



**Más allá del juego: el consentimiento y explotación comercial del derecho de imagen en los
contratos deportivos colombianos**

Carolina Londoño Restrepo

Trabajo de grado presentado para optar al título de Abogado

Directora

Maria Alejandra Echavarría Arcila, Doctor (PhD) en Gestión de la Tecnología y la Innovación

Universidad Pontificia Bolivariana
Escuela de Derecho y Ciencias Políticas

Derecho

Medellín, Antioquia, Colombia

2026

El contenido de este documento no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad.

Tabla de contenido

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
Metodología	7
1. Derecho deportivo.....	8
1.1. Aspectos generales del derecho deportivo	8
1.2. Derechos de los deportistas	9
2. Derecho de imagen aplicado al deporte	11
2.1. Concepto y alcance del derecho de imagen en el ámbito deportivo	11
2.2. El consentimiento en el uso de la imagen del deportista.....	12
2.3. Relación del derecho de imagen con otros derechos fundamentales	14
3. Caso nacional sobre la explotación comercial de la imagen en deportistas	17
4. Casos internacionales sobre el uso del derecho de imagen en deportistas	19
5. Las cláusulas abusivas en los contratos deportivos	21
5.1. Concepto de cláusula abusiva	21
5.2. Impacto de las cláusulas abusivas en el derecho de imagen	22
5.3. Problemática en los contratos deportivos relacionados con el derecho de imagen.....	23
5.4. Solución a problemáticas planteadas.....	25
Conclusiones	28
Referencias	29

Resumen

El derecho de imagen en el ámbito deportivo se ha consolidado en los últimos tiempos como uno de los activos más importantes para los deportistas, adquiriendo una relevancia económica sin precedentes en la industria deportiva mundial. No obstante, la ausencia de regulación específica sobre el consentimiento en las licencias para la explotación de la imagen ha generado un vacío normativo que facilita situaciones de abuso contractual por parte de clubes, federaciones y/o empresas. Ante este escenario, la presente investigación propone realizar un contraste con organizaciones internacionales y el derecho comparado para establecer elementos que puede implementar el ordenamiento jurídico colombiano, partiendo de las herramientas que ofrece nuestro propio sistema legal. Para alcanzar este propósito, se desarrolla una investigación de tipo dogmático bajo el paradigma positivista, utilizando la técnica cualitativa de análisis documental. Los resultados obtenidos permiten concluir que el consentimiento otorgado para la explotación comercial de la imagen de los deportistas no constituye una renuncia a sus derechos fundamentales al buen nombre, la honra y la intimidad. Finalmente, este trabajo resulta de utilidad para definir los parámetros legales necesarios que eviten la vulneración de los derechos de los atletas, proporcionándoles conocimientos sobre las herramientas de protección disponibles para salvaguardar su integridad personal y profesional frente a las exigencias del mercado.

Palabras clave: derecho de imagen, deportistas, consentimiento, cláusulas abusivas, contratos deportivos, explotación comercial

Abstract

In recent years, image rights in the sports sector have emerged as one of the most valuable assets for athletes, gaining unprecedented economic significance in the global sports industry. However, the lack of specific regulations regarding consent in licensing agreements for the use of an athlete's image has created a regulatory vacuum that facilitates contractual abuse by clubs, federations, and/or companies. Given this scenario, this research proposes to conduct a comparison with international organizations and comparative law to identify elements that can be implemented within the Colombian legal system, building upon the tools offered by our own legal framework. To achieve this purpose, a dogmatic study is conducted under the positivist paradigm, utilizing the qualitative technique of documentary analysis. The results obtained allow us to conclude that the consent granted for the commercial exploitation of athletes' images does not constitute a waiver of their fundamental rights to a good reputation, honor, and privacy. Finally, this work is useful for defining the necessary legal parameters to prevent the violation of athletes' rights, providing them with knowledge about the protective tools available to safeguard their personal and professional integrity in the face of market demands.

Keywords: image rights, athletes, consent, abusive clauses, sports contracts, commercial exploitation

Introducción

El derecho de imagen se ha consolidado como uno de los tesoros más valiosos que tiene un deportista. Este ha sido impulsado gracias a los medios de comunicación y la comercialización del espectáculo deportivo. Organizaciones como la FIFA y el Comité Olímpico Internacional han desarrollado formas o regulaciones que ayudan a proteger la imagen del atleta, reconociendo que su explotación comercial debe estar sujeta a límites claros que resguarden su dignidad y autonomía.

Sin embargo, en la práctica existen brechas entre esa protección y la realidad contractual de los deportistas. Los contratos celebrados con clubes o terceros suelen incluir cláusulas abusivas y/o ambiguas como lo es el consentimiento que permite una explotación desproporcionada de la imagen del atleta, afectando su intimidad, buen nombre y libre desarrollo de la personalidad. Esto lleva a preguntarse: ¿en qué medida el consentimiento para la explotación comercial de la imagen de un deportista limita o condiciona sus facultades a nivel contractual frente a las vulneraciones de sus derechos al buen nombre, la honra y la intimidad?

Para responder a este interrogante, este trabajo empleó métodos inductivos y deductivos, con un tipo de estudio descriptivo y una investigación de corte dogmático, apoyado en el análisis documental de fuentes secundarias como jurisprudencia, leyes y doctrina, organizadas mediante guías y matrices de trabajo, bajo un paradigma positivista.

El trabajo se estructura analizando el derecho deportivo en Colombia, los derechos de los deportistas, el concepto y alcance del derecho de imagen, casos nacionales e internacionales, el impacto de las cláusulas abusivas en los contratos deportivos y las soluciones que ofrece el derecho comparado para el ordenamiento jurídico colombiano.

Finalmente, esta investigación da un aporte al debate jurídico frente a la protección del deportista en Colombia al evidenciar el vacío normativo existente en materia de explotación comercial de su imagen y proponer lineamientos concretos que equilibren a las partes involucradas. Así mismo, reflexiona sobre el lugar que ocupa el deportista dentro del sistema jurídico colombiano, no como un simple activo comercial, sino como un sujeto titular de derechos.

Metodología

En esta investigación se utilizaron métodos deductivos e inductivos, puesto que se desarrollaron razonamientos lógicos tanto de lo general a lo particular como de lo particular a lo general. En cuanto al tipo de estudio, este fue de carácter descriptivo, ya que se analizaron características y correlaciones de los elementos y componentes de las categorías e instituciones jurídicas analizadas. Por su parte, los datos empleados fueron secundarios, en tanto fueron obtenidos por otros investigadores.

