



La mercantilización del fútbol a través de la «tokenización» de activos

Olga Gilart González

Doctora en Derecho por la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA (España)

olga.gilart@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-3341-4643>

Este trabajo ha sido seleccionado para su publicación por: don Carlos Lema Devesa, don José Luis Blanco Pérez, don Pablo Hernández Lahoz, doña Esther Muñiz Espada, don Javier Serra Callejo y don Francisco Javier Silván Rodríguez.

Extracto

El fútbol como industria ha suscitado intereses económicos desde diferentes puntos de vista. La ingeniería jurídico-económica se ha adentrado en el mundo deportivo creando nuevos modelos de negocio y las nuevas tecnologías han contribuido a este desarrollo. Así, la era digital también se ha adueñado del deporte. Empresas como Sorare, Socios, Bitci, Crypto o Dapper Labs representan el futuro inmediato en materia de rendimientos vinculados con el fútbol.

El proceso de «tokenización» de activos, que consiste en atribuir de forma abstracta un valor a un objeto o derecho, ha permitido nuevas formas de monetizar el fútbol. ¿Cuál será el alcance de la fiebre de la digitalización en el fútbol?

Desde la imagen del jugador, hasta la compraventa de derechos federativos, todo es susceptible de convertirse en *token*.

Este estudio tiene como objetivo, a través del análisis de la tokenización de algunos activos, entender mejor las consecuencias prácticas y jurídicas que se derivan de la aplicación de las nuevas tecnologías al mundo del fútbol y considerar en qué medida contribuyen a la mercantilización del deporte rey y sus jugadores.

Palabras clave: fútbol; digitalización; tokenización de activos.

Recibido: 04-05-2022 / Aceptado: 08-09-2022 / Publicado (en avance *online*): 16-06-2023

Cómo citar: Gilart González, O. (2023). La mercantilización del fútbol a través de la «tokenización» de activos. *CEFLegal. Revista Práctica de Derecho*, 270. <https://doi.org/10.51302/cefflegal.2023.19175>



The commodification of football through asset «tokenisation»

Olga Gilart González

This paper has been selected for publication by: Mr. Carlos Lema Devesa, Mr. José Luis Blanco Pérez, Mr. Pablo Hernández Lahoz, Mrs. Esther Muñiz Espada, Mr. Javier Serra Callejo y Mr. Francisco Javier Silván Rodríguez.

Abstract

Football as an industry has aroused economic interests from different perspectives. Legal-economic engineering has delved into the sports world, creating new business models, and new technologies have contributed to this development. Thus, the digital era has also taken over sports. Companies such as Sorare, Socios, Bitci, Crypto, or Dapper Labs represent the immediate future in terms of football-related returns linked to football. The process of asset tokenization, which consists of abstractly assigning a value to an object or right, has allowed new ways of monetizing football. What will be the scope of the digitization fever in football? From player images to the buying and selling of federative rights, everything is susceptible to becoming a token. This study aims to better understand the practical and legal consequences resulting from the application of new technologies to the world of football and to consider to what extent they contribute to the commodification of the king of sports and its players through the analysis of tokenization of certain assets.

Keywords: football; digitization; asset tokenization.

Received: 04-05-2022 / Accepted: 08-09-2022 / Published (online preview): 16-06-2023

Citation: Gilart González, O. (2023). La mercantilización del fútbol a través de la «tokenización» de activos. *CEFLegal. Revista Práctica de Derecho*, 270. <https://doi.org/10.51302/ceflegal.2023.19175>



Sumario

1. Introducción
 2. Consideraciones generales
 - 2.1. Acercamiento léxico
 - 2.2. La evolución de la industria del fútbol
 3. La imagen del jugador
 - 3.1. El concepto de imagen en el deporte
 - 3.2. La imagen del futbolista en el mundo digital
 - 3.3. La digitalización de los cromos
 4. La tokenización de la operación de transferencia
 - 4.1. Concepto de transferencia
 - 4.2. La cesión de los derechos federativos a terceros a través de la tokenización
 5. Conclusión
- Referencias bibliográficas

1. Introducción

La relación entre deporte y sociedad es un elemento recurrente en la historia de la humanidad (Monroy Antón y Rodríguez Sáez, 2007)¹. La evolución ha sido continua desde aquel concepto puramente lúdico del deporte hasta la mercantilización de la actividad. En el siglo XX se ha asistido a la profesionalización del deporte en general y el fútbol en particular avanzando hacia un concepto de industria del entretenimiento que pierde, en cierta medida, su carácter recreativo.

Así, el fútbol profesional se ha convertido en una verdadera industria del entretenimiento en la que cualquier proyecto vinculado con este deporte nace auspiciado por importantes recursos económicos. El primer paso hacia el concepto de fútbol como industria, y no solo como entretenimiento, se produjo tras el desarrollo de los derechos audiovisuales después del mundial del año 1982. A partir de entonces se ha hablado fundamentalmente de tres fuentes de obtención de recursos en el fútbol: la venta de entradas, la comercialización de los derechos audiovisuales y, por supuesto, el marketing o acuerdos publicitarios (Cañizares Rivas, 2016, p. 30).

En este contexto la evolución tecnológica ha permitido desarrollar más si cabe el lado empresarial del deporte. Así, recientemente han aparecido negocios vinculados a las nuevas tecnologías. Conceptos como *non fungible token*, criptoactivos o *blockchain* se han introducido en el ámbito del fútbol, generando, en un ecosistema digital, nuevas maneras de obtener recursos. Hay que recordar que existe un problema recurrente de los clubes de fútbol relacionado con la obtención de financiación para llevar a cabo sus proyectos deportivos. Incluso el propio jugador, a través de la operación de transferencia de futbolistas, se ha convertido en una fuente de ingresos para los clubes. Las necesidades son cada vez más importantes y sin duda la aportación del negocio digital no podía escapar al interés del fútbol como industria.

¹ Algunos arqueólogos han querido ver ya en la Prehistoria, a través de las pinturas rupestres, las primeras muestras de actividad física cercanas a la noción de juego. Aunque no haya unanimidad sobre el momento en el que nace el deporte, sí se puede afirmar que el concepto existía en civilizaciones antiguas. Así, en Egipto, 3000 años antes de Cristo, en los jeroglíficos aparecen referencias a una gran diversidad de deportes. De la cultura cretense se deduce el ejercicio del «salto del toro», representado en las vasijas; y de Thera nos llega la práctica del boxeo. También en China existen referencias. Así, el *cuju*, que se considera como el antecedente del fútbol, se practicaba hace más de 3000 años. Sobre estas cuestiones puede verse Monroy Antón y Rodríguez Sáez (2007).

Pero antes de adentrarnos en el análisis de las cuestiones o problemas jurídicos que suscita la digitalización de determinados activos, es necesario realizar alguna consideración de carácter general.

2. Consideraciones generales

Para tratar de centrar este estudio es necesario hacer un breve recorrido sobre la terminología utilizada en la materia. Esta terminología aplicada al deporte, en realidad, forma parte de la propia evolución experimentada por la industria del fútbol y revela la posición que ocupa el fútbol en nuestra sociedad.

2.1. Acercamiento léxico

La evolución tecnológica ya ha invadido nuestro día a día. Cualquier sector de actividad se ve obligado a convivir con la aplicación de la ciencia informática.

Se ha descrito esta realidad, propiciada por los avances tecnológicos, como una nueva forma de revolución industrial que muchos llaman «la revolución 4.0»² o la cuarta revolución industrial (Schwab, 2016; título del capítulo primero). El inicio de esta evolución se puede situar con el nacimiento de la World Wide Web en los años 90³, que permitió el intercambio de información en todo el mundo. Con el desarrollo de internet aparece la posibilidad de realizar transacciones a través de la red (*peer to peer*) de forma segura. La seguridad durante mucho tiempo va a pasar por la intermediación de un tercero, generalmente una entidad bancaria, que ofrecerá la confianza necesaria. Pero la evolución más extraordinaria llegó en el año 2008 con el *white paper*, de Satoshi Nakamoto, y el descubrimiento de la tecnología *blockchain*, que se presentó con un verdadero poder disruptivo. La fiabilidad de la transacción ya no dependerá de un tercero, sino que será el propio sistema el que garantice las operaciones.

Al hilo de lo anterior, y previamente a cualquier estudio, se plantea una cuestión puramente terminológica. Vocablos como *token*, *blockchain*, criptomoneda o activos digitales, se han introducido en nuestro vocabulario y parece necesario, aunque brevemente, definir dichos términos, que servirán de base para el desarrollo de este estudio. En todo caso, no se puede obviar que estos conceptos están sujetos a transformación en función de la propia evolución tecnológica.

² Término acuñado en 2011 en la feria de Hannover Messe, Alemania, por tres ingenieros: Henning Kagermann, Wolfgang Wahlster y Wolf-Dieter Lukas. El concepto de revolución tecnológica expresada con el término revolución 4.0 permitió la apertura de un debate social que culminó en 2016 cuando se celebró el Foro Económico Mundial en Davos bajo el lema «dominar la Cuarta Revolución Industrial».

