la industria de los videojuegos e incluso en obras cinematográficas en donde se requieren efectos especiales digitales tales como EL REY LEON (The Lion King, 2019) o series como THE MANDALORIAN o WESTWORLD.

En este caso vemos cómo un componente importante de los videojuegos, en este caso parte de su software, excede su marco natural y logra autonomía propia desde el punto de vista operativo, al igual que lo que sucede con la música o *soundtrack* antes mencionados.

Sin dudas, el videojuego es una obra compuesta, formada por obras cuya protección puede ser autónoma dotándolo de un dinamismo propio y particular que excede el marco específico de cualquier otro tipo de obra artística con la que se lo compare o asimile y no puede estar exento de protección adecuada. El hecho de que sus componentes principales puedan ser dotados de protección autónoma no obsta a que el videojuego como un todo creativo merezca su protección completa en dicho sentido.

Como puede observarse a partir de los ejemplos brindados, es imperioso considerar que los videojuegos posean un régimen legal específico dentro del ámbito del derecho de autor. Pues no son películas, ni son software, son todo ello y mucho más. En este sentido, y atendiendo al intenso desarrollo de la industria y los mercados mundiales de videojuegos de las últimas décadas, es necesario que las legislaciones incorporen como figura autónoma y originaria a los videojuegos de manera de zanjar las cuestiones de interpretación respecto a su alcance, tipo y protección como obra protegible por el derecho de autor.

---

<sup>7</sup> Sony Computer Entertainment (publisher) Naughty Dog (Developer) <https://www.youtube.com/watch?v=W01L70IGBgE>

<sup>8</sup> “¿Videojuegos: ¿programas informáticos u obras creativas?” Andy Ramos Gil de la Haza, Bardají & Honrado, Abogados, Madrid España, Agosto 2014.

<sup>9</sup> <https://www.argentina.gob.ar/inscribir-un-contrato-sobre-software-obra-multimedia-pagina-web-o-videojuego>

<sup>10</sup> Epic Games, Inc. (Antes Epic Megagames, Inc.) Publicado y distribuido por GT Interactive Software Corp.

<sup>11</sup> Para 1998, la cinemática y gráfica de los videojuegos no era de buena calidad respecto de los estándares actuales o más contemporáneos. Las imágenes eran pixeladas o desdibujadas y el cambio entre la gráfica de juegos como DUKE NUKEM 3D (1996, 3D Realms) en comparación con el UNREAL era notable.

## 2. Autoría y Titularidad

Habiendo establecido que la protección legal del videojuego se dará por la vía del derecho de autor, es importante determinar qué dinámica se aplica en este sistema legal respecto de las prácticas habituales de la industria de los videojuegos.

Dentro del sistema continental del derecho de autor, al cual pertenecen casi la totalidad de los países de Latinoamérica y de Europa, el derecho nace con la creación de la obra y en cabeza del autor debiendo ser éste una persona humana. Esto es razonable si se entiende por obra al fruto materializado de la actividad creativa del ser humano, de su intelecto. En consecuencia, no es posible que una obra se origine (la idea y su posterior materialización) en una persona jurídica, una empresa.

De esta manera, en principio, el derecho de autor nace en cabeza de personas físicas que serán las “creadoras” del videojuego.

Sin perjuicio de que una persona física (humana) podrá desarrollar, publicar, distribuir y en definitiva realizar cualquier acto de disposición (explotación) del videojuego que ella misma produzca (y eso ocurre en algunos casos de los denominados *desarrolladores Indies*, tal como veremos más adelante), en mayor medida en la industria de los videojuegos son las compañías (personas jurídicas) las que lo hacen.

Para que ello sea posible, y que los derechos (al menos los patrimoniales) queden en cabeza de estas empresas es necesario que el sistema legal de protección de obras como los videojuegos acompañe tal conducta.

En Argentina, en el inciso d) del artículo 4° de la Ley 11.723, se establece que la titularidad de una obra será de la persona física (humana) o jurídica (empresa) cuyos contratados para elaborar un programa de computación hubiesen producido un programa de computación en el desempeño de sus funciones laborales, salvo estipulación en contrario. Si bien este inciso fue agregado a mediados de los años 90 por ley 25.036 y específicamente para el software, puede resultar aplicable a un videojuego, al menos en gran parte.

Como complemento, la ley laboral argentina N° 20.744, establece en su artículo 82° en su segundo párrafo, que *las invenciones o descubrimientos que se deriven de los procedimientos industriales, métodos o instalaciones del establecimiento o de experimentaciones, investigaciones, mejoras o perfeccionamiento de los ya empleados, son propiedad del empleador. Son igualmente de su propiedad las invenciones o descubrimientos, fórmulas, diseños, materiales y combinaciones que se obtengan habiendo sido el trabajador contratado con tal objeto.*

A todo ello, atendiendo a los principios legales de *autonomía de la voluntad y libertad de comercio*, podemos adicionar que cualquier persona física o jurídica podrá, por acuerdo privado, solicitar y contratar a diversas personas físicas o jurídicas para su participación y colaboración en la producción de una obra, reteniendo la *titularidad* de la misma. Dicha práctica resulta posible bajo esquemas contractuales tales como *work made for hire* como es el caso de los Estados Unidos, o de manera similar en Argentina y otros países bajo las figuras contractuales como la *locación de obra o locación de servicios*. Sobre este esquema contractual recae además lo que podemos denominar *cadena de títulos* o cadena de derechos en directa alusión a la doctrina anglosajona del *chain of title*, sobre la cual se establece la arquitectura legal en cuanto a la transferencia de propiedad y propiedad intelectual de todos los componentes de los videojuegos (desarrollados e implementados por diferentes personas) en cabeza de su titular.

Ello, sin perjuicio de los derechos morales (por ejemplo, paternidad, divulgación e integridad de la obra) que quedarán reservados a los diferentes colaboradores en la medida que corresponda. Sobre el tema de los derechos morales, no juzgo necesario el análisis puesto que en cada legislación se abordan de manera diferente. No obstante, no deja de ser un punto a atender conforme las prácticas habituales de la industria. En países como Argentina los derechos morales son, al menos, irrenunciables, inalienables e intransferibles de manera que toda disposición contractual que implique una cesión o renuncia sobre los mismos puede juzgarse nula de nulidad absoluta. En la práctica, al menos en la industria cinematográfica y también en la de videojuegos, el derecho de paternidad de los aportes de los distintos colaboradores suele verse reconocido en los créditos de los mismos y dicha circunstancia, en la mayoría de los casos, es fruto de una obligación contractual asumida como recaudo por los editores (*publishers*) o desarrolladores titulares frente a los diferentes colaboradores (personas físicas) que participaron de la creación del videojuego, independientemente de la vinculación contractual que posean con cada uno de ellos.

Volviendo a la titularidad de los derechos de explotación comercial sobre los videojuegos, y para comprender mejor cómo se estructura la industria, es conveniente identificar a los actores más importantes y determinar su ámbito de actuación, no sólo en el proceso de creación del videojuego sino en su participación en el mercado.

Una de las características de la industria del videojuego es el gran desorden de participantes en la cadena de comercialización. Las grandes empresas, lógicamente, tienden a acaparar la mayor cantidad de eslabones que pueden, en la medida en que ello les resulte posible, y sobre todo, rentable. Muchas veces quien desarrolla el videojuego (desarrollador) no lo comercializa en el mercado sino que lo hace por pedido de o a través de un editor o *publisher*. Usualmente se tiende a confundir ambas figuras. Lo mismo sucede con los diferentes colaboradores que participan en el proceso creativo. Por ello para comprender claramente la cadena de derechos que se generan en el proceso de creación de un videojuego resulta práctico conocer quién es quién y qué hacen. A tal fin, propongo el siguiente listado con sus principales protagonistas:

**PUBLISHER** (o *Editor*): Usualmente tiende a confundirse al *publisher* con el *Desarrollador* o incluso con las *Plataformas de Distribución* de videojuegos. La figura del *publisher* es compleja puesto que es comúnmente asociado a un editor pero que, a su vez, actúa como productor (tal como ocurre en la industria cinematográfica). Si bien muchos *publishers* desarrollan sus propios videojuegos o tienen sus propias compañías o divisiones desarrolladoras como parte de su mismo grupo económico, en la mayoría de los casos suelen contratar con *Desarrolladores* (empresas) la creación de los videojuegos. Las actividades principales de los *publishers* son las de marketing, venta y relaciones públicas en el mercado de los videojuegos. Suelen ser los propietarios de los derechos de explotación de los videojuegos (derechos patrimoniales). Entre los *publishers* más reconocidos encontramos a EA, Sony Interactive Entertainment, Tencent Games (China), Apple, Microsoft, Activision Publishing Inc (parte del holding Activision Blizzard), Google, Nintendo, Konami, Capcom, Sega, etc.

**DESARROLLADOR** (*Developer*): Es quien se encarga del proceso creativo para la elaboración del videojuego. Usualmente son compañías que integran diversas disciplinas tales como programación de software, diseño de software, arte digital, fotografía, testeo, etc. Pueden ser independientes o bien proveer sus servicios de desarrollo (integral o parcial) para otras empresas, usualmente *publishers*. Incluso, pueden ser una división más vinculada a los *publishers*. En muchos casos, son los *desarrolladores* quienes se encargan además de contratar la participación de colaboradores tales como, los diseñadores del arte, el diseño del software, la redacción de los guiones, los actores y doblajistas, la música o *soundtrack* original, y demás aportes técnicos y artísticos que completan la obra del videojuego. Estas actividades, nada menores por cierto, suelen quedar englobadas dentro de la etapa del desarrollo del videojuego y constituyen gran parte del proceso creativo del mismo.

Como ejemplos de desarrolladoras de videojuegos reconocidas en el mercado podemos mencionar: Treyarch (adquirida por Activision Publishing Inc), Sledgehammer Games Inc, (también adquirida por Activision), Riot Games Inc. (adquirida por la china Tencent Holdings Ltd), Relic Entertainment (adquirida por Sega), Mercury Steam, IO Interactive, Harmonix Music Systems, Gaijin Entertainment, Epic Games, Inc., Valve Corporation, Infinity Ward, entre muchos otros.

Varios de ellos además, son a la vez, *publishers* y *distribuidores* de sus propios desarrollos.

Pero dependiendo del grado de involucramiento que los *developers* tengan en su actividad de desarrollo en el mercado y de su vinculación legal y económica con, por ejemplo, los *publishers*, dentro del género de los *desarrolladores* podemos identificar los siguientes tipos:

**Desarrolladores de Primera** (*First Party Developers*): Es la empresa desarrolladora de videojuegos que es parte de otra compañía que es propietaria de un determinado tipo de consola o plataforma (por ejemplo, PlayStation, Xbox, Nintendo Wii, Mac, iOS, Android, Windows, etc) y desarrolla el videojuego exclusivamente para dicha plataforma. Las principales propietarias de consolas (o *publishers*) suelen adquirir a más de un desarrollador de primera y convertirlos en una división más dentro de la compañía. Todos los derechos derivados del desarrollo, pertenecen a los *publishers* o propietarias de las consolas y plataformas que las hayan adquirido.

Algunos ejemplos: De Sony: Guerrilla Games, Naughty Dog, etc.; De Nintendo: 1-UP Studio, Next Level Games, etc.; de Microsoft: Xbox Game Studios Publishing, Bethesda Softworks, Obsidian Entertainment, Playground Games, etc.

**Desarrollador de Segunda** (*Second Party Developers*): También denominado Desarrollador Secundario. Son una especie *sui generis* y la conforman empresas que desarrollan en forma *exclusiva* para las propietarias de consolas y plataformas (o *publishers*) pero que no están vinculadas económicamente a ellas. En muchos casos las propietarias de consolas poseen alguna participación accionaria sobre las desarrolladoras pero carecen de control sobre las mismas. Sin embargo, los derechos sobre el desarrollo pertenecen en todo momento a las propietarias de consolas y plataformas o *publisher* con quienes contratan.

