

# Mickey Mouse, el arte de mantenerse fuera del dominio público

LUIS HERNÁNDEZ OLIVERA

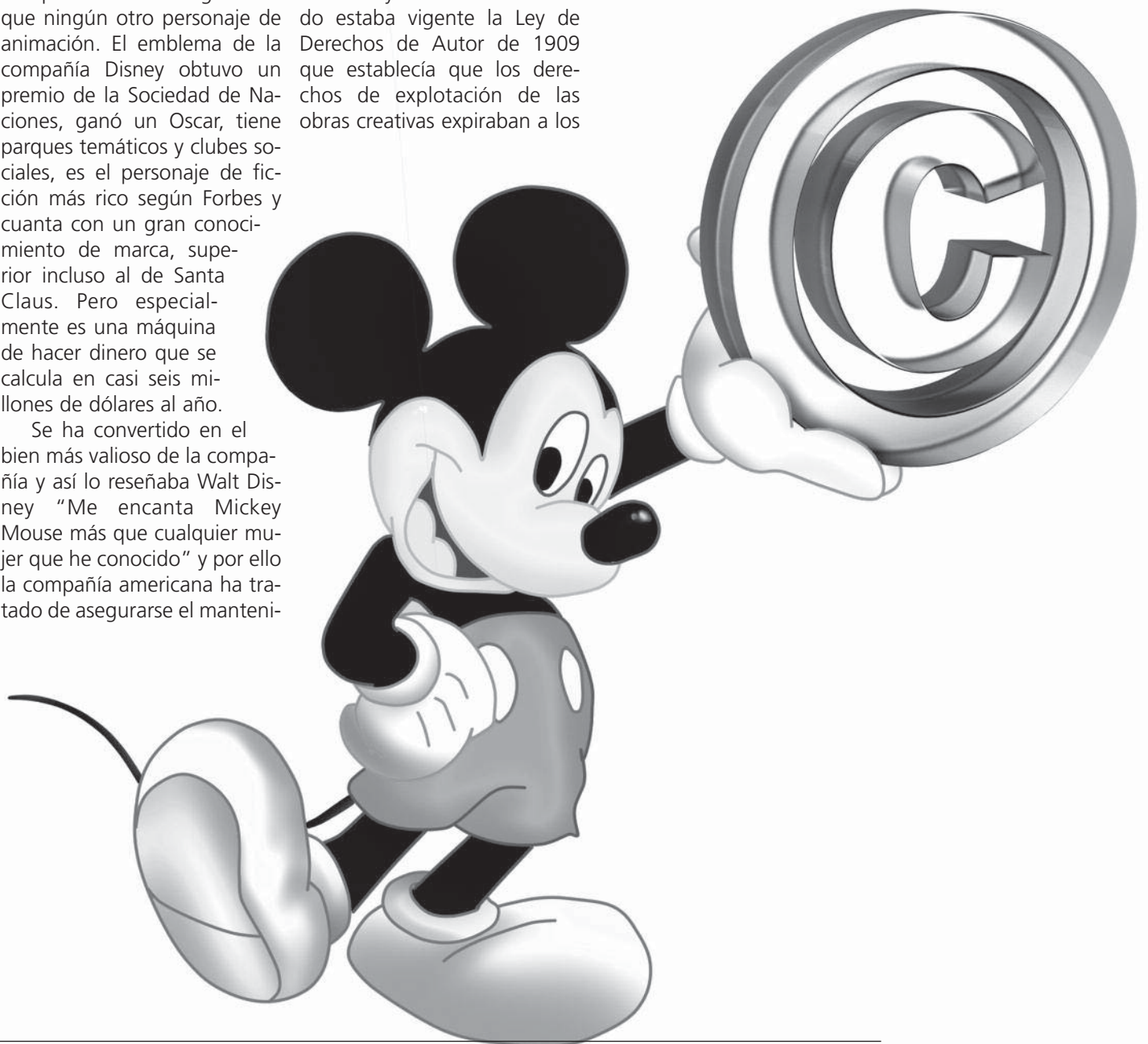
El ratón Mickey que se identifica por sus orejas redondas, pantalones rojos y unos grandes zapatos amarillos es célebre por haber conseguido lo que ningún otro personaje de animación. El emblema de la compañía Disney obtuvo un premio de la Sociedad de Naciones, ganó un Oscar, tiene parques temáticos y clubes sociales, es el personaje de ficción más rico según Forbes y cuanta con un gran conocimiento de marca, superior incluso al de Santa Claus. Pero especialmente es una máquina de hacer dinero que se calcula en casi seis millones de dólares al año.

