

Fashion Week, propiedad intelectual y paparazzis.

Sara López

En septiembre, las Fashion Week en ciudades como Nueva York y París atraen la atención de medios y redes sociales. Sin embargo, el uso de fotos de paparazzis por celebridades sin permiso ha generado controversias legales. Los fotógrafos, propietarios de los derechos, han demandado a figuras públicas como Gigi Hadid y Khloe Kardashian por infracción de derechos de propiedad intelectual. Aunque las leyes favorecen a los paparazzis, las celebridades buscan defender su derecho a usar sus imágenes. Este conflicto subraya la tensión entre derechos de propiedad intelectual y el control sobre la propia imagen.

Septiembre está a la vuelta de la esquina, y con él las Fashion Week de ciudades como Nueva York, Londres, Milán o París. Es un mes muy importante para los amantes de la moda, durante este tiempo modelos y diseñadores capturan la atención de los medios y las redes sociales. Sin embargo, el glamour y la atención vienen acompañados de controversias, especialmente en torno a los derechos de las fotografías tomadas por los *paparazzis*.

Con el auge de las redes sociales y la disminución de los formatos publicitarios convencionales ha habido un cambio hacia la publicidad digital. Los *influencers* de moda y las celebridades han adaptado sus estrategias para incluir el crecimiento de seguidores en plataformas como Instagram o TikTok. Esta tendencia ha incrementado las demandas por infracción de la propiedad intelectual debido al uso no autorizado de imágenes tomadas por *paparazzis*.

“Los derechos de explotación de las fotos pertenecen a los fotógrafos que las toman incluso si la imagen muestra a una celebridad famosa. Esto significa que cuando las celebridades o marcas usan estas fotos sin permiso, están cometiendo una infracción de la propiedad intelectual perteneciente al fotógrafo correspondiente.

En España, la intensidad de la protección varía si se trata de una obra fotográfica o una mera fotografía. Se trata de una cuestión, la de si se alcanza el grado suficiente de originalidad para ser protegida por derecho de autor como obra fotográfica, que puede ser objeto de controversia debido a la naturaleza de las fotografías de los *paparazzi*. Sin embargo, este debate queda fuera del ámbito de este artículo pues en España si la fotografía no se protege bajo el paraguas de derecho de autor, es igualmente protegible al amparo "de los otros derechos de pro-

propiedad intelectual" como mera fotografía, gozando de una protección menor en el tiempo (25 años tras la muerte de su autor por contraposición de los 70 años tras el fallecimiento del autor de la obra fotográfica).

La ley de propiedad intelectual protege a los paparazzis, incluso si las fotos son de celebridades.

La modelo e *influencer* Gigi Hadid es un buen ejemplo ya que se ha enfrentado a varias demandas por publicar fotos de *paparazzis* en sus redes sociales, incluso se ha pronunciado a favor de establecer una coautoría sobre la imagen tomada por el fotógrafo (*paparazzi*) y la celebridad captada en esa instantánea. La demanda más sonada fue sobre la imagen viral en la que aparece de espaldas con la chaqueta Adidas customizada que recibió millones de "me gusta" de los seguidores de Hadid. El fotógrafo, Peter Cepeda, capturó la imagen en julio de 2016 y la cedió bajo licencia al Daily Mail UK y a otras publicaciones. Cepeda interpuso una demanda por infracción de derechos de autor contra Hadid por la reproducción de la fotografía.

La también modelo Emily Ratajkowski fue acusada de compartir sin permiso una fotografía tomada por otro *paparazzi*, el fotógrafo Robert O'Neil, quien presentó una demanda contra ella, alegando que Emily publicó en su historia de Instagram una imagen que él capturó. Aunque esta historia desaparece después de 24 horas, O'Neil solicitó 150 mil dólares en compensación, argumentando que nunca autorizó el uso de la fotografía. Cabe destacar que las historias de Instagram, al ser efímeras, suelen tener menos impacto que una publicación permanente al considerar los daños potenciales.

Los fotógrafos Michael Stewart y Robert Barbera se unieron a la serie de demandas por infracción de derechos de autor. Stewart demandó a Tapestry Inc., propietaria de la reconocida marca de calzado Stuart

Weitzman, por compartir en sus redes sociales imágenes tomadas por él de Kendall Jenner y Olivia Palermo sin la debida autorización. Por su parte, Barbera presentó una demanda contra la firma I.AM.GIA por utilizar una foto de Kendall Jenner sin su permiso.

El caso de Khloe Kardashian, quien fue demandada por publicar una foto de sí misma, destaca la frustración de las celebridades ante esta situación. Kardashian expresó su desacuerdo con el hecho de que los *paparazzis* pueden "acosarla" y luego demandarla por usar las fotos que toman de ella. Esto pone de manifiesto la complejidad de los derechos de autor en el contexto de la privacidad.

A pesar de que las leyes de propiedad intelectual favorecen a los *paparazzis*, las celebridades han buscado formas de defender su derecho a usar sus imágenes. Argumentos como el uso justo, la licencia implícita y la coautoría han sido explorados en los tribunales, aunque con poco éxito. En la mayoría de los casos los conflictos se resuelven a través de acuerdos económicos en lugar de llegar a juicio.

El equilibrio entre los derechos de propiedad intelectual de los *paparazzis* y las celebridades es complicado. Mientras que los *paparazzis* dependen de las fotos para su sustento, las celebridades ven las redes sociales como una herramienta esencial para conectarse con sus seguidores y promover su imagen pública. Sin embargo, el uso no autorizado de fotografías puede impactar negativamente en ambas partes.

La ley de propiedad intelectual establece que el fotógrafo, no la persona que aparece en la foto, es el titular de los derechos sobre la imagen.

Las Fashion Week que tienen lugar durante este próximo mes de septiembre brindan una oportunidad única para observar la interacción entre celebridades, paparazzis y la ley de propiedad intelectual. Mientras las modelos y diseñadores exhiben sus creaciones en las pasarelas, las fotos capturadas se convierten en un valioso contenido para las redes sociales. Sin embargo, el uso de estas imágenes sin el permiso adecuado por parte de sus autores puede conllevar complicaciones legales.

Las Fashion Week de septiembre son una oportunidad para observar cómo las redes sociales y la ley de propiedad intelectual interactúan en el mundo de la moda.

