

# Algunas consideraciones sobre la inclusión de la liga Argentina de fútbol en los videojuegos. A propósito de la aparición de jugadores aficionados y la explotación comercial de su imagen

Mariano Bambaci\*

## I. Introducción [\[arriba\]](#)

En esta ocasión nos abocaremos a analizar las implicancias jurídicas que la aparición en los videojuegos (tanto en consolas como en computadoras PC) del nombre y la imagen de un jugador de fútbol aficionado o amateur pudiesen generar.

Analizaremos la forma de realización de estos acuerdos (comúnmente mediante el otorgamiento de licencias), cómo han sido realizados en otros países que se han incorporado a los reconocidos juegos de video para terminar explicando las razones de porque consideramos que el desconocimiento o la falta de previsibilidad por parte de los clubes sobre estas cuestiones han dejado abierta la posibilidad para que los jugadores aficionados puedan eventualmente reclamar por la utilización de esta imagen sin su consentimiento.

## II. Consideraciones previas [\[arriba\]](#)

### *Qué es el derecho a la imagen?*

Para poder comenzar a analizar la cuestión de la explotación comercial de la imagen de un futbolista aficionado sin su consentimiento debemos primero explicar qué es el derecho a la imagen.

La imagen es la figura, la fisonomía que la persona tiene, como individuo único e irreplicable.

De esta manera, el derecho a la propia imagen puede analizarse desde dos perspectivas. Desde un punto de vista positivo, es el derecho que cada persona tiene de captar, reproducir y publicar su propia imagen cómo, dónde y cuándo desee<sup>1</sup>. Este derecho en su faz positiva lo ejerce la persona que posa para un pintor o un fotógrafo, lo ejercen los actores, las modelos profesionales, las personas públicas o cualquier persona en general<sup>2 3</sup>.

Por el contrario desde un punto de vista negativo el derecho subjetivo a la propia imagen es el que la persona tiene de impedir la obtención, adaptación, reproducción y publicación de su propia figura por terceros, sin su consentimiento<sup>4</sup>. Este aspecto es el que nos interesa para analizar la cuestión del presente trabajo.

La conceptualización de la propia imagen como bien jurídico protegido en nuestro país comenzó con la sanción de la Ley N° 11.723 de Propiedad intelectual.

Más específicamente en el art. 31 de la presente Ley se establece que “El retrato fotográfico de una persona no puede ser puesto en el comercio sin el consentimiento expreso de la persona misma, y muerta ésta, de su cónyuge e hijos o descendientes directos de éstos, o en su defecto del padre o de la madre. Faltando el cónyuge, los hijos, el padre o la madre, o los descendientes directos de

los hijos, la publicación es libre. La persona que haya dado su consentimiento puede revocarlo resarciendo daños y perjuicios. Es libre la publicación del retrato cuando se relacione con fines científicos, didácticos y en general culturales, o con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieran desarrollado en público.”<sup>5</sup>

En este sentido la doctrina sostiene que “El derecho a la propia imagen atribuye al individuo la capacidad de ejercer un control sobre la captación, grabación, uso y difusión de su imagen entendida como representación gráfica de la figura humana, y también de su voz. El derecho a la propia imagen no sólo atiende a los aspectos más concretos y definitorios del mismo, la facultad de consentir en la captación o difusión de imágenes que reproduzcan la figura humana, sino también a la información que éstas revelan y a su directa relación con las intromisiones en la vida privada. De hecho, debe considerarse que es esta relación con la vida privada la que dota de relevancia constitucional a la protección de la imagen y, en su caso, de la voz”<sup>6</sup>.

Por su parte, la jurisprudencia viene protegiendo en forma pacífica los reclamos de los ciudadanos que ven utilizada su imagen para fines comerciales sin su respectiva autorización.

Tal es así que la Suprema Corte de la Provincia de Buenos Aires sostiene que “La protección del derecho a la propia imagen es independiente de la tutela al honor y a la intimidad. Toda persona tiene sobre ella un derecho exclusivo que se extiende a su utilización de modo de poder oponerse a su difusión sin su autorización”<sup>7</sup>. En el mismo sentido el máximo tribunal de la Provincia de Buenos Aires afirma “El legislador ha prohibido -como regla- la reproducción de la imagen en resguardo del correlativo derecho a ella, que sólo cede si se dan circunstancias que tengan en mira un interés general que aconseja hacerlas prevalecer por sobre aquel derecho”<sup>8</sup>.

