

SIN LEYES NO HAY COMPETICIÓN

Un repaso por la legislación de los deportes electrónicos en el mundo

Autor:

Alex Barbarà Artigas

Prólogo:

Max Dalmau Colomer

CEO de Wizards e-Sports Club

Vilassar de Mar 2018

ÍNDICE

PRÓLOGO

INTRODUCCIÓN

EL ORIGEN DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS	23
LA NATURALEZA JURÍDICA DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS	29
LOS STAKEHOLDERS Y SUS NECESIDADES LEGALES	31
<i>El publisher</i>	31
Los organizadores	35
Los clubs de deportes electrónicos	37
Los proplayers	38
Otros stakeholders	40
LA DUALIDAD INTERNA DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS	41
LA DOBLE VÍA PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS LEGALES	43

COREA DEL SUR: «VAMOS A CONVERTIRNOS EN LA CUNA DE LOS E-SPORTS»

EL SISTEMA LEGAL SURCOREANO	49
EL VIDEOJUEGO COMO PRECURSOR DE LOS E-SPORTS	52
EL PROBLEMA DE LA ADICCIÓN SURCOREANA A LOS VIDEOJUEGOS	53
LA CUNA DE LOS E-SPORTS	63
LA KESPA, UNA ASOCIACIÓN PARA DOMINARLOS A TODOS	66
LA HISTORIA LEGISLATIVA DE LOS E-SPORTS EN COREA DEL SUR	71
LA E-SPORTS (ELECTRONIC SPORTS) PROMOTION ACT Y SUS DECRETOS DE APLICACIÓN	74
EL GLOBAL BRANDING OF E-SPORTS	81
LAS MANCHAS DE CORRUPCIÓN	84

**CHINA: LA HISTORIA DEL PRIMER RECONOCIMIENTO
COMO DEPORTE**

BREVES APUNTES SOBRE EL SISTEMA LEGAL CHINO	89
VIDEOJUEGOS SÍ, COMPETICIONES NO TANTO	93
LA ESCASA REPERCUSIÓN DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS CHINOS	97
ESTO ES UN DEPORTE, UN DEPORTE OFICIAL	100
LA PROMOCIÓN PÚBLICA DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS	105
LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS	107
LA APARICIÓN DE LAS COMPETICIONES PÚBLICAS CHINAS	111
LA LEGISLACIÓN CHINA DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS	114
EL PAPEL DE LOS ORGANISMOS PRIVADOS	122
EL OSCURO TRASFONDO DE LA PROMOCIÓN CHINA DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS	126

**FRANCIA: EL FIN A LA CLANDESTINIDAD JURÍDICA DE LOS DEPORTES
ELECTRÓNICOS**

BREVES NOTAS DEL SISTEMA LEGAL FRANCÉS	133
JEUX VIDÉO ET SPORTS ÉLECTRONIQUES	135
¿LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS BAJO LA LEY DEL JUEGO?	137
LA RÉPUBLIQUE NUMÉRIQUE COMO EXCUSA	138
UN ARTÍCULO ADICIONAL PARA LES COMPÉTITIONS DE JEUX VIDÉO	140
UN INFORME SOBRE LA INDUSTRIA DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS FRANCESES	141
EL PROCESO PARLAMENTARIO HASTA APROBAR LA LEY	144
DOS ARTÍCULOS, UN NUEVO PANORAMA LEGAL	146
LOS DECRETOS COMPLEMENTARIOS A LA LEY	150
LA FALTA DE UNA ENTIDAD PÚBLICA DE GESTIÓN	154
LAS DUDAS DEL RECIBIMIENTO POR PARTE DEL SECTOR	156

FILIPINAS: LA LUCHA ANTIDROGAS PLASMADA EN LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS

BREVES NOTAS DEL SISTEMA DE LEGAL FILIPINO	161
LA CRUDA HISTORIA DE LOS VIDEOJUEGOS EN FILIPINAS	163
¿DEPORTES ELECTRÓNICOS EN FILIPINAS?	166
THE GAB, LA ENCARGADA DE REGULAR EL DEPORTE PROFESIONAL	168
EL RECONOCIMIENTO INDIRECTO Y SU REGULACIÓN	170
UNA DURA LUCHA ANTIDROGAS COMO TRASFONDO	172
LA REACCIÓN DE LOS ORGANIZADORES DE DEPORTES ELECTRÓNICOS	173
LA PESPA COMO VERTEBRADOR E IMPULSADOR PRIVADO DEL SECTOR	178
UN FUTURO INCIERTO	180

