CASOS DE PERSONAJES FAMOSOS EN LOS QUE SE ENCUENTRA LATENTE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Lina María Rodríguez Fernández
Asistente de Investigación

El mundo de la farándula y el entretenimiento no son ajenos a la propiedad intelectual. Famosos, han sido sujetos activos de conflictos que se han dado en torno al uso de su marca, signo o imagen a la hora de vender o dar a conocer un determinado servicio o producto.

La propiedad intelectual tanto desde el punto de vista de los derechos de autor, como de la propiedad industrial ha estado presente en grandes pleitos a nivel internacional, es por ello que con la presente reseña se quiere dar a conocer cómo dos mundos que son aparentemente disimiles terminan encajando en una sola pieza.

El mundo del entretenimiento como lo conocemos en la actualidad está conformado por personas e industrias que tratan de difundir una determinada cultura de manera masiva, haciendo uso del cine, la televisión, el deporte, entre otras actividades, para generar un eslabón en el mundo de la innovación y la diversión.

Sin embargo, su imagen requiere de una determinada protección legal, tal como se observa en el caso del famoso jugador de futbol Ronaldhino, en el que el futbolista demandó a Eladio García Quintas, en España, por hacer uso de su nombre de dominio.

Ronaldhino inició su carrera profesional en el Foot -Ball Porto Allegrense en Brasil, ha sido uno de los futbolistas más reconocidos a nivel mundial, quien a sus 18 años de edad ya contaba con un importante prestigio futbolístico. Desde el 96 inició su profesión en el equipo sub -17, conquistando la Copa América de 1996-1997, la Copa del mundo sub -17 y fue reconocido como uno de los grandes jugadores por su papel en el Barcelona F.C.

El demandado registró el nombre de dominio “ronaldinho.com” el 14 de marzo de 2001, a través de la entidad registradora INTERDOMAIN S.A.U, y Ronaldo demandó, porque a pesar de que su nombre completo es Ronaldo de Assis Moreira, es conocido internacionalmente como “Ronaldihno“.

En su defensa, el demandado establece que no posee una marca igual o semejante al nombre objeto de dominio y a su vez señala que el demandante es conocido como “Ronaldinho Gaucho” por lo tanto no está violando el nombre del famoso jugador de fútbol.

Al respecto el Centro de Arbitraje Internacional de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual decidió:

"Efectivamente, entre el nombre de dominio <ronaldinho.com>, y el nombre con el que es reconocido internacionalmente el Demandante, existe total identidad hasta el punto de crear confusión, y, en consecuencia, se entiende cumplido el requisito contenido en el párrafo 4a) i) de la Política."[1]

Un caso similar fue el que se presentó entre la Estrella de Música pop Madona contra el empresario Darn Parisi, ante la Organización Mundial De La Propiedad Intelectual, en Ginebra.

Según los hechos, Darn Parisi fue el primero en registrar el nombre de dominio de la cantante para un sitio web pornográfico, sin embargo, los árbitros de la Organización Mundial De La Propiedad Intelectual establecieron que el empresario no tenía derecho sobre la marca registrada con el nombre de Madona, debido a que no demostró un interés legítimo y el registro se efectuó de mala fe.

Podríamos seguir citando muchos ejemplos y preguntarnos ¿Qué tienen en común estos famosos y otros como la Reina Sofía, Emilio Aragón y Joaquín Cortés? Pues bien, todos ellos han protagonizado campañas de publicidad en las que se ha utilizado su imagen sin su consentimiento. Casos como éstos, nos demuestran que el derecho a la imagen conocido como la representación externa de la persona, es insuficiente para proteger el derecho a la intimidad, la esfera personal y familiar de un individuo, es por ello que nuestras legislaciones tienden a preservar no solo la apariencia física de la persona, sino también la individualidad del ser humano toda vez que ésta juega un papel muy importante, al abarcar no solo su aspecto exterior, sino todo elemento que implique asociar una publicidad, un producto o un objeto con un determinado sujeto.

Las expresiones *Right of Privacy* y *Right of Publucity* utilizadas en Estados Unidos, nos muestran que el derecho a la imagen abarca tanto un aspecto positivo, como un aspecto negativo. El primer aspecto se refiere a la facultad que otorga el ordenamiento jurídico para reproducir su propia imagen y explotarla económicamente, por otra parte el aspecto negativo implica un derecho de exclusión impidiendo que terceros no autorizados puedan obtener, reproducir o publicar la imagen de una persona sin su consentimiento.

Si bien, es una ventaja para los empresarios que imágenes de famosos reposen en su publicidad, al facilitar que el anuncio quede retenido durante más tiempo en la memoria del consumidor, la comunicación masiva de la imagen de una persona tiene unos límites que deben ser respetados y que son protegidos por el derecho de la Propiedad Intelectual.

Bibliografía

http://www.panamaamerica.com.pa/notas/282209-madonna-gana-caso-a-usurpador-de-nombres--famosos-en-internet

---

[1]Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI, Decisión del Panel administrativo. D Ronaldo de Assis Moreira V. Eladio García Quintas.

http://www.expansion.com/2013/02/14/juridico/1360868448.html

http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/2999/2643