

De los eSports y la propiedad intelectual a los Derechos sobre las emisiones en Internet: el caso de la Fórmula 1

From eSports and intellectual property to Internet Broadcasting Rights: the case of Formula 1

Iván Vargas-Chaves, César Varón-Vanegas

Universidad Militar Nueva Granada (Colombia)

Resumen: A medida que los videojuegos competitivos, deportes electrónicos o eSports, van adquiriendo relevancia en el ámbito deportivo, empiezan a generarse interrogantes sobre cuál es la forma más eficiente de regularse, tanto como deporte como modelo de negocio, representando un amplio abanico de oportunidades para estudiar este ámbito desde su regulación jurídica. El presente artículo tiene por objetivo analizar los balances y las perspectivas de la propiedad intelectual en los deportes electrónicos o eSports, haciendo un especial énfasis en los derechos de transmisión y retransmisión en Internet, y en el modelo de negocio de la Fórmula 1. La metodología escogida por los autores fue el análisis documental, apoyada en una interpretación sistemática sobre la normatividad vigente. Como resultados, se presentan unas reflexiones que evidencian que los eSports plantean un modelo de negocio que aún está en proceso de perfeccionamiento, acoplándose a las dinámicas que trae consigo Internet

Palabras clave: Deportes electrónicos, Derecho de autor, Derechos de emisión, eSports, Formula 1, Propiedad intelectual.

Abstract: Electronic sports or eSports are gaining relevance in the sports field. Consequently, the law finds the need to ask about the most efficient ways to regulate it as a sport and as a business model. This represents great opportunities to study this new category from its legal regulation. The objective of this article is to analyze the balances and perspectives of intellectual property in electronic sports, with emphasis on Internet broadcasting rights. It also studies the business model proposed by Formula 1. The methodology is the documentary analysis, supported by a systematic interpretation of current regulations. As a results, some reflections on the eSports business are presented, which is in the process of improvement by adapting to the dynamics of the Internet.

Key words: Broadcast rights, Copyright, Electronic sports, eSports, Formula 1, Intellectual property.

Introducción

A medida que los deportes electrónicos, o eSports, adquieren popularidad, llegando en algunos casos a superar la audiencia y el alcance respecto a los deportes tradicionales (Reitman et al., 2020), se generan interrogantes sobre cómo deben regularse –como deporte y como modelo de negocio– suponiendo un espectro amplio de oportunidades para estudiar este ámbito desde su regulación jurídica.

Así, aunque la literatura científica sobre eSports es más escasa respecto a la de otros deportes tradicionales (Hamari y Sjöblom, 2017; Cuesta-Valino et al 2022), hoy los avances que ha tenido esta nueva disciplina, permiten analizar las implicaciones de los videojuegos competitivos, que están categorizando los deportes electrónicos, dentro del marco de los deportes tradicionales (Pizzo et al., 2021); además de estudiar los criterios que, según Hallmann y Giel (2018), permiten clasificar a los deportes electrónicos como deportes, tales como ‘actividad física’, ‘recreación’, ‘elementos competitivos’, ‘estructura organizativa’ y ‘aceptación social’.

Por otra parte, las ganancias que genera la industria de los eSports compensan en gran medida la inversión realizada en publicidad, puesta a punto del software e

incluso los escenarios adaptados para esta competencia. De este modo se contribuye al mejoramiento de las dichas instalaciones y a fomentar el desarrollo de estos nuevos deportes.

La propiedad intelectual ha jugado un rol clave en este sentido según se demuestra en el presente artículo. Gracias a la exclusividad conferida a los titulares de marcas, derechos de autor o nuevas creaciones, la cadena productiva se ha mantenido y las ganancias se han multiplicado no sólo en los eSports sino también en los deportes tradicionales.

Para citar un ejemplo, en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro en el año 2016, “la aportación de los derechos de radiodifusión al suceso fue de alrededor de 2868 millones de dólares estadounidenses, por lo que el 90 % de los ingresos generados por el COI mediante acuerdos de patrocinio y las ventas de derechos de radiodifusión fueron reinvertidos en deporte a nivel mundial” (Peña et al., 2021, p. 42).

En contraposición, la piratería como actividad lucrativa ha generado impactos negativos a los titulares de derechos en deportes como el fútbol-soccer, el tenis o el automovilismo. Para ilustrar los alcances de esta actividad, en 2020 se desmanteló en España una red de piratería que ponía a disposición del público más de 40.000 canales de vídeo y contenidos bajo demanda de certámenes deportivos (El Mercurio, 2020, 6 de mayo).

Fecha recepción: 27-05-22, Fecha de aceptación: 17-08-22

Iván Vargas-Chaves

ivan.vargas@unimilitar.edu.co

Es por lo anterior, que este artículo, que es producto resultado del ejercicio académico como profesor de la Universidad Militar Nueva Granada, tiene por objetivo analizar los balances y las perspectivas de la propiedad intelectual en los eSports, con el fin de dimensionar el rol de los derechos de transmisión y retransmisión en el modelo de negocio cerrado que implementa la Federación Internacional del Automovilismo – FIA con la Fórmula 1.

Desde este objetivo se buscaba responder la siguiente pregunta ¿este modelo de negocio se acopla a la categoría de eSports y a las dinámicas que plantea el Internet en la gestión de los derechos de propiedad intelectual, de transmisión y retransmisión?

Adicional a lo anterior, se hace un recuento evolutivo de esta competición deportiva, hasta situarla como un modelo de negocio que propugna por salvaguardar sus activos intangibles de propiedad intelectual a través de un control total de los mismos. Con el fin de establecer un punto de comparación con otros modelos de eSports, se aborda el caso de Riot Games Inc. con League of Legends, cuya apuesta se sustenta en un modelo más abierto de transmisión y retransmisión.

El método de análisis documental correspondió al enfoque escogido por los autores para recopilar y analizar la normatividad vigente en materia de propiedad intelectual, y especialmente en el ámbito del derecho de autor y los derechos conexos de transmisión y retransmisión de las emisiones. Ello, apoyado en una interpretación sistemática. Esta metodología contempló además la revisión de la literatura académica sobre videojuegos competitivos o eSports, y sobre la F1 como modelo de negocio.

Como aportes del artículo al campo de estudio del derecho deportivo, y de la propiedad intelectual, se presentan una serie de reflexiones que evidencian un modelo de negocio que aún está en proceso de perfeccionamiento, acoplándose a las dinámicas que trae consigo Internet y esta nueva categoría de deportes denominada ‘deportes electrónicos’ o eSports.

Marco teórico

Las competencias de eSports: historia y evolución

En las décadas de los sesenta y setenta, la naciente comunidad de jugadores, o Gamers, de la primera y segunda generación de videoconsolas –entre las que se encontraban el Tele-Spiel de Philips, el Color TV-Game de Nintendo o los modelos 2600 y 5200 de Atari– no lograban interactuar, más allá de unas competencias organizadas en círculos sociales cerrados.

A finales de los setenta, los Gamers empezaban a participar en competencias de videojuegos en espacios más abiertos al público, con comunidades que organizaban

competiciones de juegos que Spacewars o SpaceInvaders, siendo recurrentes los certámenes en quioscos o lugares especialmente dispuestos para ello (Sabadello, 2006; Loguidice & Barton, 2014).

En los ochenta, se realizaron las primeras transmisiones en vivo de competencias de videojuegos populares para la época, entre estos, Donkey Kong o Pacman (cf. Kerttula, 2019). En esta misma década, se destaca el caso de algunas entregas de Nintendo 64 y SEGA que se presentaron en programas como Stararcade o That’s Incredible. Al respecto señala Taylor (2012) que, aunque en dichas transmisiones no hacían partícipes de las regalías a los productores de estos videojuegos, se llegó a manifestar un interés inicial en llegar a acuerdos sobre la titularidad de las emisiones que se estaban haciendo a partir de los videojuegos.