CONCLUSIONES

¿VALE LA PENA PROMULGAR UNA LEGISLACIÓN PARA LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS?	185
¿CÓMO LOS REGULAMOS?	187
¿QUIÉN DEBE ENCARGARSE DE GESTIONAR LA APLICACIÓN DE LA LEY?	188
¿SE DEBEN REGULAR LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS EN ESPAÑA?	189

EPÍLOGO

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Electronic sports según su denominación clásica; esports según la AP Stylebook de la Associated Press¹; e-Sports según la mayoría de la legislación actual del sector; eSports si eres catalán y no quieres confundirlo con la palabra deporte; o, deportes electrónicos² si lo que quieras es escribirlo correctamente en castellano.

Si has llegado hasta aquí entiendo que, poco o mucho, conocerás qué es esto de los deportes electrónicos, su realidad económica actual o sus problemas jurídicos. Es más, espero que hayas visto alguna que otra competición online o presencial y que tengas algo en mente mientras vayas avanzando en las páginas del libro. Si no lo has hecho, te dejo que lo busques por internet y vuelvas; yo no me voy a mover de este libro. En todo caso, seas conocedor o no de la industria, te aseguro que hay algo que desconoces del todo: mi conocimiento sobre la industria. Así que si me lo permites, te lo voy a exponer para que puedas comprender de todo lo que te voy a hablar.

EL ORIGEN DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS

Electronic sports es la expresión que en 1999 empleó Mat Bettington, fundador de la ya extinta Online Gamers Association (OGA), cuando le preguntaron sobre las competiciones de videojuegos que se iban a promocionar a través de su asociación.

En la entrevista de presentación de OGA, Bettington hizo las siguientes declaraciones:

Just as the PGA represents golfers, the OGA is intended to represent professional gamers, to promote this new “sport”, to encourage better sportsmanship in the community, and to stamp out cheating. [...] On one hand we have the anonymity which is highly valued by Internet users, but on the other hand we find that this is actually detrimental to eSports. People call themselves anything they like and carry on with the most appalling behaviour, and it is almost impossible to do anything about it.³

Hasta aquel momento, se habían utilizado términos como *computer games*, *electronic games* o *electronic competitions* para referirse a las competiciones que se celebraban en torno a determinados títulos de videojuegos y en las cuales los participantes podían obtener distintos tipos de premios. Estas competiciones en un principio giraron en torno a las máquinas recreativas o *arcade*, luego pasaron a los llamados 8bits y con el tiempo se fueron expandiendo a títulos con más jugabilidad y más posibilidades competitivas. Pero el hecho de que Bettington denominara abiertamente *electronic sports* a esas competiciones que estaban empezando a surgir alrededor

de los videojuegos* y que poco a poco empezaban a concentrar a centenares de aficionados, fue algo más que una sorpresa. Al menos en Occidente, donde se tenía un concepto mental muy distinto de lo que se consideraba un *sport* (deporte). Ahora bien, quizá había cierta trampa en el uso de ese sustantivo. Lo más probable es que cuando Bettington hacía uso del término «deporte» no buscase hacer referencia a que debían ser considerados como un deporte tradicional, sino que lo más probable es que quisiera apelar a esas sensaciones de competitividad y afición que parecían despertar esas competiciones en los espectadores. De hecho, esa podría ser también la percepción que tuviera Ángel Muñoz cuando en 1997 fundó la primera liga profesional de deportes electrónicos, a la cual denominó Cyberathlete Professional League⁴ utilizando el símil deportivo para profesionalizar a los jugadores que iban a participar.