Algunos ejemplos: De Sony: Kojima Productions, Supermassive Games o Ready at Dawn Studios, entre otras.; De Nintendo: Game Freak, Intelligent Systems o AlphaDream, entre otras.; De Microsoft: Moon Studios, Ankama Games o Iron Galaxy Studios, entre otras.

**Desarrollador de Tercera** (*Third Party Developers*): También denominados *terceros desarrolladores* (no los denomino independientes debido a que ésta es otra categoría como veremos más adelante), son aquellos que desarrollan software y videojuegos para terceros pero *no en exclusiva* y sin tener ningún vínculo accionario con tales terceros. Incluso, pueden desarrollar y publicar sus propios videojuegos o bien pueden contratar con *publishers* para lograr el desarrollo y distribución conjunta del mismo. En este último caso, una vez que el desarrollo es finalizado (aun cuando sea por etapas o hitos) y entregado al *publisher* la propiedad del mismo pertenecerá a la empresa o *publisher* que la haya contratado. En dicha dinámica no siempre los intereses de *publishers* y terceros desarrolladores se encuentran alineados y este tipo de relaciones comerciales suelen ser bastante desiguales puesto que, en muchos casos el *publisher* es varias veces más poderoso en términos económicos y de mercado que el tercero desarrollador, provocando que la toma de decisiones de éste último suela verse dominada por su contraparte. Habitualmente, una salida exitosa del negocio de los *third party developers* es que el *publisher* que haya contratado al *third party developer* adquiera su compañía y transforme a su equipo en el equipo interno (*in-house developers*). Más allá del negocio en sí, el equipo de desarrollo tenderá a verse con mayor libertad de acción en su actividad puesto que los intereses tanto de los desarrolladores como de la empresa se verán ahora mayormente alineados.

Sin embargo, existen numerosos casos de *third party developers* que han ganado notoriedad y envergadura en la industria y que, incluso, actúan a la vez como sus propios *publishers*. Algunos ejemplos son: Ubisoft Entertainment, Capcom, Konami, Namco, Square Enix, Take-Two Interactive, entre otros.

**Desarrolladores Independientes** (*Indie Game Developers*): Los *Indies* son desarrolladores que no poseen ningún vínculo con *publishers* o empresas propietarias de plataformas y consolas. En muchos casos el equipo de desarrollo se trata solamente de una sola persona o dos. Suelen desarrollar casi todo el videojuego por sus propios medios e incluso publican y distribuyen el mismo con sus propios recursos. En este tipo de desarrolladores, pueden encontrarse casos de *outsourcing* para ciertos elementos del videojuego que no puede ser desarrollado por el desarrollador principal. Aun así, no deja de ser un desarrollador independiente. La diferencia principal entre el *third party developer* y el *Indie* podría radicar en que mientras el primero recurre a un *publisher* o se convierte en uno para la comercialización de su videojuego, el segundo deberá recurrir a sus propios medios (incluso a los de los propios usuarios finales) para poder publicar, distribuir y comercializar su obra. Los métodos de financiamiento de un desarrollador *Indie* pueden ser desde el *crowd-funding* hasta un esquema de *Early Access*. En muchos casos, los *Indies* suelen recurrir a plataformas de distribución (a las que me refiero más adelante) para lograr un mayor alcance en sus ventas. Más allá del éxito o fracaso del modelo de negocios que implemente el *Indie*, la propiedad y propiedad intelectual del videojuego le pertenecerá completamente a éste, y con ello los beneficios económicos (si los hubiere) de su explotación comercial.

**DISTRIBUIDOR** (*Distributor*): A los efectos prácticos voy a descartar el análisis sobre la distribución física de videojuegos, dado que es una práctica casi extinguida o de nicho muy particular con muy baja incidencia en el mercado actual y enfocarme en la distribución digital. En este aspecto, la forma más habitual de distribución digital de videojuegos es a través de las denominadas *plataformas de distribución*. Estas plataformas son las encargadas de centralizar un universo determinado de videojuegos (y otros contenidos relacionados) a los fines de facilitarle al *usuario final* la búsqueda y acceso a los videojuegos ofrecidos. Las plataformas son operadas por diferentes compañías (en algunos casos por los propios *publishers* y desarrolladores y en otros por compañías no vinculadas a ellos). Entre los diferentes tipos de plataformas de distribución, podemos encontrar:

**Plataformas de Consolas:** Microsoft Store (Xbox), Nintendo eShop y PlayStation Store.

**Plataformas Mobile:** Amazon Appstore, Apple App Store, Google Play, entre otras.

**Plataformas para PC:** Steam, Origin, Epic Games Store, Riot Games, Gamersgate, entre otras.

En casos como Microsoft, Google y Apple, por ejemplo, es frecuente que muchos videojuegos (no todos) sean multiplataforma, es decir, videojuegos adaptados en su desarrollo para que puedan correr tanto en teléfonos móviles, tablets, computadoras y consolas específicas. Es por ello que sus *plataformas de distribución* suelen ser accesibles también desde cada tipo de dispositivo soportado por esos videojuegos.

El distribuidor es un eslabón más en la cadena de comercialización de los videojuegos. Es por ello que, en muchos casos, los esquemas de participación sobre las ventas de cada videojuego se van a adaptar a tantas partes como participen. Y claro está, ello podrá incidir en el costo que significará para el *usuario* final el acceso al videojuego. Muchos *developers* y *publishers* por ejemplo, optan por distribuir sus videojuegos desde su propia plataforma, tales son los casos de Epic Games, Origin (EA), Battle.net (Activision Blizzard) y Riot Games, cuyos videojuegos para PC serán accesibles desde ellas. En algunos casos, en forma exclusiva (es decir excluyendo a plataformas más generalistas como Steam y Gamersgate) y en otros asumiendo una distribución múltiple con otros distribuidores.

En cuanto a las plataformas generalistas, como Steam, éstas suelen ofrecer un catálogo de videojuegos de diferentes *publishers* o *desarrolladores* más diverso y amplio que las plataformas de distribución privadas antes mencionadas. En algunos casos actúan como “curadores” de los videojuegos que distribuyen. Esto otorga una ventaja al *usuario final* toda vez que se verá beneficiado, entre otras cosas, por la variedad en la oferta y la posibilidad de buscar videojuegos (a través de sus motores de búsqueda propios) de acuerdo a sus necesidades. A ello podemos agregar, diferentes esquemas comerciales tales como campañas de descuentos u ofertas especiales dependiendo el caso. De la misma manera, constituyen una forma de darle visibilidad también a los videojuegos de *desarrolladores Indies*.

**USUARIO FINAL (End User):** Como su nombre lo indica, es el eslabón final de la cadena. Pero no por ello es menos importante. En definitiva, es a quien está dirigido el negocio de los videojuegos, quien va a utilizarlos y quien va a pagar por ellos. La relación con el *Usuario Final* será establecida bajo las normas de consumo y éste adquirirá una licencia de uso (de usuario final o EULA por sus siglas en inglés) de cada videojuego que adquiera. La licencia de usuario final o EULA, además de contener las provisiones típicas y generales en cuanto a los límites de uso, comercialización, no-acceso al código fuente, respeto por la propiedad intelectual del contenido y demás, fijará condiciones especiales de uso de los videojuegos. Esto es importante no sólo en lo que respecta al uso privado de un usuario sino también en lo que respecta a la utilización de videojuegos en certámenes públicos o torneos de eSports, su transmisión o reproducción en línea, etc.

De lo analizado hasta aquí, se puede concluir que, en la industria de los videojuegos, la titularidad de los mismos dependerá del esquema en que la obra se encuentre desde su creación. Como vimos, un *publisher* o un *developer* pueden ser titulares (o ambos co-titulares en algunos casos) de videojuegos y sus derechos de explotación, siendo ambos participantes completamente diferentes en la cadena comercial.

En síntesis, el mercado de los videojuegos es complejo y se encuentra en constante evolución. Los procesos creativos iniciales se extienden a lo largo del tiempo y son atravesados, en muchos casos, por la multiplicidad de participantes de la cadena de comercio hasta que el videojuego se encuentra descargado e instalado en el dispositivo del *Usuario Final*. Es por ello que desde el inicio deben tenerse en cuenta, sobre todo desde el punto de vista contractual, todos y cada uno de los escenarios posibles que pueden ocurrir durante el proceso de creación y desarrollo del videojuego, intentando dar mayor seguridad a quienes resulten ser los legítimos titulares de sus derechos de explotación.

### 3. La protección marcaria

Otros activos que componen a los videojuegos pueden encontrar su protección en figuras legales distintas al derecho de autor. El caso de las marcas es uno de ellos.

Si bien los títulos de los videojuegos encuentran su protección primaria en el derecho de autor como parte esencial de la obra, no dejan de ser signos distintivos susceptibles de ser protegidos como marcas. Y no es un tema menor.

En un reciente caso, la compañía holding del grupo británico de heavy metal IRON MAIDEN (Iron Maiden Holdings Limited), demandó en los Estados Unidos y por dos millones de dólares a la compañía de videojuegos 3D Realms solicitando el cese de uso de la marca del videojuego “ION MAIDEN”. La demandada

optó por cambiarlo a “ION FURY” poco tiempo después.<sup>12</sup> Luego del cambio de nombre, IRON MAIDEN decidió retirar su demanda.

El derecho marcario ofrece, desde el punto de vista práctico, tres vías de solución: a) proteger los signos distintivos del videojuego (títulos, logotipos, isotipos, personajes, etc), b) evitar vulnerar derechos de terceros en su búsqueda previa y c) Proteger al *Usuario Final* o consumidor de engaños o confusiones respecto al producto (videojuego) que adquiere. Es por ello que no debe perderse de vista este tipo de protección a la hora de crear signos distintivos que identifiquen al videojuego dentro del mercado.

Incluso, existen casos de marcas *propias* (más allá del título del videojuego) dentro de los videojuegos que pueden encontrar su protección debida desde el punto de vista legal para convertirse posteriormente en productos independientes del videojuego.

Para explicarlo mejor, podemos tomar el caso de la saga de videojuegos “FALLOUT”<sup>13</sup> de la empresa BETHESDA SOFTWARE, quien ha registrado la marca de la reconocida gaseosa (dentro del juego, claro) “NUKA-COLA”. Quienes jugamos FALLOUT sabemos el valor que dicha marca tiene respecto de la identificación con el mencionado videojuego y su historia dentro del mismo. De acuerdo a lo indicado por los representantes de BETHESDA, la marca “NUKA-COLA” fue solicitada<sup>14</sup> en los Estados Unidos para proteger videojuegos en línea, merchandising y software para móviles. Lo mismo hizo en varios, países, incluso en la Argentina.<sup>15</sup>

Pero existe otro lado no menos atendible del derecho marcario que es importante tener presente en el mundo de los videojuegos. El uso de marcas de *terceros* dentro del videojuego.

Es muy habitual que en varios videojuegos, dependiendo de su género y temática, se recurra al uso de productos y marcas de terceros con el objeto de dotar, aun con un sentido artístico, de mayor realismo a sus historias. En muchos casos, existen licencias de tales terceros (similares a los esquemas de *product placement* utilizados en la industria del cine), pero en muchos otros, no las hay. Sin embargo, esta situación ha generado distintos escenarios en diversas jurisdicciones que resultan interesantes para su análisis.