Con el propósito de organizar la información recopilada, se utilizaron guías y matrices para organizar los datos obtenidos y los mismos fueron recolectados y sistematizados en documentos de trabajo. Asimismo, se empleó la técnica cualitativa de análisis documental, a través de la cual se llevó a cabo un trabajo analítico sobre los documentos y la información recopilados.

En lo que respecta al paradigma de investigación, este correspondió al positivismo, ya que se verificaron hipótesis derivadas de teorías preexistentes y, además, tanto la investigadora como el fenómeno investigado fueron concebidos como entidades autónomas e independientes entre sí. Finalmente, el tipo de investigación fue de corte dogmático, por cuanto se ordenaron instituciones jurídicas como referentes comunes en calidad de objeto de estudio.

1. Derecho deportivo

1.1. Aspectos generales del derecho deportivo

El derecho deportivo ha sido una consecuencia de la evolución que ha tenido el mundo del deporte junto con los Estados, en la cual se ha creado como un sistema que regula las conductas e interacciones que hay con deportistas, entrenadores, clubes y demás entidades (Clerc, 2012).

Para algunos autores el derecho deportivo se puede visualizar de diferentes maneras, uno de ellos es el ex Ministro de Trabajo y de la Seguridad Social de la República Federativa de Brasil André Franco Montori, quien nos indica que hay dos enfoques importantes que hay que resaltar en el derecho deportivo. Uno de ellos es el derecho deportivo estatal, cuyo soporte son las leyes y normativas creadas por el Estado para regular el deporte dentro de un país. Por el otro lado, está el derecho social deportivo, que son las reglas internas elaboradas y aplicadas por diferentes organizaciones deportivas como lo son las federaciones y los clubes, que trabajan para garantizar el orden y el desarrollo del deporte (Clerc, 2012).

Otro enfoque para resaltar es de Ricardo Frega Navía, quien dice que

No debe perderse de vista la necesaria referencia al ordenamiento federativo y reglamentario internacional como marco de la incuestionable globalización del derecho deportivo, y la incesante generación de negocios jurídicos que se desarrolló en ese contexto. Cabe analizar ese ordenamiento internacional a la luz de nuestra propia regulación nacional legislativa y reglamentaria (Frega Navía citado en Clerc, 2012, p. 20).

En resumen, el derecho deportivo se ha desarrollado como un sistema integral que regula las interacciones en el mundo del deporte, abarcando las leyes estatales como reglas internas de organizaciones deportivas y generando así seguridad y orden. Sin embargo, es fundamental reconocer el carácter universal del deporte, por lo que las normativas deben estar alineadas con las autoridades internacionales, buscando su unificación y la adopción de un mismo enfoque global.

En Colombia el deporte es respaldado por diversas normativas. Primeramente, está el art. 52 de la Constitución Política, que establece el derecho al deporte como derecho fundamental. De

ahí se impulsa la creación de otras normas como lo son la Ley 181 de 1995 (Ley del deporte) y el Decreto 1085 de 2015, que estructura el sector administrativo deportivo y sus entidades.

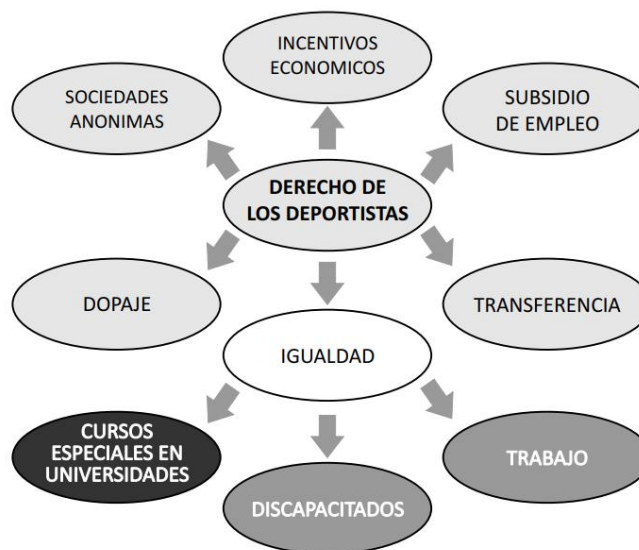
Además, la Ley 2210 de 2022 reconoce y regula a los entrenadores deportivos, mientras que la Ley 2369 de 2024 ayuda a la creación de espacios deportivos para personas discapacitadas, entre otras normativas como la Ley 2154 de 2021 que combate el dopaje, la Resolución 1286 de 2024 en la que regula la constitución y funcionamiento de clubes deportivos y la Ley 2507 de 2025 que da protagonismo a los *e-sport* en el país.

1.2. Derechos de los deportistas

Según la Real Academia Española (RAE), definimos a un deportista como: “Persona que practica algún deporte, por afición o profesionalmente” (Real Academia Española (RAE), 2014). Aunque la definición del término sea muy amplia, en Colombia ha sido adaptado a un entorno jurídico y protector en el cual se establecen ciertos derechos a los deportistas.

Figura 1

Derechos de los deportistas en Colombia.



Nota. Tomado de Sepúlveda-Lizcano, 2012, p. 169.

El diagrama presentado demuestra la complejidad que se presenta en los derechos de los deportistas, que radica en la creación anteriormente mencionada de un marco jurídico integral, en el cual se han protegido los referidos derechos, salvaguardando el bienestar laboral, comercial y los principios constitucionales.

2. Derecho de imagen aplicado al deporte

2.1. Concepto y alcance del derecho de imagen en el ámbito deportivo

El derecho de imagen cumple en nuestra sociedad y en el mundo jurídico un papel muy relevante debido a que se puede convertir en un activo económico valioso en los mercados. Incluso con la promulgación de la Ley 1581 de 2012 (Ley de protección de datos personales), se contempla la imagen de una persona como un dato personal, pero no solo como una manifestación externa del aspecto físico sino también la voz, gestos, estilo de vestir, personalidad y, de manera general, todo lo que permita identificarla de manera única (Dreier, 2019; Solove & Schwart, 2020; Humberto Prieto-Fetiva & Vargas-Chavez, 2025).

Es importante resaltar que en el deporte los derechos de la propiedad intelectual han sido importantes para las principales transacciones comerciales que se dan en el ámbito deportivo. Debido al incremento exponencial que ha tenido este sector, las organizaciones deportivas han podido financiar programas deportivos nacionales e internacionales que ayudan a promover el desarrollo del deporte alrededor del mundo (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), s.f.).

Gracias a la tecnología, la comercialización de la imagen deportiva ha sido un tema relevante en los últimos años debido a los medios de comunicación, *streams* o plataformas digitales.