Por su parte la jurisprudencia nacional se ha referido en varias oportunidades en este mismo sentido. Tal es así que el jugador Fernando Cavenaghi, en momentos en que se encontraba representado a la institución deportiva Club Atlético River Plate demandó a Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. por la utilización de su imagen fotográfica en publicidades realizadas en la vía pública para promocionar un programa de radio, teniendo acogida su pretensión indemnizatoria, luego ratificada por la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil, Sala E9.

En este orden de ideas la Cámara Nacional en lo Civil Sala A al expedirse en el caso de la utilización de la imagen de un jugador de Rugby para la promoción del canje de cupones que se incluían en su periódico y una cantidad de dinero a cambio de una pelota de rugby sin la autorización expresa del individuo era violatoria de su derecho de imagen<sup>10</sup>.

Por lo tanto podemos afirmar, con apoyo tanto en la doctrina, jurisprudencia y el texto y el espíritu de la Ley N° 11.723 que la propia imagen es un derecho contemplado y protegido en nuestro país, que sólo cede con ocasión de existir un interés general en la divulgación de la misma, lo cual no permite que se haga de la imagen de una persona una explotación comercial sin su consentimiento expreso.

Aquí ponemos de resalto lo que nos interesa específicamente en este tema bajo análisis: la explotación comercial de la imagen de los jugadores de fútbol sin consentimiento previo e informado de los titulares de la misma, la cual

analizaremos una vez realizadas todas y cada una de las consideraciones previas para poder entender acabadamente lo que queremos poner de manifiesto, es contraria a la ley y generadora de responsabilidad a quién la utilice.

*Cómo debe realizarse la inclusión de una liga, equipos y jugadores en un videojuego que será vendido internacionalmente?*

En el supuesto de que una empresa internacional quiera lanzar un producto mediante la utilización de logos y/o marcas pertenecientes a otras personas (tanto físicas como jurídicas) deberá contar, indefectiblemente, con su autorización expresa.

Por lo tanto, los fabricantes de videojuegos<sup>11</sup> para poder utilizar los nombres, logos, colores, etc. de los clubes afiliados a las distintas asociaciones nacionales miembros de FIFA deberán contar con el permiso expreso de cada uno de estas instituciones.

Esta autorización generalmente se realiza mediante la firma de un contrato de Licensing, o cesión de uso de marca.

Puede variar dependiendo la organización de cada país que la explotación de las marcas la hagan los clubes en forma individual o que exista un ente superior que nucleee los intereses de cada club y los represente en forma conjunta como puede ser la existencia de una Liga Profesional (tal es el caso de la Liga de Fútbol Profesional en España o la Premier League en Inglaterra) o que sea la propia Federación Nacional la que conceda la explotación de las marcas de cada institución.

#### *Contrato de Licensing*

El licensing o la cesión de marca es el procedimiento mediante el cual el propietario de una marca, imagen o cualquier otra propiedad (licenciante) cede, autoriza u otorga a otra persona (licenciataria) el derecho al uso, identificación o explotación de la misma a cambio de una contraprestación.

Tiene por lo tanto la finalidad de otorgar el derecho de uso de la marca o imagen en este caso.

En este supuesto los clubes son los titulares (licenciantes) de la marca, estadio, escudo, colores e imagen de su propia institución la cual ceden a los fabricantes de videojuegos (licenciataria) para que estos los incluyan en su software de entretenimiento.

De esta manera los clubes obtienen un ingreso extra y los fabricantes de videojuegos pueden ampliar el mercado de ventas de sus productos.  
Cómo se ha realizado en nuestro país?

En Argentina durante el año 2013 los clubes fueron invitados a adherirse al contrato de licensing.

A través de esta convención estos cedían los derechos de uso de su nombre, colores, camisetas oficiales, nombre e imagen de su estadio, escudo y todo lo relativo al club a los fabricantes de juegos de video.