Por ejemplo, en el caso del videojuego FIFA<sup>16</sup> los equipos (clubes) de fútbol participantes han otorgado sus debidas licencias de uso de nombres, colores, camisetas y logotipos, así como los organizadores de los torneos, tal como es el caso de la FIFA, UEFA, etc. que han hecho lo propio en ese sentido. Pero esto es algo que a uno de sus competidores directos, el videojuego PRO EVOLUTION SOCCER (PES)<sup>17</sup> no siempre le ha salido bien. Éste último hasta hace poco tiempo ha tenido que utilizar el nombre “MAN RED” para identificar al equipo MANCHESTER UNITED debido a que no tenía licencia para su uso, aunque por otro lado, el equipo italiano JUVENTUS le ha otorgado en exclusiva el uso de sus marcas, dejando al FIFA sin poder usarlo.<sup>18</sup> En 2019, Konami finalmente logró acordar con el MANCHESTER UNITED y agregar dicho equipo a su videojuego más reciente. Sin embargo, el contrato con el LIVERPOOL (Liverpool FC) terminó y hasta la fecha no ha sido renovado.

Distinto es el caso del videojuego FOOTBALL MANAGER creado por SPORTS INTERACTIVE y publicado por SEGA<sup>19</sup>. Los comienzos del FOOTBALL MANAGER se remontan a 1992. En ese entonces su nombre era CHAMPIONSHIP MANAGER y su cambio de nombre se debió a una disputa entre SPORTS INTERACTIVE y EIDOS INTERACTIVE, su *publisher* originario, quien reclamó la titularidad de la marca. SPORTS INTERACTIVE, de todas formas retuvo el resto del software incluyendo su motor. No obstante, el quid del caso no es ese, sino el hecho de que los titulares de dicho videojuego, en más de 30 años, no han celebrado (ni pagado por supuesto) una sola licencia de marcas respecto del uso que se hizo (y se hace) de los clubes de fútbol de todo el mundo. No obstante dicha situación, y repito, luego de casi 30 años de uso, MANCHESTER UNITED FC en agosto de 2018 demandó ante el Tribunal Superior de Justicia<sup>20</sup> de Inglaterra

---

<sup>12</sup> “Iron Maiden Holdings Ltd. v. 3D Realms Entertainment ApS” Demanda presentada en Mayo 28 de 2019 en el Corte del Distrito Central de California, Estados Unidos, Caso N° 2:2019cv04606

<sup>13</sup> Principalmente FALLOUT (1997), FALLOUT 2 (1998), FALLOUT 3 (2008), FALLOUT: NEW VEGAS (2010), FALLOUT 4 (2015) y FALLOUT 76 (2018).

<sup>14</sup> Técnicamente fue solicitada por ZeniMax Media, una compañía del grupo BETHESDA SOFTWARE. Registros N°5835020, 5486767, 5443501, 5443500 y 4848364. Información pública provista por la USPTO.

<sup>15</sup> Registros 2758806, 2758807 y 2823265. Información pública provista por el INPI (AR).

<sup>16</sup> EA Sports una división de Electronic Arts, Inc. (EEUU).

<sup>17</sup> KONAMI (Konami Holdings Corporation, Japón)

<sup>18</sup> De hecho en el FIFA, la JUVENTUS es denominada “Piemonte Calcio”.

<sup>19</sup> Sega Corporation, Japón.

<sup>20</sup> “Manchester United Football Club Ltd. v. Sega Publishing Europe Ltd. and Sports Interactive Ltd.” Demanda número: IL-2018-000085



y Gales a SEGA y a SPORTS INTERACTIVE por el uso indebido del nombre del club por un lado, y al mismo tiempo reclamó que no utilizó el escudo en forma debida. El novedoso (por llamarlo de alguna manera) argumento del MANCHESTER UNITED se basa en el hecho, según el club, de que los responsables del videojuego en lugar de usar el escudo original, lo reemplazaron por un logo de tiras rojas y blancas. En otras palabras, acusan a los responsables del videojuego de “usar” el nombre del club, pero al mismo tiempo de “no usar” su escudo correspondiente. Notable.

Sin perjuicio de lo llamativo, es probable que esa parte del reclamo se encuentre basada en casos similares de la Corte de Justicia Europea respecto de la remoción de logotipos en productos.<sup>21</sup> En consecuencia podría interpretarse que el acto de “remover” el escudo del club de fútbol, merecería ser tenido en consideración en materia de infracción marcaria. A mi juicio, no estaría tan seguro de que haya existido un acto de “remoción” del escudo, sino la simple y directa “no inclusión” del mismo, lo que parecería ser el escenario más adecuado. Además, tampoco se trata aquí, de la remoción de un logo o marca existente en un producto del titular marcario sino en un videojuego que, claramente, no le pertenece. De todas formas el caso sigue en proceso sin que se tengan novedades sobre su posible resolución hasta el momento.

Otro caso interesante, esta vez en Estados Unidos, es el de AM GENERAL LLC contra ACTIVISION<sup>22</sup>. Activision Blizzard Inc, es la responsable de la mundialmente conocida saga de videojuegos CALL OF DUTY, videojuegos del género bélico y del tipo FPS (First Person Shooter). AM GENERAL, acusó a ACTIVISION por el uso indebido de sus marcas “HUMVEE” y “HMMWV” del famoso vehículo HUMMER al que le da su nombre y es su fabricante. Dicho vehículo, que es usado por las fuerzas armadas estadounidenses, fue incluido por ACTIVISION en al menos nueve juegos de la serie CALL OF DUTY y en algunos casos hasta mencionados en los diálogos del juego. Claramente, ACTIVISION no había celebrado ningún acuerdo de licencia con AM GENERAL, lo que provocó el conflicto.

Sorprendentemente y amparándose en la primera enmienda de la constitución estadounidense, la corte de Nueva York sentenció a favor de ACTIVISION señalando que tanto los videojuegos como las películas y programas de televisión pueden emitir marcas [de terceros] sin infringir los derechos de sus titulares, incluso señalando que *aunque podría haber sido metafísicamente posible para Activision haber producido videojuegos sin la presencia de Humvees, los mismos incrementaron el sentido del realismo cumpliendo un propósito genuino*. Desestimando la demanda de AM GENERAL, la corte sostuvo que el creador del videojuego CALL OF DUTY tenía el derecho de usar vehículos militares reconocidos en la vida real en una obra expresiva enfocada en escenarios bélicos realistas.

En este caso en particular, lo que la corte norteamericana hizo fue optar por dar predominancia a la “libertad de expresión”, basado, como señalé anteriormente, en la primera enmienda constitucional de dicho país, aplicando además lo que se denomina en la doctrina norteamericana el *Test de Rogers*<sup>23</sup> por el cual el uso de una marca [ajena] en una obra artística sólo es reprochable si: a) no dota de relevancia artística a la obra que la contiene, o b) es explícitamente engañoso respecto de la fuente (origen podría ser una más adecuada traducción) o contenido de la obra. Podemos entonces asumir, que en el caso de ACTIVISION la corte entendió que el uso no era engañoso (por ejemplo, no hacía creer a los jugadores que el videojuego CALL OF DUTY estaba auspiciado por la marca HUMVEE) y por el contrario, le otorgaba un tenor realista en tanto dicho efecto era el necesario para el contexto artístico del videojuego<sup>24</sup>.

Como puede observarse, en cada caso planteado las conclusiones son diferentes sea por la jurisdicción y ley aplicables o bien por el tipo de uso de las marcas en cuestión. Lo cierto es que en materia de videojuegos, así como en cualquier otro medio de expresión artística, el uso de marcas ajenas debería ser cauteloso. En sentido estricto, a los fines de obtener un mayor grado de certeza y seguridad jurídica es razonable solicitar licencias de uso de marcas a terceros. Del mismo modo, es de vital importancia proteger los signos distintivos del videojuego al amparo del sistema marcario no sólo a los efectos de repeler usos no autorizados sino también para otorgarle mayor valor a los activos que componen la obra artística.

---

<sup>21</sup> Caso C129/17: *Mitsubishi Shoji Kaisha Ltd and Mitsubishi Caterpillar Forklift Europe BV v. Duma Forklifts NV y G.S. International BVBA*.

<sup>22</sup> *AM General LLC v. Activision Blizzard, Inc. et Al*, 1:17-cv-08644-GBD-JLC; Nueva York, Estados Unidos 2017. Una copia de la demanda puede leerse aquí: <https://digitalcommons.law.scu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3188&context=historical>

<sup>23</sup> *Rogers v. Grimaldi*, 875 F.2d 994 (2d Cir. 1989).

<sup>24</sup> Parte de la sentencia señala “[...] if realism is an artistic goal, then the presence in modern warfare games of vehicles employed by actual militaries undoubtedly furthers that goal.[...]” *AM General LLC v. Activision Blizzard, Inc. et Al*, 1:17-cv-08644-GBD-JLC; Nueva York, Estados Unidos 2017.

## 4. Derechos de Imagen de terceros

La mayoría de los países protegen el derecho a la propia imagen o imagen personal (e incluso su voz) de la personas humanas en sus legislaciones. No hay duda de que tanto la imagen como la voz son elementos que identifican a una persona y le dan su carácter individual constituyendo ello un derecho intrínseco que debe ser protegido.

En el caso de Argentina, por ejemplo, encontramos una triple protección legal del derecho de imagen, emanados del Código Civil y Comercial de la Nación<sup>25</sup>, en la Ley de Propiedad Intelectual<sup>26</sup> y en la Ley de Protección de los Datos Personales<sup>27</sup>. Sin detenerme en un análisis jurídico de dicho instituto, pues hay numerosa doctrina al respecto, adelanto que su protección como derecho es a esta altura indiscutible y merece ser tenida en cuenta a la hora de analizar su impacto sobre los videojuegos.

A diferencia de otras obras audiovisuales, tal como sucede en el cine por ejemplo en donde a partir de imágenes fijas o en movimiento pueden captarse la imagen real, la imagen de una persona en un videojuego puede ser fruto de la creación técnico-artística de los desarrolladores o diseñadores a través de medios tecnológicos como el software y hardware de diseño y no implicar necesariamente la captación de la imagen real de la persona de la que se trata. No obstante, dicha creación, llamémosla digital, contendrá igualmente los rasgos físicos característicos que identifican a una persona determinada. La sola identificación de una persona a través de sus rasgos característicos generados por medios digitales es suficiente para determinar el alcance del derecho a su propia imagen.

En consecuencia, la generación de imágenes digitales (incluyendo su voz) de una persona específica por técnicas particulares, tales como vemos en tecnologías aplicadas como CGI<sup>28</sup> o incluso en los *deepfakes*, pueden ser alcanzadas por el derecho a la propia imagen y voz de la persona digitalmente retratada.

Queda claro entonces que para la inclusión de imágenes personales de personas reales es necesario su consentimiento expreso el que puede ser materializado a través de un contrato específico. Al respecto se pueden encontrar casos como el de Lionel Messi en el Juego FIFA<sup>29</sup> de EA Sports, en donde no sólo dentro del juego aparece su imagen caracterizada en uno de los jugadores sino que además aparece en la portada comercial del mismo, la que es explotada a los efectos de su difusión publicitaria.

Algunos países, incluso, van un paso más allá protegiendo la *identidad* de personas reconocidas públicamente, salvaguardando aquellos elementos que la caracterizan en su actividad profesional o artística y que tienen un alcance más abarcativo que solo la imagen física o su voz.

Estados Unidos por ejemplo, contempla la figura del *Right of Publicity*<sup>30</sup> como conexas al derecho de autor y que tiende a proteger los elementos de la *personalidad* de personas reconocidas. Entre esos elementos, además de su voz y su rostro, podemos encontrar su forma de hablar, sus frases, su forma de vestir, apariencia, etc, vinculados a la actividad profesional o artística que desempeñan habitualmente.