“En el ámbito de los deportes, la imagen de los deportistas profesionales adquiere un valor significativo, tanto para ellos mismos como para los patrocinadores, equipos y entidades o federaciones” (Prieto-Fetiva & Vargas-Chavez, 2025, p. 86), lo que ha podido proporcionar a los deportistas una explotación de su imagen para campañas publicitarias o acuerdos comerciales haciendo que ellos tengan el “control” del uso de su imagen.

Al mismo tiempo, el derecho a la imagen de los deportistas les faculta a exigir que su imagen no sea utilizada de forma ilícita o, cuyo uso vulnere su dignidad, honor e intimidad, y la de sus familiares o allegados. Esto puede incluir una protección extendida frente a actos

de difamación, injuria o usos no autorizados de su imagen en contextos que lleguen a perjudicar su reputación. (Prieto-Fetiva & Vargas-Chavez, 2025, p. 86)

Pero se ha destacado una complejidad y es respecto a que la normativa individual cobra mayor relevancia en el ámbito deportivo, en el cual, en muchos casos, la utilización del derecho de imagen no solo surge de la interacción de un sujeto, sino que es la organización de los derechos de todos los involucrados en la actividad deportiva (Martín Moro, 2012). Esto quiere decir que en el contexto deportivo la imagen de un deportista no solo refleja su propia identidad, lo que hay es un sistema más amplio de derechos que están relacionados con su actividad deportiva. La explotación comercial que se realiza es el resultado de la organización de múltiples derechos de todos los involucrados como son los clubes, patrocinadores, federaciones, entre otros.

2.2. El consentimiento en el uso de la imagen del deportista

La Corte Constitucional expresa que: “Toda persona tiene derecho a su propia imagen y que, sin su consentimiento, ésta no puede ser injustamente apropiada, publicada, expuesta, reproducida o comercializada por otro” (Corte Constitucional, Sentencia T-090 de 1996). A esto se suma que en situaciones en las cuales una de las partes intenta adquirir beneficios económicos, la doctrina y la jurisprudencia tienden a proteger el derecho de la persona cuya imagen se ha utilizado (Tobón Franco, 2015).

Para el caso de los deportistas, a pesar de la poca reglamentación expresa sobre el consentimiento de ellos, es posible establecer un símil con las sentencias provenientes de la Corte en las que nos orienta sobre el tratamiento adecuado de los deportistas en condiciones similares en las cuales abordan sus decisiones. Un ejemplo de esto, aplicado al caso comercial, según la Corte es

(...) cuando en virtud de un contrato se permite la explotación comercial de la imagen o de la voz de una persona, en ejercicio de una actividad profesional (modelos, actores y locutores, por ejemplo), la utilización que se haga de aquéllas es lícita. Pero, una vez concluido el término del contrato y agotado el cometido del mismo, el dueño de la imagen o de la voz recupera su derecho a plenitud y, por tanto, quien la venía difundiendo queda

impedido absolutamente para seguir haciéndolo, si no cuenta con el consentimiento expreso del afectado o renueva los términos de la convención pactada (Corte Constitucional, Sentencia T-471 de 1999).

Sin embargo, aunque haya una autorización, se puede estar violando el derecho a la imagen, esto quiere decir que los jueces deben analizar cada caso concreto para verificar si realmente están respetando los derechos fundamentales de las personas, en nuestro caso, de los deportistas. En algunos casos, si bien se encuentra una autorización, hay circunstancias que afectan o vulneran el derecho a la propia imagen, es por esto que la Corte Constitucional (Sentencia T-634 de 2013) trae unos límites:

1. La autorización para el uso de la imagen no implica una renuncia irrevocable al derecho sobre la misma.
2. Dicha autorización debe incluir un consentimiento informado, pero no solo para el uso de la imagen, sino que también las finalidades del quién, cuándo, para qué y dónde.
3. No se puede establecer un límite absoluto al derecho de las personas para autodeterminarse y su cambio de opinión frente a la utilización de la imagen.
4. La autorización debe respetar los derechos fundamentales del que cede su uso.

En la lista anterior se resalta la naturaleza temporal de la autorización para el uso de la imagen y la no imposición de limitaciones que vaya en contra de la capacidad de autodeterminación del individuo.

A pesar de esto, ha habido circunstancias en las que una de las partes abusa o incumple dicha naturaleza, en consecuencia, se ha sugerido que una de las soluciones que pueden ayudar es la siguiente: “Los titulares de derechos de imagen en el deporte que hayan sufrido una infracción de esos derechos disponen de varios recursos previstos en la ley, que abarcan desde la indemnización por daños y perjuicios hasta mandamientos provisionales y definitivos” (Blackshaw, s.f., párr. 12).

Sin embargo, no se ha ocupado de qué implicaciones tendría en el contexto deportivo la revocación de dicha autorización. Por consiguiente, se puede decir que

El efecto de la revocación es hacer desaparecer el carácter legítimo, que inicialmente tenía la intromisión, como consecuencia del consentimiento prestado por el titular del derecho. En particular, por cuanto concierne al derecho a la propia imagen, la revocación es eficaz, no sólo frente a quien se hubiera concedió la facultad de captar, reproducir o publicarla, sino también frente a los eventuales cesionarios, a quienes aquél hubiera cedido esta facultad, por permitírselo, así, la autorización inicialmente recibida (...) (De Verda y Beamonte, 2017, p. 28).

En este sentido, resulta claro establecer que la revocación del uso de la imagen en los deportistas genera efectos tanto en el ámbito personal como profesional, en los cuales se afectan los acuerdos contractuales y las relaciones comerciales con patrocinadores y clubes. Además, estaríamos hablando de posibles consecuencias económicas y legales que podrían desencadenarse gracias al cambio de voluntad del deportista respecto al uso de su imagen en el futuro.

2.3. Relación del derecho de imagen con otros derechos fundamentales

En Colombia, los derechos fundamentales han constituido la base esencial para la protección del individuo en las diversas esferas que abarcan su vida, garantizando bienestar y dignidad en distintos ámbitos sociales, políticos y económicos.

El derecho a la imagen fue inicialmente protegido como un derecho fundamental relacionado con otros derechos: “El derecho a administrar la propia imagen está estrechamente relacionado con el derecho a la intimidad, el derecho al libre desarrollo de la personalidad y el derecho a la dignidad” (Tobón Franco, 2015, p. 190). Sin embargo, con el tiempo, la Corte modificó su postura y lo reconoció como un derecho fundamental independiente. Esta evolución ha facilitado que la acción de tutela se convierta en el mecanismo principal para proteger este derecho (Guzmán Delgado, 2016).

