

INDICE

DERECHOS DE LA PERSONALIDAD Y EXPLOTACIÓN DE LA APARIENCIA HUMANA

ESTUDIO SOBRE EL NOMBRE, LA IMAGEN, LA INTIMIDAD,
LA IDENTIDAD, EL HONOR Y LA REPUTACIÓN DE LAS
PERSONAS COMO DERECHOS PERSONALES, Y COMO
DERECHOS PATRIMONIALES

PROLOGO del Dr. Gonzalo Aguirre Ramírez	5
PROLOGO DEL AUTOR	9
<hr/>	
CAPITULO I	
PERSONALIDAD Y PUBLICIDAD	15
	(34 pags.)
1 Derechos de la personalidad	15
1.1 Presentación del tema	15
1.2 "Right of privacy" versus "right of publicity" en los Estados Unidos	20
1.3 De la responsabilidad civil extra-contractual a la protección expresa. El caso español	22
1.4 Tutela jurídica de los derechos de la personalidad en América Latina	27
2 Derecho a la explotación de la apariencia humana	32
2.1 Los signos distintivos de la personalidad	32
2.2 Fundamento teórico	35
2.3 Fundamento normativo	37
2.4 Naturaleza jurídica del derecho de explotación de los distintivos de la personalidad	40
2.5 Consecuencias del reconocimiento del derecho de publicidad	47

CAPITULO II

EL NOMBRE DE LAS PERSONAS FISICAS 49

(38 ps.)

1	Derecho a ser identificado con un nombre	49
1.1	El nombre civil	49
1.2	Naturaleza jurídica del nombre civil	50
1.3	Características del nombre civil	52
2	Adquisición del nombre	53
2.1	Normas constitucionales y tratados	53
2.2	Disposiciones legales y reglamentarias	54
2.3	Caracteres del nombre en el derecho uruguayo	58
2.4	El nombre de acuerdo a la filiación	60
3	Cambio de nombre	63
3.1	Cambio de nombre por cambio de filiación	63
3.2	Cambio de nombre por rectificación de partidas de nacimiento	64
3.3	Cambio de nombre de pila o apellido	65
3.4	Cambio de nombre por cambio de sexo	71
4	Defensa del nombre	74
4.1	Acción de reclamación del nombre	74
4.2	Acción de impugnación por uso indebido del nombre	76
4.3	Acción contra el uso impropio del nombre	77
4.4	Acción declarativa de comprobación de identidad	78
5	Otros modos de designación	79
5.1	Diversas formas de usar el propio nombre	79
5.2	El nombre de pila usado aisladamente	81
5.3	El sobrenombre o apodo	81
5.4	El seudónimo	82
5.5	Protección jurídica del seudónimo	83
6	Derecho del individuo o derecho de la familia	85

CAPITULO III

EXPLOTACIÓN DEL NOMBRE DE LAS PERSONAS 87

(48 ps.)

1	Consideraciones generales	87
2	Registro del nombre como marca	88
2.1	Registro del nombre con forma especial	88
2.2	Supuesto derecho al registro del nombre como marca	93
2.3	Registro como marca del nombre ajeno	95

2.4	Uso sin registro del nombre ajeno como marca	97
2.5	Concepto de nombre para el derecho de marcas	98
2.6	Enajenación del nombre registrado como marca	103
2.7	El nombre ajeno usado como nombre de dominio	104
3	El nombre en la denominación de las sociedades comerciales	105
3.1	Régimen del Código de Comercio	105
3.2	Régimen de la ley referida a las sociedades comerciales	107
3.3	Uso del nombre del socio en la denominación social	108
3.4	Uso de nombre ajeno en la denominación social	110
4	El nombre usado como nombre comercial	112
4.1	Concepto de nombre comercial	112
4.2	El nombre de las personas como nombre comercial	114
4.3	Enajenación del nombre comercial	115
4.4	Utilización de nombre ajeno como nombre comercial	115
5	El nombre en las sociedades no comerciales	117
5.1	Características de las sociedades civiles	117
5.2	Uso de nombre del socio en la designación social	118
5.3	Uso de nombre ajeno en la designación social	122
6	El uso del nombre con fines publicitarios	123
7	El nombre de los creadores e inventores	127
7.1	Consideraciones generales	127
7.2	El nombre del autor	128
7.3	El nombre del inventor	129
8	Otros usos del nombre ajeno	130
8.1	Consideraciones generales.	130
8.2	Uso del nombre ajeno en obras literarias, musicales y similares	130
8.3	Uso del nombre ajeno en informaciones periodísticas	132
8.4	Uso del nombre en edificios para identificarlos u otorgar honores	134
8.5	El nombre utilizado como distintivo electoral	135