Un caso que refleja claramente en los videojuegos el *right of publicity* fue el reclamo que la banda de rock norteamericana NO DOUBT inició contra Activision Publishing, Inc.<sup>31</sup> en el año 2011, por incumplimiento contractual respecto del videojuego BAND HERO. En resumen, el reclamo del conjunto musical consistió en señalar que Activision se excedió en los derechos otorgados en el contrato que los vinculaba. En el juego BAND HERO se ofrecía la posibilidad a los jugadores de que pudieran elegir como sus avatares<sup>32</sup> a los miembros de la banda NO DOUBT. Tales avatares estaban consentidos por los miembros de NO DOUBT en su respectivo contrato de licencia a los efectos de poder transmitir sus características principales, imagen personal, voces, y demás atributos que cada uno de ellos tenía vinculados con sus obras musicales. Sin embargo, el videojuego además permitía editar y alterar algunas características de los avatares logrando cambiarles las voces e incluso representar obras musicales de otras bandas. Por ejemplo, al avatar representado por la cantante de NO DOUBT, Gwen Stefani, podía darse una voz masculina. Los músicos alegaron que

---

<sup>25</sup> Art. 53

<sup>26</sup> Ley 11.723, art. 31

<sup>27</sup> Ley 25.326

<sup>28</sup> Computer Generated Imagery o imágenes generadas por computadora.

<sup>29</sup> Lionel Messi aparece en las portadas del FIFA 13 (2012), FIFA 14 (2013), FIFA 15 (2014) y FIFA 16 (2015).

<sup>30</sup> Creación jurisprudencial norteamericana desprendida del *Derecho a la privacidad*.

<sup>31</sup> No Doubt v. Activision Publishing Inc, Tribunal Superior del Estado de California, Estados Unidos de América, Caso No. BC425268, Año 2011.

<sup>32</sup> AVATAR: según Oxford Languages es la identidad virtual que escoge el usuario de una computadora o de un videojuego para que lo represente en una aplicación o sitio web.

existió una afectación de su identidad y personalidad permitiendo que sus representaciones gráficas interpretaran fonogramas de otros músicos o bien que contuvieran una voz diferente ligada a su imagen. Más allá de otros detalles jurídicos del caso, propios de los usos y costumbres de la doctrina y jurisprudencia norteamericanas, lo interesante fue que el tribunal resolvió a favor de NO DOUBT señalando que Activision afectó el *right of publicity* de los músicos excediéndose en las facultades otorgadas por la licencia de uso que contenía el mencionado contrato.

Por otra parte el *right of publicity* también encuentra su némesis jurisprudencial en Estados Unidos, con la aplicación del *Transformative Test*<sup>33</sup> o Test de Transformación en donde el juez puede evaluar si el uso del nombre o su identidad por parte de un tercero sufrió cambios o transformaciones suficientes para ser considerado más que una identidad de la celebridad una forma de expresión propia de dicho tercero. Claramente no fue el caso de Activision con NO DOUBT toda vez que la identidad, imagen y otros elementos pertenecientes a sus miembros eran sus réplicas exactas.

Sin dudas, el derecho de imagen y voz, así como sus variantes más complejas como el *right of publicity*, deben ser tenidos en cuenta en el proceso de creación de los videojuegos. Al igual que cualquier otro derecho que complemente la obra intelectual debe ser autorizado por sus titulares y su alcance respecto al uso debe ser expresamente delimitado. Más allá de las interpretaciones jurisprudenciales que puedan suscitarse posteriormente en un litigio, siempre es recomendable tomar recaudos instrumentales para evitar contingencias. El valor que agrega la inclusión de una celebridad (o su identidad) dentro de un videojuego, debe acompañarse por una conducta legal diligente a fin de evitar contingencias a futuro.

## 5. Conclusión de la Primera Parte.

La industria de los videojuegos es tan compleja como son los videojuegos en su calidad de obras. Las prácticas, usos y costumbres que acompañan al sector en todo el mundo, si bien se nutren de industrias sucedáneas como la del cine, parecen tener una impronta cada vez más específica y particular. Es necesario entonces, ordenar y entender quién es quién en el proceso de creación y comercialización, determinando concretamente sus actividades y alcances, para así poder tener claridad a la hora de comprender un fenómeno cultural y social que trasciende las barreras del mero entretenimiento infantil o adolescente como era hace tan solo unas décadas atrás.

Desde el punto de vista legal, si bien no hay dudas de que el derecho de autor es el sistema legal más adecuado para proteger a los videojuegos como obra intelectual, queda mucho camino por recorrer todavía para que en las distintas jurisdicciones se dote a los mismos del carácter de obra protegida (tal como las cinematográficas, musicales, literarias, etc) con un perfil autónomo y sin necesidad de recurrir a asimilaciones o interpretaciones por analogía. El videojuego es una forma más de entretenimiento, con naturaleza técnica y jurídica propia y que merece ser tratada como tal. Temas como plazos de protección, presunciones legales de [cesión de] titularidad, usos secundarios, registro (depósito), derechos conexos e incluso gestión colectiva (de corresponder), deberían ser resueltos cuanto antes, pero con una visión moderna y ajustada a la realidad económica y comercial de su mercado, sin perjudicar al *Usuario Final* e intentando no menoscabar el impulso comercial y crecimiento de un sector industrial que no sólo continúa creciendo exponencialmente sino que en muchos casos es una fuente importante de trabajo, cultura y desarrollo social. Tal como propone *Andy Ramos Gil de la Haza*<sup>34</sup>, un acuerdo internacional sobre la materia sería un muy buen primer paso para comenzar ese camino.

Mientras tanto, los responsables de continuar el camino creativo, económico y comercial en materia de videojuegos, deberán echar mano de todo el andamiaje legal vigente y disponible en cada jurisdicción para defender el fruto de su esfuerzo, respetar derechos de terceros y procurar el mayor grado de prolijidad y claridad instrumental que le sea posible para poder ejercer y mantener sus derechos de propiedad y propiedad intelectual de su trabajo.

## SEGUNDA PARTE – LOS eSPORTS

---

<sup>33</sup> Surgido en el año 2001 del fallo *Comedy III Productions, Inc. v. Gary Saderup, Inc.* 21 P.3d 797 por la vulneración del *right of publicity* de Los Tres Chiflados (The Three Stooges) en litografías y remeras.

<sup>34</sup> *Videojuegos: ¿programas informáticos u obras creativas?* Andy Ramos Gil de la Haza, España, Revista OMPI, Agosto 2014.

## 1. Vínculo con los videojuegos multijugador online

Habiendo hecho una pequeña aproximación sobre la naturaleza del videojuego y su protección legal, propongo ahora analizar un fenómeno muy particular cuyo auge comenzó hace varios años y continua desarrollándose y expandiéndose virtuosamente de forma sostenida. Los eSports.

Desde que internet se convirtió en un medio de comunicación masivo y habitual en el mundo, y la capacidad de conexión e intercambio de archivos en red comenzó a ser cada vez más accesible (no sólo económicamente sino desde el punto de vista técnico), el comportamiento de los usuarios de videojuegos fue cambiando.

Los videojuegos que usualmente se adquirían en formato físico (casetes, floppies, disquetes, CDs, DVDs,) y otorgaban, en su mayoría<sup>35</sup>, sólo la posibilidad de jugarlos una vez instalados en forma individual, comenzaron a ofrecer la posibilidad de jugarse en línea con otros jugadores, con personas reales.

En forma masiva, hace más de dos décadas que la industria del videojuego ofrece en la mayoría de sus títulos la opción *multiplayer* o *multijugador*<sup>36</sup> (como alternativa al *single player* o juego individual realizado solo sobre la computadora o dispositivo en donde se encuentra instalado) facilitando al jugador la conexión en línea con otros jugadores sobre el mismo plano y ambiente del juego y en tiempo real para así poder compartir con ellos la experiencia que el videojuego brinda<sup>37</sup>. Ya no se trataba de vencer a un circuito electrónico sino de competir y, en su caso, vencer a uno o más individuos de carne y hueso que se encontraban de otro lado del cable de internet. Desde hace algunos años, muchos videojuegos *multiplayer* además ofrecen la posibilidad a los jugadores de ser “*rankados*” es decir integrar un *ranking* de jugadores de acuerdo a su desempeño y compararse con otros.

Los juegos multijugador en línea fueron proliferando, sin importar su género, al ritmo en que crecía la capacidad y velocidad de internet de los usuarios que los adquirían.

## 2. El origen del negocio.

Con el correr los años esta conducta, lógicamente, provocó que el espíritu competitivo, que en mayor o menor medida posee cada jugador de videojuegos, se incrementa no tardando en aflorar competencias de jugadores amateurs de videojuegos específicos y reconocidos, para demostrar su destreza y habilidades. Si bien hay antecedentes de competencias de videojuegos de participación masiva en las décadas de los '70, '80 y '90<sup>38</sup>, incluso transmitidas por televisión siendo las más recientes de ellas sobre videojuegos online, no fue sino hasta entrada la primera década de los años 2000 que afloraron verdaderos campeonatos de videojuegos en línea a nivel mundial con un impacto similar al que conocemos hoy en día.

A finales de la década de 1990, fue en Corea del Sur en dónde, fruto de una recesión económica profunda y con la entrada de la conexión de banda ancha de internet, miles de jóvenes (muchos de ellos desempleados) se volcaron a los videojuegos<sup>39</sup>. En el año 2000 el gobierno surcoreano autorizó la creación de una de las primeras organizaciones de eSports del mundo<sup>40</sup>, KeSPA.<sup>41</sup> Fue en esa época en la que las cadenas de televisión surcoreanas comenzaron a televisar los torneos de eSports de dicho país debido a la gran audiencia que poseían<sup>42</sup>. Los jugadores de videojuegos que participaban, rápidamente se convirtieron en celebridades y su fama se incrementó notablemente. Mientras tanto en Europa como en Estados Unidos, existían organizaciones

---

<sup>35</sup> Si bien desde mediados de los '70 y principios de los '80 existen videojuegos que podían jugarse conectando dos o más terminales (*Maze War* desarrollado por Steve Colley, Greg Thompson, y Howard Palmer para la computadora IMLAC PDS-1 en la NASA en 1973 por ejemplo), por vía telefónica, a través de sistemas pre-internet como ARPANET, o por sistemas de red privada (LAN), los primeros juegos multiplayer online comenzaron su nacimiento masivo a mediados de la década de los '90.

<sup>36</sup> Me refiero al *multiplayer* en línea y no a aquellos que ofrecían la posibilidad de competir con otro jugador en el mismo juego y dispositivo (el Pong de Atari por ejemplo que soportaba la interacción de dos jugadores)

<sup>37</sup> Incluso, existen juegos que sólo ofrecen como posibilidad la participación de múltiples competidores tales como los del género clásico MMPORG o Massive Multi-Player Online Role Games (Juegos de rol masivos multijugador en línea) o los más actuales como los del género denominado BATTLE ROYALE como FORNITE BATTLE ROYALE, PUBG, APEX LEGENDS, CALL OF DUTY: WARZONE, entre otros.

<sup>38</sup> En 1972 se registra el primer torneo de videojuegos en la Universidad de Stanford con el juego SPACEWAR, mientras que en 1980 se realiza el primer torneo nacional de SPACE INVADERS organizado obviamente por ATARI, con la participación de más de 10.000 jugadores. Sin embargo hay quienes atribuyen a la competencia sobre el juego QUAKE (de GT Interactive) denominada RED ANNIHILATION en 1997, organizada en la E3 del mismo año, ser el primer torneo de eSports de la historia. Coincidió con esta atribución.

<sup>39</sup> El videojuego más popular en esa época en Corea fue el STARCRAFT (Blizzard).

<sup>40</sup> Hay quienes sostienen que la CPL o Cyberathlete Professional League, creada en Texas, Estados Unidos, en 1997 fue la primera organización de eSports.