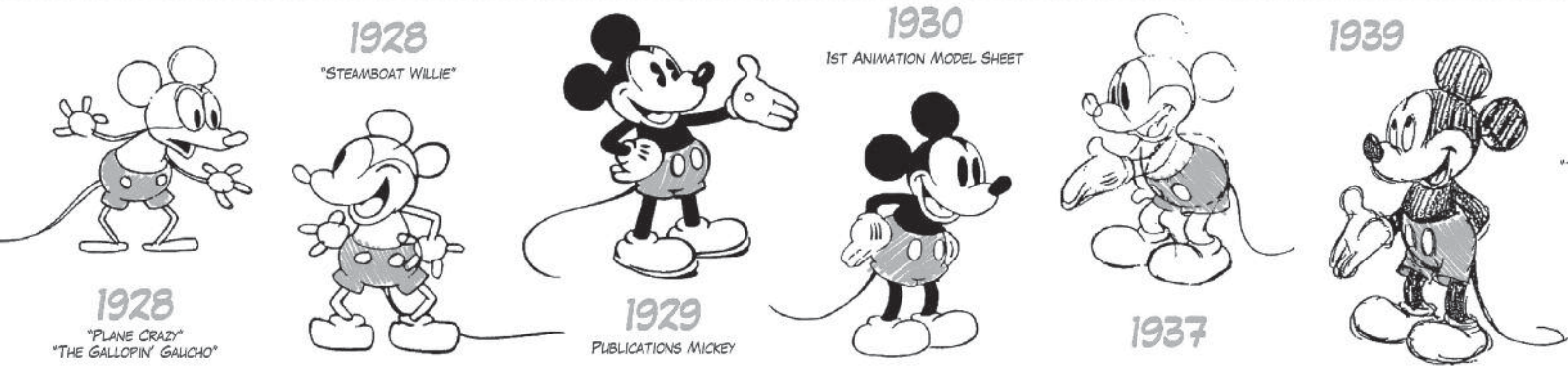
Se ha convertido en el bien más valioso de la compañía y así lo reseñaba Walt Disney "Me encanta Mickey Mouse más que cualquier mujer que he conocido" y por ello la compañía americana ha tratado de asegurarse el manteni-

miento de los derechos patrimoniales de la propiedad intelectual del ratón, como ha difundido Priceonomics.

Mickey Mouse nació cuando estaba vigente la Ley de Derechos de Autor de 1909 que establecía que los derechos de explotación de las obras creativas expiraban a los

56 años. Esto suponía que los derechos de Disney finalizarían en 1984. Cuando la fecha de





que el ratón pasase a dominio público se aproximaba el nerviosismo cundió en la compañía pues ello suponía la pérdida de unos cuantiosos ingresos financieros. Disney decidió ponerse manos a la obra para salvar su tesoro y comenzó a presionar al Congreso en pos de una nueva legislación de derechos de autor, argumentado la necesidad de armonizar la regulación con las normas europeas. En 1976, 8 años antes de la expiración de los derechos, se aprueba una nueva ley que amplió los dere-

chos de autor hasta los 75 años. La norma disponía que todas las obras publicadas antes de 1922 pasaban al dominio público mientras que las publicadas después de ese año (la primera aparición de Mickey tuvo lugar el 15 de mayo de 1928 en el cortometraje mudo *Plane Crazy*) tendrían el derecho a la totalidad de los 75 años de protección. La Ley suponía la ampliación de los derechos de explotación hasta 2003.