Nintendo a inicios de la década de los noventa, desarrolla su propia competición de videojuegos que fue transmitida para una amplia audiencia tanto en Japón como en Norteamérica; aprovechando incluso dicha competición para promocionar sus nuevas entregas. Esta década también se destaca por el crecimiento que empezaba a proyectar la industria de los eSports, impulsada por videojuegos como Counter Strike Quake o Warcraft; siendo de hecho este último, a través de su compañía desarrolladora Blizzard Entertainment, uno de los precursores de las grandes competencias en línea (Corneliusen & Rettberg, 2008)

A partir de la década del 2000, las competencias de videojuegos posicionaron a la industria de los eSports como un sector clave en los ámbitos deportivo y de entretenimiento a nivel mundial. Los niveles de audiencia y participación en esta industria no han dejado de crecer, llegando incluso a nuevas audiencias (Cuesta-Valino et al., 2022; Block & Haack, 2021).

Hamari & Sjöblom (2017) logran evidenciar una tendencia que se marca, especialmente en los últimos años, en la que los eSports se convirtieron en un fenómeno global, con torneos que contemplan premios millonarios para sus ganadores, además de transmisiones en línea e incluso en televisión con –también millonarios– contratos con patrocinadores.

El perfil de un Gamer es bastante definido. Muchos no conocen un estadio o un recinto deportivo, no obstante gracias a las facilidades de acceso de un ordenador o un dispositivo móvil, tienen la posibilidad de asistir en tiempo real a un evento deportivo de gran alcance. En el mismo sentido, si bien no todos los Gamers son aficionados a un club –ej. de fútbol, baseball o de otro deporte–, son fieles seguidores de un equipo o de un juego (Carrillo Vera, 2015; McTee, 2014; Matsuoka, 2014).

Respecto a los juegos, estos son tan variados como sus géneros. Así, por ejemplo, se encuentran desde

combates –ej. Halo o Battlefield–, torneos de fútbol electrónico o las famosas arenas de batalla como League of Legends, Overwatch o Fortnite. La particularidad de estas competiciones es el gran alcance que se obtiene gracias a las transmisiones que, en la mayoría de los casos, se realizan a través de Internet.

En entregas como League of Legends de la compañía Riot Games, se generan emisiones desde su propia plataforma, permitiéndole al usuario interactuar desde la ventana de inicio del videojuego. También, esta compañía se hace cargo de la organización de los eventos internacionales de este popular videojuego, aunque son ejercer un control total sobre la administración de las transmisiones de dichos eventos en varios países.

Es el caso de Latinoamérica y España, donde la Liga de Videojuegos Profesional, por sus siglas LVP, cuenta con la autorización de Riot Games para la transmisión y retransmisión de las emisiones de las competiciones de League of Legends en los países, y en el sur del continente americano (Carrillo Vera, 2015). Esta no es la situación que se da con la F1, pues como se indicó en líneas anteriores, la transmisión y retransmisión en Internet está bajo control total de la FIA a través de sus plataformas.

Como se observa, la explosión que han supuesto los eSports es una realidad. La tecnología ha reconfigurado la práctica deportiva (Vanegas Farfano et al, 2022; Hoyos Quintero et al, 2022) respecto a la falta de movimiento físico de los competidores, tal como se realiza en varios deportes ‘tradicionales’. De hecho, esto no es un criterio excluyente en las discusiones en torno a los eSports como práctica deportiva.

“Algunos creen que los eSports no presentan desafíos legales que no se hayan abordado en el pasado. Esto no podría estar más alejado de la verdad. Los actores clave interesados (atletas, entrenadores, clubes, organizadores, locutores) aunque parecen iguales, no lo son, ya que poseen algunas características únicas que marcan una gran diferencia. La tarea de resolver problemas legales como problemas contractuales, problemas de propiedad intelectual, dopaje electrónico, representación de jugadores, juegos de azar en los deportes electrónicos puede llegar a suponer grandes obstáculos sin una autoridad reguladora global.” (Papaloukas, 2018, p. 1)

Hoy, más que nunca, el debate en torno a lo que supone su legitimación y regulación como deporte debe darse. Pese a encontrarse por fuera de las prácticas deportivas más amplias, las experiencias que tienen los actores de los eSports pueden llegar a ofrecer información valiosa sobre sus perspectivas de regulación, no solo como deporte, sino también como un modelo de negocio e incluso una nueva cultura. (Cestino-Castilla et al., 2021; Brea Castro, 2021).

La Fórmula 1: de sus primeras emisiones al público a su transformación como eSport

La Fórmula 1, por sus siglas *F1*, nació en la década de los años veinte como campeonato de la Federación Internacional del Automovilismo – FIA, en el que los pilotos participaban en una serie de circuitos denominados ‘Grandes Premios’ o Grand Prix. Es por ello que, dentro de los denominados deportes de motor, fue pionero junto con la Racing y la NASCAR (Chung & Hwang, 2015).

Para 1936, esto es, antes de la segunda guerra mundial, las competiciones de F1 no habían sido transmitidas al público al no darse unas condiciones de rentabilidad que hiciesen atractivo un modelo de negocio en este sentido. Ello, en tanto que este deporte no lograba repercutir lo suficiente en la ciudadanía en general; situación que no obstante cambiaría al finalizar el conflicto armado (Jenkins, 2010). Desde entonces, la F1 ha venido adquiriendo una notable relevancia en la segunda mitad de siglo, y copando el interés de patrocinadores y medios de comunicación.

Es de este modo como en la década de los cincuenta inician las primeras pruebas de transmisión de carreras de la F1, siendo un éxito pese a dificultades técnicas propias del estado de la técnica, por ejemplo, con los fotogramas que no permitían captar los detalles de la carrera debido a la velocidad de los monoplazas. Esta situación mejoraría en las dos décadas siguientes con los avances tecnológicos, sumado al protagonismo adquirido por figuras como Fittipaldi o Sena.

Desde entonces, las transmisiones y las retransmisiones hacen parte de la dinámica de la F1, en donde la FIA asume el control de estas. En un inicio, pese a estar a cargo de los organismos de radiodifusión institucional del país en donde se celebraba el premio –ej. *Das Erstre* en Alemania o RTF en Francia–, se requería el visto bueno de la FIA (Næss, 2020).

A medida que pasaba el tiempo, gracias a la repercusión económica que la F1 venía ganando, esta federación asumía un mayor control en cada edición; a tal punto de tener el control de las videocámaras en los circuitos (Cowie & Williams, 1997).

La única excepción se dio con el Gran Premio de Mónaco, dado que el Gobierno del Principado no estaba dispuesto a permitir que los derechos de transmisión del evento le pertenecieran por completo al organizador. El acuerdo al que se llegó con la FIA contemplaba la cesión de los derechos de transmisión al Principado de Mónaco, bajo la condición de poder licenciarlos a terceros (Schreyer & Torgler, 2018).

Así, bajo el control de la FIA, Channel 4 y Sky son en la actualidad los dos principales canales de transmisión y retransmisión de la F1 en el Reino Unido, mientras que en la mayor parte del continente asiático –con excepción de China– este lugar lo ocupan Star Sports y la cadena Fox. En algunos países europeos como Alemania, y Suiza los canales principales son RTL y n-TV, mientras que ESPN

lo es en los Estados Unidos de Norteamérica y Canal+ en Francia (cf. Shields & Reavis, 2020; De Oliveira, 2020).

Por otro lado, como parte de la estrategia implementada por la FIA para ampliar el acceso de los contenidos de la F1 al público, el sitio web oficial contiene tablas de tiempos, clasificaciones y resultados en vivo, a los cuales es posible acceder durante los circuitos (Cobbs & Hylton, 2012). Además, se destaca la aplicación oficial de la F1 que ha estado disponible en plataformas como Apple App Store desde 2009, y en Google Play desde 2011, con funciones similares a las reseñadas en el sitio web.