<sup>41</sup> Korea eSports Association (KeSPA) <http://eSports.or.kr/>

<sup>42</sup> Se estima que para esa época existían casi 4 millones de televidentes por día viendo los torneos de StarCraft en Corea del Sur.

similares como la Cyberathlete Professional League o la alemana Deutsche ClanLiga (que cambió su nombre a Electronic Sports League o ESL) que iban corriendo una suerte similar.

Poco más tarde, esas competencias, fueron replicadas y capitalizadas por los propios titulares de los videojuegos<sup>43</sup> en todo el mundo, sumándose además compañías vinculadas con el sector del software y el hardware e incluso hasta empresas que nada tienen que ver con la industria del videojuego<sup>44</sup>. Todas estas compañías vieron en ello un negocio y decidieron (o al menos intentaron) organizarlo, dando vida a una nueva modalidad de entretenimiento mundial.

Se crearon equipos, ligas nacionales e internacionales, se profesionalizó la actividad, se generaron reglas y condiciones para los eventos y demás cuestiones propias de una actividad nueva, diferente y con mucho futuro.

Los eSports no eran una moda pasajera, llegaban para quedarse.

### 3. El Streaming o Broadcasting

Sumada a la explosión de los eSports en todo el mundo, debe agregarse que desde hace casi una década todos los eventos organizados en materia de eSports comenzaron a transmitirse por internet a través de plataformas específicas. Esta circunstancia logró que rápidamente se lograra una difusión masiva de las competencias de eSports en todo el planeta.

La aparición en 2011 de Twitch<sup>45</sup> ([www.twitch.tv](http://www.twitch.tv)), una plataforma de *streaming* focalizada en la transmisión de videojuegos, tuvo un papel preponderante. Para 2014, Twitch era la cuarta plataforma de streaming con más tráfico en los Estados Unidos y una de las más utilizadas del mundo.

Al día de hoy Twitch sigue siendo la plataforma líder para la transmisión de videojuegos y eSports, aunque Youtube Gaming y Facebook Gaming (en alianza con Microsoft) vienen cobrando cada vez mayor relevancia. A ellos podría sumársele Discord<sup>46</sup>, otra plataforma más enfocada al streaming de audio que de video y muy utilizada en juegos online en la actualidad entre jugadores mientras participan en las partidas multijugador.

El alcance masivo que ofrecen estas plataformas de *streaming* en lo que respecta a los eSports es fundamental para explicar el crecimiento progresivo en la audiencia y la proliferación del éxito de las competencias de videojuegos que se realizan en todo el mundo. Prueba de ello, es que actualmente hasta los deportes convencionales se encuentran negociando acuerdos con plataformas para la transmisión de certámenes. Tal es el caso de la Federación Internacional de Basquetbol (FIBA) que en febrero de 2021 acordó con Twitch la transmisión de más de 600 horas de juegos en vivo por año. La FIBA es la primera federación de deportes (convencionales) que firma con Twitch y no se descarta que otras de diferentes disciplinas deportivas tradicionales, sigan su camino.

Si bien las diferencias técnicas entre el *broadcasting* y el *streaming* son relativamente difusas, podríamos decir que el primero no depende exclusivamente de internet (pues la transmisión puede ser por radio o por televisión sin la intervención de internet) y el *streaming* es la transmisión de audio y video a través de internet.

En materia de eSports lo habitual es que las transmisiones de los certámenes sean realizadas a través de las plataformas como Twitch o YouTube ya mencionadas, pero ello no excluye que, adicionalmente, se establezcan sistemas de *broadcasting* que alcancen a otros medios de comunicación tales como la televisión.

En ese aspecto, no es nuevo que señales televisivas como ESPN2, DISNEYXD, TBS y CBS, entre otras, emitan diversos eventos de eSports desde hace varios años y a varios países del mundo. En Argentina, por ejemplo, la señal de televisión FLOW, transmite los partidos de la Liga Master | Flow<sup>47</sup> a través del canal 601 (Flow Gaming XP).

---

<sup>43</sup> Hay consenso en que la primera en involucrarse en el mundo de los eSports fue RIOT GAMES.

<sup>44</sup> Tomás Rigo y Mariano Bourgeois las clasifican como “marcas endémicas” y “marcas no endémicas”, refiriéndose por las primeras a aquellas ligadas a la industria del software, hardware y videojuegos y las segundas como a aquellas que nada tienen que ver con la industria pero que patrocinan las competencias.

<sup>45</sup> Adquirida por Amazon en 2014, por U\$D 970.000.000.-

<sup>46</sup> Discord, Inc. (EEUU)

<sup>47</sup> Liga perteneciente a la catalana LVP (Liga de Videojuegos Profesional) en su capítulo argentino y patrocinada por la empresa Cablevisión (de Telecom Argentina S.A).

Sin embargo, una cuestión, no menor y en debate en la actualidad, es la posición legal de los *broadcasters* o *streamers* respecto de los derechos de transmisión de los certámenes de eSports y de los videojuegos en los que se basan.

No cabe duda de que en gran medida la eclosión de los eSports se debe al poder de diseminación que poseen las plataformas de *streaming* o los *broadcasters* y su llegada a cientos de miles y hasta millones de personas en todo el planeta. Claramente, el *broadcaster* o *streamer* es un actor fundamental para entender, como dije anteriormente, el éxito de esta actividad.

Ahora, el interrogante que depara el futuro no muy lejano del ecosistema de los eSports es si corresponde o no que los *broadcasters* o *streamers* deban negociar y pagar por los derechos de transmisión de eSports. Esto abre un doble escenario: el derecho emanado del *Publisher* o titular del videojuego y el derecho adquirido del organizador del certamen de eSport transmitido. Actualmente, si bien se celebran contratos onerosos de cesión de derechos exclusivos de transmisión de eventos de eSports en todo el mundo, muchos *Publishers*, por ejemplo, aceptan (y autorizan) la transmisión de sus videojuegos a través de plataformas de streaming en forma gratuita, con ciertas condiciones aun cuando dicha transmisión represente una monetización para el *broadcaster* o *streamer*. No obstante, no sería extraño que de un momento a otro, tanto los *Publishers* como los organizadores de eSports que hoy permiten la transmisión gratuita de los eventos, cambien su postura y resuelvan que parte de las ganancias generadas por las plataformas de *streaming* (que las tienen) en sus transmisiones de eSports deban ser compartidas con ellos a través de licencias de transmisión específicas.

A todo ello deberá sumarse además, emprendimientos de terceros que, sirviéndose de las plataformas de *Streaming*, realizan transmisiones exclusivas de eSports determinados. Es común en los últimos años que empresas específicas que poseen su propio canal en alguna de las plataformas tradicionales (Twitch o Youtube Gaming) generen transmisiones exclusivas de torneos de eSports. En definitiva todo aquel que participe en la cadena de distribución del contenido de eSports podría ser alcanzado por un sistema de licencias que, en mayor o menor medida, pueda ecualizar los ingresos generados.

#### 4. Los números.

A lo largo de los 20 años que han pasado desde el nacimiento de los eSports tal como los conocemos en la actualidad, como industria del entretenimiento, sus números no han parado de crecer y no se espera que decaigan en el corto plazo.

El nivel de inversiones, en particular de capital de riesgo<sup>48</sup>, que ofrecen los eSports es notable. Según un estudio de Deloitte, en 2017 se invirtieron unos 490 millones de dólares mientras que en 2018 ese número fue superado en un 837%, es decir unos 4.500 millones de dólares aproximadamente<sup>49</sup>.

Se espera además que las ganancias que arrojarán los eSports para 2021 superen los 1000 millones de dólares y los 1.800 millones de dólares para 2022<sup>50</sup>.

Actualmente, Norteamérica, Asia y países del pacífico y Europa representan el 57% de la audiencia e ingresos global.

América Latina, por su lado, ha sido favorecida por esta ola de éxito y aunque con números mucho más incipientes que otras regiones, viene en franco crecimiento. El mercado de eSports en Latam ha pasado de 18 millones de dólares en ganancias en 2019 a 42 millones de dólares en 2020, según afirma en su informe PwC.

En líneas generales los habituales focos de rentabilidad de los eSports se dan principalmente en los derechos de transmisión de los eventos, la venta de entradas, merchandising y los denominados *in-game purchases* o ventas dentro de los videojuegos, pero el mayor caudal de ingresos se da a través del *sponsorship* (patrocinio) y la publicidad.

---

<sup>48</sup> Según Deloitte representa al menos el 56% de las inversiones del sector contra el 13% de Private Equity y 31% de Family Office. ("The Rise of eSports Investments" p.11 The Esports Observer, Deloitte, Abril 2019)

<sup>49</sup> <https://www.businessinsider.com/esports-ecosystem-market-report>

<sup>50</sup> NewZoo.com

Para tener una idea del valor que implican los eSports actualmente, a continuación detallo la valuación que alcanzaron en el año 2020<sup>51</sup> algunos clubes o equipos reconocidos de jugadores en el ecosistema y que a esta altura ya se encuentran consolidados como verdaderas compañías del mundo del entretenimiento:

|                                 |                 |
|---------------------------------|-----------------|
| <b>TSM</b> (antes Team SoloMid) | USD 410.000.000 |
| <b>Cloud9</b>                   | USD 350.000.000 |
| <b>Team Liquid</b>              | USD 310.000.000 |
| <b>FaZe Clan</b>                | USD 305.000.000 |
| <b>100 Thieves</b>              | USD 190.000.000 |
| <b>Gen.G</b>                    | USD 185.000.000 |

y la lista continúa con valuaciones similares para al menos media docena más de clubes de eSports. En algunos casos, los clubes de eSports como TSM, han alcanzado o superado la valuación que poseen algunos clubes de la Liga Nacional de Hockey sobre hielo (o NHL) de Norteamérica (EEUU y Canadá). Todo indicaría que estos números seguirán creciendo en los próximos años.

## 5. Orden y desorden.

Así y todo, tal como es la industria de los videojuegos, el ecosistema de los e-Sport es también desordenado. Numerosas iniciativas para agrupar, ordenar e internacionalizar los eventos y competiciones fueron intentadas a lo largo de los años creándose un sinnúmero de ligas nacionales, regionales e internacionales, algunas de ellas con mayor grado de profesionalismo y estructura, y otras que fueron perdiendo incidencia hasta casi desaparecer a pesar de los éxitos cosechados en el pasado (tal como el caso de la mencionada CPL).

Es importante señalar que en el ecosistema de los eSports, el identificador principal de su organización va a estar dado por su “materia prima”, es decir los videojuegos. Usualmente podremos identificar un torneo o liga dependiendo del videojuego del que se trate, como veremos más adelante. En ese sentido, los principales videojuegos y que hasta el día de hoy tienen relevancia en el mundo de los e-Sports, son los siguientes:

- League of Legends (LOL)
- Dota 2
- FIFA
- Fortnite
- Hearthstone
- Overwatch
- Call of Duty Black Ops 4
- StarCraft II
- Magic: The Gathering Arena
- Heroes of the Storm
- Rainbow Six: Siege
- Playerunknown’s Battlegrounds (PUBG)
- Counter Strike: Global Offensive
- Valorant

No son los únicos pero son los que más audiencia captan en los torneos.

Es a partir de los videojuegos específicos entonces, donde toda la organización de los eSports comienza a girar. Los jugadores se especializan en un determinado videojuego, luego forman su equipo con otros jugadores para el mismo videojuego, ese equipo pertenecerá a (o se convertirá en) un club y ese club va a participar (representado por ese equipo de jugadores) de los torneos correspondientes a dicho videojuego organizados por una liga.