No obstante, no quiere decir que los derechos anteriormente mencionados junto con otros, a pesar de ser conexos, no sean indispensables o que no tengan relación unos con otros. Por tanto, la Corte realiza una vinculación entre ellos en su protección constitucional.

En el derecho a la intimidad la finalidad es asegurar a cada sujeto un ámbito reservado dentro de su vida personal y familiar, donde no haya interferencias arbitrarias del Estado y de particulares. Dentro de esta protección está la defensa en la divulgación indebida de información perteneciente a la esfera privada. De igual forma, se indica que cada persona tiene derecho a conducir su vida conforme a sus propias decisiones, con la menor injerencia externa posible, ya que la existencia de un espacio protegido de intervenciones ajenas constituye una condición necesaria para el desarrollo personal (Corte Constitucional, Sentencia T-634 de 2013).

Sobre la honra, la Corte ha sostenido que es una garantía que debe ampararse para evitar que se afecte el valor propio de cada individuo, tanto en la sociedad como ante sí mismo, para que las personas sean apreciadas y valoradas dentro del entorno social. De igual manera, aunque guarda estrecha relación con el derecho al buen nombre, la honra contiene rasgos distintivos debido a que se vincula con el respeto y la consideración que conforme a la dignidad humana merece toda persona (Corte Constitucional, Sentencia T-634 de 2013).

Respecto del derecho al buen nombre, se ha señalado que se refiere a la reputación o percepción que los demás tienen de una persona, se trata entonces de la percepción positiva construida a partir del comportamiento y la forma en que es apreciada por los que interactúan con la persona. Asimismo, la Corte ha precisado que su violación no solo proviene de actuaciones de autoridades públicas, sino que también de personas naturales o jurídicas (Corte Constitucional, Sentencia T-634 de 2013).

Con todo, aunque el derecho a la imagen comparte rasgos comunes con otros derechos, existe una diferencia fundamental que resulta determinante para su adecuada comprensión y delimitación jurídica que es:

Lo que diferencia el derecho de imagen de los demás derechos de la personalidad es su disponibilidad, puesto que se trata de aspecto de contenido económico, sujeto de explotación económica. Puede ser evaluado para la finalidad de negocio jurídico. Es la disponibilidad (que no significa la venta) que propicia el factor económico de este derecho, siendo plenamente posible extraer beneficio económico con el consentimiento del titular. La disposición tiene como característica el uso, gozo y fruición del bien jurídico de la

imagen. Al revés, sería nula la venta o renuncia de la imagen en favor de terceros para que de ella se utilicen como si fueran titulares (Pfeifer Koelln, 2017, p. 123).

3. Caso nacional sobre la explotación comercial de la imagen en deportistas

La Resolución 04987 del 9 de marzo de 2004 proferida por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) es uno de los ejemplos sobre la protección del derecho a la imagen y además sobre la explotación comercial de la imagen de deportistas. Este es el caso de Juan Pablo Montoya, un piloto automovilístico de carreras, cuya imagen utilizó la empresa Productos Yupi S.A. para comercializar unos productos alimenticios, evidentemente asociando la imagen del deportista con la marca y los productos de la empresa, a pesar de que no existía contrato alguno entre las partes sobre la autorización de uso de imagen para que habilitara el uso publicitario de la imagen del piloto.

Los argumentos establecidos por Juan Pablo Montoya consistían en que la empresa utilizó su imagen sin su consentimiento, alegando que su imagen tiene un valor económico que se ha derivado de a su trayectoria y reconocimiento internacional, por lo que su uso indebido comercialmente implicaba un aprovechamiento ilegítimo de su posicionamiento al público y consecuente a esto no se podía implicar una libre disposición de su imagen a terceros al ser una figura pública, específicamente para temas promocionales y comerciales.

Por otro lado, la empresa Productos Yupi S.A. exponía que no había una apropiación indebida ni dolosa sobre los derechos que se suponía que le estaban vulnerando al deportista. Desde su perspectiva, el uso de la imagen no constituyó un propósito para afectar la esfera personal del accionante, sino hacer referencia a un hecho notorio que se vinculaba a su actividad. Además, resaltaban que se ponía en duda la existencia de un daño concreto o cuantificable y sostuvieron que la utilización no implicaba apropiación exclusiva de la imagen del deportista.

La entidad estableció que la empresa sí había incurrido en una vulneración del derecho a la imagen, determinando en uno de sus argumentos que

(...) la práctica usual y honesta que siguen los participantes en el comercio cuando quieren vincular la imagen o el nombre de una celebridad con un producto o con una marca, consiste en obtener dicho personaje su autorización, para la cual celebran convenios o contratos en los que se especifica la forma como se utilizara la imagen o el nombre del personaje, así como la remuneración que se debe pagar a la celebridad por permitir el uso de la imagen

y/o de su nombre (Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), Resolución 04987 de 2004).

Asimismo, se indicó que ante la inexistencia de un contrato entre el accionaste y la sociedad Productos Yupi S.A. en relación con la explotación comercial de la imagen del deportista, la empresa no estaba facultada para emplear dicha imagen en la promoción que se estaba dando con el nombre de “Fórmula Yupi” (Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), Resolución 04987 de 2004).

Este precedente de la SIC es de especial relevancia en el derecho deportivo colombiano, debido a que reconoce la imagen del deportista como un activo jurídico y económico para cuya explotación es necesaria una autorización previa y expresa del titular. En este contexto, gracias a la creciente mercantilización del deporte, el atleta se convierte en el centro de atención en estrategias publicitarias, patrocinios y posicionamientos, por lo cual la imagen adquiere un carácter importante para la industria deportiva.

El caso deja ver que la notoriedad o la importancia pública que tiene una persona o un deportista no habilita a personas externas o terceros para asociar su imagen a productos o campañas comerciales sin autorización, debido a que se podría atentar contra el buen nombre y los vínculos comerciales podrían quebrantar su reputación e instrumentalizar la identidad de los “famosos” con fines onerosos, incluso pudiendo vulnerar su intimidad, al despojarlo del control en la difusión de su imagen.

4. Casos internacionales sobre el uso del derecho de imagen en deportistas

En la legislación uruguaya se presentó sobre un mismo caso dos posiciones distintas por parte de tribunales sobre la interpretación del uso de imagen en deportistas, en este caso sobre una persona fallecida.

Es el caso del exjugador Obdulio Varela, capitán de la selección de Uruguay en 1950, quienes fueron ganadores del mundial ese año. En el año 2008 nació un conflicto frente a una empresa la cual fabricaba y comercializaba un juego de mesa tipo trivia en el que aparecía un retrato del futbolista en el tablero y en las cartas del juego.

