

REFLEXIONES SOBRE ALGUNOS BIENES INMATERIALES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*Dr. Miguel Ángel Encabo Vera
Profesor de Derecho civil de la UEX*

Los derechos de propiedad intelectual pueden servir para garantizar la legalidad de los actos y contenidos que se incorporen a un medio de comunicación. Los derechos de la personalidad pueden servir para proteger los bienes más inherentes de las personas en los medios de comunicación. La propiedad industrial puede proteger los intereses intangibles de la industria y de la empresa, como los derechos de las marcas de los diferentes productos que se anuncian en los espacios de publicidad. De estas tres grandes categorías de bienes inmateriales, tan sólo me ocuparé de algunos de los mismos: los que más han llamado mi atención respecto a los medios de comunicación.

Los actos de comercialización o de comunicación pública de la que se ocupan los medios de comunicación, constituyen en última instancia lo que puede pretender el legislador controlar más estrechamente, cuando pueda existir un conflicto entre varios bienes protegidos: por ejemplo libertad de expresión y propiedad intelectual o derecho a la intimidad; o simplemente vulnerar algún derecho exclusivo (plagio, p.e.), confundiendo productos en el mercado, o enriqueciéndose a costa de los demás sin causa que lo justifique. En este sentido, es exigible una mayor atención y respeto a la originalidad como un valor protegido por el Ordenamiento jurídico.

El origen de estos derechos subjetivos se encuentra en los actos de creación o en la propia persona; bien podrían servirnos de ejemplo los programas o realizaciones originales audiovisuales, y los presentadores o conductores de los mismos. Unos son protegidos como simples derechos de los ciudadanos similares al derecho a la propiedad privada, como los derechos de explotación de la propiedad intelectual, mientras que otros aspectos de la vida privada son considerados como derechos fundamenta-

les, gozando de mayores garantías jurídicas, según la Constitución Española, como podrían ser el derecho al honor, intimidad, o propia imagen (art. 18.1 Constitución Española).

Podemos fácilmente decir, por ejemplo, que un actor de un film no sabemos si es o no malvado y perverso en su vida privada personal, sino que actúa como “el malo de la película”, como podemos distinguir entre una prestación de servicio de carácter artístico de otra cuestión diferente que pueda afectar a la esfera espiritual reservada y personal, que es “algo sagrado”, por citar la libertad religiosa, y sobre todo el ámbito del domicilio familiar. Así, ilustrar con un trozo de una película la problemática del sida en el célebre y veterano “Informe semanal” de TVE, en la que los actores fueron confundidos con portadores reales de la enfermedad, ha sido acogido por el Tribunal Supremo como un acto vulnerador de los intereses espirituales privados de los actores, ya que no se hizo, siquiera constar que eran de ficción las imágenes difundidas.

Hay un ámbito privado, muy interesante, regido por los usos sociales y por los actos propios, en los que la costumbre puede servir de base al modelo de conducta habitual. No obstante, nos parece que cada uno intenta vivir su propia película, e incluso la novela o el teatro leído nos ofrecen una representación “interna” a cada lector, por ejemplo. El “cotilleo” y otros comentarios privados que sean inocuos no deberían ser objeto de consideración jurídica alguna.

Sin embargo, la sociedad puede haber cambiado en los modelos de conducta, y nos podemos preguntar, al menos, sobre los límites a la intromisión o vulneración de los mismos, pues los medios de comunicación han ido más allá de lo imaginable, aunque en parte estén recogidos y tipificados por la legislación (LO 1/1982 y LO 15/1999 de protección de datos de carácter personal, entre otras como el Código penal). No nos cabe duda que hay que mantenerse firme en aquellos valores inspirados en el derecho natural, y en el principio de no perjudicar a nadie. Esto permite la comercialización, no obstante, de la vida privada o

del derecho de imagen dentro de un ejercicio social del mismo. El derecho de defensa de la intimidad o del inédito solo cede ante la divulgación autorizada o por un valor colectivo superior como puede ser la cultura o la seguridad pública. Por eso el derecho de divulgación del autor es, en cierta manera semejante a la autorización respecto a la revelación de la vida secreta de cada uno, pues son derechos inalienables y personalísimos, a pesar de permitirse su ejercicio “*post-mortem*”; los casos de Kafka o Virgilio, que fueron desobedecidos en su última voluntad de no publicar parte de sus obras, justificarían esta medida por el interés público de la cultura.