Y digo todo esto porque, ya en la época, habían surgido muchos teóricos que defendían a capa y espada que eso no podía ser considerado un verdadero deporte. El caso más elocuente es el de la English Sports Council del Reino Unido –actualmente denominado Sport England– que en 1999 recibió una solicitud de la UK Professional Computer Gaming Championship (UKPCGC) exigiéndole la equiparación de esas competiciones de videojuegos

* Muchos estudios fechan de los años 70 y 80, momento en que se celebraron las primeras competiciones de videojuegos colectivas (esto es, más de unas pocas personas jugando en su casa) con recompensas para el ganador. Concretamente se suelen enumerar varios torneos celebrados en los Estados Unidos de América como el celebrado en la Universidad de Stanford en 1972 para el videojuego Spacewar (con un premio de un año de suscripción a la revista Rolling Stone) o el gran campeonato de Atari en 1980 llamado The Space Invaders Championship y que reunió a más de diez mil participantes. Para más información al respecto, recomiendo ver el Apéndice B sobre The evolution of esports: an analysis of its origin and look at its prospective future growth as enhacen by information technology management tools" en "Electronic Sports" (2016) de Anders Hval Olsen (Coventry University, 2015).

con los deportes tradicionales. Una solicitud que, aun sin que haya quedado mucha información al respecto, fue rápidamente descartada por la institución.

Más allá de la discusión sobre si son deporte o no (este tema lo dejaré de lado en este libro), creo que lo más sorprendente de todo este movimiento hacia lo deportivo fue, sin duda, su contexto. En la época de la OGA, los títulos competitivos por excelencia, al menos a escala europea, eran shooters como *Doom* o *Quake* que, pese a lograr la atención de un buen número de aficionados, no contaban ni de lejos con el público y la afición que tienen títulos actuales como *League of Legends*, *Counter Strike Global Offensive*, *Dota2*, *Overwatch*, *Hearthstone*, *Call of Duty*, *Playerunknown's Battlegrounds*, etc. Tampoco en lo que a organización se refiere, esos eventos eran comparables con los actuales, ni sus eventos presenciales son parecidos a los que pudimos ver en esos tiempos. Y, aun así, quisieron que ese concepto deportivo cuajara y lo añadieron a su denominación. Y lo cierto es que cuajó. Quién sabe, quizá tenía más gancho de márketing llamarlos e-Sports que computer games, o quizá era más útil usar este término para diferenciarse con lo que se venía haciendo hasta el momento.

Lo que sí está claro es que a partir de la consolidación del término empezaron a surgir muchos documentos académicos analizándolo. Investigadores del mundo del deporte empezaron a preguntarse, precisamente, si eso podía ser considerado o no una práctica deportiva. Un ejemplo se puede ver en la definición que en 2006 dio el investigador Michael G. Wagner a partir de una definición de «deporte» dada por el catedrático Claus Tiedemann:

“eSports” is an area of sport activities in which people develop and train mental or physical abilities in the use of information and communication technologies.⁵

Posteriormente fueron llegando profesionales de ámbitos tan distintos como la psicología, el márquetin o la gamificación para profundizar más en las definiciones y añadirles características propias de los deportes electrónicos. Incluso Dustin Browder, diseñador jefe de *StarCraft II*, el juego que revolucionó por completo el panorama de los deportes electrónicos, en la Game Developers Conference 2011 se atrevió a dar las claves necesarias para crear un título de videojuegos para que fuera un e-sport⁶. El problema es que, pese a todos estos esfuerzos por definirlos y diferenciarlos del deporte, nadie terminaba de definir claramente qué eran los deportes electrónicos como sector o actividad económica. No fue hasta hace relativamente pocos años (aunque hay países que, como veremos, ya los tenían definidos en 2003), cuando se escucharon definiciones precisas por parte de los propios agentes del sector.

En este sentido, siempre he creído que la mejor definición de lo que eran los deportes electrónicos la dio Newzoo, una consultora y especialista en datos económicos del sector, en el año 2016:

Competitive gaming in an organized format; an event or league, organized by a third party, with a specific goal (i.e. winning a tournament or prize money), with a clear distinction between players and teams who are competing against each other for a chance to reach that goal.⁷

Una definición sin duda mucho más ajustada a la realidad del momento al pivotar sobre la idea del *competitive gaming*, es decir, el jugar por competir y no como una forma de ocio.