CAPITULO IV

EL NOMBRE DE LAS PERSONAS JURÍDICAS, DE LAS EMPRESAS COMERCIALES Y DE OTRAS ORGANIZACIONES

137

1	Planteamiento del tema	137
---	------------------------------	-----

(42 ps)

2	Las personas jurídicas	139
2.1	Concepto y clases de personas jurídicas	139
2.2	Identificación de las personas jurídicas	140
2.3	Derecho al nombre de la persona jurídica	143
2.4	El nombre de las sociedades comerciales	145
2.5	Medios de defensa de la denominación social	154
2.6	Defensa del nombre de otras personas jurídicas	157
2.7	Uso y registro del nombre de una persona jurídica como marca	158
2.8	El nombre de las personas jurídicas de derecho público y el régimen de marcas	161
2.9	El nombre de los estados extranjeros y de las entidades internacionales o intergubernamentales y el régimen de marcas	164
2.10	Otras formas de explotación del nombre de las personas jurídicas	165
3	El nombre de las empresas comerciales	166
3.1	Concepto de empresa en el derecho uruguayo	166
3.2	Diferencia entre nombre comercial, nombre civil y denominación social	167
3.3	Diferencia entre nombre comercial, enseña o rótulo y marca	168
3.4	El nombre comercial en la legislación nacional	170
3.5	Defensa del nombre comercial	172
3.6	Los nombres comerciales extranjeros	175
4	El nombre de otras organizaciones	176
4.1	Las organizaciones sin personería jurídica ni nombre comercial	176
4.2	El caso de las organizaciones de profesionales universitarios	177
4.3	Defensa del nombre de las organizaciones no comerciales sin personería jurídica	179

CAPITULO V

DERECHOS A LA IMAGEN Y SOBRE LA IMAGEN 183

(50 ps.)

1	La imagen de las personas	183
1.1	Concepto de imagen	183
1.2	El requisito de que la imagen sea reconocible	185
1.3	Representaciones protegidas por el derecho a la imagen	188
1.4	Utilización de la imagen ajena en las creaciones artísticas	192
1.5	Representaciones teatrales, cinematográficas y similares	194

1.6	Los imitadores y dobles	197
2	La imagen como derecho de la personalidad	198
2.1	Naturaleza jurídica del derecho a la imagen	198
2.2	Régimen legal uruguayo en materia de derecho a la imagen	201
2.3	Usos lícitos de la imagen ajena	204
2.4	Usos ilícitos de la imagen ajena	210
2.5	Forma y alcance del consentimiento	217
2.6	Posibilidad de transmitir el derecho a la imagen	222
3	La explotación de la imagen	224
3.1	Dificultades para el reconocimiento del derecho sobre la imagen	224
3.2	La imagen usada como marca	225
3.3	La imagen en anuncios publicitarios	229
3.4	La imagen usada en cromos y en juegos o videojuegos	231
3.5	El merchandising	233
3.6	Otras consideraciones sobre la explotación comercial de la imagen	233
4	La imagen de las personas jurídicas	235

CAPITULO VI

DERECHO A LA INTIMIDAD

(63 ps.)

1	Concepto de intimidad	237
1.1	La intimidad como sinónimo de conciencia	237
1.2	Intimidad y vida privada	238
1.3	Aspectos que integran el concepto de intimidad	240
2	Tutela jurídica de la intimidad personal	241
2.1	Naturaleza jurídica del derecho a la intimidad	241
2.2	Autonomía y diferencia con otros derechos de la personalidad	243
2.3	Disposiciones constitucionales y legales	244
3	Algunos supuestos de violación del derecho a la intimidad	250
3.1	Difusión del nombre y del retrato de las personas	250
3.2	La protección del domicilio y la intimidad en las relaciones de vecindad	251
3.3	Violación de la correspondencia y difusión de papeles privados	253
3.4	Intromisión en las comunicaciones privadas y grabación de las mismas	254
3.5	Seguimiento, espionaje y hostigamiento	258
3.6	Violación de secretos	260