Respecto a la manera en la que se organiza el mundo de los eSports, podríamos hacer una clasificación de sus principales actores de la siguiente manera:

---

<sup>51</sup> <https://www.visualcapitalist.com/esports-companies-compare-with-sports-teams/>

**FEDERACIONES Y ASOCIACIONES:** Organismos cuyo objeto primordial reside en difundir y ordenar los eSports a nivel nacional, regional o internacional. Estas iniciativas enfocan sus esfuerzos por coordinar los diferentes certámenes competitivos que involucran a los eSports. Asimismo, bregan por el reconocimiento de los eSports como actividades deportivas, por la difusión de los eSports en determinados territorios, y por la protección, reconocimiento, no discriminación, ética, integridad, igualdad (entre mujeres y hombres), desarrollo y profesionalización de los jugadores de eSports como deportistas. La “gobernanza” de los eSports en torno a ciertos valores específicos parecería ser la naturaleza más adecuada de estas entidades. No es casual que muchas de esas entidades, incluso, ofrezcan mecanismos de resolución de disputas para resolver conflictos diversos de la actividad.

Entre las federaciones internacionales más destacadas podemos mencionar a la *Internacional Esports Federation o IESF* (Corea), la *Asian Electronic Esports Federation o AESF* (Hong Kong), el *World Esports Consortium o WESCO* (Brasil, Holanda, China y Australia) y la *World Esports Association o WESA* (internacional), entre otras.

En Argentina, encontramos a la *Asociación de Deportes Electrónicos y Videojuegos de Argentina o DEVA*, la *Asociación de Deportes Electrónicos y Electromecánicos Argentina o ADEEMA* y a la *Asociación Argentina de Deportes Electrónicos o AADE*<sup>52</sup>.

**LIGAS Y ORGANIZADORES:** Organismos dedicados a la organización de competencias entre clubes. En muchos casos (no en todos) los *Publishers/Developers*, al ser titulares de los videojuegos, son también los propios titulares y organizadores de las ligas. Es importante destacar que el concepto de “liga” en muchos casos suele asociarse al tipo de competencia y no al organizador de la misma. Frecuentemente se denomina “liga” a una sola competencia en particular en una fecha específica y determinada y en otros casos a una serie de eventos organizados en forma de torneo o competencia que en general se desarrollan en periodos de tiempo prolongados y en diferentes lugares, por lo que es muy común la confusión entre campeonato y ligas en el ecosistema de los eSports. Asimismo suele referirse a “liga” a la serie de certámenes de un videojuego determinado (por ejemplo “Call of Duty League”) en donde el organizador solo convocará a equipos o clubes que se desempeñen en ese videojuego en forma exclusiva.

Sin perjuicio de ello, lo importante es que quien organice un evento de eSports tendrá la responsabilidad legal de tal organización estableciendo las reglas y políticas específicas que regulen el evento. Por otro lado, teniendo en cuenta que tales eventos dependerán del uso de determinados videojuegos, dicho uso deberá encontrarse autorizado por los titulares de los mismos.

En dicho sentido, las ligas y demás organizadores de eventos competitivos de eSports son las que negociarán con los titulares de los videojuegos las respectivas licencias para el uso de los mismos en las competencias. Las licencias, en general son “no exclusivas” y dependerán del uso correspondiente al evento competitivo del que se trate (plazos de uso, territorio, condiciones de registro de usuarios, etc).

Existen ligas y torneos nacionales, regionales, internacionales y mundiales. A su vez, como mencioné anteriormente, existen ligas específicas y vinculadas a un sólo videojuego en particular (tal como la *LCS*, la *Apex Legends Global Series* o la *Rocket League Championship Series*) y otras que abarcan varios videojuegos (*Dreamhack*, *Major League Gaming*, *Liga Mexicana de Videojuegos*, etc).

Entre las ligas más importantes del ecosistema podemos encontrar: *Major League Gaming* (EEUU), *ESL* o *Electronic Sport League* (Alemania), *The International* (de Valve Corporation), *League of Legend Series* o *LCS* (de Riot Games), *FIFA Interactive World Cup* o *FIWC* (de la FIFA), *Fortnite World Cup* (de Epic Games), *Apex Legends Global Series*, *Overwatch League* u *OWL* (de *Blizzard Entertainment*), entre muchísimas otras a lo largo del planeta.

**CLUBES Y EQUIPOS:** Sobre los clubes podemos señalarlos como entidades que congregan equipos de jugadores para participar en competencias de videojuegos específicos. Cada club podrá tener más de un equipo dependiendo del videojuego al que estén vinculados. Los clubes serán los encargados de establecer las pautas de la actividad de sus equipos y jugadores, por ejemplo, determinando las bases y condiciones para sus entrenamientos, la provisión de elementos y herramientas específicas para el desarrollo de su actividad (uniformes, sillas, computadoras, periféricos, monitores, etc) además de su participación de los distintos certámenes que se organicen respecto de los videojuegos a los que sus equipos y jugadores se dediquen.

---

<sup>52</sup> Luego del polémico Proyecto de Ley de Deportes Electrónicos de 2018 presentada por AADE, y rechazado por la mayoría del ecosistema de eSports argentino (principalmente por intentar dejar fuera del concepto de actividad deportiva a los eSports basados en FPS y similares y no consultar a los principales involucrados de la industria) y tras rumores de renuncia de su presidente, no se observa actividad de dicha asociación desde el año 2019.



En muchos casos, los clubes tienen un comportamiento similar a los del fútbol profesional, en cuanto retienen el derecho de imagen de sus jugadores, poseen sus escudos y distintivos como marcas, etc. En su mayoría son verdaderas compañías, constituidas en sociedades comerciales, aunque existen casos de figuras asociativas específicas (dependiendo el país del que se trate) tales como las que aplican para los clubes deportivos. De hecho, estos últimos, sobre todo los clubes de fútbol, participan con sus propios equipos de eSports en varias ligas y certámenes. Tal es el caso del Paris Saint-Germain (PSG)<sup>53</sup>, FC Barcelona<sup>54</sup>, en el exterior y en Argentina, Club Atlético River Plate<sup>55</sup> Club Atlético San Lorenzo de Almagro<sup>56</sup> o Club Atlético Boca Juniors<sup>57</sup>, entre varios más.<sup>58</sup>

Es habitual ver difuminado el concepto entre club y equipo dado que en muchos casos, se denomina equipo a un club y viceversa. Debido a las habitualidades semánticas y caracteres propios de otros idiomas y por la globalidad de la actividad de los eSports, es común que un club al participar únicamente en certámenes competitivos sobre un videojuego determinado, suela denominárselo como equipo. Otro caso frecuente son los equipos que van logrando trascendencia y se diversifican, por ejemplo, para participar en competencias en más de un videojuego formando nuevos equipos bajo el mismo nombre.

En cualquier caso, la diferencia entre club y equipo radica en su naturaleza asociativa, es decir, el club estará caracterizado por su capacidad de congregar, formar, organizar y representar equipos de jugadores y a los jugadores en particular, en las competencias, sean para uno o más videojuegos, mientras que el equipo será únicamente un grupo de jugadores que compiten contra otros equipos en un videojuego específico.

Desde el punto de vista jurídico en Argentina, y teniendo en cuenta la actividad comercial que desarrollan, muchos clubes se encuentran conformados por diferentes tipos societarios, tales como sociedades anónimas, sociedades por acciones simplificadas, sociedades de responsabilidad limitada, etc.<sup>59</sup>, mientras que las asociaciones de eSports (más cercanas a las federaciones y asociaciones antes mencionadas), por no perseguir principalmente un fin de lucro, suelen constituirse en asociaciones civiles. Burgeois desarrolla la cuestión asociativa de los diferentes actores del ecosistema de los eSports en nuestro país con meridiana claridad abriendo el debate también sobre la posibilidad de establecer figuras asociativas específicas del deporte, tales como las creadas por la Ley Nacional del Deporte 20.655.<sup>60</sup> (Asociaciones Civiles Deportivas de primer y segundo grado, de representación nacional y superiores).

Los clubes de eSports pueden contar con infraestructura suficiente para profesionalizar a los jugadores. En muchos casos los propios clubes forman las denominadas *Gaming Houses*, es decir, predios específicos para el entrenamiento y perfeccionamiento de los jugadores y equipos para su preparación, concentración y participación en las competencias. Entre los clubes (o equipos) de eSports más reconocidos a nivel global podemos encontrar a FaZe Clan, Team Secret, Team Liquid, Cloud9, OG, T1<sup>61</sup>, Fnatic, G2 Esports, 100 Thieves, entre muchos otros.

En Argentina se destacan Isurus Gaming, Furious Gaming, Undead Gaming, Globant Emerald Team, Maycam Evolve, eBRO Gaming, New Pampas, Intel New Indians Esports, entre muchos otros además de los ya mencionados pertenecientes a clubes de fútbol profesional.

**JUGADORES:** Persona humana que juega a un videojuego específico, perteneciendo a un equipo dentro de su club. En materia de eSports, es común asignarles el calificativo de “profesional” a los jugadores que destinan la mayor parte de su tiempo al entrenamiento en videojuegos y a su participación en los certámenes correspondientes organizados por las ligas u organizaciones de eSports. Se diferencian de los jugadores “amateur”, quienes solo juegan por diversión o esparcimiento, estableciendo una relación jurídica con su equipo o club, y sometidos a las directivas del mismo y a la de las organizaciones de los certámenes de eSports en donde participan.

---

<sup>53</sup> <https://psg-esports.com/home/>

<sup>54</sup> <https://www.fcbarcelona.com/en/esports/efootball-pes>

<sup>55</sup> <https://www.cariverplate.com.ar/esports>

<sup>56</sup> <https://sanlorenzo.com.ar/esports>

<sup>57</sup> <https://www.bocajuniors.com.ar/tags/eSports>

<sup>58</sup> Podemos mencionar además a Godoy Cruz eSports, Gimnasia La Plata eSports, CA Huracán eSports, Rosario Central eSports, Colón eSports, Chacarita Jrs eSports, Banfield eSports, AAAJ eSports.

<sup>59</sup> Según Burgeois, en Argentina Isurus Gaming es una S.A., Furious Gaming una S.A.S. y Nocturns Gaming una S.R.L.

<sup>60</sup> Mariano O. Burgeois, <https://esportsbasis.wordpress.com/2019/11/02/el-rol-de-las-asociaciones-civiles-en-los-esports/>

<sup>61</sup> (antes SK Telecom T1, de Corea del Sur)

**BROADCASTERS o STREAMERS:** Propietarios de una plataforma de streaming dedicada a transmitir los videojuegos y sus competencias en línea sea bajo demanda o en vivo y en directo. También se incluyen señales de televisión por cable y abierta.

**SPONSORS:** Compañías vinculadas o no a la industria de los videojuegos que auspician los eventos, sus transmisiones e incluso los premios de cada competición organizada.

**PUBLISHERS/DEVELOPERS:** Titulares de los videojuegos que licenciarán su uso para las ligas, torneos y plataformas de *streaming* y *broadcasters*. Muchos de ellos, como RIOT GAMES, por ejemplo, organizan sus propios torneos de eSports. (LCS o League of Legend Championship Series).

En el escenario actual no existe una organicidad concreta a nivel internacional o global, que pueda ordenar específicamente la actividad de los eSports. Si bien a cada momento y en diferentes países surgen iniciativas sólidas para generar un orden específico a nivel local, regional e internacional sobre los diferentes certámenes competitivos, sobre el tratamiento de los jugadores y en definitiva sobre toda cuestión relacionada con el mundo de los eSports, hasta el momento cada actor o grupo de actores de los analizados anteriormente actúa en forma aislada o independiente organizando eventos que poseen mayor o menor convocatoria, con reglas y condiciones diferentes, y sobre todo ello se forman las volátiles tendencias internacionales que recaen sobre la actividad.