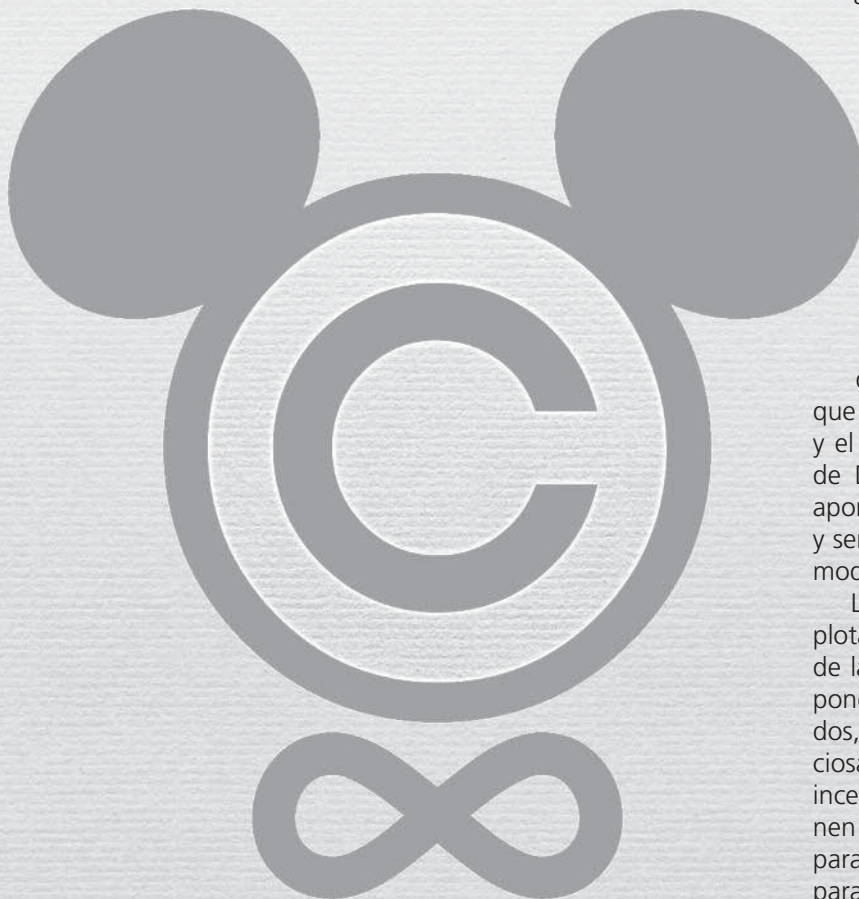
A finales del pasado siglo, ante la inminente expiración