³ Tim Berners-Lee, informático británico, establece en octubre de 1990 las tres tecnologías fundamentales que siguen siendo la base de la web actual.

El primer término al que se debe acudir en la materia es el relativo a la tecnología de registro distribuido (*distributed ledger technology*, DLT en inglés). Con este sistema, a diferencia de las bases de datos tradicionales, el almacenamiento de la información se realiza en múltiples ubicaciones en un momento dado. Esto nos lleva al siguiente concepto: el *blockchain*.

El *blockchain* o cadena de datos, como se suele describir, supone que los datos se combinan en una base de datos o libro contable que por su funcionamiento permite dar seguridad a las operaciones, al no poder alterarse las transacciones realizadas (Lavin Dapena, 2021, pp. 345 y ss.). Estos datos enlazados quedan distribuidos entre diferentes usuarios, quedando así la transacción registrada en la DLT. Para entender mejor el sistema, utilicemos las voces más autorizadas en la materia. Tapscott y Tapscott (2017), al referirse al *blockchain*, consideran lo siguiente:

En pocas palabras, eso es lo que ofrece la tecnología *blockchain*. El valor no se guarda en un archivo en algún lugar; se representa mediante transacciones registradas en una hoja de cálculo global o libro mayor, que aprovecha los recursos de una gran red *peer-to-peer* para verificar y aprobar transacciones. Un *blockchain* tiene varias ventajas. Primero, es *distribuido*: se ejecuta en computadoras proporcionadas por voluntarios de todo el mundo, por lo que no existe una base de datos central para piratear. En segundo lugar, es *público*: cualquiera puede verlo en cualquier momento porque reside en la red. Y tercero, está *encriptado*: usa encriptación de alto rendimiento para mantener la seguridad (pp. 10-11).

Cualquier falsificación supondría que los participantes en la cadena se pusieran de acuerdo para mentir en relación con la información contenida en esa cadena (Valencia Ramírez, 2020, p. 48). En definitiva, la tecnología de registro distribuido permite que la tecnología *blockchain* funcione correctamente y le da seguridad al sistema.

Hay que recordar que el primer activo basado en una DLT fue el *bitcoin*, que aparece en el año 2008. Pero el *blockchain* no sirve solamente para generar monedas virtuales. Desde la aparición del *bitcoin* se han originado muchos tipos de activos digitalizados a partir del sistema *blockchain* y que designaremos, en este trabajo, como *token*, aunque también son conocidos por las siglas NFT, del inglés *non fungible token*. A partir de la definición ofrecida por la Cámara de Comercio Digital⁴ se puede indicar que:

[...] *digital tokens (or «tokens»)* are defined as transferable units generated within a distributed network that tracks ownership of the units through the application of *blockchain technology*. (Los *tokens* digitales (o «*tokens*») se definen como unidades distribuidas creadas dentro de una red distribuida que rastrea la propiedad de las unidades mediante la aplicación de la tecnología *blockchain*» [traducción propia]).

⁴ Informe *Understanding Digital Tokens: Market Overviews and Proposed Guidelines for Policymakers and Practitioners*, Cámara de Comercio Digital, 2018, p. 12.

Así pues, técnicamente nace la posibilidad de digitalizar y convertir en un concepto abstracto, el *token*, cualquier bien material o derecho que representa un activo real. Esto conduce a la creación de una ficción jurídica, que permite destacar casi en exclusiva el valor económico de dichos elementos. De esta manera, aunque se suelen distinguir tres categorías de tokens (el *Security Token*, vinculado a un activo financiero, el *Utility Token*, vinculado a la noción de servicio y el *Equity Token*, vinculado a las acciones de las compañías) todos ellos parten de una expectativa económica, ligando el concepto de *token* a un activo subyacente susceptible de tener un valor a futuro, como así lo describe Heredia Querro (2020):

En alguna medida, la tokenización puede ser considerada una forma de securitización, caracterizada por la emisión de un token en blockchain que representa el derecho a un valor futuro derivado de un activo subyacente, cualquiera sea este. Una y otra transforman bienes ilíquidos en líquidos, pero una es muy costosa y pensada para grandes inversores (securitización), mientras que la otra puede presentar significativas ventajas de costos de estructura y puede ser distribuida a inversores minoristas gracias al fractional ownership (tokenización) (p. 213).

Sin duda esta vertiente crematística es la que ha suscitado el interés de un sector nada despreciable de nuestra economía: la industria del fútbol.

2.2. La evolución de la industria del fútbol

El fútbol ha ingresado en el mundo empresarial y se ha convertido en toda una industria del entretenimiento. Esta realidad supone adentrarse en consideraciones económicas, en parámetros de rentabilidad y en criterios de financiación.

La financiación de los clubes de fútbol es una cuestión recurrente en materia deportiva⁵. Los clubes de fútbol, en su permanente búsqueda de tesorería, han recurrido a diferentes

⁵ Véase el informe *Football Money League 2022*. <https://www2.deloitte.com/ni/es/pages/consumer-business/articles/deloitte-football-money-league-2022.html>, que da una idea precisa de las finanzas del fútbol. Para un análisis de las cifras en el fútbol a nivel nacional puede verse el balance de situación económico-financiera del fútbol español 1999/2021 publicado por el CSD, pp. 4-5. <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2022-05/Balance%20situaci%C3%B3n%20F%C3%9ATBOL%201999-2021.pdf>. Se señala que:

El endeudamiento total de las dos competiciones profesionales en el ejercicio 2020/21 ha ascendido a 5.630.563.409 €, siendo de 5.176.639.924 € en Primera División y de 453.923.485 € en Segunda División, lo que supone una mínima reducción del 0,9% respecto al ejercicio anterior (48.333.870 € menos). Cabe destacar que la disminución se ha concentrado en el endeudamiento a corto plazo mientras que las deudas a largo plazo se han incrementado respecto a la temporada anterior, debido entre otros factores a que varios clubes han refinanciado parte de su deuda. Asi-

modelos. Las fuentes de ingresos habitualmente reconocidas, como ya he indicado, son tres: la venta de entradas, la comercialización de los derechos audiovisuales y, por supuesto, el marketing o acuerdos publicitarios. Pero estos ingresos no son suficientes y las entidades bancarias, que habitualmente aportan los medios económicos necesarios a las sociedades, muy pronto dejaron de apoyar a los clubes deportivos que les generaban cierto nivel de desconfianza. Todo ello condujo a los clubes a buscar nuevas fuentes de financiación. A este respecto hay que poner el acento en la creatividad desarrollada por las entidades deportivas en esta misión de búsqueda de recursos (Pérez-Serrabona González, 2017, pp. 249 y ss.).

En este contexto las nuevas tecnologías se configuran como un elemento esencial que permite aumentar la rentabilidad del negocio (Schwab, 2016, p. 14)⁶ y a su vez dirigirse hacia nuevas formas de recursos económicos. Así, por ejemplo, aparecen los *fan tokens*. Se trata de un activo digital emitido en un número finito de ejemplares que permiten otorgarle un carácter de coleccionable y que ofrecen ventajas para el adquirente relacionadas con su club de fútbol. La empresa Socios.com, creadora de la plataforma de *fans tokens*, ha llegado recientemente a un acuerdo con la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA) para desarrollar *tokens* de los clubes que participen en las competiciones que organiza. Por su parte, la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) anunció últimamente la creación de unos *fans token* para los aficionados de la selección española de fútbol, conocida como «la Roja». En España ya existen al menos siete clubes que han emitido *fan tokens* a través de una plataforma⁷. En este caso el *utility token* va a permitir a los fans tomar decisiones relativas a su equipo. Por ejemplo, decidir los rótulos que aparecen durante el partido, el diseño de las equipaciones o los logotipos utilizados. Los seguidores de un club van a adquirir

mismo, hay que señalar que tanto el endeudamiento público como, sobre todo, las deudas con entidades de crédito se han reducido este ejercicio, aunque las deudas privadas no bancarias han seguido aumentando un año más, debido entre otros motivos al incremento de la financiación que ha obtenido algún club para acometer las importantes inversiones que está realizando.

⁶ El autor, a partir de un ejemplo concreto, concluye sobre el efecto multiplicador de la digitalización en los resultados del negocio. Para ello, hace una comparación muy reveladora:

To give a sense of what this means at the aggregate level, compare Detroit in 1990 (then a major entre of traditional industries) with Silicon Valley in 2014. In 1990, the three biggest companies in Detroit had a combined market capitalization of \$36 billion, revenues of \$250 billion, and 1.2 million employees. In 2014, the three biggest companies in Silicon Valley had a considerably higher market capitalization (\$1.09 trillion), generated roughly the same revenues (\$247 billion), but with about 10 times fewer employees (137,000). (Para dar una idea de lo que esto significa a nivel agregado, comparemos Detroit en 1990 [entonces un importante centro de industrias tradicionales] con Silicon Valley en 2014. En 1990, las tres empresas más grandes de Detroit tenían una capitalización de mercado combinada de \$ 36 mil millones, ingresos de \$ 250 mil millones, y 1,2 millones de empleados. En 2014, las tres mayores empresas de Silicon Valley tenían una capitalización de mercado considerablemente más alta (\$ 1,09 billones), generó aproximadamente los mismos ingresos (\$ 247 mil millones), pero con alrededor de 10 veces menos empleados (137.000) [traducción propia]).