En marzo de 2018, el consorcio conformado por FOM/Delta-Topco anunció el lanzamiento de F1 TV, una plataforma de transmisión bajo la modalidad over-the-top, por sus siglas OTT. Este nuevo modelo, les permite a los espectadores acceder a varias transmisiones simultáneamente. De acuerdo con Budzinski & Müller-Kock (2018), con este nuevo modelo, que además muestra en tiempo real indicadores de cronometraje, imágenes y comentarios, la F1 llega a una nueva época.

En la actualidad, la F1 tiene una amplia gama de activos intangibles cuya protección se da a partir de los diversos regímenes de propiedad intelectual como es el caso de los derechos que posee sobre sus signos distintivos o los derechos de autor, siendo estos transversales—aunque no excluyentes—respecto a los derechos de transmisión y retransmisión.

La relación contractual entre la FIA y los organismos de difusión ha sido esencial para conservar y al mismo tiempo promover sus diversos eventos automovilísticos en este deporte. Al estudiar los Términos y Condiciones de la F1, es posible observar la gran variedad de escenarios contemplados, y los requisitos a los que se deben someter aquellos que tengan algún tipo de relación contractual con la F1; desde el acceso a su familia de marcas, pasando por sus bases de datos, contenidos visuales y audiovisuales, mercaderías, hasta los mismos videojuegos (cf. FIA Formula One World Championship, 2022).



Figura 1: Evolución del logo de la FIA-F1 World Championship.
Fuente: One Thousand Logos (2022, 18 de enero)

En este modelo de negocio, se contemplan todas las posibilidades precontractuales y posteriores a la celebración de cualquier acuerdo de voluntades con terceros. Ello, por ejemplo, en relación con el uso de los signos distintivos, pero también respecto a las transmisiones y retransmisiones del evento en uno o varios países, pudiendo contemplar las legislaciones internas de los mismos, o las cláusulas compromisorias que someterían el fuera y las normas aplicables a un eventual litigio en la jurisdicción arbitral.

En el ámbito de los videojuegos y los eSports, la FIA tiene un modelo de negocio que, por su estructura, se asemeja más al de un desarrollador y productor de videojuegos que como a un licenciante, en tanto se opone a la creación de cualquier videojuego que tenga relación alguna con la F1 (FIA Formula One World Championship, 2022).

Es por este motivo que Electronic Arts Inc., a través de su división EA Sports y su productora filial Codemasters, cuenta con la autorización para desarrollar nuevos videojuegos basados en la F1 (Linderoth, 2013). En este sentido, también la FIA le confiere la exclusividad para controlar el proceso de distribución y puesta a disposición por medio de plataformas como PlayStation o Xbox.

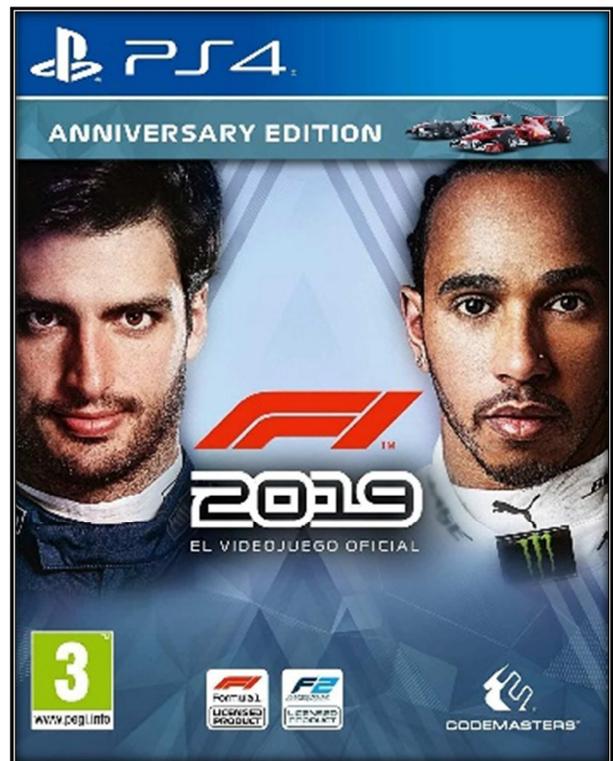


Figura 2: Portada del videojuego F1 2019 para PlayStation 4.
Fuente: Electronic Arts Inc. (2022, 26 de abril)

En relación con este videojuego, a partir del mismo se ha diseñado una serie de desarrollos tecnológicos que han evolucionado hasta ubicarse dentro del ámbito de los eSports. Bajo el modelo de competición de la F1, varios competidores provenientes de distintos países se

enfrentan, representando a la escudería de su elección. En el certamen en línea, el organizador del evento es la misma FIA, por medio de los organizadores de la F1, sin que existan otros intermediarios. (FIA Formula One World Championship, 2021)

A su vez, las transmisiones de estas competencias son transmitidas exclusivamente en la plataforma de F1TV, no por televisión abierta, aunque con la posibilidad de retransmitirse en otras plataformas. Es el caso de Twitch, la cual, además de impulsar este modelo de eSports basado completamente en la F1, ha supuesto un factor clave en el crecimiento de otros eSports en el mundo (Block & Haack, 2021).

Propiedad intelectual y radiodifusión en la Fórmula 1

Hablar de la propiedad intelectual en el ámbito de los eSports, supone considerar los sistemas que pueden abarcar los activos intangibles que lo componen, desde los signos distintivos que los identifican en el mercado, hasta los derechos conexos sobre las transmisiones, retransmisiones y la radiodifusión, e incluso los derechos de autor sobre las obras que los componen, como es el caso del software, los gráficos, manuales de instrucciones e incluso sobre las composiciones musicales o sonidos que acompañan la experiencia de juego.

Así, en primer lugar, es preciso caracterizar las marcas de los eSports como aquellos signos que le aportan la distintividad necesaria para mantenerse en el mercado. Los signos distintivos que se han traído a consideración, hasta este punto en el artículo, son evidencia de un proceso evolutivo de acoplamiento de la F1 como modelo de negocio adaptada a las tendencias.

Sansone (2014) al respecto se refiere a tendencias que consideran puntos críticos y oportunidades en un mercado de formatos que se sustenta en los conceptos distributivos en el ámbito competitivo, que son las que llevan a que una marca se actualice acoplándose a la globalización. De este modo, las estrategias de marketing al interior de las organizaciones logran enfocarse exitosamente en la optimización completa de la lealtad hacia un producto o servicio –desde lo que la misma marca transmite–, maximizando la gestión de la empresa en este nivel.

A modo de ilustración, En el caso de marcas notorias como Toyota, que tienen una histórica participación en competiciones deportivas como la F1 a través del equipo Toyota F1 Racing Team, la apuesta se da desde el concepto de ‘redes de marca’, permitiéndole construir relaciones asociadas con diferentes niveles de patrocinio y, al mismo tiempo, continuar con la labor de posicionar la marca corporativa. Es lo que se denomina una meta-arquitectura de marca (Kahuni & Rowley, 2013).

En este contexto, los patrocinadores de los equipos que participan en competiciones automovilísticas han buscado acuerdos con las escuderías para cubrir cada centímetro cuadrado de la superficie del automóvil con su marca, al que consideran como una valla publicitaria móvil. Esto, aunque podría llegar a relevar a un segundo plano la marca del equipo y los valores concomitantes con los que desean asociarse, es el conducto idóneo para proporcionar la financiación necesaria, o lo que es lo mismo, una estrategia para su crecimiento y éxito (Wood, 1999).