Una vez aceptadas las condiciones de este contrato de adhesión<sup>12</sup> debería remitirse el mismo firmado por las autoridades de la institución.

Una vez celebrado el acuerdo los clubes deberían prestar todo tipo de colaboración con los fabricantes de videojuegos, proporcionar los logos oficiales del club, información relativa a los sponsors que aparecían en sus camisetas, dimensiones y forma del estadio, nombres de los planteles superiores, entre otros datos.

En base a esos datos los fabricantes podrían armar las plantillas de jugadores, utilizar los logos, preparar las camisetas y diseñar los personajes que representarían a cada uno de los jugadores del Club.

Es importante destacar aquí que la negociación y suscripción de los contratos se realizó directamente entre los Clubes y los fabricantes de Software (salvo en el caso de KONAMI, en el cual la prensa informó que se llegó en un primer lugar a un acuerdo con la Asociación del Fútbol Argentino, y posteriormente con cada uno de los clubes).

No hubo intervención (al menos directa) de la Asociación del Fútbol Argentino en la firma de los contratos de concesión de uso de marca como si fue en el caso de Chile y Colombia, donde sus respectivas Ligas Profesionales fueron las encargadas de llevar adelante la negociación y suscripción de los respectivos contratos de cesión de uso de marca y que analizaremos a continuación.

#### *Cómo se ha realizado en otros países?*

Los otros dos países sudamericanos que han sido incluidos en la versión 2014 de los videojuegos son Chile y Colombia.

Es de destacar que, como hemos adelantado en una obra dedicada al estudio de las diversas organizaciones jurídicas del fútbol profesional<sup>13</sup>, tanto Chile como Colombia cuentan con su respectiva Liga Profesional (Asociación Nacional de Fútbol Profesional o ANFP y División Mayor del Fútbol Colombiano o DIMAYOR) separadas de sus respectivas Asociaciones Nacionales (Federación de Fútbol de Chile y Federación Colombiana de Chile).

#### *Qué pasa en Chile?<sup>14</sup>*

En el país trasandino la negociación y suscripción del respectivo contrato de licensing para que la liga chilena aparezca en los videojuegos fue realizada por la ANFP con la autorización de los clubes que la integran.

En este país pudimos observar que su propio Código del Trabajo, en su edición actualizada de Julio de 2014, tiene disposiciones relativas a los derechos de imagen de los empleados.

En su Artículo 152 F del mencionado cuerpo legal se establece que “El uso y explotación comercial de la imagen de los deportistas profesionales y de los trabajadores que desempeñan actividades conexas, por parte de sus empleadores, para fines distintos al objeto principal de la prestación de servicios, y en cada caso en que ésta deba ser utilizada, requerirá de su autorización expresa.

En cuanto a los beneficios pecuniarios para el trabajador, se estará a lo que se determine en el contrato individual o instrumento colectivo, según corresponda”.

Consideramos oportuna y valiosa la inclusión de este tipo de normas en los ordenamientos jurídicos de cada país. Aún desconociendo los detalles del ordenamiento jurídico chileno nos atrevemos a decir que al incluirlo dentro del Código del Trabajo se le está dando una mayor protección a este derecho a la imagen.

De la lectura de este artículo podemos concluir que el empleador deberá contar con la autorización expresa de cada jugador para ceder la explotación de su imagen para fines distintos al objeto principal de la prestación de servicios (jugar al fútbol).

Sin embargo, es necesario aclarar que esta autorización ha sido concedida por parte de SIFUP (Sindicato Interempresa de Futbolistas Profesionales de Chile) mediante el acuerdo que mantiene con FIFPro15.

Por su parte, SIFUP y FIFPro velan por los intereses de sus afiliados, es decir, jugador de fútbol profesionales.

Por lo que consideramos que la explotación de derechos de imagen de jugadores aficionados o no profesionales no se encuentran dentro de las disposiciones del Artículo 152 F del Código del Trabajo de Chile. Ya no estaríamos frente a disposiciones laborales sino meramente civiles.

Chile tutela el derecho a la propia imagen de sus ciudadanos en su Constitución. De esta manera la Carta Magna en su Artículo 19 reconoce el derecho de todo ciudadano el derecho al respeto y protección de la vida privada y pública y a la honra de la persona, de su familia y el derecho de propiedad.

