



La producción “House of GUCCI” podría ser demandada por la familia GUCCI: Un buen caso para identificar la asesoría legal en las producciones audiovisuales

Por: Catalina Chaparro Casas

Este 25 de noviembre de 2021 se estrenó la esperada película “House of GUCCI” dirigida por Ridley Scott y protagonizada por Lady Gaga y Adam Driver. Si bien este film promete ser una de las obras cinematográficas más premiadas del 2021, hay ciertos aspectos legales que podrían opacar tanta expectativa y afectar el impecable trabajo de sus autores y partícipes.

La película representa y relata una versión del asesinato de Maurizio Gucci ex director de la casa GUCCI, hecho que impactó al mundo de la moda y la socialité italiana, y que involucra directamente a su exesposa Patricia Reggiani, quien en 1998 fue condenada a prisión por dicho suceso y salió apenas en 2016.

Con esta producción se revive la controversia entre los integrantes de la familia GUCCI de la década de los 70 y 80, y sus herederos parecen no estar muy a gusto con ella tras la versión de los hechos, la personificación dada a Patricia como si fuese una víctima de una familia corporativa y machista, y por ende el retrato de la familia en general, como ignorantes, delincuentes e insensibles. De hecho, la familia ya se ha pronunciado a través de un comunicado donde manifiestan el inicio de posibles acciones legales con el fin de proteger su nombre e imagen.

Al parecer, la película fue producida sin consultar a la familia su versión de los hechos, por lo que resulta oportuno preguntarse si constituye el acto de difamación al comunicar al público ideas que atentan contra el buen nombre, la fama y el honor no solo de una persona, sino de una familia entera. También surge la inquietud de si entonces la declaración preliminar que se hace en la película “Inspired by “The true story”” (traduce “basada en hechos reales”) es cierta o si es una versión más que podría alejarse de la realidad, afectando pues los derechos de los consumidores. Paralelamente, todo indica que la producción no cuenta con las autorizaciones de uso de la marca GUCCI en su título, imágenes, vestuario y guion, situación que podría tildarse como dilución marcaria, entendiendo esta como aquel uso no autorizado, más aún cuando las marcas notorias como GUCCI ameritan una protección especial o una infracción marcaria por su uso no autorizado.

Sobre esta situación, es importante preguntarse cuál es el punto de equilibrio entre libertad de expresión de quienes hacen parte del mundo del entretenimiento y los derechos fundamentales e incluso humanos como la imagen, el buen nombre y la honra de los terceros a los que aquellos se refieren en el ejercicio de su trabajo. También es preciso cuestionarse sobre el alcance de los hechos bibliográficos y notorios que teóricamente pasan a ser del dominio público.

Lo cierto es que los medios de comunicación o en este caso, las obras audiovisuales que aluden a hechos de la vida real deben propender por informar al público la verdad sobre los acontecimientos retratados y para ello, adquieren ciertos compromisos como indagar, investigar y entrevistar los protagonistas de la historia en la vida real en aras del denominado “derecho a la verdad”, situación que al parecer no ocurrió en el caso de “House of GUCCI”.



Por otro lado, respecto la libertad de expresión y pensamiento de los medios y las producciones, se considera la necesidad de aplicar un tipo de “check and balances” (sistema de pesos y contrapesos) frente a los conflictos entre derechos. De manera que, el ejercicio de un derecho no amenace o comprometa directamente el irrespeto de otros derechos aún cuando estén en el mismo nivel. Por ello, la tutela que se le da a la opinión o expresión del ser humano, regulado en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, no debe implicar una supresión automática de los derechos individuales de terceros como la honra, la reputación y la dignidad también protegidos por la citada Declaración en sus artículos 12 y 22 respectivamente, prohibiendo injerencias arbitrarias en la vida privada de las personas o su familia como eventualmente podría catalogarse la producción “House of GUCCI”.

Al respecto, como se indica en la obra “La libertad de expresión en la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos”, dicha Corte ha indicado que en los casos de colisión de bienes tutelados se debe hacer un análisis desde la perspectiva del pluralismo democrático para hallar aquel equilibrio, so pena del derecho de los afectados de recurrir a los medios legales para satisfacerse. Se refiere la Corte en las siguientes palabras “Asimismo, la protección de la reputación de particulares que se encuentran inmiscuidos en actividades de interés público también se deberá realizar de conformidad con los principios del pluralismo democrático.”

Adiciona la Corte que, en esos casos de colisión, “es preciso proveer un acto de autoridad que corrija la desviación, exija la responsabilidad consiguiente e imponga las medidas que deriven de ésta”, y recuerda además la necesidad de identificar los intereses que efectivamente son merecedores de tutela, valorar su jerarquía en el orden democrático y seleccionar los medios adecuados para protegerlos.

Por ello, a la hora de producir una obra audiovisual, quienes están detrás de ella, deben contar con un equipo de abogados que se encargue de blindar los derechos de la obra, realizando las siguientes actividades:

- (i) El denominado “clearance”, entendido como el proceso de diligencia en la identificación de todas las invenciones y creaciones que se utilizarían en la producción y que son protegidas por el derecho de propiedad intelectual, con el fin de obtener las respectivas autorizaciones de sus titulares para su uso en la obra. Aquí se incluyen marcas, canciones, imágenes, entre otros.
- (ii) La clasificación de la información que es de dominio público y aquella que es controversial y requiere de consulta de su fuente directa, con el propósito de evitar vulnerar derechos fundamentales de los protagonistas.
- (iii) La recolección de las cesiones de derechos patrimoniales de todos los autores y titulares de derechos conexos como guionistas, compositores, actores, productores, entre otros a la empresa detrás de la producción, para garantizar una sana y pacífica explotación económica.
- (iv) La obtención del release de imagen de aquellas personas que salgan en la producción intencionalmente y la colocación de avisos de grabación en las zonas donde se realizará para advertir del eventual uso de sus imágenes durante las grabaciones.

¿Se le “fueron las luces” a los abogados de la producción “House of GUCCI”? Veremos cuáles son las acciones que toman los herederos Gucci y las decisiones que se tomen en los estrados judiciales de ser el caso.