Por otra parte, se encuentra el derecho de autor, sobre el cual debe precisarse que su espectro de protección en este ámbito no tiene la misma rigidez con relación al de los signos distintivos. Y es que, si bien este régimen puede llegar a ser un refuerzo a la protección que se le puede hacer a las transmisiones y retransmisiones de la F1, como se analizará en el presente artículo, en el caso de los eSports, el derecho de autor cumple –con suficiencia– con su función de proteger las obras que se comunican públicamente o retransmiten a través de la red o por otros medios de transmisión.

Con todo, la protección que otorga este régimen a los titulares del conjunto de obras que interactúan dentro del modelo de negocio de la F1, variará no obstante de acuerdo con cada Estado y atendiendo a los estándares mínimos que se regulan en instrumentos internacionales como el Convenio de Berna de 1886 o el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, por sus siglas ADPIC.

En el caso de los videojuegos, el efecto será el mismo que el espectro de protección otorgado a las obras audiovisuales, estéticas, artísticas, técnicas, entre otras, que se utilizan en la F1. Por ejemplo, en los trajes utilizados por los pilotos o del equipo que acompaña al piloto en pits –no en el aspecto técnico o funcional de los trajes, pues de ello se encarga el régimen de patentes sobre modelos de utilidad–, o en la mercadería que se comercializa a través de camisetas, gorras, sombrillas u otros insumos de este tipo.

Las escuderías y demás empresas participantes –ej. Michelin o Bridgestone– a su vez, se valen de desarrollos tecnológicos que se traducen en invenciones mecánicas, electrónicas e incluso químicas –hablando del caso de los aditivos utilizados en el combustible o de los materiales utilizados en los neumáticos–. Estos desarrollos son susceptibles de patentarse vía patentes de invención o modelos de utilidad y, en el supuesto práctico de los secretos industriales, cuando estos no se registran en tanto que se considera información confidencial que puede otorgarles una ventaja competitiva y económica respecto a terceros (De Werra, 2010).

Volviendo al régimen de derecho de autor, la protección que la normatividad vigente otorga a los organismos de radiodifusión se centra en las transmisiones que ciertos medios de comunicación realizan, y que de manera directa o indirecta se relacionan con las obras audiovisuales (Cygan, 2007).

A estos derechos, se les denominan como conexos o vecinos debido a la particularidad esencial de difundir obras. Es por esto que los citados Convenios de Roma de 1961 y de Berna de 1886, han reconocido el control de los derechos de explotación de sus emisiones, a través de la transmisión y retransmisión, así estos no contengan obras en dichas emisiones, debido a que se considera que tienen una importancia económica en el mercado, admitiendo, además, que la inversión que estos hacen debe ser protegida a efectos de cumplir con su objeto social o finalidad.

Los derechos de transmisión y retransmisión de emisiones no cuentan con un reconocimiento desde los derechos morales, esto es, desde los derechos personalísimos que se le reconocen al autor en las obras o interpretaciones. En su lugar, se reconoce la titularidad permitiéndole a las personas naturales o jurídicas –en este caso a la FIA como titular de los derechos sobre la F1– la explotación económica, a través de la reproducción y comunicación pública en todas sus modalidades.

Los organismos de radiodifusión gozarán del derecho de autorizar o prohibir: a) la retransmisión de sus emisiones; b) la fijación sobre una base material de sus emisiones; c) la reproducción: (i) de las fijaciones de sus emisiones hechas sin su consentimiento; (ii) de las fijaciones de sus emisiones, realizadas con arreglo a lo establecido en el artículo 15, si la reproducción se hace con fines distintos a los previstos en dicho artículo; d) la comunicación al público de sus emisiones de televisión cuando éstas se efectúen en lugares accesibles al público mediante el pago de un derecho de entrada. (Convención de Roma de 1961, art. 13)

Como se indicó previamente, el ámbito de protección de este tipo de derechos variará de acuerdo a los estándares reconocidos en cada Estado, aunque con la limitante de no otorgar una cobertura inferior a la reconocida instrumentos internacionales que, por regla general, va hasta los 50 años a partir de la primera vez que se transmitió la señal, o en el caso de los estados miembros de la Comunidad Andina, 50 años contados a partir del 1 de enero del año siguiente al que se realizó la emisión (cf. Comunidad Andina, Decisión 351 de 1993).

Método

Para desarrollar el objetivo propuesto en el artículo, se recurrió a una metodología de análisis documental sobre

las principales disposiciones recogidas en instrumentos normativos en el ámbito de la propiedad intelectual, haciendo especial énfasis en los derechos conexos de transmisión y retransmisión de las emisiones. Además, se revisó la literatura académica sobre eSports, la historia y evolución de la F1 y su modelo de negocio; publicadas antes del primer trimestre de 2022.

Esto último, permitió realizar un análisis estructural y funcional sobre un listado de palabras clave en bases de datos tales como Scopus, Web of Science y EBSCOhost. Ello, en aras de identificar los niveles de análisis de los elementos que hoy confluyen en los principales debates en este ámbito. Algunas de las palabras clave que guiaron esta búsqueda fueron videojuegos competitivos deportes electrónicos -y su variante eSports-, derecho de autor, derechos conexos, derechos de transmisión y retransmisión.

Esta búsqueda se limitó a revistas indexadas en las mencionadas bases, que fueran revisadas por pares evaluadores, además de las actas publicadas de congresos, capítulos de libro y libros resultados de investigación, así como tesis doctorales. Es importante mencionar que, en su mayoría, los hallazgos en esta etapa se relacionaban muy poco con los eSports o videojuegos competitivos.

Una vez que se identificaron los textos que adquirirían relevancia para esta investigación, se utilizaron aquellos que aparecen referenciados en el presente artículo para ampliar la búsqueda, a efectos de determinar los campos académicos que han venido publicando progresivamente sobre eSports y videojuegos competitivos. Así, una vez se filtraron los documentos, utilizando primordialmente la información disponible en los títulos, las palabras clave, los resúmenes e introducciones, la búsqueda se limitó a 116 documentos, de los cuales 59 provienen desde Scopus, 30 desde Web of Science, y los 27 restantes en libros, capítulos de libro, normas y lineamientos entre otros documentos.

Es importante precisar que, en aras de lograr una mejor precisión en los registros obtenidos, se llevó a cabo un ejercicio de validación de lo co-citación entre documentos para identificar aquellas referencias bibliográficas utilizadas frecuentemente, así como para identificar y eliminar los registros duplicados.

En cuanto al contenido de alcance jurídico, se siguió el enfoque hermenéutico sistemático de las normas y documentos con contenido normativo y teórico-jurídico. En este sentido, se logró extraer de los textos consultados aquellos enunciados cuyo sentido resultaba acorde con el objetivo del artículo, en el ámbito internacional, y al sistema de Derecho de autor.

Con este sustento metodológico se logró establecer una hoja de ruta ordenada que permitiera validar los resultados y contar con los insumos necesarios para

plantear la discusión. De este modo, las conclusiones recogen los principales hallazgos que se realizaron durante todo el proceso de investigación, dando cuenta de fuentes rigurosas validadas por pares evaluadores, dentro del método de investigación científica.

Resultados y discusión

Si bien la bibliografía en el ámbito de los eSports y los modelos de negocio basados en los derechos de propiedad intelectual es escasa, con la información recopilada fue posible esquematizar varios bosquejos que daban cuenta de su evolución y tratamiento. Esto, con el fin de resolver la pregunta planteada y llevar a cabo una discusión de forma rigurosa que cumpliera con las expectativas propias de un ejercicio de esta naturaleza.

Estos bosquejos se sistematizaron en el apartado del marco teórico, y se proyectaron en el presente apartado de resultados y discusión, siguiendo un enfoque cetético que es pertinente para proponer este tipo de ejercicios en los ámbitos de la dialéctica, la tópica, y particularmente en los procesos investigativos donde se requieren análisis con un componente jurídico.