Este derecho reconoce limitaciones, como es el de la utilización de la propia imagen cuando sea utilizada con fines informativos o de interés público.

De todos modos, la inclusión del nombre y apariencia física del jugador aficionado en forma no autorizada por el mismo en un videojuego no es una cuestión ni de trascendencia pública ni relacionada con el derecho a la información.

Por esta y demás cuestiones consideramos que también en el país trasandino es que se cometen violaciones a los derechos de imagen de los futbolistas aficionados al utilizarlos como integrantes de los equipos que cedieron sus derechos y marcas para ser explotadas por el fabricante de videojuegos, mas no así de jugadores profesionales.

### *Qué pasa en Colombia?*

En el caso de Colombia la División Mayor del Fútbol Colombiano ha sido la encargada de negociar los contratos de licencia. La DIMAYOR en representación de los clubes (titulares de la marca) junto con los fabricantes de videojuegos llegaron a un acuerdo mediante el cual los clubes cedían todos los elementos distintivos de sus equipos (colores, nombre, escudo, etc) a cambio de una contra prestación dineraria.

En este caso no encontramos ningún tipo de inconvenientes ya que los clubes son dueños exclusivamente de todos los elementos materiales e inmateriales que se ceden en este caso.

Otra cuestión muy diferente es al momento de ceder los nombres y las fisonomías de los jugadores que integran sus planteles.

En este caso los propios jugadores son los encargados de autorizar al club o en este caso a la DIMAYOR en representación de su empleador a ceder su imagen para aparecer en el software. Caso contrario se estaría cediendo un derecho que no les pertenece (principio legal proveniente del derecho romano: “Nemo plus iuris ad alium tranferre postest, quam ipse haberet” cuya traducción sería Nadie es capaz de transferir a otro un derecho más amplio que el que se tiene).

En Colombia es la propia DIMAYOR la encargada de proporcionar la lista de jugadores de cada Club de acuerdo a su registro de jugadores habilitados para representar a cada institución deportiva.

Consultadas algunas fuentes especializadas sobre esta cuestión nos manifestaron que las Asociaciones de Jugadores Profesionales (Asociaciones Nacionales y FIFPro) tienen convenios con los fabricantes de videojuegos para poder explotar la imagen de los mismos.

De todas formas vemos en ambos países el mismo problema que en Argentina. En caso de que existan jugadores juveniles que participen en partidos oficiales y no tengan cedidos en forma expresa sus derechos de imagen a la institución que cedió los mismos, se generaría la obligación de responder por los daños y perjuicios que la explotación comercial de la imagen del jugador aficionado sin consentimiento pudiese generar.

### **III. Naturaleza jurídica de los derechos federativos, fichaje o contrato de afiliación deportiva [\[arriba\]](#) Debe entenderse que se ceden los derechos de imagen por el mero hecho de estar afiliado a un club perteneciente a una asociación nacional para la práctica de un deporte?**

En este epígrafe es donde creemos se podrá observar con mayor claridad el quid de la cuestión planteada en este trabajo.

Para poder responder al interrogante propuesto es necesario primero hacer algunas precisiones conceptuales:

#### *Qué son los derechos federativos (fichaje o contrato de afiliación deportiva)?<sup>16</sup>*

Si bien el objetivo de este trabajo no es analizar pormenorizadamente esta cuestión (de la cual no hemos ocupado en trabajos anteriores y en forma extensa) no podemos dejar de dar una definición de derechos federativos para poder explicar en forma precisa este particular.

Si bien existen diversas explicaciones según el autor que se encargue de analizar la cuestión, la gran mayoría de la doctrina especializada (a la cual adherimos) sostiene los mismos postulados.

En este sentido nos atrevemos a aseverar que los Derechos Federativos deben entenderse como la potestad exclusiva que tiene un club determinado de utilizar los servicios de un jugador a través de la inscripción y su inclusión en los equipos representativos de la institución, para que participe en las competiciones oficiales que organice la Federación de la cual el club es miembro.

