

# Caso “Miel Gibson”: ¿Qué consideraciones hay que tener para definir el nombre de un emprendimiento?

Universidad Viña del Mar ¿A qué se expone quien utiliza el nombre e imagen de una persona natural como marca? Muchos han sido los emprendimientos que se han forjado producto de la emergencia sanitaria que actualmente vive el país, y nada más propio para identificarlos en esta avalancha de publicidad por redes sociales que incorporarles un nombre distintivo que permita al consumidor identificarlo. Eso es lo que hizo una chilena con su producto “Miel Gibson”, iniciativa que ha causado revuelo por el uso de la imagen del reconocido actor de Hollywood. Pese al ingenio de esta profesora, quien debió reinventarse tras perder su trabajo por la pandemia, el staff de abogados del actor le escribió un correo electrónico solicitándole que dejara de usar el nombre e imagen. La docente de la carrera de Derecho de la Universidad Viña del Mar (UVM), Macarena Iriarte, explica las consideraciones que se debe tener en cuenta, dado que en Chile existe la ley N° 19.039 que regula la propiedad industrial y marcas. “Una marca es todo signo de representación gráfica que permite distinguir en el mercado un producto, servicio, establecimiento o industria por lo que considera no solo a las palabras, sino los elementos gráficos que se le incorporan para distinguirla de otras”. La académica agrega que en Chile no es posible inscribir el nombre, el seudónimo o el retrato de una persona natural cualquiera sin su autorización, salvo que hayan transcurrido más de 50 años desde su muerte y esto no afecte su honor. “En consecuencia no podrá inscribir la marca en los términos en que actualmente la presenta (representación gráfica), por ende, no podrá gozar del uso exclusivo y excluyente que la ley le otorga al titular de la marca y que le permitiría explotarla comercialmente”, precisó. Pero ¿a qué se expone quien utiliza el nombre e imagen de una persona natural como marca? Según Iriarte, esto dependerá si dicho nombre está o no inscrito como marca previamente. “Si quiere inscribir la marca Miel Gibson (nombre y representación gráfica) no podrá hacerlo por infringir expresamente la normativa atendida la clara alusión al actor. Si el nombre del actor ya estuviese inscrito en Chile como marca se rechazaría la inscripción de la marca que se pretende inscribir o se anularía la inscripción ya realizada por las semejanzas fonéticas y de imagen que pueden inducir a error al consumidor”, explica. Añade que “ello sin perjuicio de las acciones civiles que pueden tener por objeto el cese del uso de la marca, la indemnización de los daños y perjuicios o cualquier otra medida que evite la continuidad de la infracción”. Sin embargo, la abogada hace la siguiente aclaración “si el nombre del actor no está inscrito y atendida a que se trata del uso del nombre e imagen de una persona natural su uso constituiría una vulneración del derecho a la imagen, en que las vías de acción del actor serían el recurso de protección o una acción indemnizatoria de carácter civil, pero de resultados inciertos, ya que la jurisprudencia ha adoptado distintas posturas al respecto”. Desde el punto de vista gráfico, el docente de la carrera de Diseño de la UVM, Allen Rosenberg, destaca la creatividad porque esto genera vínculos con un potencial consumidor, pero considera que es un error usar la imagen del actor en el logotipo. “Es innecesario, ya que podemos crear la relación con el nombre y sin necesidad de poner el rostro. Cuando integras la cara la referencia es directa y no hay margen a otra interpretación. Si la intención era poner en valor el slogan “sólo para valientes” uno podría haber usado una espada o aplicado un tartán en el envase y con eso cerrar la idea, de hecho, sería menos redundante”, puntualizó.