

PRESENTACIÓN SEMINARIO
EL PUZZLE DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Esperanza Silva
Presidenta
CHILEACTORES

Agradezco a los organizadores la posibilidad que dan a CHILEACTORES de poder dar a conocer nuestra visión sobre la situación de las actrices y actores en un ámbito que nos es cercano, pero a veces sinuoso, como algunas veces nos puede llegar a parecer la industria publicitaria.

Para quienes no nos conocen, CHILEACTORES es una Corporación sin fines de lucro, legalmente autorizada para actuar como entidad de gestión colectiva de derechos intelectuales de los artistas en audiovisuales, cuya principal preocupación, durante los últimos 9 años, ha sido resguardar el derecho de comunicación pública de nuestros asociados en televisión, gracias a un importante acuerdo suscrito en el año 1999 con los canales de televisión abierta.

Este acuerdo ha permitido el reconocimiento constante de las empresas de emisión televisiva, del derecho que tenemos los intérpretes audiovisuales, de percibir un pago por la comunicación pública de nuestro trabajo intelectual.

Sin embargo, nuestro mayor logro hasta la fecha, ha sido la promulgación en enero de la Ley N° 20.243, que ha venido a fortalecer el reconocimiento legal de nuestros derechos, y que dará continuidad a la labor realizada frente a los canales de televisión, y que nos permitirá ampliar nuestro accionar a otras formas de utilidades que se hacen con nuestro trabajo actoral.

Esta ley otorga un reconocimiento directo y concreto a los derechos morales y patrimoniales de las actrices y actores, legitimando con ello nuestra labor, colocándonos en una situación cercana al tratamiento que otras legislaciones dan a los artistas, como sucede principalmente en los países europeos, en los que desde hace muchos años existe respeto por la creación y el aporte intelectual que sus creadores y artistas hacen a sus respectivas naciones.

Sin embargo, no todo es "miel sobre hojuelas". El domingo leía en un diario, la noticia de que la Comisión Europea presentó al Parlamento una

propuesta legislativa para ampliar de 50 a 95 años la protección de los derechos de los artistas musicales, y que fue recibida con todo beneplácito por las federaciones internacionales de Actores (FIA) y de Músicos (FIM), así como por el Grupo Internacional de Artistas (GIART), con sede en Bruselas.

Pero estas mismas organizaciones, a su vez, denunciaban la no inclusión en la propuesta de los artistas en audiovisuales, lo cual demuestra, que a pesar de la simpatía que puede despertar nuestro gremio, los intérpretes audiovisuales seguimos siendo considerados "artistas de segunda clase".

Por esos pensamos que la nueva ley en Chile, lejos de resolver los problemas que nos afectan, en verdad lo que hace es plantearnos nuevos desafíos, como es el consolidar los derechos reconocidos en la práctica contractual y cubrir nuevos ámbitos en los que los artistas del sector audiovisual nos vemos menos favorecidos. Por ello, nos parece muy importante participar en este Seminario, y contarles sobre los principales aspectos que afectan a los actores que participan en publicidad.

En este contexto los actores, somos permanentes y cada vez más frecuentes rostros de campañas publicitarias de alto impacto social. Basta con revisar la prensa escrita, la televisión, la radio o Internet para darse cuenta de la participación cada vez más activa de nuestro sector en este ámbito, ya sea como personajes públicos o interpretando personajes de ficción.

Pero esta participación, se manifiesta de variadas formas, como cuando en las producciones dramáticas se recurre a la modalidad del placement. Una práctica muy extendida hoy en día, en que el personaje que representamos, destaca las bondades de ciertos productos y servicios en el contexto de una teleserie o una miniserie, manipulándolo o nombrándolo directamente –placement activo-, o cuando el actor desarrolla su interpretación en un contexto en que el producto es expuesto, sin necesidad de hacer la correspondiente mención –placement pasivo. En ambas situaciones, el personaje que estamos interpretando, con sus características propias, virtudes y defectos, es vinculado con el producto publicitado, generando una empatía con el público televidente que necesariamente lo asociará al momento de realizar la elección de compra o de servicio.

Esta forma de publicidad no tradicional ha experimentado algunas variaciones en los últimos años, a propósito del éxito de algunos

personajes, que llevado a los canales de televisión y a las productoras externas que trabajan para éstos, a incluir una cláusula desmedida que impide que el actor pueda utilizar en publicidad su propia imagen, no la del personaje de ficción que representa, durante la exhibición del audiovisual en que ha trabajado, salvo que dicha participación publicitaria sea contratada a través de la productora o canal.