Esta característica sí los diferenciaba del *gaming* existente y permitía clarificar mucho más el sector desde el plano jurídico al establecerlos como una competición organizada de videojuegos donde se compite con el objetivo de obtener una recompensa.

No obstante, pese a ser muy gráfica y coherente, la definición de Newzoo parecía tener ciertos agujeros conceptuales. En primer lugar, no incluía esa idea de globalidad u homogeneidad inherente en el propio término. Sobre esta idea citaré a Andrew Nixon, un abogado deportivo inglés, quien en una ponencia en la Universidad de Westminster⁸ habló del término *e-sports* como un *umbrella term* en tanto que permitía hacer referencia a las competiciones organizadas de distintos títulos competitivos. Es decir, las palabras *electronic sports* no solo definían un evento o una liga de un título de videojuegos concreto, sino que hacían referencia a todas las competiciones de todos los títulos competitivos que en ese momento considerasen un deporte electrónico.

En segundo lugar, porque esa definición de Newzoo no incluía algo tan básico y esencial como el papel del público en los deportes electrónicos. Porque, al final, que un título sea catalogado como deporte electrónico no depende ni de su jugabilidad, gráficos o demás características –aunque también influyen– ni de la inversión en márketing de la compañía creadora –que más bien ayudaría a su expansión–. El elemento más esencial para que un título de videojuegos se convierta en una competición de masas es el público: personas que deseen ver una competición organizada donde jugadores y equipos profesionales luchen entre sí para conseguir vencer al otro y obtener una recompensa por ello. Por eso, es tan importante esa «sensación de deporte» de la que hablaba anteriormente, porque debe ser el público quien note eso y termine interesado por esa competición.

No obstante, tampoco es culpa de Newzoo que la definición sea incompleta. Muchas otras instituciones con más experiencia en esto de dar definiciones han tratado de delimitar el concepto de e-sports y, en mi opinión, han fracasado. A modo de ejemplo, podemos ver la definición que da la Universidad inglesa de Cambridge:

e-sports - the activity of playing computer games against other people on the internet, often for money, and often watched by other people using the internet, sometimes at special organized events.⁹

O, la que nos da la Universidad de Oxford:

multiplayer video game played competitively for spectators, typically by professional gamers¹⁰

Dos definiciones que no parecen ser del todo ajustadas, pues solo hablan de juegos de ordenador o de algunos stakeholders del sector y olvidan muchos otros aspectos esenciales de los deportes electrónicos.

Digo todo esto porque la definición del concepto debería ser la base central de todo ordenamiento jurídico y, como veremos más adelante, ello no ha sido ni de lejos una prioridad a la hora de crear una regulación.

LA NATURALEZA JURÍDICA DE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS

Siendo ya difícil su definición conceptual, más difícil se hace definir los deportes electrónicos en el ámbito legal. Y es que, tal y como decía antes, cuando hacemos referencia a los deportes electrónicos, estamos hablando de algo más que «jugar a un videojuego». Hablamos de una competición organizada en la que personas muy hábiles compiten entre sí utilizando un terreno de juego y unas reglas inusuales: un título de videojuego. Por lo tanto, al darle este enfoque nos sepáramos del concepto de videojuego que nos da la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual:

Obra compleja de autoría —por contener múltiples formas de arte, como música, guiones, tramas, video, pinturas y personajes— que involucran tanto la interacción humana como la ejecución de un juego en un programa informático en un hardware específico¹¹

En nuestro caso nos vamos más allá de una simple obra de propiedad intelectual (sea esta audiovisual o un programa de ordenador o esté integrada por la suma de elementos individuales o en conjunto) que es explotada comercialmente por parte de su creador para obtener unos beneficios. Más bien diríamos que hablamos de la comunicación pública de ese videojuego, mediante la cual se muestra a personas que dominan la jugabilidad y los retos que les presentan tanto el videojuego como su rival. Aunque, en sí, tampoco estaríamos ante una simple comunicación pública –en el modo *online*– o ante un espectáculo público –en el modo

presencial–, al menos en el sentido que les dan las leyes españolas.

