

EL DERECHO A LA IMAGEN PROPIA DE LOS DEPORTISTAS PROFESIONALES
EN COLOMBIA Y SU USO COMERCIAL

DAVID PEDRAZA PEDRAZA

CÓDIGO: 601046113

RONY ALEXANDER GARCIA PATIÑO

CÓDIGO: 601011112

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE DERECHO

BOGOTÁ D.C.

2019

EL DERECHO A LA IMAGEN PROPIA DE LOS DEPORTISTAS PROFESIONALES
EN COLOMBIA Y SU USO COMERCIAL

DAVID PEDRAZA PEDRAZA

CÓDIGO: 601046113

RONY ALEXANDER GARCIA PATIÑO

CÓDIGO: 601011112

TRABAJO DE MONOGRAFIA JURÍDICA PARA OBTENER EL TITULO DE
ABOGADOS

ASESORES: Dr. Juan Manuel Retis Amaya

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE DERECHO

BOGOTÁ D.C.

2019

NOTA DE ACEPTACIÓN: _____

Asesor Temático: Dr. Juan Manuel Retis Amaya.

Jurado 1

Jurado 2

Fecha: __ del mes de _____ del año 2019

Las opiniones expresadas en el presente documento son de responsabilidad exclusiva de los autores y no comprometen de ninguna forma a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca y/o a su Facultad de Derecho.

RESUMEN

El deporte ha sido consagrado en la Constitución Política como un derecho de todas las personas, encontrándose dentro de los denominados derechos sociales, económicos y culturales. Es una actividad que permite el crecimiento integral del ser humano y que no escapa al análisis que realiza la ciencia jurídica, ya que a la par de la dinámica social, han surgido situaciones jurídicas de diversa índole entre quienes han hecho del deporte su trabajo o profesión, y quienes se relacionan en dicho contexto.

El ordenamiento jurídico colombiano presenta una omisión legislativa en el campo del derecho deportivo, situación que no ha sido impedimento para que entre sus actores se realicen negocios jurídicos, entre ellos la explotación comercial de la imagen de los deportistas profesionales, ya que ello permite grandes oportunidades para las empresas y lógicamente, para los deportistas quienes pueden obtener mejores ingresos a partir del uso autorizado de su imagen.

El derecho a la imagen propia no se encuentra consagrado expresamente como derecho en la Carta Fundamental de Colombia, sin embargo, ha sido reconocido por alcance jurisprudencial. En otros países como España y Estados Unidos el derecho a la imagen ha sido reconocido, tanto en la Constitución Política como en leyes que regulan la materia, desde un contexto vinculado a los derechos a la honra, la dignidad personal, los derechos de autor, el régimen marcario y los datos personales.

Para hacer uso comercial de la imagen del deportista profesional, se debe contar expresamente con su autorización, la cual debe estar establecida preferiblemente a través de un contrato, que deberá limitar la aplicación temporal, el objeto y alcance para hacer uso de la imagen y todas las demás situaciones relevantes desde lo jurídico. Para ello, se usan figuras contractuales que no están expresamente consagradas por la normatividad colombiana, por lo que se denominan contratos atípicos o innominados como el contrato de cesión de derechos de imagen, el contrato de representación deportiva, el contrato de patrocinio y similares. La

imagen del deportista también puede ser explotada cuando ha sido registrada como marca comercial y a través de contratos accesorios al contrato de trabajo. Generalmente la naturaleza de estas disposiciones es comercial, no obstante, la jurisprudencia ha llamado la atención ya que en algunos casos se ha hecho un uso indebido, en menoscabo de derechos fundamentales de los deportistas. Por lo tanto, es imperativo que el derecho deportivo y los derechos de imagen tengan una regulación más específica en Colombia.