En este punto es justamente donde se producen las situaciones más complejas para nuestra profesión y que tienen que ver con las condiciones en que los actores son contratados para hacer un trabajo publicitario.

La participación de los actores en spots publicitarios es una modalidad en creciente aumento. Incluso, hay actores que su campo laboral está definido en esta línea de trabajo, pudiéndoseles apreciar en diferentes campañas publicitarias a lo largo del tiempo.

Los contratos de actuación en publicidad, no siempre establecen condiciones que garanticen a los actores el respeto por sus derechos, especialmente en el ámbito de los medios de difusión, los plazos de exhibición o el ámbito territorial en que será exhibida la campaña publicitaria.

Con frecuencia se reciben en CHILEACTORES consultas de nuestros asociados sobre qué hacer cuando han firmado un contrato con una productora para realizar una **campaña televisiva** para promocionar un determinado producto y luego ven su trabajo exhibido, por ejemplo, en la página web de la empresa dueña del producto. ¿Quién se responsabiliza por el uso no autorizado? ¿El productor del spot publicitario? ¿La Agencia? ¿El cliente?

Asimismo, los plazos de autorización para el uso del spot publicitario, no siempre son respetados, extendiéndose en ocasiones por más tiempo del estipulado, causando con ello un evidente perjuicio para el actor o la actriz, que ve coartada su posibilidad de acceder a trabajar en otra campaña por cuanto su nombre y su imagen continúan vinculados al producto o servicio que está promocionando.

El uso de las nuevas tecnologías, exige también una mayor rigurosidad en la definición y el alcance de los contratos, pues el ámbito de la explotación comercial, trasciende los límites geográficos, pudiendo hacer llegar a un público cada vez más masivo la imagen de un actor asociada a un determinado producto.

Por otra parte, la gran cantidad de productoras que aparecen en el mercado y la rapidez con que también desaparecen, ponen en riesgo la fuente laboral para nosotros, ocasionando con ello que muchas veces no se nos cancelen las remuneraciones comprometidas en los contratos. Recientemente hemos sido testigos de la quiebra de la Productora Cine Cien, que dejó a muchos artistas y trabajadores sin fuente laboral y sin el pago de remuneraciones por el trabajo realizado.

¿Cómo solucionar estos inconvenientes?

Nosotros estamos convencidos que CHILEACTORES puede constituirse en una agente importante para la búsqueda de soluciones concensuadas que permitan una equilibrada relación entre los intereses de los distintos sectores que participan en el mercado publicitario.

Desde luego, nosotros podemos ser un atento vigía de los usos publicitarios, que permita un control más exhaustivo de los usos y su correspondencia con las condiciones contractuales pactadas. Desde luego, poseemos infraestructura necesaria para implementar un observatorio de los usos publicitarios, en que participan nuestros asociados, y advertir oportunamente las infracciones que pudieran constatarse.

Pero lo más importante, es que CHILEACTORES está disponible para sentarnos a conversar con los productores, agencias y avisadores, para consensuar reglas básicas de contratación en el ámbito publicitario, que aboguen por establecer en Chile una formalidad en la contratación de los artistas audiovisuales, que garantice el pleno ejercicio de sus derechos laborales, intelectuales y a su propia imagen.

Se hace necesario tener mejores contratos, que respeten en ellos los derechos de los actores y que definan claramente las condiciones en que será utilizado nuestro trabajo. Que otorguen seguridad a los artistas, productores, agencias y avisadores.

No pueden quedar al margen de la contratación de los artistas las agencias y los avisadores, pues la cadena de contratos que hoy se produce, generan una maraña de malos entendidos, en que la mayor de las veces el gran perdedor es el eslabón más débil de esta cadena, la actriz o el actor, que finalmente recurren a su institución CHILEACTORES, para tratar de revertir la situación.

En un marco de formalidad los beneficios son múltiples, pues se creará un mercado laboral más atractivo y seguro para los actores y demás

interesados, teniendo la tranquilidad de contar con la seriedad y responsabilidad de las productoras agencias y avisadores, tal como nosotros nos presentamos en cada citación a grabar.

Sabemos que los actores y los artistas somos rostros, estamos permanentemente en los hogares de los chilenos, personificando sus virtudes y defectos, sus penas y sus alegrías, reflejando lo que somos como país. Pero también somos un referente para el público consumidor al momento de elegir un determinado producto. **Ese es nuestro valor.**

Muchas gracias.