

# USO DE IMAGEN EN PUBLICIDAD

---

Lic. Laura M. Garay

Las empresas utilizan diferentes estrategias y elementos distintivos para incentivar y captar la atención del público para la venta de sus productos o servicios, en la mayoría de los casos, la pieza fundamental es la imagen de una persona o talento (artista, interprete, modelo o actores).

En artículos anteriores ya hemos hablado del derecho a la propia imagen, recordando que constituye un derecho de la personalidad que se adquiere con el simple hecho de nacer y que, por medio de este, se le otorga a su titular la facultad de que autorice o prohíba la captación o difusión de su imagen, destacando su aspecto económico, que lo hace susceptible para su explotación en diversos medios de comunicación, tales como: comerciales de televisión, revistas, periódicos, espectaculares, etc.

Para que una empresa de publicidad pueda utilizar la imagen de una persona, deberá contar con el consentimiento expreso de su titular, siendo importante acreditar dicha autorización mediante la firma de un escrito, o en otros casos, grabar de viva voz del titular de la imagen dicha autorización o acreditar mediante otros elementos que la ha otorgado con hechos que no den lugar a negar la misma, por ejemplo, que la persona ha posado en la fotografía o en el video. No obstante, no debemos olvidar que el derecho de captarla no otorga el derecho de difundirla, y por ello es vital precisarlo, por lo que es recomendable suscribir un contrato en donde se establezcan los términos por los que se registrará.

En México, en la Ley Federal del Derecho de Autor, el legislador ha creado la figura del contrato publicitario con la finalidad de regular la explotación de los derechos de autor y otros derechos, entre ellos el uso de imagen, con el objeto de regular su explotación con fines de promoción o identificación en anuncios publicitarios o de propaganda.

Con relación al uso de imagen, se piensa que el modelo percibirá un pago único por el uso y explotación de su imagen, sin embargo no es así, ya que la Ley de la materia establece que el pago inicial que se realiza a los modelos o talentos es para la difusión de las campañas publicitarias por los seis meses siguientes a partir de esa primera comunicación publicitaria, pasado ese término se debe pagar por lo menos una cantidad igual al pago inicial que se realizó por cada período adicional de seis meses, no olvidando que una vez transcurridos los 3 años a partir de la primera comunicación del anuncio publicitario se debe solicitar nuevamente la autorización del uso de imagen al modelo o talento para la publicidad.

Por todo lo anterior, es relevante valorar los elementos que se implementarán en las campañas publicitarias y evitar reclamaciones por afectaciones, sumando los esfuerzos necesarios para cumplir con las disposiciones legales aplicables y no afectar el derecho que la ley otorga para decidir el uso que se le dé a la misma.

\*El artículo aquí publicado no representa, en forma alguna, ningún tipo de asesoría jurídica, por lo que se insta al lector a acudir con un profesional en la materia.