Podemos simplificar aún más la definición anterior diciendo que es el derecho de una entidad deportiva a inscribir a un determinado deportista (profesional o amateur) en una determinada competición oficial para que participen en nombre y representación de la misma.

En este sentido debemos analizar cuando nace este derecho según se trate de jugadores profesionales o aficionados.

En el caso de jugadores aficionados bastará la mera inscripción federativa en los registros de la Asociación del Fútbol Argentino como jugador de la institución para que nazcan los derechos federativos del club sobre el jugador.

En caso de jugadores profesionales estaremos frente a una relación laboral en la cual el jugador cumple el rol de empleado mientras que la institución deportiva hará las veces de empleador. Por lo tanto deberá celebrarse entre jugador y club un Contrato de Trabajo el cual deberá respetar las disposiciones del Convenio Colectivo de Trabajo N° 557/09 suscripto entre la Asociación del Fútbol Argentino (en representación de los clubes) y Futbolistas Argentinos Agremiados (sindicato con personería gremial en representación de los jugadores) y toda la legislación laboral del país.

En este supuesto el hecho generador de los derechos federativos no es únicamente la inscripción registral en la Federación (o la remisión del Certificado de Transferencia Internacional del club anterior del jugador) sino que se deberá registrar también el Contrato de Trabajo suscripto en Club y Jugador. Cumplidos estos dos requisitos es que nacen los derechos federativos sobre el jugador profesional.

Por lo tanto en caso de jugadores profesionales son necesarios estos dos requisitos para que el futbolista pueda competir en forma oficial por una institución deportiva: la inscripción como jugador de ese club en los registros de la federación nacional respectiva y el contrato de trabajo suscripto entre las partes (en cumplimiento de toda la legislación laboral del lugar de celebración del mismo).

Al tratarse de jugadores profesionales los clubes (tanto argentinos como de otros países) han hecho extensiva una práctica con el objetivo de ahorrar dinero en cuestión de impuestos y seguridad social. En estas situaciones el club celebra con el jugador un contrato que se adecua a la legislación laboral, respetando la escala salarial y utilizando los formularios y el contrato tipo establecido de común acuerdo entre AFA y FAA17, mientras que en otro contrato paralelo firma otro convenio generalmente denominado "Reconocimiento por trayectoria" o "Cesión de derechos de imagen" mediante el cual el jugador a cambio de una contraprestación mucho mayor que la que aparece en el convenio registrado en AFA cede sus derechos de imagen para que sean explotados por el propio club.

Si bien este tipo de prestaciones tienen carácter salarial al no estar dentro del contrato registrado en AFA el club deberá aportar al sistema de seguridad social una cantidad considerablemente menor que si pusiera todas las remuneraciones en el contrato de trabajo.

Con la celebración de este segundo contrato, el jugador le ha cedido a su empleador sus derechos de imagen. Por lo tanto, el Club podrá cederla a un tercero para que la explote y es aquí donde empezamos a vislumbrar la cuestión bajo análisis.

Al tratarse de jugadores profesionales en la mayoría, sino en todos los casos, los jugadores han cedido sus derechos de imagen a la entidad empleadora por lo cual no tendrán nada que reclamar por este concepto.

La cuestión comienza a vislumbrarse al tratarse de jugadores aficionados (sin contrato de trabajo) que aparecen en los videojuegos como jugador del club que ha cedido la licencia de uso de marca (con todos los elementos que ya mencionados anteriormente).

Este supuesto se da en el caso de jugadores juveniles generalmente provenientes de las divisiones inferiores del mismo Club.

Ya vimos que para que un jugador aficionado pueda participar en competencias oficiales solo es necesaria la inscripción registral por parte del club (comúnmente denominada “ficha” o “fichaje”). En ese momento es cuando se generan en cabeza del Club los famosos derechos federativos.

Según lo que establece el Art. 11 Inc. 2 del CCT 557/09 el jugador aficionado que participe en más del 25% de los partidos disputados por el Club deberá ser contratado como jugador profesional por la institución<sup>18</sup>.

Por lo tanto puede existir (y existe) la posibilidad de que un jugador aficionado integre el plantel superior e incluso participe en una parte de los partidos oficiales que el club juegue sin necesidad de que el mismo sea profesional.