De este modo, fue posible proyectar los resultados de forma sistemática y, al mismo tiempo, llevar a cabo la discusión aquí propuesta sobre los problemas que trae consigo la gestión de las transmisiones y retransmisiones en Internet, así como dimensionar la importancia del control efectivo de estas emisiones en el ámbito de los eSports. A continuación, se realiza un balance del modelo propuesto por la FIA para la Fórmula 1 en este mismo ámbito. Por último, se confrontan las perspectivas de este modelo de negocio con los retos que trae consigo Internet.

Sobre las transmisiones en Internet

El primer elemento de discusión que plantea el presente artículo se da sobre las transmisiones en Internet y las señales protegidas. Al respecto, es importante tener clara la distinción que existe entre organismos de radiodifusión y medios de comunicación que tienen la titularidad de la difusión de las emisiones, pues es bastante usual que se confundan estos dos sujetos, en tanto que los primeros en cierto sentido pueden tener el control de la mayoría de las emisiones del campo electromagnético.

En algunos casos, pueden encontrarse entidades que tienen el control de estas señales como es el caso de la Federación Internacional de Fútbol, por sus siglas FIFA, con el campeonato mundial de fútbol, o en el ya citado caso de la FIA con los circuitos de la F1 excepto el Grand Prix de Mónaco. El control se da desde el momento en el que se captan las imágenes, hasta la emisión en sus plataformas,

o su envío a terceros, quienes cuentan con una licencia previa.

Esto, es lo que se conoce como el ‘Derecho de arena’, el cual se contempló por primera vez en la denominada ‘Ley Pelé’. Este derecho contempla que un club o entidad de práctica deportiva tiene la potestad de controlar de forma exclusiva, la captación, fijación, emisión, transmisión o retransmisión de las imágenes de un espectáculo deportivo.

Para Schötz (2017) el derecho de arena, “como derecho independiente, es parte de un género más amplio: el derecho del organizador del espectáculo a la fijación, transmisión o comunicación pública. Este derecho deberá luego ser coordinado con el derecho del organismo de radiodifusión que efectúa la transmisión” (p. 125).

Así, sostiene este autor, es la entidad deportiva como organismo de transmisión la que detentará un derecho exclusivo que, como se indicó, le permite licenciar, u otorgar mediante otra figura, los derechos conexos sobre la señal portadora. En el caso analizado de la FIA, ésta actúa tanto como medio de comunicación –sin ser su objeto social– y como organismo de radiodifusión sobre las transmisiones de la F1.

En el caso de las emisiones de los eventos deportivos, debe indicarse que son una forma de comunicación pública, aunque, en el caso de las transmisiones y retransmisiones en Internet, no queda claro si esta figura abarca esta modalidad de emisión. Pese a ello, cuando se habla de una circulación de datos producidos y redirigidos en Internet, entonces se configura una puesta a disposición de los contenidos.

Es por lo anterior, que las transmisiones en Internet aún no logran acoplarse exitosamente a los estándares normativos. Sin duda, es una oportunidad para que el legislador plantee un nuevo escenario sobre el régimen de protección, o realice alguna modificación a la caracterización de los intereses jurídicos tutelados tras las figuras de las transmisiones y retransmisiones.

Lo anterior, sin dejar a un lado las complicaciones que se presentan al aplicar las normas vigentes a las emisiones realizadas en Internet, pues no en vano faltan consenso en el ámbito internacional sobre el control que puede y debe ejercerse de las emisiones hechas por banda cerrada o banda de datos (Rodríguez Bocca, 2012; Vargas-Chaves, 2016; Halyna et al., 2021).

Este es, en esencia, el mecanismo por el cual circulan los datos en Internet, incluida dichas emisiones en tiempo real; de allí que el debate se centre realmente en aspectos tales como la necesidad de protección, o los derechos de los usuarios de acceder de forma libre a la información.

Con todo, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual tiene abierto el debate desde 2017, en la

trigésimo cuarta sesión del Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos sobre el futuro de la protección de las emisiones realizadas en Internet. (cf. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2017). Desde entonces, en esta instancia se ha evidenciado la presión que ejercen algunos organismos internacionales que defienden el acceso a un internet libre frente a los organismos de radiodifusión que sufren la piratería de sus emisiones debido a la falta de límites.

Además, allí el avance hacia un mayor reconocimiento de los derechos de los organismos de radiodifusión en Internet ha sido lento, sobre todo, en lo que respecta a los Estados miembros de esta organización en adquirir compromisos; incluso luego de su adhesión al Acuerdo ADPIC, ya que evitan estar en una situación de desequilibrio, entre los derechos de acceso al conocimiento, y con relación a los derechos exclusivos de los titulares de dichos derechos (Schötz, 2017).

El control efectivo de las emisiones en el ámbito de los eSports

Uno de los grandes retos a los que se deben enfrentar industrias de los sectores cultural, deportivo y del entretenimiento, es el control efectivo de las emisiones que se difunden y/o se generan en Internet ante el creciente consumo de transmisiones y retransmisiones piratas, pues son millonarias las pérdidas que se generan para los titulares de los derechos de propiedad intelectual de varios sectores dentro de estas industrias.

Tal como lo refiere Callea (2021), la F1 no ha sido ajena a esta problemática. Y es que la comercialización de bienes culturales, deportivos o de entretenimiento, así como de servicios de radiodifusión se ha convertido en fuente fundamental de ingresos de la gran mayoría de las organizaciones deportivas, incluyendo la propia FIA.

Ante la falta de regulación de las transmisiones en Internet, son estas organizaciones las que optan por recurrir a otros medios de protección para reforzar la protección de sus contenidos. Uno de los mecanismos más utilizados son los Digital Rights Management, por sus siglas, DRM, que pueden considerarse como una especie de ‘vía de hecho tecnológica’ en tanto que les permite a los titulares decidir “dónde”, “cómo” y “cuándo” se puede acceder a sus contenidos (Ciusa & Vargas-Chaves, 2013)

En cuanto a las señales que se protegen, es preciso entender cómo se ha dado su evolución para comprender la preocupación de estas industrias por ampliar su espectro llegando a un mayor público (Fraguela-Vale, Varela-Garrote & Varela-Crespo, 2020), y al mismo tiempo controlar estos contenidos; desde su emisión en sistemas análogos son señales de baja frecuencia en ciertas

regiones o ciudades, hasta la puesta a disposición al público mediante transmisión satelital o por cable. En la década del 2000, Internet empezaba a incursionar en esta carrera en la transmisión de señales, llegando a ser una plataforma clave en la emisión en redes propias o en redes peer to peer, así como en aplicaciones denominadas OTT o Over The Top.

Otro elemento de discusión del artículo es la radiodifusión por parte de los usuarios. Así, en un inicio se hablaba de los medios de comunicación como centros de radiodifusión, eventualmente algunas personas jurídicas -que no necesariamente tenían una razón social tan amplia- podían tener esa capacidad de radiodifusión, siendo denominados por la normatividad en propiedad intelectual como ‘organismos de radiodifusión’.

No obstante, con la llegada y el auge que ha traído consigo Internet, el sujeto que radiodifunde se ha ampliado. Ahora cualquier persona con acceso a internet puede divulgar una obra protegida por el derecho de autor, gracias a plataformas como Twitch, Vimeo, Dailymotion, Facebook Watch o incluso el mismo Youtube; permitiendo que los usuarios usen contenidos en sus plataformas con algún tipo de licencia estándar de uso.

Como resultado, se evidencia de todo lo anterior la necesidad de establecer mecanismos de cooperación entre las plataformas en aras de brindar una calidad superior de alcance al público y, a la vez, recolectar el pago por su transmisión o retransmisión. El caso de éxito que suponen plataformas como Youtube, muestra que es posible financiar los gastos operativos y obtener una alta rentabilidad con publicidad dirigida, o con un pago por acceso sin publicidad (Broughton, 2018).

