

CIVIL

DERECHO A LA PROPIA IMAGEN
(CASO PRÁCTICO)

Núm.
86/2005

M.^a DEL MAR CABREJAS GUIJARRO
Magistrada

ENUNCIADO

El modelo publicitario NCV contrata con una agencia la cesión de su imagen para la realización de la campaña publicitaria de un producto financiero, cesión que se realiza por el término de un año.

Realizada la campaña y cobrados los honorarios, la misma de reproduce y hace pública en diversos medios los dos años siguientes; requerida la entidad para que resarciera al modelo por la utilización de su imagen, se realiza un nuevo pago por la segunda campaña, negándose a ningún resarcimiento más por entender que con el segundo pago, novó el contrato y lo amplió por otro año.

Por el modelo publicitario se acude a los Tribunales reclamando una indemnización por los daños y perjuicios que se han producido a su imagen al haberla utilizado con finalidad publicitaria en un tiempo posterior al pactado sin su consentimiento.

CUESTIONES PLANTEADAS:

Derecho a la propia imagen: aspectos constitucional y patrimonial.

SOLUCIÓN

Se acude por el modelo publicitario a los Tribunales interesando se declare la violación de su derecho a la propia imagen al reproducirse en años sucesivos la campaña publicitaria de un producto financiero, solicitando a su vez una indemnización por los daños y perjuicios al mismo proferidos y ello al amparo de lo establecido en el artículo 18 de la Constitución Española y la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo.

Pues bien, de acuerdo con la doctrina jurisprudencial, el derecho a la propia imagen es el derecho que cada individuo tiene a que los demás no reproduzcan los caracteres esenciales de su figura sin consentimiento del sujeto, de tal manera que todo acto de captación, reproducción o publicación por fotografía, filme u otro procedimiento de la imagen de una persona en momentos de su vida privada o fuera de ellos supone una vulneración o ataque al derecho fundamental a la imagen.

En su dimensión constitucional, el derecho a la propia imagen consagrado en el artículo 18.1 de la Constitución Española se configura 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.

En la Constitución Española ese derecho se configura como un derecho autónomo, aunque ciertamente, en su condición de derecho de la personalidad, derivado de la dignidad y dirigido a proteger el patrimonio moral de las personas, guarda una muy estrecha relación con el derecho al honor y, sobre todo, con el derecho a la intimidad, proclamados ambos en el mismo artículo 18.1 del Texto Constitucional. No cabe desconocer que mediante la captación y publicación de la imagen de una persona puede vulnerarse tanto su derecho al honor como su derecho a la intimidad. Sin embargo, lo específico del derecho a la propia imagen es la protección frente a las reproducciones de la misma que, afectando a la esfera personal de su titular, no lesionan su buen nombre ni dan a conocer su vida íntima. El derecho a la propia imagen pretende salvaguardar un ámbito propio y reservado, aunque no íntimo, frente a la acción y conocimiento de los demás; un ámbito necesario para poder decidir libremente el desarrollo de la propia personalidad y, en definitiva, un ámbito necesario según las pautas de nuestra cultura para mantener una calidad mínima de vida humana [Sentencia del Tribunal Constitucional (STC) 231/1988, de 2 de diciembre, fundamento jurídico decimotercero]. Ese bien jurídico se salvaguarda reconociendo la facultad para evitar la difusión incondicionada de su aspecto físico, ya que constituye el primer elemento configurador de la esfera personal de todo individuo, en cuanto instrumento básico de identificación y proyección exterior y factor imprescindible para su propio reconocimiento como sujeto individual (SSTC 231/1988, de 2 de diciembre, fundamento jurídico tercero, y 99/1994, de 11 de abril, fundamento jurídico quinto).

En la medida en que la libertad de la persona se manifiesta en el mundo físico por medio de la actuación de su cuerpo y de las características del mismo, es evidente que con la protección constitucional de la imagen se preserva no sólo el poder de decisión sobre los fines a los que hayan de aplicarse las manifestaciones de la persona a través de su imagen (STC 117/1994, de 25 de abril, fundamento jurídico tercero), sino también una esfera personal y, en este sentido, privada, de libre determinación y, en suma, se preserva el valor fundamental de la dignidad humana. Así, pues, lo que se pretende con este derecho, en su dimensión constitucional, es que los individuos puedan decidir qué aspectos de su persona desean preservar de la difusión pública, a fin de garantizar un ámbito privado para el desarrollo de la propia personalidad ajeno a injerencias externas.

No obstante lo hasta aquí expuesto, y siendo cierto que en nuestro Ordenamiento -especialmente en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, sobre protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen- se reconoce a todas las personas un conjunto de derechos relativos a la explotación comercial de su imagen, esa dimensión legal del derecho no puede confundirse con la constitucional, ceñida a la protección de la esfera moral y relacionada con la dignidad humana y con la garantía de un ámbito privado libre de intromisiones ajenas. La protección de los valores económicos, patrimoniales o comerciales de la imagen afectan a bienes jurídicos distintos de los que son propios de un derecho de la personalidad y por ello, aunque dignos de protección y efectivamente protegidos, no forman parte del contenido del derecho fundamental a la propia imagen del artículo 18.1 de la Constitución Española. Dicho en otras palabras, a pesar de la creciente patrimonialización de la imagen y de «la necesaria protección del derecho a la propia imagen frente al creciente desarrollo de los medios y procedimientos de captación, divulgación y difusión de la misma» (STC 170/1987, de 30 de octubre, fundamento jurídico cuarto), el derecho garantizado en el artículo 18.1 de la Constitución Española, por su carácter «personalísimo» (STC 231/1988, fundamento jurídico tercero), limita su protección a la imagen como elemento de la esfera personal del sujeto, en cuanto factor imprescindible para su propio reconocimiento como individuo.

Dado lo anterior, en el caso aquí enjuiciado hemos de concluir que no nos hallamos ante la tutela de la protección del derecho constitucional a la propia imagen. Es claro y evidente que en todo momento se reivindica la indemnización del valor patrimonial o comercial de la imagen indebidamente utilizada, valor ya tasado por los dos pagos anteriores realizados por las dos primeras campañas, no habiendo obtenido pago alguno por las dos últimas al alegarse por la empresa de publicidad que se había producido una cesión indefinida de los derechos de utilización de la imagen del actor recogida en la campaña publicitaria sobre el producto financiero de la entidad crediticia.

Es evidente que a tenor de lo que se ha expuesto en los fundamentos anteriores, este tema no es objeto del presente procedimiento establecido para la protección del derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen (art. 9.º de la Ley Orgánica 1/1982), sino que se refiere a relaciones meramente patrimoniales de exclusivo contenido económico nacidas de la relación contractual; tal reivindicación económica no puede ser discutida en un procedimiento sobre la protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, porque estos valores no pueden ser mercantilizados sin que ello signifique que se prive de protección jurídica a la actora, pues si la misma está convencida del incumplimiento contractual por parte de la empresa publicitaria, deberá iniciar, en su caso, el procedimiento ordinario correspondiente (STC 81/2001, de 26 de marzo de 2001).

SENTENCIAS, AUTOS Y DISPOSICIONES CONSULTADAS:

- Constitución Española, art. 18.
- Ley Orgánica 1/1982 (Protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen).
- SSTC 231/1988, de 2 de diciembre; 99/1994, de 11 de abril; 117/1994, de 25 de abril; 170/1987, de 30 de octubre y 81/2001, de 26 de marzo.