⁷ El primer equipo español en crear una *fan token* fue el Atlético de Madrid, y ahora FC Barcelona, Valencia CF, Levante UD, Deportivo Alavés, Celta de Vigo y RCD Espanyol se han sumado a esta tendencia.

este criptoactivo y su valor aumentará en función del interés que suscita, habida cuenta de la emisión de un número finito de *fan token*.

La revolución está iniciada y en materia deportiva la tokenización de los activos cobra cada vez más relevancia. En este contexto los NFT han permitido a los clubes generar ingresos. Partamos de ejemplos sencillos: los *fan tokens* han posibilitado a los clubes de La Liga ofrecer al mercado 209,5 millones de euros en criptomonedas; los *fan tokens* del club francés Paris Saint Germain operan como activo cotizado con más de 3.000.000 de tokens emitidos y una valoración unitaria de unos 20 dólares⁸. LeBron James, jugador de baloncesto de la NBA, en un partido realizó un mate que se tokenizó y vendió a través de la plataforma Dapper Labs por más de 170.000 euros; un cromó virtual de Cristiano Ronaldo se comercializó en la plataforma Sorare por más de 200.000 euros.

En definitiva, el impacto económico es incuestionable.

Conviene pues plantearse, a través del estudio de los derechos de imagen, por una parte, y de la operación de transferencia, por otra, si la digitalización puede cohabitar con la normativa existente. A su vez, a través de estas líneas se tratará de averiguar si la digitalización compromete, más si cabe, al jugador de fútbol, que acaba siendo considerado como un activo más para las sociedades anónimas deportivas.

3. La imagen del jugador

El interés que produce el fútbol en nuestra sociedad, la trascendencia mediática de todo aquello que rodea al jugador, ha contribuido al desarrollo de la explotación de los derechos de imagen (Iglesia Prados, p. 123) desde diferentes perspectivas. Los desarrollos tecnológicos también se han introducido en el apartado de los derechos de imagen.

3.1. El concepto de imagen en el deporte

La imagen del jugador es ciertamente un elemento destacable en el fútbol, sobre todo si es entendido desde la vertiente del fútbol profesional. El futbolista es un icono de la sociedad, que es valorado más allá de su faceta puramente deportiva (Pina Sánchez, Ferrero Muñoz, p. 601). En este sentido, sin duda se puede afirmar que son varios los ángulos desde los que se puede aprehender los derechos de imagen de un deportista. Pero antes de adentrarse en el análisis de la utilización crematística de la imagen del futbolista, conviene recordar que la imagen también es un derecho de la personalidad protegido constitu-

⁸ Se puede seguir la evolución del token en tiempo real en el siguiente enlace: <https://coinmarketcap.com/es/currencias/paris-saint-germain-fan-token/>

cionalmente⁹. Como derecho fundamental se caracteriza por ser personalísimo, inalienable e irrenunciable y, como así lo define el Tribunal Constitucional, vinculado al concepto de dignidad humana¹⁰.

El origen de la naturaleza económica de la imagen se encuentra en los Estados Unidos en los años cincuenta, en relación con la comercialización de las imágenes de unos jugadores de béisbol¹¹. Muy rápidamente se acuña en los Estados Unidos el término de *right of publicity*, que revela el contenido patrimonial del derecho de imagen.

Bien es cierto que esta postura, desarrollada en Norteamérica, que vincula el derecho de imagen a la propiedad, se aleja de la posición conocida en Europa (Pina Sánchez, 2005, pp. 539 y ss.), que vincula la imagen a un derecho de la personalidad. En este sentido, Parra Trujillo (2014) manifiesta, al referirse al sistema neorromanista, que

este sistema parte de bases muy diferentes para tutelar el derecho a la imagen. La premisa fundamental es la protección de la imagen como consecuencia del reconocimiento de la dignidad de todo ser humano; es decir, usar la imagen de una persona, sin su autorización, es considerado como un ataque a su dignidad (p. 70).

Sin embargo, este concepto del derecho de imagen no impide reconocer una vertiente patrimonial al derecho de imagen en Europa, que se erige con carácter autónomo respecto a la propia imagen (Ordellín Font, 2014-2015, p. 399). No parece cuestionable que la imagen goza de un contenido patrimonial, también en Europa, lo que supone referirse a su valor económico y a la posibilidad de comerciar con la imagen del jugador (Iglesia Prados, 2016, p. 122).

Desde esta perspectiva patrimonial, pues, el valor económico vinculado a la imagen representa un interés para el propio jugador, pero también para el club.

⁹ El artículo 18.1 de la CE garantiza expresamente el derecho a la propia imagen: se garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. La protección del derecho de imagen se articula a través de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, y a la propia imagen (BOE núm.115 de 14 de mayo de 1982).

¹⁰ Véanse las sentencias 81/2001 de 26 de marzo; 139/ 2001, de 18 de junio; 83/2002, de 22 de abril, y 14/2003, de 28 de enero. En todas ellas se define el derecho de imagen:

como un derecho de la personalidad, derivado de la dignidad humana y dirigido a proteger la dimensión moral de las personas, que atribuye a su titular un derecho a determinar la información gráfica generada por sus rasgos físicos personales que puede tener difusión pública. La facultad otorgada por este derecho, en tanto que derecho fundamental, consiste en esencia en impedir la obtención, reproducción o publicación de la propia imagen por parte de un tercero no autorizado, sea cual sea la finalidad –informativa, comercial, científica, cultural, etc.– perseguida por quien la capta o difunde.

¹¹ Haelan Laboratories, Inc. v. Topps Chewing Gum, Inc, 202 F.2d 866 (2d Cir. 1953). <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/202/866/216744/>

Así, en el ámbito específico del fútbol, hay que referirse a una práctica habitual, consistente en la cesión de los derechos de imagen o más precisamente de la cesión del derecho a la explotación comercial de la imagen del futbolista. Dicha cesión puede ser expresa a través de la firma de un contrato, pero también existe una cesión tácita de la imagen a favor del club o de las asociaciones futbolísticas.

Desde un punto de vista contractual, es frecuente que el jugador acuerde con un tercero, que en muchas ocasiones será el propio club, la cesión de sus derechos de imagen. Esta cesión se realiza a cambio de una remuneración, con la consecuente problemática fiscal que de ello se deriva¹², cuestión que excede de este trabajo.

Pero además de esta cesión expresa, se reconoce a favor del club un derecho a utilizar la imagen de los jugadores de la plantilla en virtud de una cesión tácita. En efecto, al margen de la prestación de servicios el jugador goza de una imagen que está asociada al desarrollo de su profesión¹³. En este contexto el jugador no percibirá remuneración alguna por la utilización

¹² La naturaleza salarial o no de las cantidades percibidas por el jugador por cesión de los derechos de imagen ha sido durante mucho tiempo determinante. En este sentido hay que recordar que los jugadores que más ingresos tenían encontraron una forma de rebajar la presión fiscal dividiendo sus percepciones económicas entre aquellas de carácter salarial, que tributan a más del 45 % (impuesto sobre la renta de las personas físicas), y aquellas procedentes de la explotación de la imagen, que podían tributar a algo menos del 30 % (impuesto sobre sociedades), e incluso menos si se utilizaban sociedades ubicadas en regiones con muy poca o incluso nula presión fiscal.

¹³ En este sentido hay que citar la STC 99/1994, de 11 de abril (BOE núm. 117 de 17 de mayo de 1994), que se pronunció con absoluta contundencia en la materia. Los hechos eran los siguientes:

Con motivo de la muestra de un producto (jamón ibérico) a los medios de comunicación y autoridades autonómicas de la Consejería de Agricultura para la presentación de la denominación de origen del jamón de bellota, fabricado por la empresa en la que prestaba sus servicios el solicitante de amparo, este fue reiteradamente requerido por aquella para que realizara el corte de jamón dada su destreza en dicho cometido. Requerimiento al que se negó el aquí recurrente, alegando que bajo ningún concepto deseaba que su imagen fuese captada fotográficamente, por lo que la empresa procedió a despedirle.