Que ocurre entonces cuando el jugador a todas luces profesional (por su aparición televisiva, repercusión mediática y hasta buen desempeño deportivo) no tiene contrato de trabajo y el fabricante de los videojuegos desconociendo esta cuestión lo incluye dentro del software de entretenimiento amparado en el contrato de Licensing o autorización de uso de marca suscripto por el propio club?.

Somos de la opinión de que el jugador al no ser parte del contrato no tiene porque tolerar esta cuestión. Estamos frente a una explotación comercial de su derecho de imagen sin autorización expresa. En este caso hay dos partes que están obteniendo beneficios económicos mediante la utilización no autorizada de su propia imagen. Esta cuestión, por lo que hemos visto hasta ahora, es generadora de una retribución.

El próximo interrogante sería averiguar quién es el responsable de esta indemnización? Lo será el fabricante del software o será el Club?

Creemos que no es posible endilgar responsabilidad al fabricante del videojuego ya que el cuenta con una autorización expresa del Club por la cual tuvo que abonar una contraprestación. Tampoco creemos que sea justo ni coherente que el fabricante deba analizar la situación contractual y federativa de cada uno de los jugadores que integran cada uno de los clubes que forman parte del videojuego. Por lo que la responsabilidad deberá recaer sobre el licenciante, es decir, el Club que ha concedido el uso y explotación comercial de todos los elementos pertenecientes a la institución, incluidos sus jugadores.

En este sentido consideramos viable que el Jugador aficionado que se encuentra en el videojuego representando al Club cedente del uso de la marca deberá responder por los daños y perjuicios que la explotación no autorizada de su imagen le pudiese generar.

Si bien la cuestión probatoria del daño será de difícil producción esto no hace menos válido su reclamo.

#### **IV. Posibles consecuencias para los clubes [\[arriba\]](#)**

Ya analizados los conceptos de derechos de imagen, contratos de licensing o licencia y estudiadas las distintas formas en que las autorizaciones o concesiones de licencias para la utilización de las imágenes, logos y nombres de clubes y jugadores de sus respectivos planteles queda, por fin, pasar a analizar el objetivo final del presente trabajo: cuales podrían ser las consecuencias que esta concesión dada, ya sea por la Federación Nacional o la Liga Profesional del país respectivo, ya sea por los propios Clubes, sin la expresa autorización de sus jugadores amateur o aficionados podrán traer aparejadas a los Clubes.

Ya hemos dejado en claro que el derecho a la propia imagen es un derecho personalísimo de cada individuo, que en su aspecto negativo (según vimos en el inicio del presente trabajo) puede oponerse a la reproducción de la misma salvo que sea utilizada con fines científicos, didácticos, culturales o con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieran desarrollado en público<sup>19</sup>.

Para el caso de que pretenda utilizarse esta imagen con un fin comercial (vender juegos de video) deberá contarse, sin excepción, con la autorización expresa del individuo cuya imagen será explotada.

En caso de no contar con la misma, tal como es la situación de jugadores aficionados en nuestro país y que ponemos de manifiesto en el presente, deberá resarcirse el daño causado por la utilización sin consentimiento de su nombre y fisonomía.

En este sentido, en el año 2011 el ex jugador Diego Armando Maradona demandó a la empresa de videojuegos en línea "The 9 LTD" por el uso no autorizado de su imagen para la promoción y el contenido de su video juego "Winning Goal"<sup>20</sup>, lo que constituía una clara violación al derecho a la propia imagen del ex futbolista.

Así las cosas, también en el fútbol de Brasil surgen estos mismos inconvenientes<sup>21</sup>. Recientemente la firma EA Sports encargada de fabricar la famosa saga de videojuegos de fútbol FIFA TM ha comunicado que en la próxima edición de su software no se encontrará la liga de Brasil por no contar la misma con una asociación de jugadores que negocie colectivamente los derechos de imagen de sus jugadores. Por esta razón la firma canadiense ha decidido no incluir en su juego esta competición al no poder contar con la licencia y autorización de la explotación de los nombres e imagen de los jugadores que militan en los equipos brasileños.