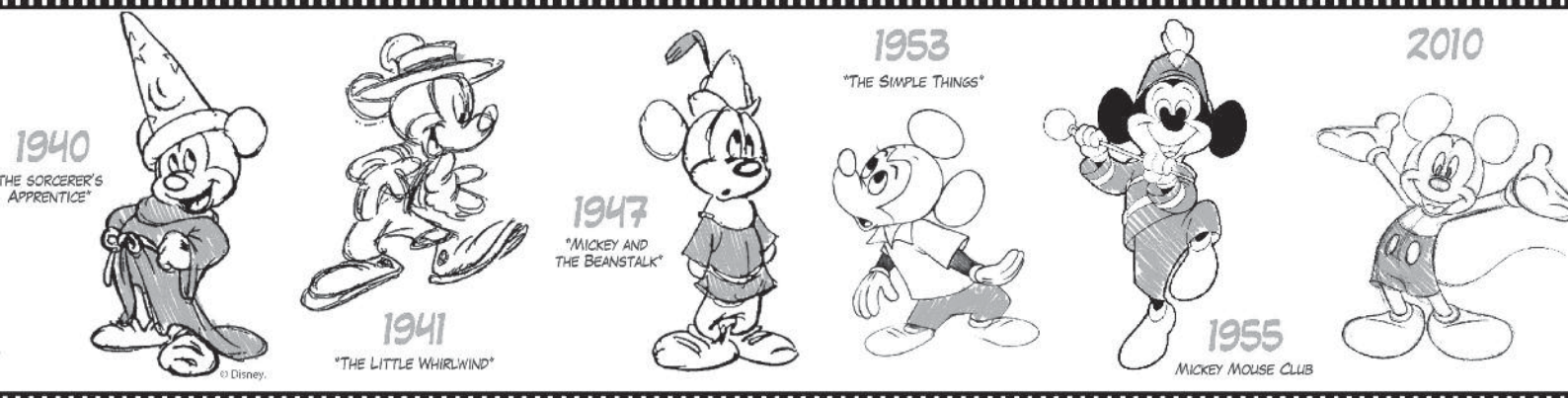
de los derechos de autor, la inquietud vuelve a la sede de la Walt Disney Company. A la pérdida de Mickey se sumarían en pocos años las de Pluto, Goofy y Donald. La medida a seguir fue la misma: recurrir a campañas lobbistas para presionar al Congreso con el fin de modificar la ley de propiedad intelectual. Y el resultado también volvió a ser exitoso. En 1997 el Congreso aprobó la Ley de Extensión del Plazo del Copyright, que nuevamente ampliaba los derechos de autor corporativos otros veinte años, desde los 75 a los 95.

Solo el senador Hank Brown se opuso a la ley criticando que nadie defendiese el interés público. De esta manera los derechos sobre Mickey se ampliaban nuevamente hasta el 2023.

Es muy probable que a medida que se acerca ese año el CEO de Disney y el Comité de Acción Política de Disney realicen cuantiosas aportaciones a los congresistas y senadores que promuevan la modificación legislativa.

Las ampliaciones de la explotación de la obra, además de la evidente ventaja que supone para los intereses privados, se ofrecen como beneficiosas para la sociedad pues incentivan la creación y suponen una fuente de ingresos para los autores pero también para el país.





La actuación de Disney no ha estado dirigida solo a la defensa de sus intereses económicos también se ha centrado en impedir la transformación de la obra. En 1970 Dan O'Neil, un dibujante underground, y otros artistas agrupados en el colectivo Piratas de aire publicaron una serie de dibujos en los que se parodiaba a Mickey. Aunque alegaban que se trataba de un caso de libertad de expresión no impidió que Disney les demandase por violación de derechos de autor, y obtuviese una compensación de casi 200.000 dólares. Años más tarde O'Neill vuelve a la carga con el "Frente de Liberación del ratón" pero la amenaza de una nueva demanda le hizo abandonar. La jugada se la devolvió cuando demandó a Disney por copiarle en la película ¿Quién engañó a Roger Rabbit? a su conejo traficante de drogas, aunque la demanda fue posteriormente retirada.

Así pues las sucesivas ampliaciones de los derechos de autor han limitado o anulado la realización de trabajos derivados. Además mientras Disney continúa su lucha por la extensión de los derechos de autor, muchas de sus películas, incluidas las más taquilleras como El Rey León, Frozen, Aladino y Alicia se basan en las obras de dominio público. Es decir se aprovecha de un sistema que combate cuando se trata de sus creaciones.

Por si la expiración se produce en 2023 Disney tiene ya

registradas 19 marcas comerciales con las palabras "Mickey Mouse" que lo protejan del uso público. En un momento como el actual con una importante obra creativa de dominio

público la cuestión de los derechos de autor de Mickey es especialmente pertinente para inclinar la balanza para el dominio público o los intereses privados. ■