También, se hace necesario plantear la necesidad de especificar en los apartados de términos y condiciones, cuáles deben ser los estándares y alcance del acceso a las señales y su contenido, para evitar que sean los propios usuarios o competidores de eSports, quienes terminen convirtiéndose en infractores de los derechos de emisión de una competición. Asimismo, es necesario regular la puesta en marcha de torneos de eSports por individuos u organizaciones, ya sea restringiendo esta posibilidad, o aceptando -bajo ciertas circunstancias- la ejecución de algún evento relacionado con el videojuego o con un licenciatarario.

En el caso de la Liga de Videojuegos Profesional o LPV, ésta tiene los derechos transmisión de eventos deportivos en diferentes eSports, siendo el más conocido League of Legends, de Riot Games Inc., que le licenció la explotación económica de este eSport, permitiéndole la emisión de señales; a diferencia de la FIA que, como ya se indicó, tiene el control absoluto de la transmisión y retransmisión a través de la plataforma FITV.

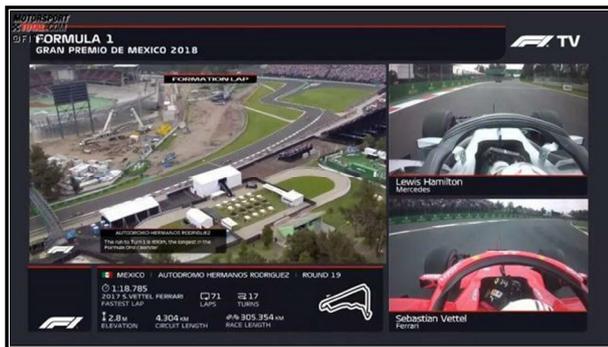


Figura 3: F1TV Gran Premio de México 2018.
Fuente: Motorsport-Total (2019, 15 de marzo)

En ambos casos, FIA y Riot Games Inc., el contenido de estas señales y todos los activos intangibles de propiedad intelectual dentro de las partidas o emisiones, tales como signos distintivos o derechos de autor, siguen bajo su total control.

Respecto al régimen de limitaciones y excepciones al derecho de autor y los derechos conexos, no se han planteado hasta ahora variaciones respecto a los demás tipos de obras. Del mismo modo, es necesario precisar que la regla de los tres pasos es aplicable en supuestos como la manipulación de emisiones, por ejemplo, a través de fracciones de videos que pueden utilizarse en transmisiones en plataformas como YouTube o Facebook Watch.

Sin embargo, si quien lo utiliza llegase a tener un alcance significativo en número de visualizaciones, obteniendo una gran rentabilidad por ese alcance, se hace entonces necesario pensar en la necesidad de regular la forma en cómo se permite el acceso al contenido -incluso fraccionado-, de cara a una participación justa y equitativa de las ganancias hacia los legítimos titulares de los derechos de explotación económica.

Perspectivas sobre el modelo de negocio de la F1

Como parte de la discusión propuesta por este artículo, se hace necesario dimensionar el modelo de negocio de la F1 en el sector de los eSports, no solo por ser uno de los pioneros en este ámbito, sino porque la FIA ha logrado mantener el control de la explotación de todos sus activos de propiedad intelectual, impulsando además a toda una industria deportiva y de entretenimiento en un escenario de apertura en el que las competiciones de eSports han venido ganando nuevos competidores y seguidores en todo el mundo.

Es más, si de comparar los actores en este nicho de mercado se trata, la FIA logró incursionar exitosamente a través de la F1 en todo el proceso de transición que se ha descrito en este artículo, esto es, de la emisión en señales de banda cerrada, a la transmisión y retransmisión de competiciones de eSports como si se tratase de una empresa productora de videojuegos. Además, la FIA fue

uno de los primeros actores en regular sus políticas internas en este ámbito, tras entender la importancia de proteger sus activos intangibles de propiedad intelectual.

En efecto, La F1 nació como un certamen automovilístico, pero fue evolucionando hacia convertirse en un certamen deportivo de entretenimiento, el cual fue ampliando su espectro de visibilidad, convirtiéndose en lo que es ahora, un modelo completo que incluye en actividades que le otorgan un tratamiento como organismo de radiodifusión. Esto también ocurrió con su modelo de negocio como productor de videojuego en asocio con Electronic Arts Inc o desde su plataforma F1TV, que evolucionaron a compañías que emiten señales en vivo.

El enfoque transversal del modelo de negocio de la F1 ha sido replicado por organizaciones como NASCAR, IndyCar LLC e incluso la FIFA. En el caso de League of Legends, aún se mantiene la flexibilidad en las autorizaciones otorgadas por su titular, Riot Games, a terceros sobre los derechos de emisión de sus señales (Riot Games Inc., 2021); permitiendo que estos transmitan en sus canales, redes sociales y diferentes plataformas; lo que se explicaría en la prioridad de su estrategia de difusión versus el control total que pretende asumir esta compañía sobre sus derechos de propiedad intelectual.

Como se puede observar, son dos enfoques sobre el modelo de negocio de la emisión en Internet, aunque hasta cierto punto queda abierta la posibilidad de que empresas como Riot Games Inc., inicien su tránsito hacia el control de todos sus activos de propiedad intelectual en las transmisiones y retransmisiones sobre los contenidos emitidos en su plataforma.

Para ello, la inteligencia artificial ha avanzado a tal punto que otras plataformas, entre estas YouTube, analicen de manera automática todas las transmisiones en vivo en busca de coincidencias con contenidos que se emiten en otras transmisiones en vivo, y que están protegidos por derechos de autor. De este modo, al identificarse contenidos de terceros no autorizados, será una imagen fija la que reemplace una transmisión en vivo, recibiendo el infractor en este momento una advertencia (Google LLC, 2020).

Se desactivará o suspenderá automáticamente la capacidad de tu canal para transmitir en vivo por cualquiera de los siguientes motivos: (1) El canal recibió una falta por incumplimiento de los Lineamientos de la Comunidad. (2) Una transmisión en vivo actual o archivada está bloqueada a nivel mundial. (3) Una transmisión en vivo actual o archivada recibió una solicitud de eliminación por incumplimiento de los derechos de autor. (4) Tu transmisión en vivo coincide con otra que está protegida por derechos de autor. (5) Alcanzaste el límite diario de

transmisiones en vivo. Puedes intentarlo otra vez en 24 horas. (Google LLC, 2022)

Esta es una tendencia, descrita por autores como Marsoof (2015), Vargas-Chaves (2017) o Vasudeva (2011), como parte de esos escenarios de exoneración de responsabilidad por infracción a derechos de autor en Internet, que se han venido implementando en los Estados Unidos desde la década de los noventa, por parte de los proveedores de servicios de Internet, por sus siglas ISP, además de los propios proveedores de contenidos.

En todo caso, la plataforma de F1TV como pionera de este modelo de negocio en la transmisión y retransmisión de los eSports ha supuesto una ventaja competitiva para la FIA. Si a esto se le suma el valor agregado que le da esta plataforma a los usuarios que adquieran el acceso a su servicio Premium, pudiendo acceder a casi todas las cámaras de la pista, los pilotos y las escuderías (FIA Formula One World Championship, 2021); entonces se sumará una mejora en la experiencia del usuario final y los indicadores de fidelización de los seguidores de esta categoría, ya que estos podrán interactuar de manera más cercana con la competición.

Conclusiones

Con la popularidad adquirida y el crecimiento constante de los eSports, se generan múltiples interrogantes desde el ámbito regulatorio, y respecto a todo el conjunto de intereses jurídicos tutelados que confluyen en los modelos de negocio. Entre estos, se sitúa en primera línea la propiedad intelectual sobre el conjunto de activos intangibles tales como signos distintivos, derechos de autor y los derechos conexos, especialmente de las transmisiones y retransmisiones de las competiciones.