A diferencia de los deportes tradicionales en donde sí existen consensos masivos para su regulación, por ejemplo, el Comité Olímpico Internacional (COI), o en el caso del fútbol profesional la FIFA y las distintas asociaciones internacionales de la cual dependen, en los eSports no hay, por ahora, ningún tipo de organización estructural a nivel global que permita ordenar y estandarizar la industria. De esta manera, cuestiones cruciales como la autorregulación serán determinantes para sostener y mantener momentáneamente una actividad que posee cada vez mayor preponderancia en el mundo del entretenimiento global. A pesar de la impronta desestructurada del mundo de los *gamers* y de los videojuegos, no resultará posible que una industria de las dimensiones que ha tomado el mercado de los eSports pueda mantenerse en el desorden actual. La existencia de numerosas federaciones, cientos de ligas, miles de equipos y decenas de miles de jugadores, actuando en forma relativamente aislada, requerirán más temprano que tarde de un cierto orden para poder continuar. Para que ello sea posible es importante determinar, entre otras cosas, qué cuestiones legales pueden impactar en el desarrollo de este mercado prominente teniendo en cuenta las particularidades novedosas que lo caracterizan.

## 6. Los eSports como deportes

Uno de los principales cuestionamientos que acapara la atención de propios y ajenos a la industria es si los eSports pueden o deben ser considerados como deportes. Una vez más, el desorden del ecosistema mundial de eSports provoca iniciativas aisladas sobre las cuales, por ejemplo, ciertos países lo consideran una actividad deportiva, mientras que otros aún lo siguen analizando y debatiendo.

La importancia de la categorización de los eSports como deporte estará fundamentalmente dada en que en la mayoría de los países existen regímenes legales específicos para los deportes y eventos deportivos que podrán tener mayor o menor incidencia sobre la actividad y las relaciones jurídicas de sus actores. No es lo mismo que la relación jurídica entre un club o equipo y un jugador sea regulada por el derecho laboral o el derecho comercial que por una ley específica que determine las condiciones de contratación. Lo mismo sucederá, por ejemplo, con los derechos de transmisión de los eventos, derechos de imagen, etc. Los eSports como la actividad económica que es, merece un tratamiento legal específico y no sería conveniente que las relaciones jurídicas de quienes participan en ella deban dejarse libradas a la suerte de la aplicación e interpretación del derecho común.

Bastante se ha hablado y escrito sobre las características intrínsecas del deporte, más allá de las definiciones legales que cada país (en caso de tenerlas) pueda establecer, y su analogía con la actividad de los eSports. Siguiendo a Burgeois<sup>62</sup> y a Velesquen Sáenz<sup>63</sup>, en este sentido, podemos coincidir con ellos en que los deportes, tal como los conocemos en su fase convencional presentan las siguientes características: a) implican una actividad física y/o intelectual, b) poseen carácter lúdico y/o competitivo, c) se encuentran sujetos a

---

<sup>62</sup> Mariano O. Burgeois <https://esportsbasis.wordpress.com/2018/09/08/algunas-apreciaciones-sobre-esports-y-su-regulacion/>

<sup>63</sup> Gustavo E. Velesquen Sáenz, "Los E-Sports desde la perspectiva del derecho del trabajo" Thomson Reuters, AR/DOC/3879/2020, del 19/01/21

normas o reglas d) implican una práctica habitual y c) implican una participación organizada e institucionalizada.

A priori, tales características, parecen ser aplicables a la actividad de los deportes electrónicos. El carácter lúdico es indiscutible toda vez que cuando hablamos de eSports nos referimos a competencias de videojuegos y tal carácter resulta suficiente. En cuanto a las reglas, no hay dudas de que cada competencia posee las propias y cada videojuego naturalmente también. Respecto de la habitualidad de la actividad sobran los ejemplos para determinar que los eSports es una actividad que requiere un nivel de actividad muy alto que no solo abarca la participación en los certámenes sino el entrenamiento para ello de manera que resultaría imposible para un jugador o equipo poder participar si no destina la mayoría de su tiempo a la actividad.

Restan dos cuestiones fundamentales, la actividad física e intelectual y la participación organizada e institucional. Sobre la última, a pesar del cúmulo de asociaciones y federaciones existentes de eSports en la mayoría de los países del mundo, aún es cierto que no existen consensos globales y ordenados que puedan estandarizar la actividad. Al respecto, es importante destacar que el propio Comité Olímpico Internacional (COI) determinó que los eSports podrían ser considerados deportes olímpicos en la medida en que exista un órgano que los nuclea a nivel mundial y que se someta a las reglas del COI. En este sentido, y a juzgar por el tratamiento que el COI otorga actualmente a los eSports, parecería que para dicho organismo no hay dudas de que son deportes, aun cuando todavía no se encuentren dadas las condiciones para categorizarlos como deportes “olímpicos”.

En materia de actividad física y mental, no hay que perder de vista que, a pesar de que los jugadores de eSports interactúan con dispositivos electrónicos, gran parte, sino toda, del desempeño y cumplimiento de sus objetivos dependerá de su destreza física y mental, para las cuales entrenan con habitualidad. Se encuentra científicamente comprobado que los niveles de desgaste y estrés de los jugadores de eSports son similares a deportistas profesionales de fútbol y rugby<sup>64</sup>. La posición en la que se sientan, los movimientos del mouse, teclados o joysticks, así como la agudeza visual y la capacidad estratégica y emocional para ganar una partida son factores físicos e intelectuales determinantes y que pueden ser perfectamente asimilados con los deportes convencionales. Países como China, Francia, Italia, Rusia, Estados Unidos, Suecia, Dinamarca y Corea del Sur, actualmente se encuentran generando políticas públicas que podrían desencadenar un reconocimiento específico de los eSports y equiparlos a los deportes tradicionales. Incluso Alemania, uno de los mercados más prominentes de los eSports, se encuentra debatiendo desde hace años su reconocimiento como deporte, con gran continuidad y perseverancia. A tal efecto, y aunque su visión es contrapuesta en este punto al presente artículo, me remito al extenso y profundo trabajo<sup>65</sup> realizado por el profesor español de derecho administrativo de la Universidad de Alicante, José Miguel Beltrán Castellanos, quien aborda claramente los vaivenes alemanes en la cuestión.

Otra discusión que se da sobre el tema es si sólo pueden ser considerados deportes los eSports sobre videojuegos de deportes (tales como el fútbol, básquet, baseball, etc). A mi juicio, nada hay más errado que calificar a los eSports por el género de videojuego en que se basen para considerarlos o no un deporte. Como ya se explicó, todas y cada una de las actividades que desarrollan los ciberatletas, que pueden encontrar su paralelismo en los deportes tradicionales, tales como reglas, entrenamiento, habitualidad, y todas las demás ya enumeradas, se dan en la práctica de eSports independientemente del tipo o género de videojuego en los que se desarrollan.

Un jugador de eSports de COUNTER STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE (un clásico FPS) tendrá que someterse a las mismas actividades y condiciones que un jugador de FIFA 2020 (videojuego de fútbol) en cuanto a la imposición de reglas de los organizadores de las competencias, entrenamiento, constancia o habitualidad, sentido competitivo, etc. Lo que variará será el desempeño propio y específico del jugador en ocasión del uso del videojuego al que se dedique. Para el caso, como ejemplo, el deporte náutico no deja de ser deporte por el hecho de que en un certamen compitan diferentes naves tales como un 470<sup>66</sup> o un Finn<sup>67</sup> con diferentes recorridos y diferentes maneras de pilotarlas, o bien, que la regata se corra en un río, un lago o en mar abierto.

---

<sup>64</sup> University of Chichester “ELITE ESPORTS GAMERS FACE EQUIVALENT PSYCHOLOGICAL PRESSURE AS PRO-ATHLETES, STUDY REVEALS” <https://www.chi.ac.uk/news/elite-esports-gamers-face-equivalent-psychological-pressure-pro-athletes-study-reveals>

<sup>65</sup> “La posible ordenación de los e-sports en Alemania. Situación actual y perspectivas de futuro” de José Miguel Beltrán Castellanos, Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento, N° 66, Marzo 2020.

<sup>66</sup> Es una clase internacional y olímpica de embarcación a vela diseñada por André Cornu.

<sup>67</sup> Es una clase internacional y olímpica de embarcación a vela para un solo tripulante.

En muchos países, se ha tratado el tema con diferentes aristas. Por ejemplo, un proyecto de ley<sup>68</sup> presentado en 2018 en Argentina excluía a ciertas categorías o géneros de videojuegos como los FPS (First Person Shooter)<sup>69</sup> por considerarlo, según los autores del proyecto, violento y ajeno a la práctica y valores deportivos. Afortunadamente dicho proyecto no avanzó.

Sin entrar en las extensas discusiones del caso, con el mismo criterio deberían excluirse como deportes actividades como el boxeo, la lucha greco-romana, el lanzamiento de jabalina, el tiro al blanco, y numerosas actividades que podrían encontrar interpretaciones análogas y origen en cierta violencia. No creo que sea ese el camino a seguir. Los eSports constituirán una actividad o modalidad deportiva fundamentalmente por el desempeño y habilidades propias del jugador que participa, su habitualidad, su entrenamiento, el carácter competitivo de los certámenes, las reglas y valores de la sana competencia que los reglamenten y a los que se someten y por el trabajo de las entidades que los organicen, pero de ninguna manera serán o dejarán de serlo por el género del videojuego en los que consistan.

## 7. Vínculo entre jugadores y equipos. Cuestiones laborales y comerciales

No es un tema menor el análisis jurídico sobre el vínculo de los jugadores profesionales de eSports y sus equipos o clubes. Como señalé anteriormente, mientras no exista una legislación específica sobre eSports en la que el tema se regule, su abordaje jurídico deberá ser analizado desde el derecho común y, al menos, desde dos ángulos diferentes: el comercial y el laboral.

Teniendo en cuenta el desorden que existe en el ecosistema, es difícil encontrar situaciones estandarizadas respecto a las relaciones jurídicas que se establecen entre los jugadores de eSports y sus equipos o clubes. Las condiciones que unos y otros establecen, si bien estarán apalancadas en la dinámica de las competencias en las que participan, son diferentes en cada equipo o club incluso encontrándose en la misma jurisdicción o país.

En una primera aproximación, según Velesquen Sáenz, la dependencia jurídica, económica y técnica así como la voluntariedad, ajenidad y prestación personal<sup>70</sup> de las tareas de los jugadores respecto de sus clubes o equipos son características tipificantes de una relación laboral. Las directivas impuestas por el club o equipo a través de sus autoridades, entrenadores o coaches, por dar un ejemplo, también pueden ser analizadas desde la óptica de una relación laboral.

La primera cuestión que se suscita en torno a determinar la relación laboral de los jugadores con sus clubes o equipos es la de la normativa aplicable. ¿Deben regirse por las leyes laborales generales o por regímenes laborales especiales?

Si se tiene en cuenta las particularidades que revisten a la actividad de los jugadores de eSports tales como la cesión de jugadores entre equipos y clubes, los derechos de imagen de los jugadores, premios por torneos, entre muchas otras, parecería difícil encontrar tales escenarios en la legislación general laboral. Por otro lado, ciertas previsiones de las normativas generales en materia laboral, tampoco parecerían adecuarse a la realidad de la actividad de los eSports (al menos actualmente) tales como las disposiciones sobre jornadas de trabajo y de descanso, licencias especiales, enfermedades y accidentes de trabajo, trabajo de menores de edad, etc. A ello debe tenerse presente también, que por las características de los eSports, la participación de menores es algo relativamente habitual. En países como Argentina, por ejemplo, bajo el régimen laboral general el trabajo de menores de 16 años, se encuentra prohibido y solo en casos en los que pueda caracterizarse como “artístico” podrá ser tolerado con condiciones particulares además del correspondiente consentimiento de sus padres o tutores y la autorización específica de las autoridades administrativas en materia de trabajo.