La discusión se delimitó en determinar si el uso de la imagen del exjugador consistía en una explotación comercial ilícita o si estaba dentro de las excepciones legales que se planteaban. El tribunal sostuvo que no existía un uso ilícito ya que consistía en fines didácticos y en consecuencia se encontraba dentro de las excepciones del art. 21 de la Ley de Derecho de Autor uruguaya. El tribunal argumentó que

(...) el deporte está calificado en forma general como un aspecto de la cultura. (...) En suma, es un hecho notorio que la figura de Obdulio Varela forma parte del acervo cultural según el imaginario colectivo uruguayo, en tanto actuó en un deporte de masa que integra la noción de cultura bajo cualquier enfoque antropológico que se haga; y tal participación es de claro destaque y amerita la transmisión a los demás integrantes de la sociedad (Anuario de Derecho Civil Uruguayo XXXIX citado en Morales Maldonado, 2023).

Por el contrario, en otro proceso que lo llevó el Tribunal de Apelaciones en lo Civil de 2.º sobre el mismo asunto concluyó que el juego sí constituía fines lucrativos porque buscaba obtener ganancias con la venta del producto a pesar de que fuera esencialmente para el entretenimiento y que, contrario a la decisión del otro tribunal, sí se necesitaba consentimiento de los familiares quedando por fuera de las excepciones que plantea el art. 21. Al respecto, planteó que: “El retrato de una persona no podrá ser puesto en el comercio sin el consentimiento expreso de la persona misma, y muerta ésta, de su cónyuge, hijos o progenitores.” (Tribunal de Apelación de lo Civil 2º, Sentencia 362, 2017).

Este caso es de relevancia debido a que se plantea un debate sobre el uso cultural o didáctico de la imagen y, por otro lado, la protección del derecho a la imagen y el interés patrimonial cuando una persona de renombre fallece. Además, ante la necesidad de establecer criterios claros que ayuden a la protección de la imagen de la persona y los derechos patrimoniales asociados a ella, se evidencia la problemática sobre la gran visibilidad pública de los deportistas, ya sea directa o indirectamente.

Otra situación que se plantea es la del caso de ETW Corp vs Jireh Publishing, Inc. en el año 2000, que surge debido al uso de la imagen del golfista Tiger Woods en una obra llamada “*The Masters of Augusta*” de Rick Rush, en la cual representaba la historia del deportista en el torneo Masters de Augusta de 1997. La empresa ETW Corps, que era la encargada de administrar los derechos comerciales y de imagen del deportista, presentó una demanda en contra de Jireh Publishing debido a que comercializaba las reproducciones de la obra sin autorización y explotaba la imagen de Woods, lo que constituía una violación al derecho de publicidad y normas sobre competencia desleal.

Por su parte la empresa Jireh Publishing indica que “no se ha violado el derecho de publicidad, ya que las impresiones están protegidas por la Primera Enmienda, ya que son obras de arte y no constituyen un discurso comercial” (Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito Norte de Ohio, 99 F. Supp. 2d 829 de 2000). Sostuvo además que no se estaba induciendo a error al público sobre el respaldo comercial de Woods, sino que era una expresión artística que representaba un momento de la historia del deporte.

El tribunal analizó el problema y determinó que la pintura sí constituía una obra creativa en la cual se expresaba un momento importante en la historia del deporte en los Estados Unidos. Por consiguiente, la comercialización de esta obra estaba protegida por la libertad de expresión y, además, no había una utilización indebida para fines comerciales respecto a Tiger Woods.

Este caso hace mención a una regulación diferente que se tiene en cada uno de los países en los cuales se ha visto por parte del deportista una violación al derecho de imagen. Cada Estado, conforme a sus leyes, dictamina la procedencia de dichas actuaciones por terceros y establece criterios claros para la utilización de la imagen de un deportista en su esfera profesional.

5. Las cláusulas abusivas en los contratos deportivos

5.1. Concepto de cláusula abusiva

En el ámbito contractual, los contratos han constituido uno de los principales instrumentos jurídicos mediante el cual se regulan relaciones entre dos partes estableciendo derechos y obligaciones. Además, acarrea ciertos comportamientos que se deben llevar como lo estipula la constitución en su art. 83: “Las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas” (Const., 1991).

Sin embargo, en la presencia de estos dos sujetos, aunque en un principio se vea en una esfera de igualdad, la realidad es muy distinta, debido a que uno de los sujetos se encuentra en una posición dominante o poder económico mayor sobre la otra, lo que genera un desequilibrio real en la relación. Dicho resultado puede ocasionar que la parte con mayor poder imponga condiciones que resulten desproporcionadas o desfavorables a la parte más débil generando así lo que se conoce en el ordenamiento jurídico colombiano como las cláusulas abusivas.

El abogado Gustavo Andrea Correa Valenzuela realiza una precisión importante y es la siguiente:

Consideramos que para que exista una cláusula abusiva esta tiene que serlo con independencia del tipo contrato en el que se encuentre, de quiénes sean sus partes y del sector económico en el que dicho contrato se celebre. Siempre que una cláusula cumpla los requisitos y elementos para ser considerada abusiva ha de ser tachada como tal y ha de tener los efectos que jurídicamente le correspondan, indistintamente de que sea en un contrato de seguro, servicios públicos domiciliarios o de prestación de servicios (Correa Valenzuela, 2015, p. 43).

Un ejemplo de esto sería en el derecho laboral, debido a que el contrato de trabajo regula la relación entre empleador y trabajador. En el art. 43 del Código Sustantivo del Trabajo se establece que se consideran ineficaces las cláusulas que impliquen un desmejoramiento de las condiciones del trabajador y que sean diferentes a lo que establece la legislación laboral, laudos arbitrales,

pactos, convenciones colectivas y reglamentos de trabajo. Adicionalmente, carecen de validez las disposiciones que son ilícitas o contrarias al ordenamiento jurídico (Código Sustantivo del Trabajo, 1950, art. 43).

En conclusión, a pesar de que en los contratos se presenten supuestos de igualdad entre las partes y el principio de buena fe, en la vida real se pueden presentar desequilibrios derivados de la posición dominante de una de ellas. Por consiguiente, da lugar a la imposición de cláusulas desproporcionadas que afectan al contratante débil, dando lugar a dichas cláusulas abusivas en las que el ordenamiento jurídico colombiano ha dado pie a múltiples mecanismos de control para proteger el equilibrio de la relación contractual.

5.2. Impacto de las cláusulas abusivas en el derecho de imagen

Muchos contratos publicitarios incluyen cláusulas abusivas que generan afectaciones en el ejercicio y la protección del derecho de imagen. Al establecer condiciones desiguales y sin límites claros en términos publicitarios o de comercio, se anula la autonomía del titular, obligándolo a ceder totalmente el control sobre su imagen y permitiendo a terceros que exploten su figura de forma arbitraria y excesiva.