3.7	Difusión de afirmaciones falsas	262
3.8	Intimidad y derecho de creación	263
3.9	La intimidad en las relaciones familiares y con respecto a los menores	266
3.10	La intimidad en las relaciones laborales	269
3.11	La intimidad vinculada a la salud humana	271
3.12	La intimidad en los procesos judiciales y ante conductas antijurídicas	273
3.13	La reserva sobre el estado patrimonial y la protección del crédito	276
3.14	El derecho a la intimidad y la tarea informativa de prensa	281
3.15	Violaciones vinculadas a la actividad informática	286
4	Titulares del derecho a la intimidad	289
4.1	Las personas físicas como titulares del derecho a la intimidad	289
4.2	La identidad de las personas notorias o famosas y de los gobernantes	290
4.3	La intimidad de las personas fallecidas	294
4.4	La familia como sujeto activo del derecho a la privacidad	295
4.5	La intimidad de las personas jurídicas	296
5	Explotación económica de la intimidad	297
5.1	Planteamiento del tema	297
5.2	Renuncia a la intimidad a cambio de una retribución	299
5.3	La disposición de los datos personales	300

CAPITULO VII

DERECHO A LA IDENTIDAD 303

	(34 ps)	
1	El derecho a la identidad personal	303
1.1	Concepto de identidad	303
1.2	Naturaleza jurídica del derecho a la identidad	304
1.3	Autonomía y diferencia con otros derechos de la personalidad humana	306
2	Reconocimiento jurisprudencial y legal del derecho a la intimidad	307
2.1	Antecedentes jurisprudenciales extranjeros	307
2.2	El derecho a la identidad en el derecho comparado	310
2.3	El derecho a la intimidad en la jurisprudencia y doctrina nacionales	313
3	Manifestaciones del derecho a la identidad	314
3.1	Derecho a la identidad y filiación	314

3.2	Identidad familiar	320
3.3	Identidad sexual	324
3.4	Identidad social, profesional, política, filosófica y religiosa	328
4	Derecho a la identidad y libertad de información	331
5	Identidad de las personas jurídicas y los entes colectivos	333
5.1	Identidad de las personas jurídicas	333
5.2	Identidad colectiva	334
6	Explotación económica de la identidad ajena	337

CAPITULO VIII

DERECHO AL HONOR Y A LA REPUTACION..... 341

(56 ps.)

1	Concepto de honor	341
1.1	Honor subjetivo y honor objetivo	341
1.2	El honor y la reputación como derechos diferentes	344
1.3	El derecho al honor en la legislación nacional	346
1.4	Naturaleza jurídica y autonomía del derecho al honor	349
2	Tutela penal del honor	351
2.1	Caracteres generales de los delitos contra el honor	351
2.2	El delito de difamación	354
2.3	El delito de injuria	356
2.4	La excepción de verdad	358
2.5	Tutela penal del honor y derecho a la información	360
2.6	El derecho de réplica o respuesta	362
3	Tutela civil del honor	366
3.1	Diferencias entre la tutela penal y civil del honor	366
3.2	Las causas de justificación en sede civil	368
3.3	Responsabilidad civil por lesiones al honor y libertad de información	371
3.4	Los requisitos de la responsabilidad civil en las lesiones al honor	374
4	Titularidad del derecho al honor	380
4.1	Toda persona física tiene derecho al honor	380
4.2	El honor de acuerdo a la posición de la persona	381
4.3	Honor y reputación de las personas fallecidas	383
4.4	Honor y reputación de las personas jurídicas	384
5	Explotación económica de la reputación	389
5.1	Por un nuevo concepto de reputación	389
5.2	El contenido económico de la reputación	391

CAPITULO IX
PREVENCIÓN Y RESARCIMIENTO DE DAÑOS 393

1	Planteamiento del tema	393
1.1	Conductas lícitas y conductas ilícitas	393
1.2	Diferencias entre utilización y explotación.....	396
2	Acciones para hacer cesar la violación de derechos.....	397
2.1	La acción de cese de uso	397
2.2	Aplicabilidad directa o analógica de la Ley de Derechos de Autor	401
2.3	Medidas cautelares y acción de amparo	402
3	Acciones para reparar los daños	405
3.1	La acción de daños y perjuicios	405
3.2	La reparación del daño no patrimonial	408
3.3	La reparación del daño material	414
3.4	La indemnización del daño a la reputación ajena.....	422
4	Los daños punitivos	426
4.1	Presentación del tema	426
4.2	La reparación en especie.....	427
4.3	Sanciones civiles preventivas.....	429
5	Legitimación activa y pasiva	431
5.1	Legitimados para reclamar	431
5.2	Quienes deben responder	433
	NOTAS	435
	INDICE	461