Los obstáculos que en materia de propiedad intelectual se dan en los eSports, suponen una tarea importante para los estudiosos del derecho, pues la dinámica propia de Internet facilita que el acceso a los contenidos se dé con muy pocas restricciones; impidiendo el control efectivo de la distribución, comunicación pública y transmisión de los contenidos por parte de sus titulares.

Y aunque como se pudo evidenciar en el texto, si bien titulares como Riot Games Inc., con su popular videojuego League of Legends, han apostado por un modelo de negocio abierto en el que no se ve la necesidad de proteger sus derechos de transmisión sobre sus eventos competitivos; el caso de la F1 muestra un escenario en el que sí es posible mantener de forma rentable el control, y al mismo tiempo, generar una mejora en la experiencia de los usuarios, a la vez que se fidelizan.

Al mantener el control de sus propias emisiones, la FIA ha logrado generar una independencia respecto a

terceros de sus transmisiones, retransmisiones y fijaciones de las transmisiones, e incluso, pudiendo controlar a través del modelo de licenciamiento, el permiso otorgado de radiodifusión a empresas o a los países anfitriones de cada Gran Premio. Es por ello razonable asumir que, en un futuro, este modelo de control total pueda replicarse en otras organizaciones como la FIFA, IndyCar LLC, NASCAR, los cuales no obstante ya han dado primeros pasos al replicar la transversalidad con la que la FIA gestiona su modelo con la F1.

En materia de eSports, la FIA con su propia plataforma F1TV ha llevado incluso el modelo a un sistema cerrado en relación con otros actores del mercado, y será el tiempo el que dirá si este modelo tendrá el éxito esperado. Lo cierto es que, en las casi nueve décadas de recorrido, la rentabilidad que ha supuesto la F1 con los modelos de gestión adoptados, puede llegar a vaticinar buenos resultados, aunque en un futuro pueda ser necesario realizar ajustes en este modelo de negocio.

De darse este escenario favorable, será en parte gracias al control que la FIA ha mantenido de todos los activos de propiedad intelectual de la F1 como competición, así como a la disrupción generada por la plataforma F1TV en un panorama que, por momentos, se torna sombrío como consecuencia del actuar de aquellos que innovan en las formas de evasión de los controles de las medidas tecnológicas de protección.

En el campo del derecho y las políticas de propiedad intelectual, aún el Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos de la OMPI tiene mucho por debatir, pues, aunque el avance ha sido lento, de llegarse a un consenso multilateral sobre el mejor mecanismo que restrinja estos usos no permitidos por el titular, éste podría afectar otros intereses jurídicos tutelados como la libertad de expresión. En suma, este es un debate que tendrá que darse a la par que se con la regulación de los derechos y libertades en Internet.

Referencias

- Block, S., & Haack, F. (2021). eSports: a new industry. En: Globalization and its Socio-Economic Consequences Conference, 21 y 22 de octubre de 2020, Rajecke Teplice, Eslovaquia, <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219204002>
- Brea Castro, M. (2021). Metodología didáctica en entrenamiento profesional de e-sport. Una experiencia internacional en Brawl Stars. *Retos*, 41, 247–255. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i41.83225>
- Broughton, S. (2018) The playing field between YouTube and television will be a bit fairer, but still far from level. *LSE Business Review*, 109204. <http://eprints.lse.ac.uk/109204/>

- Budzinski, O., & Müller-Kock, A. (2018). Is the revenue allocation scheme of Formula One motor racing a case for European competition policy? *Contemporary Economic Policy*, 36(1): 215-233. <https://doi.org/10.1111/coep.12247>
- Callea, D. (2021). Scusi, chi ha fatto il palo?: continuità e disruption del calcio su Internet in Italia: dalle IPTV pirata a DAZN. *Journal of Media, Performing Arts and Cultural Studies*, XLIII: 147-161. https://doi.org/10.26350/001200_000099
- Carillo Vera, J. A. (2015). La dimensión social de los videojuegos' online': de las comunidades de jugadores a los'e-sports'. Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada, 5(1): 39-51. <http://hdl.handle.net/10115/15423>
- Cestino-Castilla, J., Macey, J., & McCauley, B. (2021). Aiming for validity: The experience of conflicts in legitimacy judgments in esports actors and new grassroots activism. [Working paper]. En: 5th International GamiFIN Conference 2021 - GamiFIN 2021, 7 a 10 de abril de 2021, Helsinki, Finlandia. <http://ceur-ws.org/Vol-2883/paper20.pdf>
- Chung, K. S., & Hwang, G. (2015). Antecedents and consequences of Formula One spectators fan ship: The case of inaugural Grand Prix. *Journal of Physical Education and Sport Management*, 6(6): 38-46. <https://doi.org/10.5897/JPEM2015.0228>
- Ciusa, F., & Vargas-Chaves, I. (2013). Considerazioni critiche nella dottrina giuridica italiana sul Digital Rights Management. *Principia Iuris*, 19(1): 325-340. <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/piuris/article/view/779>
- Cobbs, J., & Hylton, M. (2012). Facilitating sponsorship channels in the business model of motorsports. *Journal of Marketing Channels*, 19(3): 173-192. <https://doi.org/10.1080/1046669X.2012.686860>
- Comunidad Andina, Decisión 351 de 1993. Régimen común sobre derecho de autor y derechos conexos.
- Convención de Roma de 1961, sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión
- Convenio de Berna de 1886, para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas
- Corneliussen, H., & Rettberg, J. W. (2008). Digital culture, play, and identity: A World of Warcraft reader. MIT Press.
- Cowie, C., & Williams, M. (1997). The economics of sports rights. *Telecommunications Policy*, 21(7): 619-634. [https://doi.org/10.1016/S0308-5961\(97\)00032-3](https://doi.org/10.1016/S0308-5961(97)00032-3)
- Cuesta-Valino, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Loranca-Valle, C. (2022). Sponsorship image and value creation in E-sports. *Journal of Business Research*, 145: 198-209. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.084>
- Cygan, A. (2007). ¿Are All Sports Special? Legal Issues in the Regulation of Formula One Motor Racing. *European Business Law Review*, 18: 1327-1351, <https://kluwerlawonline.com/journalarticle/European+Business+Law+Review/18.6/EULR2007048>
- De Oliveira, F. B. (2020) A fórmula 1 como fenômeno midiático esportivo análise sobre o canal Sky Sports F1. *Fólio-Revista Científica Digital-Jornalismo, Publicidade e Turismo*, 6(1), 49-62. <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ipa/index.php/folio/article/view/981>
- De Werra, J. (2010). How to Protect Trade Secrets in High-Tech Sports? An Intellectual Property Analysis based on the Experiences at the America's Cup and in the Formula One Championship. *European Intellectual Property Review*, 32(4): 155-164. <http://archive-ouverte.unige.ch/unige:23029>
- El Mercurio. (2020, 6 de mayo). Desactivada una red de piratería internacional con contenidos de fútbol. 16 de junio. <https://ww2.elmercurio.com.ec/2020/06/16/desactivada-una-red-de-pirateria-internacional-con-contenidos-de-futbol/>
- Electronic Arts Inc. (2022, 26 de abril) F1® 2019 for Play Station [Recurso web]. <https://www.playstation.com/es-mx/games/f1-2019/>
- FIA Formula One World Championship (2021). Condiciones de suscripción a F1TV. <https://account.formula1.com/#/es/subscription-terms>
- FIA Formula One World Championship (2022). Guidelines for the use of trademarks and intellectual property rights belonging to the Formula 1 companies. <https://www.formula1.com/en/toolbar/guidelines.html>
- Fraguela-Vale, R., Varela-Garrote, L., & Varela-Crespo, L. (2020). Perfiles de ocio deportivo en jóvenes españoles (15-20 años): un análisis de género. *Retos*, 37, 419-426. <https://doi.org/10.47197/retos.v37i37.72055>
- Google LLC (2020). Problemas de derechos de autor en las transmisiones en vivo [Google Support Services]. <https://support.google.com/youtube/answer/3367684?hl=es-419>
- Google LLC (2022). Restricciones en las transmisiones en vivo de YouTube [Google Support Services]. <https://support.google.com/youtube/answer/2853834>
- Hallmann, K., & Giel, T. (2018). eSports—Competitive sports or recreational activity?. *Sport management review*, 21(1): 14-20. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.011>
- Halyna, U., Baadzhy, N., Podoliev, O., Vlasiuk, D., & Chumachenko, H. (2021). Protection of Intellectual Property Rights in the Field of Television and the Internet. *The Notion of Teleformat. Ius Humani. Law Journal*, 10(1): 1-25. <https://doi.org/https://doi.org/10.31207/ih.v10i1.264>
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2): 211-232 <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>
- Hoyos Quintero, A. M., Yusty Garcia, N., & Flor Sandon, V. A. (2022). Efecto del uso de videojuegos activos en el nivel de actividad física del adulto joven: Revisión exploratoria. *Retos*, 45, 888-896. <https://doi.org/10.47197/retos.v45i0.90421>
- Jenkins, M. (2010). Technological discontinuities and competitive advantage: A historical perspective on Formula 1 motor racing 1950-2006. *Journal of Management Studies*, 47(5): 884-910. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00928.x>
- Kahuni, A. T., & Rowley, J. (2013). Corporate brand relationships: the case of TOYOTA F1 Racing Team. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 3(1): 8-18. <https://doi.org/10.1108/20426781311316870>