Salvador Dalí en su vida secreta nos desvela hasta sus pensamientos más delirantes pero nunca tocaremos el sentimiento del propio artista, porque lo mismo aquello sólo sucedió literariamente, o a través de su método paranoico-crítico, y no realmente. Pensemos, por otro lado, en la triste realidad económica de Emilio Salgari, gloria de la novela de aventuras con su Sandokán entre otras, ya había vendido incluso las obras que todavía no había escrito, y se encontraba arruinado y empeñado en su principal fuente de recursos económicos; hoy, en la mayoría de los países, se comprende que la Ley de propiedad intelectual ha de ser principalmente tuteladora de los intereses económica de los creadores, y prohíben, por ejemplo, el pacto de no crear alguna obra.

Por otro lado, el Derecho penal puede intervenir como la medida más contundente de protección del derecho de defensa del bien inmaterial en cuestión, pensemos en un delito de injurias o calumnias, o la lucha contra la piratería en la propiedad industrial o intelectual.

En esta reflexión tampoco podemos pasar por alto, que existe una gran cantidad de consumidores de productos digitales relacionados con los medios de comunicación, que estamos inmersos, en mayor o menor medida, en un proceso donde los bienes inmateriales, como la propiedad intelectual que tiene lugar desde que compramos un CD virgen o cualquier otro sistema de re-

producción o almacenamiento para realizar copias privadas del material difundido en los medios de comunicación, pues estamos contribuyendo, a través del canon compensatorio, a recompensar económicamente a los creadores (arts 25 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, TRLPI en adelante).

Por tanto, todos estamos llamados a ser conscientes de los factores económicos que tienen lugar potencialmente, aunque sea indirectamente, pues se atiende a los actos económicos en masa, y son los productores y distribuidores en origen los que pueden repercutir a los consumidores finales cualquier consideración económica de los bienes inmateriales, como se ha reconocido tradicionalmente respecto a las marcas que más se anuncian en televisión, por ejemplo. Y sin embargo, la realidad permite nuevas formas privadas de comunicación que desbordan las previsiones legales, como los intercambios gratuitos de ficheros, pues éstos pueden referirse a todas las cuestiones, incluidas las estrictamente privadas, y no sólo a las que tengan por objeto derechos exclusivos como la propiedad intelectual, por no haber caído aún en dominio público.

Pensemos en la diversidad de manifestaciones de los bienes inmateriales en los medios de comunicación. Las obras musicales, por ejemplo, pueden incorporarse a los medios de comunicación de muy diversas maneras, desde las cabeceras de programas, hasta los fondos musicales en las obras audiovisuales o en los anuncios publicitarios.

Los medios de comunicación audiovisual se trabaja con el material de las personas, es raro no ver personas anónimas en la televisión realizando alguna actividad de primer plano o de fondo; incluso en la publicidad también se ha llegado a utilizar, bajo la confusión del anonimato, la imagen de una persona sin haber requerido su autorización, cuestión amparable por la L.O. 1/1982 (respecto al honor, intimidad e imagen) todavía vigente; aunque no siempre el anónimo tiene conocimiento de tal circunstancia utilizada con fines económicos, o cuando menos, ni siquiera está vivo. Las sentencias son numerosas, y el juez tiene cier-

ta discrecionalidad en la fijación del importe indemnizatorio, dando lugar siempre que exista una actividad vulneradora. En fin, la cuestión consiste en saber si la obligación de respetar los derechos de los demás particulares, unos de carácter personal o moral y otros de carácter patrimonial, debería ser o no una exigencia normal profesional; o sí por el contrario no se le puede exigir tal responsabilidad a los medios de comunicación, en cuyo último caso utilizaríamos la dramática y castiza expresión “apaga y vámonos”.

La respuesta, como no podría ser otra, ha de consistir que los medios de comunicación, en principio los responsables del medio de comunicación (editor, director, etc), son responsables de todo lo que difundan o comuniquen al público, y que deben ser capaces de valorar, desde el origen, si su actividad puede o no perjudicar a los derechos de los demás; salvo que no les importe llegar a los juzgados, como estrategia de las revistas sensacionalistas y programas impactantes; aunque sea fácil de imaginar, como es a veces necesario, que pueda haber intereses superiores de la colectividad frente a los intereses particulares del propio individuo, sobre todo respecto a las personas que ocupen un cargo público, y que el daño producido puede ser menor que el que se trata de evitar, o que el daño pueda ser una consecuencia de la propia conducta del agente, cuando se descubre y publica la participación en un delito, por ejemplo, y habrá que ponderarlo y demostrarlo, en su caso, ante los tribunales.

Lo que cada vez parece más claro es que existen bienes de dominio público que son inmateriales y que constituyen una fuente inagotable de recursos para los medios de comunicación.