Como adelantamos en su momento somos de la idea de que los jugadores de fútbol aficionados (no profesionales) deberían ser indemnizados por la aparición en los videojuegos.

Asimismo y como ha sido el club quién ha cedido sus nombres e imagen por ser miembros de los primeros equipos de la institución han adquirido con ellos una responsabilidad de pago por la utilización de estos derechos de imagen sin contar previamente con su consentimiento expreso.

Por otra parte consideramos que no es relevante, al menos para considerar la viabilidad del reclamo que la concesión de la licencia la haya realizado el propio club o la asociación nacional. Esto último deberá considerarse para poder visualizar la legitimación pasiva del sujeto al cual se demandará por los daños y perjuicios provocados por la utilización no autorizada de la imagen del futbolista aficionado.

## V. Palabras finales [\[arriba\]](#)

Para finalizar nos gustaría hacer una breve síntesis sobre lo que analizamos en estas páginas.

Debemos analizar la cuestión desde dos puntos de vista. En caso de los jugadores profesionales la cuestión es más sencilla ya que generalmente los deportistas ceden en forma anticipada sus derechos de imagen a su empleador (en este caso el club) al suscribir el contrato profesional con la entidad deportiva; o bien al convertirse en profesional y afiliarse a la respectiva asociación nacional de jugadores profesionales del país respectivo, por cuestiones estatutarias deberá ceder la explotación de sus derechos de imagen a la misma.

En este caso, al contar el club o la asociación de jugadores con la autorización expresa del jugador (por imperio de lo acordado en el contrato de trabajo o en contratos subsiguientes, o en su caso por estar establecido en el estatuto del sindicato o asociación a la que se afilie) para negociar su imagen como jugador de fútbol no habría inconveniente alguno ni hecho generador de indemnización para con el jugador por la cesión de su imagen para ser utilizada en el videojuego.

Por lo tanto siempre que estemos en presencia de explotación de imagen de jugadores profesionales la cuestión no representará mayor complejidad, ya que los mismos o han cedido su imagen al club en forma anticipada al momento de la celebración del contrato de trabajo con la entidad deportiva o es una situación que manejan las asociaciones de jugadores de cada país o el Sindicato de Jugadores FIFPro.

Sin embargo el asunto se complica cuando estamos frente a jugadores juveniles que se encuentran a prueba en el primer equipo de la institución y está próximo a ser contratado como profesional.

En este caso no habrá todavía una cesión de sus derechos de imagen al club por no existir todavía un vínculo laboral entre ellos, sino solamente un vínculo federativo que permite que el jugador pueda vestir la camiseta del club en competiciones oficiales. Pero esto de ninguna manera autoriza al club a poder ceder su nombre, imagen y fisonomía para ser utilizado en el videojuego, y mucho menos cobrar por ello.

Tampoco lo podrá hacer un sindicato o asociación de jugadores profesionales ya que el jugador aficionado todavía no es miembro.

Si bien es cierto que los clubes ceden los derechos sobre toda la plantilla y no sobre jugadores en particular, esto no lo exime de responsabilidad. Somos de la opinión que el Club deberá protegerse estableciendo un control sobre que jugadores se incluirán en cada versión del juego o proporcionando ellos mismos en un anexo los jugadores que están autorizados a aparecer.

Consideramos necesario que los Clubes cuenten con asesoramiento especializado en este tipo de cuestiones ya que si bien aparecer en videojuegos que se

comercializan a nivel mundial permiten ampliar su visibilidad y la captación de nuevos aficionados, no deben dejar de lado las consecuencias domésticas que una cesión no controlada de la utilización de su marca y elementos distintivos pudiese generarle.

-----  
\* *Abogado especialista en derecho deportivo (LL.M International Sports Law)*

1 Alejandro G. Gorosito Pérez. Inserción del derecho sobre la Propia Imagen en el Sistema Jurídico Argentino.

<http://www.revistapersona.com.ar/Persona37/37Gorosito.htm>

2 [18] O Callaghan, Xavier La libertad de expresión, sus límites: honor, intimidad, propia imagen. Madrid, Revista de Derecho Privado, 1991, pp 115-117.