Al ser el derecho de imagen en su mayoría ejercido en el ámbito comercial, el Estatuto del Consumidor, en su art. 42, en su primera parte, ha dispuesto de manera general una definición sobre las cláusulas abusivas en la que establece que:

Son cláusulas abusivas aquellas que producen un desequilibrio injustificado en perjuicio del consumidor y las que, en las mismas condiciones, afecten el tiempo, modo o lugar en que el consumidor puede ejercer sus derechos. Para establecer la naturaleza y magnitud del desequilibrio, serán relevantes todas las condiciones particulares de la transacción particular que se analiza. (Ley 1480 de 2011, art. 42).

Lo anterior, se puede ejemplificar en la sentencia T-634 de 2013, la cual trata de una masajista que firmó una autorización amplia para que una empresa utilizara sus fotos con fines publicitarios. Al ella renunciar, solicitó que se quitaran las imágenes de una red social de la empresa debido a que resultaban comprometedoras afectando su intimidad y buen nombre. La empresa se

negó diciendo que contaban con la autorización de ella. Por lo tanto, se interpuso una tutela para la protección de su derecho.

La Sala consideró que la negativa al retiro de las imágenes de la masajista ha impedido que ella pueda decidir sobre su imagen, cuerpo e identidad. La Corte declaró que los aspectos de la autodeterminación de la propia imagen, libre desarrollo de la personalidad y la cláusula general de libertad de los individuos implican el reconocimiento de la posibilidad de cambiar las decisiones de la imagen, especialmente, cuando los fines del uso no eran claramente conocidos en el momento de la autorización (Corte Constitucional, Sentencia T-634 de 2013).

Es importante mencionar que dichas cláusulas en los contratos de adhesión deben considerarse razonables y equilibrados favoreciendo así a los proponentes. Es por esto que, si no se consideran dichos elementos, puede generar preguntas sobre su validez y dudas en la relación contractual (Acedo Sucre, 2018). En este sentido:

(...) este tipo de abuso puede deteriorar la imagen del proponente ante adherentes actuales y potenciales. Estos problemas de incertidumbre y de imagen son contrarios a los intereses de cualquier comerciante, quien necesita tener estabilidad en su actividad empresarial, así como un buen nombre (Acedo Sucre, 2018, p. 28).

En términos generales, dichos abusos en los contratos publicitarios generan un impacto negativo en el derecho de imagen. En concreto, la desprotección que se le genera al titular sobre el uso indefinido de su imagen respecto a empresas o terceros en términos publicitarios. Además, este tipo de cláusulas generan incertidumbre jurídica afectando así el carácter reputacional de una empresa, haciendo que se deteriore su imagen y su estabilidad comercial. Es por esto que es fundamental que los contratos sean razonables para proteger tanto los derechos de imagen de quien autoriza su uso como la relación comercial con una empresa.

5.3. Problemática en los contratos deportivos relacionados con el derecho de imagen

Los contratos que celebran los clubes con los deportistas abarcan diferentes aspectos que definen su relación con los equipos respecto a sus derechos y responsabilidades. Sin embargo, para este trabajo de grado es importante resaltar los acuerdos que se hacen frente al derecho de imagen

del jugador. Dicho aspecto no solo influye en la forma en que se comercializa su imagen, sino que también se protege la dignidad y autonomía dentro del ámbito deportivo y comercial.

No obstante, en la práctica se pueden ver distorsionadas por:

(...) cláusulas accesorias, ambiguas y desequilibradas. Este desfase entre la norma formal y la realidad jurídica constituye un factor de vulnerabilidad para los deportistas, quienes enfrentan contratos con escasa precisión y limitadas salvaguardas en torno a la explotación comercial de su imagen (Carmigniani Rodríguez et al., 2025, p. 7).

En el derecho comparado podremos decir que contractualmente frente a las cláusulas estamos muy por debajo de modelos internacionales. En el caso de España y de Inglaterra, el uso de imagen está regulado por principios de proporcionalidad, temporalidad y compensación, ayudando así a una distribución equitativa y clara de los beneficios (Barbieri, 2021), contribuyendo a la protección del jugador y a los clubes para fortalecer un activo intangible y mejorando la competitividad en el mercado deportivo.

Un primer conflicto que en la mayoría de los contratos se presenta a nivel deportivo es con los patrocinadores rivales. Esto es porque, en algunas ocasiones, los jugadores pueden firmar acuerdos de derechos de imagen en simultáneo con otras marcas o acuerdos comerciales (Corinna, 2015).

Por ejemplo, una estrella de la Premier League puede tener un acuerdo con un tercero exclusivamente en su beneficio, como un contrato de patrocinio o de botas; además, puede tener un acuerdo con su club y los patrocinadores de su equipo, y, por último, puede tener obligaciones derivadas de un acuerdo de derechos de imagen con la selección nacional, en la cual su imagen se utilizará para promocionar los productos del patrocinador de la selección (Corinna, 2017, p. 4).

Un segundo conflicto es sobre la redacción de las cláusulas debido a que pueden generar ambigüedad y conflictos futuros. Se presenta en los casos en los cuales un club podría terminar el contrato con el deportista cuando no realice las conductas que se estipularon en el contrato.

Por ejemplo, un contrato de derechos de imagen a menudo exige que el atleta dedique un número mínimo de horas semanales a fines de marketing, y no presentarse a dicha cita puede ser perjudicial para la empresa, especialmente si el deportista es muy famoso y se lanza un nuevo

producto. Por lo tanto, el acuerdo debe establecer claramente la cantidad de trabajo de comercialización que el jugador debe realizar para su club como parte de sus funciones habituales, como las fotos del equipo y los compromisos oficiales del club (Corinna, 2017, p. 4).

El presente estudio sobre estas problemáticas radica en que en la ausencia de regulación clara y las cláusulas que se manejan en los contratos de los deportistas se evidencian diferentes problemáticas prácticas que abarcan el uso de la imagen para fines comerciales y publicitarios tanto para el deportista, como para los clubes y empresas. En consecuencia, es fundamental abarcar marcos normativos que sean transparentes y equilibrados para la explotación de la imagen de un jugador en la cual se protejan sus derechos y su reputación.

5.4. Solución a problemáticas planteadas

Dichas problemáticas se pueden solucionar recurriendo a una de las instituciones más influyentes en el ámbito deportivo, que es la Fédération Internationale de Football Association (FIFA). Esta organización ha realizado y establecido una serie de soluciones relacionadas con la organización y protección de los deportistas en el ámbito contractual, asegurando el equilibrio sobre las necesidades comerciales de cada jugador.