En este aspecto, siguiendo con el caso argentino, de considerarse que la relación entre los jugadores y sus clubes o equipos es de índole laboral, coincido con el criterio de Velesquen Sáenz en cuanto resultaría más adecuada una normativa especial que la ley general laboral N° 20.744 de Contratos de Trabajo, tal como sucede en el caso de los jugadores de fútbol con la aplicación de la ley 20.160 (Estatuto del Jugador de Fútbol Profesional) y el Convenio Colectivo de Trabajo N° 430 de 1975 sobre Futbolistas Profesionales. De ahí también, surge la importancia de caracterizar la actividad de los eSports como una disciplina deportiva.

---

<sup>68</sup> Proyecto de Ley de REGULACION DE LOS DEPORTES ELECTRONICOS EN LA REPUBLICA ARGENTINA. CREACION DEL REGISTRO UNICO DE EQUIPOS DE DEPORTES ELECTRONICOS 1997-D-2018 presentado en el año 2018.

<sup>69</sup> Art. 4° del proyecto de ley referido. Entre los eSports FPS más conocidos podemos mencionar al COUNTER STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE y al RAINBOW SIX: SIEGE, aunque este último entra más en la categoría TACTICAL SHOOTER.

<sup>70</sup> Gustavo E. Velesquen Sáenz, “Los E-Sports desde la perspectiva del derecho del trabajo” Thomson Reuters, AR/DOC/3879/2020, del 19/01/21

Un caso similar, actualmente, se da en Francia en donde, en base a la *Loi por une République Numerique* (o Ley para una República Digital N° 206-1321 de octubre de 2017)<sup>71</sup> surge el decreto N° 2017-872 que establece el “*Statut des joueurs professionnels salariés de jeux vidéo compétitifs*” (o Estatuto de Jugadores Profesionales Asalariados de Videojuegos Competitivos) que se establece un tratamiento especial, desde la óptica del derecho laboral, a la relación entre los clubes o equipos y los jugadores que contratan. El estatuto aborda cuestiones tales como las condiciones de contratación de los jugadores de videojuegos, los mecanismos de terminación del contrato, las fechas de inicio y finalización de las competencias de eSports, entre otras cuestiones. Dicho estatuto además, aporta la definición de jugador de videojuegos profesional y conmina a las empresas (clubes o equipos) que los contraten a solicitar una licencia o autorización especial al gobierno francés para poder operar.

Sin embargo, en un gran número de casos, en países en donde la cuestión aún se encuentra en debate, la relación jurídica entre jugadores y sus clubes o equipos no siempre se encara bajo un esquema laboral. De hecho, las contrataciones se realizan bajo un esquema contractual de prestación de servicios en el ámbito del derecho privado. Cuestiones de vital importancia para el desarrollo de la actividad tales como el reparto de los premios, viáticos y gastos de giras y torneos, provisión de elementos y dispositivos técnicos, la contraprestación en favor de los jugadores, la exclusividad, las condiciones de terminación o desvinculación del jugador, el sponsoreo de terceros, la representación de los jugadores, la cesión de jugadores a otros equipos o clubes, etc, son asuntos que usualmente escapan a las legislaciones laborales de carácter general y deben ser pactadas actualmente entre las partes en forma privada. Es habitual, y esto encuentra también su paralelismo con los jugadores profesionales de fútbol, que los contratos comerciales privados entre jugadores y clubes o equipos de eSports versen principalmente en materia de derechos de imagen personal de los jugadores entre otras tantas condiciones y, en menor medida, en los servicios personales o profesionales que estos brindan. Naturalmente, la falta de regulación específica provoca inevitablemente que quienes deban soportar un mayor nivel de riesgo comercial, en este caso los clubes o equipos, quieran minimizarlo eludiendo así las cargas de capital que acarrea una relación laboral.

Más allá de la cuestión económica y financiera que puede implicar para un club o equipo sostener su plantilla de jugadores en calidad de empleados bajo un régimen laboral, no deja de ser cierto que pueden generarse escenarios de desbalance de fuerzas en donde los jugadores afronten una mayor vulnerabilidad. Es por ello que resultaría más adecuada la creación de un régimen especial en materia de eSports en donde puedan equilibrarse cuestiones de vital importancia para la actividad, sin dejar de lado la protección de los jugadores en lo que respecta a sus derechos y a su vez, sostener la viabilidad del negocio.

## 8. Discriminación, acoso y falta de inclusión

Sin apartarnos demasiado del tema anterior, es decir, la relación de los jugadores con sus equipos o clubes, y teniendo en cuenta el grado de desarrollo creciente del ecosistema de eSports en el mundo, es muy importante abordar cuestiones cruciales que afectan a la sociedad en múltiples ámbitos y llevar acciones de concientización para formar conductas sólidas dentro de la industria tendientes a evitar actos discriminatorios, acosos y falta de inclusión.

Los eSports no han sido (ni son) ajenos a ninguna de las prácticas reprochables antes descriptas. Casos como femicidios y acosos han sido denunciados y documentados a lo largo de la existencia de los certámenes de eSports en todo el mundo. El reciente caso de femicidio ocurrido en Febrero de 2021 de la jugadora brasilera de “Call of Duty Mobile”, Ingrid Oliveira Bueno da Silva<sup>72</sup>, conocida como “SOL”, asesinada por un jugador varón llamado Guilherme Alves Costa, demuestra la vulnerabilidad en la que se encuentran las mujeres dentro de la industria.

Si bien los actos discriminatorios, el acoso y la falta de inclusión como acciones reprochables desde una multiplicidad de factores son transversales a los eSports y no encuentran su origen en ellos sino en conductas sociales perfectamente definidas, resulta imperioso que todos los actores de la industria acuerden e implementen políticas activas, transparentes, efectivas y constantes de concientización para evitarlos y erradicarlos.

---

<sup>71</sup> Artículo 102.-

<sup>72</sup> [https://www.espn.com.br/esports/artigo/\\_/id/8230747/cod-jogadora-sol-e-assassinada-em-sao-paulo](https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/8230747/cod-jogadora-sol-e-assassinada-em-sao-paulo)

En otro caso reciente, esta vez de acoso y manipulación emocional, provocó en Marzo de 2021, la suspensión del jugador de Valorant, Jay “Sinatraa” Won del equipo Sentinels<sup>73</sup> y del certamen organizado por Riot Games<sup>74</sup>, al ser denunciado por su expareja Cleo Hernandez<sup>75</sup>. Tanto los responsables del equipo Sentinels como Riot Games, organizador del certamen en el que Won participaba decidieron suspender al jugador hasta que culminen las investigaciones sobre la denuncia.

Entre las múltiples consideraciones que podrían hacerse sobre el caso Won, no puede sino resaltarse que las conductas humanas reprobables de los jugadores de eSports, en este caso varones, deben ser puestas sobre resalto incluso cuando sus consecuencias directas no se encuentren dentro del ámbito de los eSports. La inmediata reacción de los responsables de los equipos o clubes, así como de los organizadores en ocasión de actos de esta naturaleza debería ser política habitual para comenzar el camino del respeto y la inclusión. Si se quieren establecer parámetros objetivos en relación a los valores deportivos y sociales de los eSports y que éstos puedan realmente ser considerados deportes y a la vez un faro del entretenimiento moderno, el respeto por la mujer, las minorías y los sectores vulnerables, así como su inclusión, deberían ser principios rectores e inescindibles de dicha actividad.

Actualmente, la industria de los eSports, y de los videojuegos en general, posee una baja representación de mujeres. Según Natalie Denk<sup>76</sup>, esto se debe a varios factores tales como la falta de modelos a seguir, el temor al sexismo, la socialización de género, la no percepción de las mujeres como grupo de interés de la industria de los videojuegos, etc. Todas estas cuestiones no son obstáculos insalvables y pueden tener una solución efectiva en la medida en que se tomen medidas efectivas de concientización y educación a la par de las actividades deportivas y comerciales que el mundo de los eSports y videojuegos ofrece.

Además, concuerdo con Denk, en que no existe ninguna diferencia de desempeño o comportamiento entre hombres y mujeres en la práctica tanto profesional como amateur de videojuegos, algo que ha sido demostrado numerosas veces desde el punto de vista científico. Esta circunstancia, además, se diferencia de los deportes tradicionales, particularmente por cuestiones físicas. De manera que resulta irracional cualquier tipo de discriminación o falta de inclusión respecto de la mujer en la actividad de los eSports.

En muchos países existe normativa específica contra estos flagelos que no deben escapar a la órbita de los eSports. En Argentina, la Ley 23.592 sobre Actos Discriminatorios y la Ley 23.179 que aprueba la Convención para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, son algunos ejemplos claros de herramientas legales en las cuales pueden fundarse políticas efectivas al respecto. A su vez, iniciativas particulares de organizaciones como Women in Games Argentina<sup>77</sup> son destacables por sus esfuerzos en la concientización, visibilidad y educación para lograr la inclusión y respeto de la mujer así como de otros sectores vulnerables y minorías en la industria de los videojuegos y los eSports.

## 9. Conclusión.

Queda claro que nos encontramos frente a una industria con varios años desde su nacimiento pero aún en desarrollo y con perspectivas de crecimiento muy marcadas a nivel global. Así como sucedió con varias industrias digitales, la ocurrencia de la pandemia mundial de SARS-CoV-2 o COVID 19, y el aislamiento y distanciamiento social dispuesto en todos los países durante 2020 y 2021 potenció notablemente el consumo de videojuegos y el crecimiento de los eSports.

Gran parte del entretenimiento de las nuevas generaciones pasará en gran medida por los eSports y el consumo de videojuegos a una escala similar a la que hoy en día se consumen eventos deportivos, películas y series en plataformas online. Resulta difícil pensar en los eSports y videojuegos como en una burbuja de negocios, tal como fueron las “.com” a finales de la década de los ’90. Las características implícitas de la actividad dejan pocas dudas sobre el éxito comercial que logran organizadores, publishers y developers día a día y un futuro mediato promisorio se avecina a escala global.

Sin embargo, es importante tener presente que es en estos tiempos en donde resulta necesario y conveniente realizar esfuerzos concretos para ordenar a los diferentes actores de la industria y velar por el respeto de los derechos de todos los involucrados. Es importante que quienes destinan su capital y esfuerzo en la creación, edición, producción, promoción y comercialización de videojuegos y eSports vean respetados sus derechos

---

<sup>73</sup> <https://www.sentinels.gg/>

<sup>74</sup> [https://twitter.com/valesports\\_na/status/1369711283197472769?s=21](https://twitter.com/valesports_na/status/1369711283197472769?s=21)

<sup>75</sup> <https://www.washingtonpost.com/video-games/esports/2021/03/10/jay-sinatraa-won-suspended-sentinels-allegations/>

<sup>76</sup> Natalie Denk, investigadora asociada del Center for Applied Game Research de la Donau University Krems en Austria.

<sup>77</sup> <http://www.womeningamesar.com/>

y facultades generando escenarios de seguridad jurídica y políticas razonables para el desempeño de una actividad deportiva, comercial, cultural y de entretenimiento como pocas veces se ha visto. Pero no menos importante es respetar los derechos de quienes pueden verse vulnerados, acosados, discriminados e incluso puedan poner en riesgo su vida en este ecosistema. Los videojuegos y los eSports representan una oportunidad enorme para demostrar que con iniciativas justas, razonables y equitativas se pueden generar buenos negocios pero también, educación, cultura, inclusión social y brindarle a las nuevas generaciones una manera mejor para vivir. Dependerá de todos los involucrados lograrlo, por el momento... THE GAME IS NOT OVER.