El Tribunal Constitucional se pronunció en la materia manifestando que:

Planteada así la cuestión, debe recordarse que, como este Tribunal ha tenido ocasión de reiterar, el contrato de trabajo no puede considerarse como un título legitimador de recortes en el ejercicio de los derechos fundamentales que incumben al trabajador como ciudadano, que no pierde su condición de tal por insertarse en el ámbito de una organización privada (STC 88/1985). Pero que, partiendo de este principio, no puede desconocerse tampoco que la inserción en la organización ajena modula aquellos derechos, en la medida estrictamente imprescindible para el correcto y ordenado desenvolvimiento de la actividad productiva, reflejo, a su vez, de derechos que han recibido consagración en el texto de nuestra norma fundamental (arts. 38 y 33 CE). Es en aplicación de esta necesaria adaptabilidad de los derechos del trabajador a los requerimientos de la organización productiva en que se integra, y en la apreciada razonabilidad de estos, como se ha afirmado que manifestaciones del ejercicio de aquellos que en otro contexto serían legítimas, no lo son, cuando su ejercicio se valora en el marco de la relación laboral (SSTC 73/1982; 120/1983; 19/1985; 170/1987; 6/1988; 129/1989 o 126/1990, entre otras). En este marco de

de su imagen. Para distinguir esta situación de aquella en la que el jugador cede los derechos de explotación de su imagen a cambio de una remuneración, hay que referirse al menos a tres elementos. Así, en caso de cesión tácita de la imagen, esta debe estar vinculada a la duración del contrato del futbolista. Por otra parte, las imágenes utilizadas por parte de los clubes de fútbol deben estar directamente vinculadas a la práctica del fútbol (participación en eventos deportivos, partidos, etc.) y, finalmente, el fin de la entidad debe ser la promoción del club y no la obtención de un beneficio directo, consecuencia de la utilización de la imagen del jugador.

A partir de estas premisas hay que tratar de averiguar qué posición ocupa la comercialización de las imágenes en el mundo digitalizado.

3.2. La imagen del futbolista en el mundo digital

Los avances tecnológicos han alcanzado el mundo deportivo, atribuyendo a la representación digital del jugador un valor económico importante.

La aparición de los *e-sports*, hace una década¹⁴, ligados al mundo del fútbol, hizo que se tomara consciencia del potencial que ofrecía la era digital. Los clubes adquirieron los derechos de imagen de sus jugadores con el fin de, posteriormente, conceder licencias a los creadores de los videojuegos para que pudieran reproducir las imágenes de los futbolistas. La conflictividad latente en la materia se hizo patente en relación con la titularidad de los derechos

modulación a las exigencias organizativas, estrictamente apreciadas, cabe valorar el alcance del derecho a la propia imagen, invocado por el trabajador como justificación de su negativa a la orden del empresario. [...]

A tal efecto, resulta de interés esencial la toma en consideración del propio objeto del contrato, y la medida en que este exigía, o podía entenderse que exigía conforme a las exigencias de la buena fe, la limitación del derecho fundamental para el cumplimiento y la satisfacción del interés que llevó a las partes a contratar. Todo ello porque es claro que existen actividades que traen consigo, con una relación de conexión necesaria, una restricción en el derecho a la imagen de quien deba realizarlas, por la propia naturaleza de estas, como lo son todas las actividades en contacto con el público, o accesibles a él. Cuando ello suceda, quien aceptó prestar tareas de esta índole, no puede luego invocar el derecho fundamental para eximirse de su realización, si la restricción que se le impone no resulta agravada por lesionar valores elementales de dignidad de la persona (art. 10.1 CE) o de intimidad de esta. La cuestión, ahora, es si, por la naturaleza del trabajo contratado en este caso, podemos considerar que las tareas encomendadas al trabajador implicaban la necesaria restricción de su derecho, de tal suerte que pudiera entenderse que era la propia voluntad del trabajador –expresada al celebrar el contrato– la que legitimaba las que pudieran exigírsele en el futuro, dentro de los márgenes que se acababan de exponer.

¹⁴ En realidad, hace una década nacieron los *e-sports* con el formato que conocemos actualmente, fomentados por el desarrollo de internet. Efectivamente, se puede afirmar que el primer campeonato de videojuegos precursor del *e-sports* tuvo lugar en el año 1972 en la Universidad de Stanford cuando estudiantes competían con naves espaciales tratando de destruir las de sus competidores.

de imagen y su protección. De hecho, a modo de ejemplo, se puede citar el caso del jugador Ibrahimovic. El futbolista se opuso a la utilización de su imagen en un videojuego, al carecer EA Sports (distribuidora del videojuego) de la oportuna autorización del jugador¹⁵. En este asunto la distribuidora argumentaba que los derechos de imagen le habían sido cedidos por FifPro (Federación Internacional de Futbolistas Profesionales, que es el mayor sindicato mundial de jugadores de fútbol), federación a la que, dicho sea de paso, no pertenecía el jugador. Tras esta consideración se sitúa el problema de la estructura sobre la que se basa la comercialización de los derechos de imagen. De forma descendente el jugador cede sus derechos al club, que los cede a los organizadores de las competiciones (La Liga, Real Federación Española de Fútbol, etc.), que a su vez llegan a acuerdos con los creadores del videojuego. Esta titularidad indirecta, o descendente, del derecho de explotación puede tener como consecuencia que en realidad se carezca finalmente de la autorización indispensable para explotar la imagen.

En definitiva, una parte importante del concepto económico del derecho de imagen está directamente vinculada a la noción de titularidad, siendo el poseedor originario el propio jugador. Sin embargo, en virtud de contrato o incluso de disposición reglamentaria, como veremos a continuación, el jugador pierde la titularidad de la vertiente patrimonial de su imagen. En este contexto, se desarrollan por parte de los titulares de los derechos de explotación toda suerte de negocios, no pudiendo faltar aquellos relacionados con la era digital, que son más difíciles de controlar.

A este respecto es especialmente relevante la situación que se deriva de la venta de los álbumes de cromos.

3.3. La digitalización de los cromos

Hay que puntualizar que en materia de derechos de imagen en el deporte existen escasas referencias legislativas¹⁶. Efectivamente, sorprende que la actual Ley del Deporte no contenga mención alguna al derecho de imagen y en el anteproyecto de la futura Ley del Deporte solo se encuentran muy breves referencias¹⁷. Una de las pocas referencias se localiza en el Convenio colectivo para la actividad del fútbol profesional¹⁸, y específicamente

¹⁵ La noticia fue recogida en toda la prensa. Véase, por ejemplo, el artículo publicado en el diario AS: https://as.com/opinion/2020/12/15/blogs/1608049377_833281.html

¹⁶ La regulación de los derechos de imagen en materia deportiva se encuentra en el Real Decreto 1006/1985, de 26 de junio, por el que se regula la relación laboral especial de los deportistas profesionales.

¹⁷ El artículo 6.3 del anteproyecto de Ley del Deporte prevé una especial protección del menor en materia de derechos de imagen. Y el artículo 22.1.1 prevé que corresponde al deportista «la gestión propia y autónoma de sus derechos de imagen en el ámbito de su actividad deportiva respecto de las entidades deportivas a las que pertenezcan».

¹⁸ Resolución de 23 de noviembre de 2015, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo para la actividad de fútbol profesional (BOE núm. 293, de 8 de diciembre)

en el artículo 38 relativo a la comercialización de la imagen del jugador en las colecciones de cromos, que estipula lo siguiente:

Colecciones de cromos, «stick stack», «pop up», «trading cards» y similares.

1. La LNFP y la AFE acuerdan, durante las temporadas de vigencia del presente Convenio Colectivo, la explotación conjunta con fines comerciales de la imagen de los distintivos, nombres y emblemas de los Clubes o SADs afiliados a la LNFP, así como de la imagen de los futbolistas de cada plantilla de los Clubes/SADs anteriormente mencionados, en relación, única y exclusivamente, con la fabricación, distribución, promoción y venta de cromos, stick stack, pop up, trading cards y similares, con los respectivos álbumes para coleccionarlos, en los que se reproduzca la imagen y el nombre de los citados futbolistas con la indumentaria, distintivos y símbolos propios de los Clubes a que pertenecen.

2. Los beneficios líquidos que se obtengan por la explotación comercial expresada en el párrafo anterior serán repartidos a razón del sesenta y cinco por cien (65 %) para la LNFP y el treinta y cinco por cien (35 %) restante para la AFE.

Por tanto, los derechos de imagen de los jugadores reproducidos en los cromos pertenecen a la Liga Nacional de Fútbol Profesional y a la Asociación de Futbolistas Españoles, de acuerdo con el artículo 38 del convenio colectivo.

Conviene, antes de proseguir, abrir un breve paréntesis para recordar que el jugador que milita en un club cede tácitamente al menos parte de sus derechos de imagen al club. Pero hay que tener en cuenta que en el caso previsto por el artículo 38 del convenio colectivo se hallan al menos dos circunstancias que lo apartan de la cesión tácita vista en líneas anteriores. Primero, el beneficiario del derecho no es club sino la Liga Nacional de Fútbol Profesional y la Asociación de Futbolistas Españoles. En segundo lugar, hay que resaltar que la cesión prevista reglamentariamente conlleva una explotación económica que no existe en caso de cesión tácita del derecho de imagen al club. En todo caso habría que precisar que los derechos que pertenecen a La Liga son los derechos colectivos, tal y como lo precisó la jurisprudencia¹⁹.

de 2015). Se encuentran referencias en los artículos 20 y 28 del convenio que se refieren a los derechos de imagen del futbolista, destacando la naturaleza salarial de dichos derechos.