En su Circular 1171 de 2008, la FIFA establece unos requisitos mínimos para los contratos de manera general en los jugadores de fútbol. Primeramente, nos aclara que todo jugador puede explotar su derecho de imagen por sí solo, pero evaluando que no haya conflicto de intereses entre los clubes y los acuerdos comerciales y, además, dejando que la asociación deportiva pueda explotar la imagen del deportista como parte del cuerpo técnico. Se indica que, tanto el club como el jugador, deben ponerse de acuerdo en la forma de explotación de la imagen si así se requiere (Fédération Internationale de Football Association (FIFA), 2008).

En el caso de Ecuador, se plantea dicha solución estableciendo que:

Con respecto a los derechos de imagen, mediante una negociación se puede llegar al acuerdo en un contrato para que una persona o un grupo de personas/empresas explote comercialmente esta imagen, la explotación se puede dar mediante el club con un aumento al salario del jugador y las condiciones pactadas entre las partes, o el jugador puede

explotarlos por su cuenta. Por ejemplo, dentro de algunos convenios el jugador puede explotar su imagen en dos circunstancias: cuando está cumpliendo sus obligaciones de deportista, y por otro lado cuando está en su ámbito privado y por sus propios derechos sin hacer referencia al club o selección, explotación que debe ser sin la indumentaria del club o selección para evitar confusiones (Saltos Chávez, 2023, p. 17).

Igualmente, una de las organizaciones más importantes en el mundo del deporte en general es el Comité Olímpico Internacional (COI), que, con ayuda del Comité de Dirección de la Declaración de los Atletas conformado por 19 deportistas que representan el Movimiento Olímpico, crearon una guía que ayuda tanto a los clubes, como a los jugadores y patrocinadores para la prevención de conflictos relacionados con temas de la información y para promover acuerdos con los atletas de manera equitativa.

En dicha guía se dice que: “(...) los deportistas deben conocer mejor las oportunidades, los riesgos y las limitaciones en materia de generación de ingresos, así como las figuras de los cazatalentos y los agentes. (...)” (Comité Olímpico Internacional (COI), 2024, p. 29). Además, agrega que: “Se anima a las FI [Federaciones Internacionales] a que promuevan entre sus FN [Federaciones Nacionales] la conclusión de acuerdos equitativos y a que impliquen en el proceso a sus comisiones de atletas para tener en cuenta su opinión.” (COI, 2024, p. 29). En este sentido, se destaca que los deportistas deben entender y comprender no sólo las oportunidades de generación de ingresos, sino también los riesgos que pueden arrojar decisiones frente a su actividad profesional. Además, es importante incluir a los deportistas en la elaboración de sus propios contratos reflejando transparencia y beneficio de todas las partes involucradas.

El COI indica también que éste podrá ayudar a los deportistas en permitir acuerdos que aprovechen su nombre y su imagen, ya sea contactando con la empresa interesada, asesorándolos para que tomen las decisiones ellos mismos y/o creando iniciativas y programas de apoyo que puedan ser apropiados por el atleta en el comienzo de la utilización comercial de su imagen (COI, 2024).

En Colombia, una solución factible, con base en el ordenamiento jurídico, para el incumplimiento de deberes de los clubes y/o patrocinadores respecto al uso comercial de la imagen del deportista sería la conciliación. Este mecanismo ayuda a resolver controversias que surgen

dentro de los contratos de licencia de derechos de imagen con los atletas, debido a que, como son conflictos contractuales y no tienen relación con un contrato de trabajo, dicho mecanismo de resolución de conflictos puede ser la mejor opción (Méndez Páez, 2020). Incluso, una ventaja que tendría la conciliación respecto al manejo del uso de la imagen sería la siguiente:

Gracias a esto las partes cuentan con la libertad de establecer dentro de sus contratos de cesión de derechos de imagen su deseo de acudir a la conciliación, de modo tal que podrán dirimir sus controversias y hacer efectivo su acuerdo una vez se haya dado una terminación exitosa de la audiencia (...) (Méndez Páez, 2020, p. 21).

En consecuencia, diversas instituciones y países plantean unos lineamientos claros y generales de cómo se podría manejar un contrato sobre el derecho de imagen de los deportistas. En Colombia es posible aplicar una estructura similar. Se pueden considerar las normativas que salvaguardan los derechos de una persona y también cláusulas que protejan la autonomía de la voluntad del jugador para la explotación de su imagen por parte de externos, protegiendo la privacidad de la misma bajo ciertos criterios relacionados con el club. Así, se realiza un balance en el cual no se le da totalmente la exclusividad a la asociación deportiva de explotar la imagen de un deportista a su arbitrio, sino que también dicha persona puede realizar negociaciones por su cuenta haciendo uso comercial de su imagen.

Así mismo, una alternativa que se plantea es la conciliación como un método eficaz en la resolución de conflictos frente a problemas de esta índole contractual, ayudando al deportista a poder estructurar mejor su uso de la imagen. Una alternativa adicional sería que junto con los clubes se elaboren estrategias de formación frente a los procesos de autorización de uso de imagen junto con abogados y/o especialistas en el mercado que contribuyan a la toma de decisiones de los atletas en un ámbito muy amplio, dado que es fácil ser víctimas de un abuso por parte de empresas.

Conclusiones

En el contexto actual, la imagen de los deportistas ha pasado de ser un derecho fundamental autónomo a un activo económico de alto valor. En este sentido, el derecho de imagen es un derecho fundamental y autónomo que faculta a una persona, en este caso, los deportistas, a controlar el manejo de su propia imagen en Colombia. Sin embargo, las marcas y/o clubes deportivos utilizan el consentimiento de los deportistas para ser utilizados en publicidades en las cuales lesionan su integridad o su privacidad, llegando así a los límites del abuso del derecho. Por lo tanto, para que no se presente la transgresión de los derechos al buen nombre, la honra y la intimidad de los deportistas, se deberían crear cláusulas en la cuales el deportista otorgue su consentimiento para ciertos tipos de publicidades específicos, y no de manera general y absoluta.

Es por esto, por lo que se presenta un análisis y propuestas de soluciones concretas y aplicables dentro del ordenamiento jurídico nacional, a partir de referentes internacionales y experiencias del derecho comparado. El trabajo de grado logra plantear un camino viable para que Colombia adopte lineamientos que equilibren los intereses comerciales de las organizaciones deportivas y los derechos de los deportistas sobre la explotación de su propia imagen. Asimismo, esta investigación abre camino a que se plantee el mecanismo como la conciliación para que sea una herramienta eficaz en la solución de conflictos contractuales en este ámbito, y pone sobre la mesa la necesidad de construir estrategias de formación que permitan a los atletas tomar decisiones con criterio y conocimiento frente a la explotación comercial de su imagen, para que no sean simples objetos en el mercado deportivo.