- Kerttula, T. (2019). The foundations of Let's Play: Live action representation of video games in television and online 1975-2018. *CEUR Workshop Proceedings*, 2359: 84-93. <http://ceur-ws.org/Vol-2359/paper8.pdf>
- Linderoth, J. (2013). Games, Sports, and Sport Videogames: Designed Challenges in Racing Games. En: M. Consalvo, K. Mitgutsch y A. Stein (eds). *Sports Videogames* (pp. 23-39). Routledge.
- Loguidice, B., & Barton, M. (2014). *Vintage Game Consoles: an inside look at Apple, Atari, Commodore, Nintendo, and the greatest gaming platforms of all time*. Routledge.
- Marssoof, A. (2015). 'Notice and takedown': a copyright perspective. *Queen Mary Journal of Intellectual Property*, 5(2): 183-205. <https://doi.org/10.4337/qmjip.2015.02.04>
- Matsuoka, H. (2014). Consumer involvement in sport activities impacts their motivation for spectating. *Asian Sport Management Review*, 7: 99-115. <https://doi.org/10.29471/ASMR>
- McTee, M. (2014). E-sports: More than just a fad. *Oklahoma Journal of Law & Technology*, 10(1): 1-27. <http://digital-commons.law.ou.edu/okjolt/vol10/iss1/3>
- Motorsport-Total (2019, 15 de marzo). 10 Gründe für F1 TV Pro 2019: Neue Funktionen, alle Rahmenserien und mehr. [Recurso web] <https://www.motorsport-total.com/formel-1/news/10-gruende-fuer-f1-tv-pro-2019-neue-funktionen-alle-rahmenserien-und-mehr-19031518>
- Næss, H. E. (2020). *A History of Organizational Change: The case of Fédération Internationale de l'Automobile (FIA), 1946-2020*. Palgrave Macmillan.
- One Thousand Logos (2022, 18 de enero) F1 logo [Recurso web]. <https://1000logos.net/f1-logo/>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2017). Documento consolidado y revisado de la Trigésima cuarta sesión del Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos. WIPO/SCCR/34/4. https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/sccr_34/sccr_34_4.pdf
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (s.f.). La protección de los organismos de radiodifusión. <https://www.wipo.int/pressroom/es/briefs/broadcasting.html>
- Organización Mundial del Comercio, Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio
- Papaloukas, M. (2018). E-sports explosion: the birth of esports law or merely a new trend driving change in traditional sports law? [Working paper]. En: 24th IASL International Sports Law Congress, 2 y 3 de noviembre de 2019, Atenas, Grecia. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3323593>
- Peña, O., Nazareno, F. Bossano, M. (2021). Protección de emisiones de radiodifusión de juegos deportivos en el entorno digital. *Tsafiqui-Revista Científica en Ciencias Sociales*, 16: 41-58. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i16.881>
- Pizzo, A. D., Jones, G. J., Baker, B. J., Funk, D. C., & Kunkel, T. (2021). Sensemaking of novelty: the dynamic nature of integrating esports within a traditional sport organization. *Sport Management Review*, 24: 1-23. <https://doi.org/10.1080/14413523.2021.1935609>
- Reitman, J. G., Anderson-Coto, M. J., Wu, M., Lee, J. S., & Steinkuehler, C. (2020). Esports research: A literature review. *Games and Culture*, 15(1): 32-50. <https://doi.org/10.1177/1555412019840892>
- Riot Games Inc. (2021). Términos y condiciones de Riot Games. <https://www.riotgames.com/es-419/terms-of-service-LA-TAM>
- Rodríguez Bocca, P. (2013). Televisión sobre Internet: calidad percibida en arquitecturas P2PTV peer-to-peer television [Ponencia]. I Jornadas Iberoamericanas de Difusión y Capacitación sobre Televisión Digital Interactiva. Universidad Nacional de La Plata, Provincia de Buenos Aires, Argentina. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/25926>
- Sabadello, M. (2006). *History of electronic games*. Technische Universität Wien.
- Sansone, M. (2014). Evolving trends in store brand strategy: reflections on literature review and some conceptual considerations. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 3(4): 22-28 <https://ssrn.com/abstract=2723013>
- Schötz, G. (2017). El derecho conexo de los organismos de radiodifusión y la necesidad de un nuevo tratado internacional. *Revista Iberoamericana de la Propiedad Intelectual*, 10: 121-192. <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/ripi/article/view/453>
- Schreyer, D., & Torgler, B. (2018). On the role of race outcome uncertainty in the TV demand for Formula 1 Grands Prix. *Journal of Sports Economics*, 19(2): 211-229. <https://doi.org/10.1177/1527002515626223>
- Shields, B., & Reavis, C. (2020). Formula 1: Unleashing the Greatest Racing Spectacle on the Planet. MIT Sloan Working Paper <https://mitsloan.mit.edu/teaching-resources-library/formula-1-unleashing-greatest-spectacle-planet>
- Taylor, T. L. (2012). *Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer gaming*. MIT Press.
- Vanegas Farfano, M. T., Ródenas Cuenca, L. T., & Medina Villanueva, S. (2022). Impacto del COVID-19 en las motivaciones de uso en video jugadores mexicanos: comparación de dos estudios transversales. *Retos*, 46, 209-217. <https://doi.org/10.47197/retos.v45i0.91869>
- Vargas-Chaves I. (2016). The ISP's role in improving intellectual property protection on the digital economy. In *Vestigium Ire*, 10(1): 112-117. <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1183>
- Vargas-Chaves, I. (2017). Infracciones a la propiedad intelectual y a la reputación en Internet en la jurisprudencia norteamericana durante la década de los noventa. *Principia Iuris*, 14(27): 232-251. <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/piuris/article/view/1409>
- Vasudeva, V. N. (2011). The notice and takedown procedure under copyright law: developing a measured approach. *University of Notre Dame Australia Law Review*, 13: 193-221. <https://doi.org/10.3316/agispt.20120995>
- Wood, C. (1999). Perspective Williams F1: the reality of branding a leading Grand Prix team. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 1(2): 96-100. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-01-02-1999-B007>