Por ejemplo, si nos quedamos con la idea de espectáculo público, las distintas legislaciones autonómicas lo definirían como un espectáculo en el que los jugadores, previos ensayos (que no entrenamientos), representan una actividad o representación para entretenir al público. No existe pues el factor competición en el concepto, sino más bien una idea de ocio y entretenimiento. Incluso en la Ley 11/2009, de 6 de julio, de regulación administrativa de los espectáculos públicos y las actividades recreativas¹² de Cataluña, donde se distingue entre espectáculo público y actividad recreativa (actividad que busca congregar a un público para hacerlo participar en ella), no se podían incluir los deportes electrónicos en tanto el público no participa activamente de la actividad.

Como mucho, podríamos hablar de este tipo de actividad en el *gaming* donde se suele proponer a los asistentes que compitan en el marco de un determinado juego con ánimo de que se entretengan y se diviertan ellos mismos. Pero ello no encaja mucho con la idea antes referida de lo que son los deportes electrónicos. Por todo esto, muchos recurren a la ley deportiva. En este caso, se afirma que los deportes electrónicos son una nueva forma de practicar el deporte en la cual los seres humanos efectúan movimientos que tienen una incidencia en el mundo real, aunque este deporte tome representación gráfica en un entorno virtual. Bien argumentado puede ser un argumento convincente pero, como he dicho antes, no es el objeto de este libro reflexionar sobre esta cuestión.

En mi opinión, hoy en día, los deportes electrónicos no son nada más que una nueva forma de explotar comercialmente un videojuego. Mientras que antes el creador se limitaba a comercializar su producto para venderlo, ahora puede sacar rendimiento de su creación estructurando toda una competición que le permitirá

obtener ingresos directos a través de patrocinios, venta de entradas, contratos de licencia, explotación de derechos de imagen, etc., e ingresos indirectos, lo que alargará considerablemente la vida comercial de su obra.

Dicho todo esto, lo cierto es que no es tanto la definición o la naturaleza jurídica lo que nos importa de los deportes electrónicos. Podríamos decir que ello es una consecuencia de una realidad práctica más visible: sus problemas legales.

LOS STAKEHOLDERS Y SUS NECESIDADES LEGALES

En sus inicios, las competiciones de videojuegos no eran más que unos cuantos títulos cuyo modo multijugador era utilizado por unos pocos jugadores para obtener un premio físico de más o menos importancia. Obviamente, podían tener problemas interesantes desde el punto de vista jurídico, pero eran bastante intrascendentes en el plano económico. Sin embargo, con la expansión de la industria y de sus cifras, se magnificaron los problemas entre los distintos *stakeholders* del sector. Fue a partir de esta evolución cuando nacieron las necesidades legales que fijarían el devenir normativo de la industria.

El publisher

De forma genérica, las *videogame publishers* (distribuidoras de videojuegos) o simplemente *publishers*, son empresas que se encargan de desarrollar y comercializar un juego electrónico que se ve a través de una pantalla¹³ (definición un tanto anticuada si tenemos en cuenta el fenómeno de la realidad virtual).

Esta figura nace de la industria literaria –donde el *publisher* se encargaba de maquetar, encuadernar, imprimir, distribuir y vender el libro– y evoluciona con la industria musical –donde el *publisher* se encarga de cobrar los réditos económicos derivados de la explotación comercial de una obra– hasta el punto de convertirse en toda una actividad económica. Hoy por hoy, y aunque se pueden subcontratar muchas fases del proceso, no es extraño ver empresas que retengan todas las fases de comercialización de un videojuego, incluyendo desde la venta y promoción del juego hasta la gestión de los derechos de propiedad intelectual derivados de la explotación del mismo por parte de un tercero; convirtiéndose en algo así como un gigante económico con muchas patas. No obstante, con la llegada de los deportes electrónicos, este gigante fue un paso más allá.

Empresas como Riot Games (Tencent Games), Activision Blizzard, Capcom, Ubisoft o Supercell originariamente *publishers* de videojuegos, han descubierto que hay dinero más allá de la «explotación habitual» de un videojuego (vender copias, *merchandising* o sistemas de compra *in game*) gracias a la llegada de los deportes electrónicos.