No obstante, el campo del derecho deportivo en Colombia aún tiene diferentes temas que se deben explorar. En primer lugar, es importante analizar si el contrato del deportista debería reconocerse como un contrato laboral en lo relativo a la explotación de la imagen y analizar sus consecuencias en materia de derechos y garantías. Y, en segundo lugar, estudiar si la tributación de la licencia de imagen debiera tratarse como salario o como ingreso extraordinario a la luz del derecho colombiano. Se hace de igual forma un llamado a los interesados en el tema para que asuman estas discusiones con seriedad ya que el deporte no es solo una industria en crecimiento, sino que es un espacio donde se juega el respeto por los derechos fundamentales de los deportistas.

Referencias

- Acedo Sucre, C.E. (2018). *Cláusulas Abusivas y Contratos de Adhesión*. Editorial Menpa.
- Barbieri, P. C. (2021). Cesión del uso de la imagen del deportista. Realidad contractual. *Revista de Derecho del Deporte*, (3), 3-13.
- Blackshaw, I. (s.f.). *Claves para entender los derechos de imagen en el mundo del deporte*.
https://www.wipo.int/es/web/ipday/2019/understanding_sports_image_rights.
- Carmigniani Rodríguez, J. L., Villavicencio Moncayo, C.R., Medina Peña, R., y Martínez Pérez, O. (2025). Derechos de imagen de los deportistas del fútbol ecuatoriano. Hacia un modelo justo, claro y sostenible. *Revista Ciencias Holguín*, 31(3), 271-283.
- Clerc, C. (2012). Derecho del deporte o derecho deportivo. Su autonomía. *Revista de Derecho Escuela de Postgrado*, (2), 17-34.
- Comité Olímpico Internacional. (2024). *Guía de aplicación de la declaración de los atletas Recomendaciones, recursos y mejores prácticas para las FI y los CON*.
<https://www.olympics.com/athlete365/app/uploads/2024/02/Droits-Athletes-ES-03.pdf>.
- Congreso de la República de Colombia. (5 de agosto de 1950). Decreto Ley 3743 de 1950. *Por el cual se expide el Código Sustantivo del Trabajo*.
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html
- Congreso de la República de Colombia. (12 de octubre de 2011). Ley 1480. *Por la cual se expide el Estatuto del Consumidor*.
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html.
- Constitución política de Colombia [Const. P.]. (1991).
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html#1.
- Corinna, C. (2015). Are sports image rights assets? A legal, economic and tax perspective. *The International Sports Law Journal*, 15(1-2), 64-68.
- Correa Valenzuela, G. A. (2015). *Anulabilidad de las cláusulas abusivas*. Editorial Universidad del Rosario.
- Corte Constitucional. (1996). Sentencia T-090 de 1996. [MP. <Eduardo Cifuentes Muñoz>]
- Corte Constitucional. (1999). Sentencia T-471 de 1999. [MP. <José Gregorio Hernández Galindo>]
- Corte Constitucional. (2013). Sentencia T-634 de 2013. [MP. <María Victoria Calle Correa>]

- De Verda y Beamonte, J. R. (2017). Los derechos fundamentales de la personalidad (al honor, a la intimidad y a la propia imagen) como categoría unitaria. *Iuris Tantum Revista Boliviana de Derecho*, (23), 54-111.
- Echeverri-Velazquez, S. L. (2002). Derecho deportivo: una rama especializada del derecho para los deportistas. *Opinión Jurídica*, 1(2), 81-90.
- Fédération Internationale de Football Association (FIFA). (2008). *Circular n°1171 de 2008*. <https://digitalhub.fifa.com/m/1c49e2729a64fae6/original/oxwzkhzxuyaihl8ysafn-pdf.pdf>.
- Guzmán Delgado, D. F. (2016). El contexto actual del derecho a la imagen en Colombia. *Revista La Propiedad Inmaterial*, (21), 47-77.
- Martín Moro, M. (2012). *La cesión de imagen de los deportistas profesionales*. [Tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos]. <https://aplicaciones.ciencia.gob.es/teseo/#/tesis/O341240/detalle>.
- Méndez Páez, D. (2020). *La conciliación como mecanismo para resolver controversias surgidas de la cesión de imagen en el ámbito deportivo*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Militar Nueva Granada]. <https://repository.umng.edu.co/server/api/core/bitstreams/11e4a5b7-35f0-4e7a-8c14-61f4d6949b3d/content>.
- Morales Maldonado, Y. (2023). El derecho de imagen aplicado al deporte. *Revista de Derecho UCLAEH*, (2), 161-178.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (s.f.). *Deporte y propiedad intelectual*. <https://www.wipo.int/es/web/sports/>.
- Pfeifer Koelln, C. (2017). *Contrato de trabajo del futbolista profesional - estudio comparativo entre los ordenamientos jurídicos brasileño y español*. [Tesis doctoral, Universidad de Lérida]. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/671191/Tcpk1de1.pdf;jsessionid=DFC07071047EA9E47733F8DE0BBC0DD6?sequence=2>.
- Prieto-Fetiva, C. H., y Vargas-Chaves, I. (2025). Los derechos de imagen en el entretenimiento deportivo: entre la protección de la imagen del deportista y la propiedad intelectual dentro de la libertad de empresa. *Revista Retos*, 62, 82-95.
- Real Academia Española (RAE). (2014). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/deportista?m=form>.

- Saltos Chávez, M. J. (2023). *Derecho Deportivo: la Propiedad Intelectual y los Derechos de Imagen en la industria del Fútbol* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad San Francisco de Quito]. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/13672/1/212878.pdf>.
- Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). (2004). *Resolución 04987 de 2004*. https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Publicaciones_Despacho_3/sicdecisiones2/RESOLUCIONES_COMPETENCIA_ANOS/2004/RESOLUCION_04987_DE_09_DE_MARZO_DE_2004.pdf.
- Sepulveda-Lizcano, S. (2012). Línea Jurisprudencial: El derecho de los deportistas. *Revista Jurídica Piélagus*, 11, 167-176.
- Tobón Franco, N. (2015). Explotación no consentida de la imagen de deportistas y logos de clubes deportivos. En Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual (ASIPI), *Derecho Deportivo* (pp. 188-200). Biblioteca ASIPI.
- Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito Norte de Ohio. (2000). 99 F. Supp. 2d 829. Juez Gaughan. <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp2/99/829/2290907/>