¹⁹ SAP de Madrid 10 de junio de 2019 (ROJ 10704/2019). En este mismo sentido, STS de 28 de noviembre de 2007 (ROJ 8124/2007). La sentencia de 2019 considera, en cuanto al derecho de imagen de los futbolistas que militan en los clubes asociados a La Liga, que

hay que hacer una distinción fundamental respecto de la titularidad de ese derecho según se trate del derecho individual o del derecho colectivo en relación con la competición organizada por La Liga. Pues, mientras la titularidad del derecho individual tan solo corresponde al jugador de fútbol como tal persona física cuya explotación comercial puede haberla cedido al club al que pertenece, sin embargo, lo que le corresponde a La Liga es la titularidad de la imagen colectiva

Pues bien, en este caso la cesión del derecho de imagen del futbolista se produce en virtud de una decisión normativa incluida en el convenio colectivo. Sea lo que fuere, parece discutible que los beneficios económicos que se derivan de las colecciones de cromos recaigan sobre la Liga Nacional de Fútbol Profesional y la Asociación de Futbolistas Españoles y no sobre el jugador (Pina Sánchez y Ferrero Muñoz, 2009, p. 604). Verdaderamente, no se puede entender que el futbolista que no ha participado en las negociaciones del convenio colectivo haya consentido a la cesión de sus derechos de imagen. Así pues, se debería obtener la voluntad expresa del jugador para poder utilizar su imagen en las colecciones de cromos.

Al margen de esta discusión sobre la legitimidad de cesión de la explotación contenida en el convenio colectivo para la actividad del fútbol profesional, conviene ahora centrarse sobre la comercialización del cromo representativo de la imagen del futbolista al amparo del artículo 38 de dicho convenio.

La Liga, como titular del derecho de imagen de los jugadores, no ha dudado en defender su interés cuando consideraba que se comercializaban cromos sin la debida licencia para ello²⁰. Pues bien, hay que apuntar que recientemente se han creado unos cromos virtuales de los jugadores utilizando el sistema *blockchain*, pudiendo comprarse y venderse mediante criptomonedas, en una plataforma digital creada por la empresa Sorare. En este caso La Liga, propietaria de los derechos de imagen del jugador, como hemos visto, no se ha opuesto a la venta de los cromos ni ha reivindicado la titularidad de los derechos de explotación. Lejos de oponerse a su comercialización, se ha aliado con la empresa francesa, firmando un acuerdo para lanzar su propia colección de cromos virtuales; y todo ello al margen del jugador.

Concluyendo sobre este apartado se puede deducir del análisis anterior que la imagen del jugador es generadora de valor económico. Las diferentes instituciones, clubes, federaciones o asociaciones han mostrado su interés para explotar y beneficiarse de la imagen del jugador a través de diferentes mecanismos. Sin duda, con la era digital se incrementarán

en relación con la competición que organiza. Coexiste la explotación comercial de ambos derechos económicos a la imagen, la individual y la colectiva. Debiendo La Liga controlar que sus licenciatarios se mantienen dentro de la explotación económica del derecho a la imagen colectiva sin inmiscuirse en la individual de cada uno de los jugadores de fútbol. Y ello sin perjuicio, claro está, de que algún licenciatario hubiera obtenido además la explotación económica del derecho a la imagen individual de algún futbolista.

Esta sentencia, aunque de forma marginal y aprovechando los motivos presentados por las partes, establece una distinción entre la dimensión constitucional por una parte y patrimonial por otra de los derechos de imagen y distingue a su vez el derecho individual que se opone al derecho colectivo de la imagen del jugador.

²⁰ SAP de Madrid 10 de junio de 2019 (ROJ 10704/2019). En este mismo sentido la STS de 28 de noviembre de 2007 (ROJ 8124/2007). El asunto trata sobre la competencia desleal en relación con la venta de una colección de cromos de jugadores del campeonato mundial de fútbol por una empresa española que no había adquirido los derechos de imagen, frente a una empresa italiana que sí los tenía.

los beneficios que se deducen de la explotación de la imagen del futbolista que, en ocasiones, ni siquiera será advertido de su uso. Todo ello contraviene al necesario consentimiento que debe prestar el deportista²¹. Parece necesario abrir el debate al menos para establecer claramente los márgenes relativos a la comercialización de la imagen del jugador. Hay que tener en cuenta que con el desarrollo de la tokenización de la imagen a través de plataformas informáticas, que pueden ubicarse en cualquier lugar del mundo, será muy complejo, en caso de uso indebido, que se puedan tomar las medidas cautelares oportunas.

La tokenización de la imagen del jugador es ya una realidad y solamente se pueden contemplar los riesgos que conlleva de acuerdo con las reglas existentes.

Pero, más allá de la propia imagen del jugador conviene preguntarse ahora si otros activos deportivos con especial valor también son susceptibles de ser tokenizados y, en particular, si el propio jugador puede convertirse en *token*.

4. La tokenización de la operación de transferencia

Hay que poner de manifiesto que las sociedades anónimas deportivas no han dudado en considerar al jugador como un activo patrimonial. Así, el jugador se convierte *per se* en una forma de ingreso económico, como así lo manifiesta Álvarez Rubio (2018):

Las exigencias de sostenibilidad de un desorbitado negocio como el que representa el fútbol a nivel europeo y mundial ha ido generando la sucesión de toda una serie de prácticas mercantiles orientadas a la búsqueda de financiación. En este contexto los clubes (a cuyo favor quedan adscritos los derechos federativos de los futbolistas) han encontrado en terceros inversores una vía para rentabilizar la «cosificación» del futbolista (en el sentido de que se le califica como un «activo patrimonial» en el mundo del fútbol y aporta así un modelo adicional de negocio alternativo a las tradicionales fuentes de financiación); se abre así una nueva vía, un novedoso medio a través del cual lograr por un lado financiación dentro de un mercado desatado como es actualmente el del fútbol y por otro un mecanismo de obtención de beneficios futuros para poder sostener la estructura deportiva y societaria de cada club (p. 720).

La idea consiste, pues, en analizar hasta qué punto el activo constituido por los derechos federativos son susceptibles de digitalización. Pero antes de adentrarse en este análisis conviene entender en qué consiste la operación de transferencia y aclarar cuál es el activo subyacente existente en la materia.

²¹ Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen (BOE núm. 115, de 14 de mayo de 1982). En la ley orgánica prevalece el consentimiento del titular del derecho como elemento protector.

4.1. Concepto de transferencia

La transferencia de jugadores es una operación compleja en la que cohabitan diferentes contratos que reflejan los intereses de los diferentes agentes intervinientes. Así, se trata de obtener el acuerdo entre el club de origen en el que todavía milita el jugador, el club de destino que está interesado en contratar al futbolista y el propio jugador que acepta cambiar de club. La transferencia de futbolista se descompone, pues, en tres actos jurídicos complementarios que, de acuerdo con Auletta (2017), consisten en

la rescisión del contrato de trabajo vigente entre el futbolista y el club de origen; la firma de un «contrato de transferencia» entre el club de origen y el club de destino, en el cual ambas partes convienen las condiciones del traspaso del jugador; y, por último, la firma de un contrato de trabajo entre el jugador y el club de destino.

Este grupo contractual está basado en la autonomía de la voluntad, que permite a las partes autorregular sus relaciones contractuales sin más limitaciones que la necesidad de cumplir con las leyes, la moral y el orden público, en aplicación del artículo 1255 del Código Civil.

Por tanto, su regulación emana del Código Civil y de los principios generales del derecho aplicables al ámbito contractual en general. No existe una normativa específica aplicable a la transferencia de jugadores más allá de aquella propuesta por las asociaciones privadas. Es, pues, la FIFA la que ha elaborado una reglamentación particular, consciente del impacto económico y social que reviste la operación de transferencia.

En relación con el contenido económico de la operación se plantea la cuestión del objeto que le confiere trascendencia financiera. El análisis de este tema permitirá entender mejor cuál sería el activo en su caso susceptible de tokenización.

Efectivamente, si la transferencia de jugadores supone el desembolso de cantidades en ocasiones muy importantes, no queda claro cuál es objeto contractual que justifica el coste de la operación. Se pueden hallar al menos tres posibles objetos del negocio jurídico (Gilart González, 2021, pp. 56 y ss.). En primer lugar, y a partir de una consideración puramente léxica, se puede pensar que el propio jugador es objeto de contrato. Objetivamente, los medios de comunicación habitualmente se refieren a la compra o venta de futbolistas. Además, cuando se trata de analizar la situación económica del fútbol no se duda en atribuir un valor económico a sus deportistas, es decir, se habla del precio de los jugadores²². Sin embargo, tanto doctrina (por ejemplo, Iglesia Prados, 2016, p. 69) como jurisprudencia²³ rechazaron

²² En este sentido puede verse la siguiente página web: <https://www.transfermarkt.es/primeradivision/marktwerte/wettbewerb/ES1>. No se duda en hacer un listado de los jugadores y su valor en el mercado, atribuyéndoles en definitiva un precio.

