



**LIC. FERNANDO ROVIRA RULLÁN**  
Abogado

# El derecho a la propia imagen

**E**l derecho a la intimidad es exigible ante cualquier persona y le impone a todos la responsabilidad de no intervenir en la vida privada o familiar de los demás seres humanos. Por esta razón, es importante que se conozcan los deberes y derechos relacionados con el derecho a la imagen.

Nuestro Tribunal Supremo ha tenido oportunidad de expresarse sobre una controversia relacionada con el derecho a la propia imagen en el caso *Vigoreaux v. Quizno's Sub, Inc.* 2008 T.S.P.R. 38. El Tribunal puso en la balanza el derecho a la intimidad versus el derecho a la publicidad.

El caso trata sobre un anuncio del restaurante de comidas rápidas Quizno's que promocionaba un emparedado de pollo con la frase: "Para los que se quedaron con las ganas"; haciendo alusión a Roberto Vigoreaux y Carlos Pesquera, quienes habían sido derrotados en las primarias del 2003, seguido con la frase: "Vuelve el Delicioso Chicken Carbonara". El anuncio incluía una foto de los ex candidatos. El señor Vigoreaux reclamó que se le violentaba su derecho a la intimidad y publicidad, ya que en el anuncio comercial se incluyó una foto suya sin su consentimiento.

Los representantes de Quizno's alegaron que el señor Vigoreaux es una figura pública y el anuncio era una sátira política por lo que debía considerarse protegido por el derecho a la libertad de expresión. A pesar de que no hay duda que el anuncio tenía un elemento humorístico, el Tribunal Supremo estableció que la expresión tenía un carácter primordialmente comercial por lo que debía ceder ante el derecho a la propia imagen de la persona afectada al hacer el balance de intereses entre el derecho a la libertad de expresión versus el derecho a la imagen. Nuestro Tribunal Supremo concluyó que "el uso no autorizado de la identidad de una persona para mercadear un producto o proponer una transacción comercial no es permisible y da lugar a una causa de acción por violación al derecho a la propia imagen, valor tutelado por el derecho a la intimidad". Aclaro que cuando la expresión sí tiene un fin principalmente humorístico, y no comercial, entonces tendrá mayor protección la expresión aunque tenga también propósitos comerciales, tales como la parodia y la sátira. Por lo tanto, el Tribunal también dispuso que el señor Vigoreaux tenía

derecho a que se le compensara económicamente en la comercialización de su propia imagen, su nombre o su parecido, conforme al valor de tasación de su imagen en el mercado de publicidad al momento de los hechos, puesto que le cobijaba un derecho patrimonial a su propia imagen. Resolvió el Tribunal Supremo que se debe resarcir a la persona que sufra daños causados por quien interviene con la importante garantía de no permitir-se le violente el derecho a la intimidad a ninguna per-

derecho a controlar dónde, cuándo y cómo su imagen se utiliza o se reproduce. Cada vez que se vaya a usar una fotografía de alguna persona, dicha persona tiene que haber autorizado su uso. Como excepción, se puede usar una foto sin el consentimiento de la persona que aparece en la misma cuando haya un interés público, por ejemplo, alguna manifestación u otro evento público donde la persona es un simple accesorio o cuando un derecho constitucional prevalece sobre el sujeto fotografiado.

Esta opinión del Tribunal Supremo claramente establece que hasta las figuras públicas tienen derecho a controlar cómo se utilizan sus imágenes cuando su uso es claramente comercial. Las figuras públicas no pierden toda su expectativa de intimidad por el hecho de serlo. También enfatiza en la importancia de los relevos de responsabilidad que forman parte de la publicidad comercial. Cualquier persona, ya sea pública o privada, que no quiera ser relacionada con una expresión comercial, tal como un anuncio de un producto, y que no ha consentido dicho uso, puede instar una reclamación en daños por infringir su derecho a la propia imagen y publicidad, valor tutelado por el derecho a la propia imagen.

Este caso es importante, no sólo por lo que resuelve, sino por su extenso análisis de la figura del derecho a la propia imagen.

Así que, cuidado con utilizar tanto personalidades públicas como privadas para campañas publicitarias ya que de no tener la correspondiente autorización y/o relevo de uso, usted podría enfrentar una reclamación judicial.

*El Lcdo. Fernando Rovira-Rullán es socio del Bufete Ferraiuoli Torres Marchand & Rovira, P.S.C. Lo puede contactar a través del correo electrónico: frovira@ftrmlaw.com. En esta columna colaboró Natalia I. de Jesús Suárez, oficial jurídico.*



EL VOCERO / Archivo

**“Cada vez que se vaya a usar una fotografía de alguna persona, dicha persona tiene que haber autorizado su uso.”**

sona.

El Tribunal decidió que las fotos utilizadas en el anuncio eran una expresión comercial. Por lo tanto, el Tribunal Supremo concluyó que la expresión comercial de Quizno's no fue el medio adecuado para mercadear su producto. Éste fue el primer fallo en el que el Tribunal resolvió que nadie tiene derecho a explotar la imagen de otra persona para fines lucrativos, sin su consentimiento previo.

El derecho a la propia imagen es parte del derecho a la privacidad. Toda persona tiene