Palabras clave: deporte, derecho de imagen, deportista profesional, explotación comercial, contratos atípicos, contrato de cesión de derechos, contrato de representación, contrato de patrocinio deportivo, omisión legislativa

TABLA DE CONTENIDO

I INTRODUCCIÓN – 10

1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA - 13

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA – 13

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA - 15

1.3. JUSTIFICACIÓN - 15

1.4. OBJETIVOS - 17

1.4.1. General - 17

1.5. Específicos - 17

1.5. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS - 18

2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL - 18

2.1. CAPITULO I: NATURALEZA JURÍDICA DE LOS DERECHOS DE IMAGEN EN EL CONTEXTO DEPORTIVO COLOMBIANO - 18

2.1.1. Breve conceptualización sobre el derecho deportivo - 18

2.1.2. Definición de derecho deportivo – 22

2.1.3. Derecho deportivo en el ordenamiento jurídico colombiano - 23

2.1.4. Del Derecho a la imagen propia – 28

2.1.4.1. Conceptualización de la imagen – 29

2.1.4.2. Derecho a la imagen desde un ámbito constitucional – 32

2.1.4.3. Características del derecho a la imagen propia – 40

2.1.4.4. Explotación comercial de la imagen propia – 46

2.2. CAPITULO II: FIGURAS CONTRACTUALES PARA EL USO COMERCIAL DE LOS DERECHOS DE IMAGEN EN EL DEPORTE PROFESIONAL - 50

2.2.1. Atipicidad en contratos de derechos de imagen y su interpretación – 50

- 2.2.2. Contrato de cesión de derechos de imagen – 53**
- 2.2.3. Contrato de representación deportiva – 58**
- 2.2.4. Contrato de patrocinio deportivo – 62**
- 2.2.5. Aspectos comunes en los contratos sobre explotación de derechos de imagen de deportistas - 66**
- 2.2.6. Contratación laboral de deportistas profesionales – 69**
- 2.2.7. Desde el derecho comercial - 70**
- 2.2.8. Derecho a la imagen en Colombia: Contrato Comercial – 72**
- 2.2.9. Régimen marcario - 74**
- 2.3. CAPITULO III: PROTECCIÓN JURÍDICA DE LOS DERECHOS DE IMAGEN: DERECHO COMPARADO - 78**
- 2.3.1. Generalidades sobre el derecho al deporte en diversas Constituciones Políticas – 78**
- 2.3.2. Generalidades sobre el derecho a la propia imagen en diversas Constituciones Políticas – 81**
- 2.3.3. Derecho a la propia imagen en España - 84**
- 2.3.4. Derecho a la propia imagen en Estados Unidos - 99**
 - 2.3.4.1. Right to privacy – 99**
 - 2.3.4.2. Freedom of expression / freedom of speech - 100**
 - 2.3.4.3. Right of publicity - 101**
- 2.4. DERECHO A LA PROPIA IMAGEN DEL DEPORTISTA: ACERCAMIENTO A LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA - 107**
- 2.4.1. Derecho a la imagen en la Constitución Colombiana – 107**

2.4.2. Ley del deporte en Colombia: ausencia de legislación de derecho a la imagen y su desarrollo jurisprudencial – 112

2.4.3. Ley 23 de 1982, ley de derechos de autor – 117

2.4.4 Derechos de imagen como parte del derecho al habeas data – 123

3. MARCO METODOLÓGICO - 137

3.1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN - 137

3.2. PARADIGMA DE INVESTIGACIÓN – 137

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN - 138

3.4. ENFOQUE INVESTIGATIVO - 139

3.5. DISEÑO INVESTIGATIVO – 140

3.6. MÉTODO Y TÉCNICA DE ESTUDIO – 140

4. CONCLUSIONES – 140

5. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN Y/O IMPACTO ESPERADO - 143

5.1 Primera alternativa de solución: asesoría y contacto virtual - 143

5.1.1. Blog de socialización de información – 143

5.1.2. Página web de asesoría jurídica y académica en derecho deportivo – 145

5.1.3. Página de Facebook – 148

5.2. Segunda alternativa de solución: complementación académica a través de electiva o diplomado – 150

5.3. Tercera alternativa de solución: complementación legislativa – 152

5.4. Cuarta alternativa de solución: socialización en espacios académicos – 153

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS - 154

REFERENCIAS JURISPRUDENCIALES – 156