²³ STS de 3 de marzo de 1997 (ROJ 1490/1997).

esta postura, lo que conduce a la búsqueda de otro elemento. En segundo lugar, podemos referirnos a un precio vinculado a la indemnización prevista en caso de ruptura del contrato existente entre el club de origen y el club de destino. Esta postura estaría avalada por el artículo 16.1 del Real Decreto 1006/1985, de 26 de junio, por el que se regula la relación laboral especial de los deportistas profesionales, que prevé el pago de una indemnización en caso de ruptura unilateral del contrato por parte del futbolista. Sin embargo, esta indemnización debe oponerse a la cantidad pactada en caso de transferencia, que se regula en el artículo 13 a) del Real Decreto 1006/1985. El artículo estipula que la relación laboral se extinguirá:

Por mutuo acuerdo de las partes. Si la extinción por mutuo acuerdo tuviese por objeto la cesión definitiva del deportista a otro club o entidad deportiva, se estará a lo que las partes pacten sobre condiciones económicas de conclusión del contrato; en ausencia de pacto la indemnización para el deportista no podrá ser inferior al 15 por 100 bruto de la cantidad estipulada.

En definitiva, este artículo tampoco arroja luz sobre el objeto del contrato que, como activo subyacente, justifica el pago de una cantidad en caso de traspaso.

Esto nos conduce a la teoría habitualmente aceptada, que sitúa el objeto del contrato en los llamados derechos federativos. Se trata de una creación doctrinal, que va a permitir la monetización del propio jugador. Existe una verdadera dificultad para definir adecuadamente dichos derechos, en la medida en la que no consta su definición en ningún texto legal. Pero al margen de esta dificultad, interesa determinar si los derechos federativos son susceptibles de tener un valor patrimonial que ofrezca algún beneficio para su tokenización. En este sentido el Tribunal Arbitral Sportif (conocido como por su acrónimo en francés TAS, o en inglés CAS, Court of Arbitration for Sport. En adelante, TAS) ha aceptado la vertiente patrimonial de los derechos federativos²⁴. También la jurisprudencia, que ha distinguido en las relaciones jurídicas existentes entre el club y el futbolista hasta tres tipos de derechos, entre los cuales se encuentra el económico vinculado a la operación de transferencia²⁵. A su vez, Galeano Gubitosi y González Mullin (2008) consideran que

²⁴ Tribunal Arbitral Sportif CAS 2004/A/635 de 27 de enero de 2005, p. 13. <http://jurisprudence.tas-cas.org/Shared%20Documents/635.pdf>

²⁵ SAN de 12 de julio de 2016 (ROJ 3285/2016). Así, la sentencia distingue:

1. En primer lugar, los denominados derechos federativos. [...]
2. El segundo bloque de derechos son los laborales, los cuales surgen de la relación especial que pueda suscribirse con el Club o SAD con el jugador, y cuyo régimen se encuentra, esencialmente, en el Real Decreto 1006/1985 (RCL 1985, 1533), por el que se regula la relación laboral especial de deportistas profesionales.
3. Pero hay un tercer grupo o bloque de derechos, que son los denominados «derechos económicos» o, si se quiere, «derechos económicos federativos». Con esta expresión se hace referencia a los rendimientos económicos que tanto los clubes o SAD como los deportistas profesionales obtienen en los casos de traspasos o cesiones.

los derechos federativos de un determinado deportista (en nuestro caso un jugador de fútbol), poseen un contenido patrimonial, el cual es denominado «derechos económicos derivados de los derechos federativos», y que se traduce generalmente en el beneficio económico que percibirá el club por la transferencia del jugador a otro club (p. 235).

Toda vez que se admite la vertiente económica vinculada al derecho federativo se acepta el negocio jurídico que se deriva de la cesión de estos. Así, en la práctica, se ha podido asistir a la intervención de los fondos de inversión en el campo deportivo a través de la adquisición de los derechos económicos asociados a los jugadores. La tokenización de la vertiente patrimonial del derecho federativo es sin duda un paso más en la mercantilización del fútbol.

Pero llegados a este punto, es necesario destacar la dificultad que supone aceptar la intervención de un tercero con intereses puramente crematísticos en el mundo deportivo. Este tercero se aleja de cualquier consideración deportiva, movido únicamente por consideraciones financieras.

4.2. La cesión de los derechos federativos a terceros a través de la tokenización

Los clubes, en permanente situación de crisis económica, han buscado una nueva fuente de financiación en la cesión de los derechos federativos. Así, nace el negocio jurídico conocido como TPO (siglas del inglés *third party ownership*), que se puede entender como «propiedad de terceros». En este contexto han sido los fondos de inversiones los primeros en participar como TPO. El fondo acordaba percibir un porcentaje de la cantidad que se fuera a abonar al club en el momento del traspaso del jugador a cambio de una entrega inmediata de dinero al club o de cualquier otra contrapartida de carácter económico.

El derecho de traspaso se revela como un activo susceptible de revalorizarse en función de los logros deportivos del futbolista, y por tanto su tokenización cobra mucho interés. Se trata, pues, a través de la tecnología antes descrita, de digitalizar un activo (el derecho sobre el futuro precio de transferencia) y permitir a quien lo posea, lo que se puede denominar, por ejemplo, como *transfer token*, negociar con él hasta su realización en el momento de la transferencia. Técnicamente y económicamente tiene sentido, por tanto, la operación de tokenización de los derechos de transferencia, ¿pero tiene validez en relación con la norma Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA)?

La FIFA, consciente de los problemas que suponía la intervención de terceros con intereses puramente económicos en un área deportiva, formuló una reglamentación específica que trató de paliar los problemas concretos que iban surgiendo y que han evolucionado a lo largo de los años.

En un primer momento, simplemente se prohibió la intervención de terceros en las operaciones de transferencia a través del artículo 18 bis «influencia de terceros en los clubes»²⁶. El artículo estaba dirigido claramente a impedir a la intervención de los fondos de inversión en dichas operaciones, en la medida en la que dichos fondos, una vez adquiridos los derechos, trataban de influenciar directamente en decisiones que afectaban al jugador o al club al margen de consideraciones deportivas. Sin duda, los fondos de inversiones que financiaban el club a través de la adquisición de los derechos de transferencia pretendían, ante todo, obtener unos beneficios de su inversión y no dudaban en incluir toda suerte de cláusulas con repercusiones de carácter deportivo, pero motivadas por razones económicas (Martell Bover, 2019, p. 12).

A partir del año 2012 la FIFA inició una ronda de consultas con los principales actores del fútbol. Se trató fundamentalmente el problema de los TPO en las diferentes comisiones de la FIFA. Finalmente, consciente de los inconvenientes existentes²⁷, el comité ejecutivo de la FIFA, en dos sesiones de 18 y 19 de diciembre de 2014, modificó el Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores con la Circular núm. 1464, de 22 de diciembre de 2104²⁸, añadiendo el artículo 18 ter²⁹, prohibiendo, ya sí más específicamente, la intervención de terceros. La idea era evitar que dichos terceros, con su intervención, pudieran manipular las reglas del juego (Crespo Pérez y Frega Navía, 2015, pp. 243-250). Desde el

²⁶ FIFA, Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores, marzo 2022. <https://digitalhub.fifa.com/m/4ca986bbf47d082c/original/Reglamento-sobre-el-Estatuto-y-la-Transferencia-de-Jugadores-Edicion-de-marzo-de-2022.pdf>. Véase el artículo 18 bis, que dispone que:

1. Ningún club concertará un contrato que permita al/los club(es) contrario(s) y viceversa o a terceros, asumir una posición por la cual pueda influir en asuntos laborales y sobre transferencias relacionados con la independencia, la política o la actuación de los equipos del club.
2. La Comisión Disciplinaria de la FIFA podrá imponer sanciones disciplinarias a los clubes que no cumplan las obligaciones estipuladas en este artículo.

Esta misma disposición se recoge a nivel nacional en el artículo 102.3 del RGRFEF.

²⁷ El secretario general Gianni Infantino en 2013, en un artículo publicado en la página web de la UEFA, pone de manifiesto las razones por las que no se debían aceptar los sistemas de propiedad compartida. <https://es.uefa.com/insideuefa/about-uefa/news/newsid=1931994.html>

²⁸ FIFA, Circular núm. 1464 Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores: propiedad de los derechos económicos de jugadores por parte de terceros (TPO), de 22 de diciembre de 2014. <https://digitalhub.fifa.com/m/2c28136d8d892f34/original/yugtvvcyydgthvwj9jpv-pdf.pdf>

²⁹ FIFA, Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores, marzo 2022. Véase el artículo 18 ter sobre la «Propiedad de los derechos económicos de jugadores por parte de terceros», que, recordemos, establece que:

Ningún club o jugador podrá firmar un contrato con un tercero que conceda a dicho tercero el derecho de participar, parcial o totalmente, del valor de un futuro traspaso de un jugador de un club a otro, o que le otorgue derechos relacionados con futuros fichajes o con el valor de futuros fichajes.

Los apartados 2 a 5 regulan la entrada en vigor de la normativa y el apartado 6 prevé la imposición de sanciones disciplinarias en caso de incumplimiento. A nivel nacional el artículo 18 ter se recoge en artículo 102 bis del RGRFEF.

año 2015 queda prohibido, por tanto, que un tercero pueda obtener algún rendimiento económico vinculado a la cantidad que se abone por el traspaso del jugador de un club a otro.