3 En este sentido, el Tribunal Supremo Español ha dicho: es “la facultad exclusiva del interesado de difundir y publicar su propia imagen y por ende, el derecho a evitar su reproducción.”; “es un derecho que cada individuo tiene a que los demás no reproduzcan los caracteres esenciales de su figura sin consentimiento del sujeto” (Sentencias del Tribunal Supremo Español del 9 de febrero de 1989, 11 de abril de 1987, 29 de mayo de 1988, y 13 de noviembre de 1989)

4 Alejandro G. Gorosito Pérez. Inserción del derecho sobre la Propia Imagen en el Sistema Jurídico Argentino.

<http://www.revistapersona.com.ar/Persona37/37Gorosito.htm>

5 Artículo 31 Ley 11.723

<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42755/texact.htm>

6 Estudio sobre la Privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online. Agencia Española de Protección de Datos

7 SCBA, Ac 68541 S 29-11-2000 , Juez DE LAZZARI en autos “Vanucci, Daniel F. c/ Emisiones Platenses S.A. s/ Daños y perjuicios”

8 SCBA, Ac 68541 S 29-11-2000 , Juez DE LAZZARI en autos “Vanucci, Daniel F. c/ Emisiones Platenses S.A. s/ Daños y perjuicios”

9 <http://www.aladde.org/docs/Fallo%20Cavenaghi.pdf>

10 En autos “Camerlinckx, Pablo J. c. Editorial Arte Gráfico Argentino S.A. y otros”

11 KONAMI Corporation (Japón) Y EASPORTS (Canadá) son las dos empresa más importantes de fabricación de videojuegos.

12 Contrato en el cual las partes no negocian las condiciones del acuerdo sino que una propone y la otra acepta tal cual se encuentra redactado el mismo sin objeción.

13 Régimen Jurídico del Fútbol Profesional en Iberoamérica, Autores: Arias Grillo, Rodrigo; Bambaci, Mariano; García Caba, Miguel María y Ruiz de Aguiar- Díaz Obregón, Alberto, Ed. Sportia Law 2013.

14 Expresamos nuestro más sincero agradecimiento al Sr. Óscar Fuentes Secretario de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional de Chile por su desinteresada colaboración.

15 Federación Internacional de Futbolistas Profesionales es una organización internacional de futbolistas formada por 40 asociaciones nacionales y unos 38.000 miembros

16 Remitimos a los trabajos realizados en este materia para analizar la cuestión con mayor precisión doctrinaria.

17 Según lo dispuesto por el Art. 3.1 del CCT 557/09 “La convención entre club y futbolista se formalizará mediante contrato escrito, en cuatro ejemplares de un mismo tenor, que corresponderán: uno para la AFA, uno para FAA, uno para el club

contratante y uno para el futbolista contratado. Se utilizará el formulario tipo aprobado entre FAA y la AFA, que proveerá esta última”...

18 “Artículo 11°. OFERTA DE PRIMER CONTRATO A FUTBOLISTA AFICIONADO ...2. CASO DEL FUTBOLISTA AFICIONADO QUE INTERVENGA EN LA DISPUTA DEL 25% DE LOS PARTIDOS Al futbolista que intervenga en la disputa del veinticinco por ciento (25%) de los partidos de la división "Primera" del campeonato oficial organizado por la AFA de las categorías "Primera A", "Primera B Nacional" o "Primera B" y/o Selección Mayor, jugando o integrando el plantel designado para cada partido, aunque fuera en calidad de suplente... deberá el club remitirle telegrama o carta documento de oferta de primer contrato”

19 Según Art. 31 Ley 11.723

20 [http://spanish.china.org.cn/photos/txt/2011-06/03/content\\_22710228.htm](http://spanish.china.org.cn/photos/txt/2011-06/03/content_22710228.htm)

21 <http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2014/07/31/ea-sports-tira-times-brasileiros-de-fifa-15-mas-ainda-pode-ser-processada.htm>

[http://espn.uol.com.br/noticia/429030\\_falta-de-sindicato-dos-jogadores-tirou-times-brasileiros-do-fifa-15](http://espn.uol.com.br/noticia/429030_falta-de-sindicato-dos-jogadores-tirou-times-brasileiros-do-fifa-15)