Ahora han descubierto que si su título es suficientemente atractivo para los espectadores, ellos mismos podrán crear competiciones alrededor de sus obras y obtener ganancias con su explotación. La única cuestión que deben resolver es si han de crear ellos mismos la competición o subcontratar a un tercero.

En calidad de amos absolutos de la propiedad intelectual e industrial aparejada al videojuego que se usa para competir, los *publishers* pueden decidir quién explota su obra o cómo lo debe hacer. Su elección marcará el desarrollo del videojuego dentro de la escena de los deportes electrónicos y también sus problemas legales.

Así pues, y en relación con sus enfoques, hay publishers que son más bien pasivos en estos aspectos y deciden ceder la explotación a un tercero. Este sería el caso de la empresa norteamericana Valve, propietaria del juego *Counter Strike: Global Offensive*; que históricamente se ha caracterizado por delegar las responsabilidades relacionadas con la gestión de los títulos competitivos. Bajo el «modelo Valve» o modelo abierto de explotación, el publisher busca inhibirse de la explotación del título y encarga a un tercero la explotación, promoción y desarrollo de las competiciones con más o menos instrucciones. Obviamente, nunca podrá representar una despreocupación absoluta en tanto el publisher sigue siendo el encargado de desarrollar el videojuego y deberá tener una sección encargada de adaptar o mejorar el videojuego para que sea más atractivo para las competiciones de deportes electrónicos, pero sí que se despreocupa de todos los problemas logísticos que acarrearía mantener una competición profesional de su título.

Históricamente, este modelo ha sido muy alabado porque permite la rápida expansión de un título al permitir otorgar licencias a varios organizadores de competiciones pudiendo llegar a más lugares y a más espectadores sin perder el poder de dirigir al organizador vía condiciones contractuales de la licencia. Sin embargo, son sus aspectos negativos los que hacen de este modelo una vía poco atractiva para los publishers. Principalmente hablamos de que son aspectos como el no poder captar ingresos vía patrocinadores, la incoherencia a la hora de crear competiciones o la dificultad de crear competiciones profesionales a gran escala, los que alejan a muchos publishers de esta fórmula.

Como alternativa al modelo abierto, nos encontraríamos una fórmula de explotación más cerrada caracterizada por el hecho de

que el *publisher* desea controlar toda la logística que podría generar su competición. Bajo este modelo, lo habitual es que el *publisher* cree una división interna dentro de su entramado empresarial que se encargue de organizar, promocionar y llevar a cabo una única competición de ese título. Es decir, en esta modalidad, el *publisher* no busca licenciar sus competiciones profesionales a un organizador, sino que desea asumir él mismo ese papel.

Dentro de los actuales deportes electrónicos, este modelo es el que ha adoptado, por ejemplo, Blizzard Entertainment con su videojuego *Overwatch* –al menos con la llegada de la Overwatch League– o con el juego *Hearthstone*. Títulos y competiciones donde es el *publisher* quien promociona, elabora las normas de la competición y quien se encarga de cumplir con la legislación de cada país en el que instaura una liga. Bajo este modelo, y al ser el propio *publisher* quien explota los derechos de propiedad intelectual e industrial, los problemas jurídicos aparecen con el trato con los distintos stakeholders que puedan tomar parte del negocio como podrían ser clubs, jugadores o broadcasters.

Finalmente, cabe decir que obviamente no todo es blanco o negro. De hecho, si bien la tendencia es que los publishers vayan optando por el modelo más cerrado, lo cierto es que existe un gran elenco que opta por un modelo más bien mixto. El ejemplo más claro es Riot Games (hoy día propiedad de la compañía china Tencent Games), propietaria del videojuego *League of Legends*, que ha optado por crear una división interna que gestione una competición mundial y a licenciar lo que sería la explotación a nivel más regional.

Los organizadores

Sea el *publisher* el organizador del evento de deportes electrónicos o un tercero al que este haya otorgado una licencia de explotación, todo aquel que organice competiciones de deportes electrónicos debe encargarse tanto de los aspectos internos como de los externos de esta competición. Todo un conjunto de asuntos que, por ser una actividad económica en sí, llevan aparejados unas necesidades jurídicas.