Por tanto, toda vez que la tokenización supone la digitalización del futuro derecho de transferencia, el titular del *token* tendría un derecho de participar al menos parcialmente en el valor del futuro traspaso del jugador. Así, consecuentemente, quedaría prohibida la tokenización del derecho federativo vinculado a la transferencia, de acuerdo con la norma FIFA.

Dicho lo cual, para completar la reflexión todavía hay que referirse, aunque brevemente, al valor de la normativa FIFA.

No se puede obviar el hecho que la FIFA es una organización de carácter privado y por tanto su reglamentación no puede contravenir la legislación interna del país en el que se pretende su aplicación (Martell Bover, 2019, pp. 36 y ss.)³⁰. Para dar todo su sentido a la afirmación basta con poner un ejemplo propuesto por Rodríguez Ten (2016), al manifestar que

lo que es innegable es que no puede ser que un Estado en su legislación contemple un derecho y asociaciones privadas que operan en su territorio se sometan a las normas privadas de otras asociaciones privadas extranjeras. Si una asociación mundial de transportistas decidiera que los camiones pueden circular a 150 km por hora, nadie dudaría que las sanciones impuestas en territorio español son válidas y eficaces. Pero si una asociación mundial «de fútbol» impone una norma, muchos empiezan a cavilar respecto de hasta dónde puede llegar el legislador (p. 42).

En todo caso la FIFA, asociación de carácter privado, tan solo puede imponer su norma a sus afiliados, pero en ningún caso tendrá poder de control o de sanción sobre entidades que no pertenecen a su organización. Así, en este caso, su intervención se limita a clubes, agentes o jugadores afiliados. Pero no se podría imponer a un fondo de inversión o a cualquier empresa que no esté afiliada a la FIFA. En este sentido hay que recordar las dificultades que ha supuesto el traspaso de la norma FIFA a nivel nacional, por su incompatibilidad con

³⁰ El autor recuerda que el derecho suizo se aplica a la regulación de la organización como asociación. Además, la normativa FIFA se aplica fuera del territorio suizo y sus miembros tienen diferentes nacionalidades, por lo que tiene carácter internacional privado. Según el autor la eficacia de la normativa FIFA está sometida primero a que los miembros de la asociación hayan decidido aplicar las circulares FIFA: «Por ejemplo, en España encontramos regulado que la Real Federación Española de Fútbol se compromete a "respetar en todo momento los estatutos, reglamentos y decisiones de la FIFA y de la UEFA"». En segundo lugar, considera que «la obligatoriedad de la normativa, que se encuentra estrechamente relacionada con la publicidad de la misma». Pero sobre todo plantea la duda de cómo resolver los conflictos entre la norma FIFA y la norma estatal, proponiendo como ejemplo de dificultad la situación creada con la Circular núm. 1171 (FIFA, *Circular núm. 1171 Requisitos mínimos de jugadores en el fútbol profesional*, 24 de noviembre de 2008) y el Real Decreto 1006/1985, que regula la relación laboral especial de los deportistas profesionales, el Convenio colectivo para la actividad de fútbol profesional y el Estatuto de los Trabajadores.

la legislación de nuestro país³¹. Por estas razones, en la medida en la que en la legislación interna nada prohíbe la digitalización de un activo material o inmaterial, como sería el caso de los derechos económicos vinculados a los derechos federativos propiedad del club, se debería admitir dicha tokenización a pesar de una norma asociativa que se pudiera oponer.

En definitiva, podemos afirmar que el valor patrimonial de un bien o un derecho es apto para su tokenización en la medida en la que es susceptible de revalorización y por tanto de suscitar el interés de los inversores. Y por mucho que esta circunstancia suponga unas consecuencias que permitan poner en cuestión su utilización, no se puede dejar en manos de las asociaciones de fútbol el poder de restringir la posibilidad a comerciar con dichos derechos.

Pero incluso si se admitiera la prohibición de intervención de tercero regulada por las asociaciones de fútbol, habría que tratar de averiguar si dicha prohibición es aplicable para todo tipo de transferencias y, en particular, en caso de transferencia de los futbolistas de la cantera. Esto nos lleva a indagar en el valor patrimonial del derecho federativo desde un punto de vista contable.

Desde una perspectiva contable hay que afirmar que la sociedad anónima deportiva es ante todo una sociedad anónima, lo que la obliga a cumplir con las mismas obligaciones que cualquier sociedad de capitales, si bien es cierto que reviste particularidades que han justificado la adaptación del Plan General Contable a un sector específico representado por el fútbol profesional.

³¹ Ciertamente no fue pacífica la introducción de la regulación FIFA a nivel nacional relativa a la participación de terceros en las operaciones de traspaso de jugadores en el territorio nacional. El apartado 3 del artículo 102 del RGRFEF actualmente estipula que:

Ningún club concertará un contrato que permita a cualquier parte de dicho contrato, o a terceros, asumir una posición por la cual pueda influir en asuntos laborales y sobre transferencias relacionados con la independencia, la política o la actuación de los equipos del club. El órgano disciplinario podrá imponer sanciones disciplinarias a los clubes que no cumplan las obligaciones antedichas.

Por una parte, hay que referirse al artículo 10.2 b) de la Ley del Deporte, que requiere para cualquier modificación reglamentaria la ratificación posterior del CSD y, por otra parte, recordar que el artículo 1.1 de los estatutos de la RFEF prevé expresamente que la RFEF, entidad de carácter privado, se rige por las disposiciones legislativas nacionales.

Así, la RFEF en un inicio introdujo en el RGRFEF los artículos 102 y 102 bis, que calcaban la normativa FIFA (art. 18 ter del RETJ), pero muy rápidamente esta decisión se puso en cuestión. Javier Tebas, presidente de LNFP, recordó a la RFEF que la aprobación de cualquier modificación reglamentaria requiere la ratificación por parte del CSD.

La Comisión Directiva del CSD el 27 de abril de 2015 manifestó sus dudas sobre la compatibilidad de los artículos 102 y 102 bis con la normativa española. Se sometió la cuestión a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que llegó a la conclusión de que la prohibición de las operaciones de TPO perjudicaba a los clubes medianos y pequeños y, por tanto, las reglas de competitividad. A pesar de ello, en un acto de claro desafío a las instituciones nacionales, la RFEF publicó un reglamento que no era avalado por el CSD y que tuvo que ser modificado *a posteriori* para adecuarse a lo establecido por el ordenamiento jurídico español.

De las particularidades contables se puede destacar que el traspaso de un jugador va a suponer que en el balance de la sociedad se active un registro denominado «derechos de adquisición de jugadores»; una vez que se produzca la operación de transferencia, la pérdida o beneficio que se deduzca de la operación formará parte del resultado del ejercicio. De esta consideración se deduce que el activo intangible tan solo tendrá una manifestación contable cuando medie una contraprestación³². Por esta razón, ni los traspasos de jugadores que ya no tengan vínculo contractual con el club (por haber vencido el plazo del contrato pactado), ni los traspasos de jugadores canteranos tendrán reflejo contable como activo, a pesar de tener un indudable valor patrimonial para el club (Ordóñez Solana y Pérez López, 2005, p. 58).

En este sentido, contablemente hablando, no existe un activo patrimonial vinculado a los derechos federativos del jugador canterano. Así pues, se podría considerar que la prohibición de la FIFA no atañe a los canteranos en la medida en que no existe el valor sobre el futuro traspaso del jugador. Eso es así al menos hasta el momento en el que efectivamente se proceda al traspaso (si se produce esta situación en algún momento), que será cuando se active contablemente el beneficio. ¿Cabría pues en estos casos la digitalización del jugador como activo *per se*?

Sin duda con esta hipótesis habría que enfrentarse al dilema de atribuir un valor económico a un ser humano a través del concepto de tokenización del jugador de fútbol. En la doctrina son muchos los estudios relativos a las «cosas» fuera del comercio, siendo el ser humano el arquetipo del principio de no comercialización. En este sentido, el artículo 1255 del Código Civil estipula que «los contratantes pueden establecer los pactos, cláusulas y condiciones que tengan por conveniente, siempre que no sean contrarios a las leyes, a la moral ni al orden público». Por tanto, debe deducirse que cualquier contrato en el que un ser humano fuera objeto del mismo sería nulo de pleno de derecho (Acedo Penco, 2011, p. 51).

En realidad, con esta afirmación no se trata tanto de poner en cuestión la tokenización del jugador como cualquier mercantilización del futbolista. En la actualidad los contratos que gravitan alrededor de muchos deportistas contribuyen a su cosificación y la tokenización sería un paso más en este sentido. ¿Quién puede dudar que a través de la operación de transferencia se mercadea con jugadores personas físicas? La creación jurídica del concepto de derecho federativo solo permite paliar los efectos jurídicos de una realidad: el jugador se ha convertido en objeto del contrato de transferencia de jugador. Si se acepta esta figura, nada parece impedir que asistamos a una tokenización del jugador, aunque para ello se proceda a una modificación de una normativa privada que, dicho sea, no es obligatoria

³² Orden de 27 de junio de 2000 por la que se aprueban las normas de adaptación de Plan General de Contabilidad a las sociedades anónimas deportivas. En la introducción se establece que:

El criterio establecido ha sido considerar los gastos de adquisición de jugadores a satisfacer a otra entidad como un activo inmaterial, recogido en la cuenta 215. «Derechos de adquisición de jugadores», al producirse dichos gastos en virtud de una transacción onerosa y por el importe del «transfer». Esta cuenta se amortizará en función del tiempo de duración del contrato.

en el ordenamiento español. Ciertamente es que, en la práctica, los intereses de los clubes huyen de operaciones que se consideran contrarias a las normas asociativas, habida cuenta de las sanciones que puedan derivarse del incumplimiento de la norma FIFA. Pero los intereses económicos seguramente permitan una evolución que ya se ha iniciado, como hemos podido ver con la tokenización de los derechos de imagen.

Así pues, para concluir sobre este punto, quiero insistir en que, en principio, la intervención jurídica de un tercero en la compra de un derecho económico vinculado a un derecho federativo relacionado con el traspaso futuro de un jugador debidamente contabilizado no es contraria al derecho español. En el caso que nos ocupa, difícilmente es admisible que produzca efectos la prohibición impuesta por las asociaciones deportivas.

5. Conclusión

Al iniciar este trabajo se pudo poner de relieve que la era digital también se aplicaba al mundo deportivo. En este sentido, el interés de las nuevas tecnologías se manifiesta desde una perspectiva puramente económica. Es ya una obviedad hablar de la mercantilización del deporte en general y más aún del fútbol en particular.

La tokenización de los activos contribuye a la mercantilización del deporte rey. Es relevante señalar que en la industria del entretenimiento el futbolista se ha convertido en un elemento susceptible de generar una rentabilidad más allá del ejercicio de su profesión. Así, la comercialización de su imagen o la comercialización de sus derechos federativos son una prueba más de dicha circunstancia.

La explotación de la imagen del jugador se va a ver reforzada por el desarrollo tecnológico. Basta con referirse a la situación creada alrededor de los *e-sports* o de los cromos digitales de los jugadores, para entender que los intereses creados en relación con los derechos de imagen se han acrecentado en un mundo informatizado. Todo ello contribuye a la mercantilización no solamente de la imagen sino del propio jugador. En este sentido hay que permanecer alerta y proteger en todo al jugador, que es titular de los derechos vinculados a su imagen, como derecho protegido constitucionalmente. Bien es cierto que más allá de la imagen como derecho personalísimo se reconoce la existencia de un derecho patrimonial, que conlleva una explotación económica de la imagen. Pero el derecho a comerciar con la imagen debe tener como límite la autorización otorgada por el titular del derecho. Existe la posibilidad de un perjuicio para el jugador que se deriva de un uso incontrolado de la imagen del futbolista que se propaga por las redes con diferentes formatos sin que el jugador haya autorizado o cedido los derechos de explotación correspondientes.

Pero el verdadero peligro radica en la digitalización del activo llamado «derecho federativo». Este concepto fue creado por la doctrina y recogido por la jurisprudencia para justificar

la cantidad que se abonaba a los clubes en caso de desplazamiento del jugador. Sin embargo, con la posible creación de *tokens* representativos del derecho federativo nos enfrentaremos a la digitalización del propio jugador y, en definitiva, a la compraventa del futbolista. Más allá del derecho federativo, concepto abstracto que se adapta perfectamente a la idea de tokenización de activos, existe un jugador que se convertirá en un elemento virtual y divisible con el que se negociará como si fuera un objeto. La solución a este problema no puede pasar por una prohibición recogida en la reglamentación de la FIFA, sino por la aplicación del derecho civil. Hay que recordar, como principio general de nuestro derecho, la imposibilidad de comerciar con seres humanos. Aunque, bien es cierto, que para ello se debería admitir que la creación jurídica del concepto de derecho federativo conlleva por sí solo alcanzar la mercantilización del jugador. Tras la creación de la patrimonialización del derecho federativo se halla una ficción jurídica que justifica, en definitiva, la comercialización de personas.

La tecnología solamente favorece un movimiento que ya existe y facilita su culminación. La tokenización de los activos vinculados al deporte rey no puede hacer perder de vista la óptica jurídica y las consecuencias que se derivan de su utilización. Así, se debe preservar la protección de los derechos del jugador y evitar que se le convierta en un objeto más dentro del mundo económico-jurídico que representa la industria del entretenimiento.

Referencias bibliográficas

- Acedo Penco, Á. (2011). *Teoría general de las obligaciones*. Dykinson.
- Álvarez Rubio, J. J. (2018). Extensión y límites de la especificidad del deporte: arbitraje deportivo (TAS), normas FIFA sobre TPO y Derecho europeo. *Arbitraje: Revista de Arbitraje Comercial y de Inversiones*, 11(3), 703-734.
- Auletta, M. (2017). Transferencias de futbolistas: la importancia de los «derechos federativos» y la falacia de los «derechos económicos». V Congreso Internacional de Derecho del Deporte. https://es.slideshare.net/martin_auletta/v-congreso-internacional-de-derecho-del-deporte-de-aladde?from_action=save
- Cañizares Rivas, E. (2016). La venta de los derechos audiovisuales y la compleja aplicación al fútbol del derecho de la competencia. En A. Millán Garrido (Coord.), *Derecho de fútbol: presente y futuro* (pp. 27-44). Reus.
- Crespo Pérez, J de D. y Frega Navía, R. (2015). *Nuevos comentarios al reglamento FIFA: con análisis de jurisprudencia de la DRC y del TAS*. Dykinson.
- Galeano Gubitosi, Á. y González Mullin, H. (2008). Los derechos federativos en el fútbol profesional actual. Vigencia o no de su contenido patrimonial. *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento*, 22, 233-240.

- Gilart González, O. (2021). La crisis económica de los clubes de fútbol. De la financiación al concurso de acreedores. *CEFLegal. Revista Práctica de Derecho*, 249, 47-74.
- Heredia Querro, S. (2020). *Smart contracts: qué son, para qué sirven y para qué no servirán*. IJ Editores - Universidad Católica de Córdoba.
- Iglesia Prados, E. de la. (2016). *Derecho patrimonial privado y deporte*. Reus.
- Lavin Lapena, M. T. (2021). Retos jurídicos de la tecnología blockchain. En F. J. Santamaría Ramos (Coord.), *Tecnoretos del derecho* (pp. 343-367). Tirant lo Blanch.
- Martell Bover, C. (2019). Derecho Deportivo: operaciones TPO y prohibición FIFA. *Iusport.es*. <http://www.iusport.es/http://www.iusport.es/opinion/CIRO-MARTELL-BOVER-TPO-FIFA-2019.pdf>
- Monroy Antón, A. J. y Rodríguez Sáez, G. (2007). *Historia del deporte: de la Prehistoria al Renacimiento*. Wanceulen.
- Ordellín Font, J. L. (2014-2015). La revocación de los contratos de explotación económica de la imagen de los intérpretes y ejecutantes. *Actas de derecho industrial y derecho de autor*, t. 35, pp. 397-406.
- Ordóñez Solana, C. y Pérez López, C. (2005). Activación del coste de formación de personal: el caso de los jugadores de sociedades anónimas deportivas. En B. Escobar Pérez y M. Raposo (Coords.), *Cities in Competition. Finance management challenges selected papers from the XV Spanish-Portuguese Meeting of Scientific Management* (pp 57-64). Universidad de Sevilla.
- Parra Trujillo, E. de la. (2014). *El derecho a la propia imagen*. Tirant lo Blanch.
- Pérez-Serrabona González, F. J. (2017). A propósito de la nueva proliferación de recursos financieros que sustentan la falta de tesorería de los clubes y las sociedades anónimas deportivas. En J. L. Jiménez Soto e I. Pérez-Serrabona González (Dir.), *Los retos del deporte profesional y profesionalizado en la sociedad actual* (pp. 213-242). Reus.
- Pina Sánchez, C. (2005). Visión comparativa de la protección de los derechos de imagen en Europa y en Estados Unidos. *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento*, 14, 539-549.
- Pina Sánchez, C. y Ferrero Muñoz, J. (2009). La comercialización de la imagen en el deporte profesional. En A. Palomar Olmeda (Dir.) y R. Terol Gómez (Coord.), *El deporte profesional* (pp. 601-670). Bosch.
- Rodríguez Ten, J. (2016). La protección del menor en el fútbol: de dónde venimos y hacia dónde vamos. *Fair Play, Revista de Filosofía, Ética y Derecho del Deporte*, 8, 30-45.
- Shwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Tapscott, D. y Tapscott, A. (2017). How Blockchain Will Change Organizations. *MIT Sloan Management Review*, 58(2), 10-13.
- Valencia Ramírez, J. P. (2020). Derecho, tecnología e innovación: Blockchain y contratos inteligentes. *RITI Journal*, 8(16), 46-55.

Olga Gilart González. Doctora en Derecho por la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA. Actualmente está colaborando con empresas en el sector de las energías renovables y empresas dedicadas a la economía circular desde una perspectiva societaria. <https://orcid.org/0000-0002-3341-4643>