Así pues, en lo interno, las empresas organizadoras de competiciones deben encargarse de crear un reglamento que establezca cómo se debe jugar y qué comportamientos son aceptados o cuáles son las fases de la competición. Aspectos trascendentales, ya no solo porque van a ordenar la competición, sino porque van a dotar a esa competición de una estructura normativa que definirá el funcionamiento de la competición. Además de esto, no debemos olvidar que los organizadores van a tener que relacionarse comercialmente con otros stakeholders. Por ejemplo, van a tener que encargarse de controlar a los jugadores para que estos jueguen de forma limpia (¿quién va a interesarse por jugar/ver una competición adulterada?) o uniformar la conducta de los clubs para que todos puedan competir en igualdad de condiciones (con ello, me refiero desde a normas sobre patrocinios hasta la parte de fichajes de jugadores).

Por otro lado, y en un plano más externo, los organizadores deben encargarse tanto de la propia organización mercantil de la competición –por ejemplo, contar con unas oficinas donde trabajar o contratar a una plantilla de personal– como de establecer cuál va a ser la relación jurídica con los diferentes stakeholders, empezando con la licencia con el *publisher* y terminando con las formas de pago de premios.

Una vez tengan tanto el plano interno como el externo estructurados, estas empresas van a tener que ejecutar todas las acciones mercantiles necesarias para hacer crecer su negocio. Ello implicará la necesidad de disponer de contratos de publicidad, contratos para utilizar espacios públicos en competiciones presenciales o contratos de prestación de servicios con empresas varias. Y todo ello deberá desarrollarse respetando la legislación y las tradiciones jurídicas de cada país en el que se hayan establecido. Me refiero a la legislación laboral, que influye en las edades mínimas para competir; la normativa publicitaria, eje central de los beneficios en los deportes electrónicos; o la tradición mercantil, formas mercantiles o temas fiscales, por ejemplo.

Pero los problemas no terminarían aquí. Por la propia novedad del sector, hay muchos asuntos específicos que no vienen regulados directamente por las legislaciones existentes de muchos países. Me refiero a temas como las condiciones de competición –desde las horas de descanso de los jugadores hasta los instrumentos de trabajo que deberán utilizar–, los controles de seguridad competitiva –por ejemplo, utilizar un programa informático para mejorar el rendimiento– o, incluso, las condiciones a la hora de repartir los premios –por ejemplo, normativas que establezcan cuándo y quién debe pagar las retribuciones de los mismos–. En resumen, toda una serie de aspectos jurídicos relacionados con la organización de una competición que se magnifican cuanto más importante es la competición creada.

Los clubs de deportes electrónicos

Como tercer gran pilar dentro de la estructura económica de los deportes electrónicos, nos encontramos a los clubs o, como los han denominado algunos, entidades de participación*.

Cuando hablo de clubs, hago referencia a estructuras jurídicas mercantiles que tienen en su poder licencias de juego o, dicho vulgarmente, «una plaza en la competición» para poder participar en un determinado evento o competición de deportes electrónicos. Por medio de estas mismas, los clubs pueden desarrollar toda una actividad económica derivada de su participación en este evento que incluiría desde los aspectos publicitarios, al servir de plataforma de comunicación y visualización para marcas o empresas, hasta la formativa, con convenios de colaboración para formar a jugadores o staff. No obstante, para llevar a cabo esta actividad los clubs se encuentran con un primer problema: el régimen jurídico de los jugadores.

Pese a que lo expondré detalladamente en el siguiente párrafo, basta decir que los jugadores son las personas que disputan la competición y que deben entrenar o desarrollar todas las actividades de preparación necesarias para ganarla. Técnicamente hablando, para llevar a cabo su actividad, su club les debería contratar laboralmente. Sin embargo, la propia naturaleza de los deportes electrónicos y sus dinámicas hacen que las formas laborales existentes no cubran idóneamente la realidad laboral de estos jugadores.

* Hago referencia a la expresión utilizada por Alberto Palomar y Ramón Terol Gómez en el libro *Régimen Jurídico de las Competiciones de Videojuegos. La necesidad de un marco jurídico para los videojuegos en España* (2017). Madrid, Difusión Jurídica y Temas de Actualidad.