

**ARTE Y DERECHO: EL ANONIMATO DEL ARTE CALLEJERO EN CUESTIÓN**

*El rechazo de algunos artistas callejeros a revelar su identidad afecta su posibilidad de oponerse a la reproducción indiscriminada de sus obras*



Esta historia (que está ocurriendo en Europa) bien podría tener lugar en la Argentina, porque los principios legales que se aplican son prácticamente idénticos. Sólo cambia la realidad social.

Los protagonistas son apenas cuatro personajes. Uno es Banksy. Todo el mundo sabe quién es.

En realidad, esa frase es un oxímoron: mientras las obras de arte callejero atribuidas a Banksy son conocidas a lo largo y lo ancho del mundo y gozan de enorme popularidad, nadie conoce la verdadera identidad del artista.

El segundo personaje es una empresa inglesa, Full Colour Black Ltd, que se define a sí misma como “especializada en la comercia-

lización y otorgamiento de licencias de obras de arte callejero mundialmente conocidas”. Y agrega: “Somos también una empresa que publica tarjetas de salutación y las distribuye en todo el mundo”.

Debe ser un negocio exitoso, puesto que Full Colour Black se atribuye haber ganado varios premios internacionales en su actividad. Sus tarjetas, muy bien diseñadas e impresas, se usan para Navidad, casamientos, cumpleaños y otras ocasiones. En una época de mensajes electrónicos, llama la atención la existencia de un negocio semejante.

El tercer personaje de esta historia es la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (European Union Intellectual Property Office o “EUIPO”). Allí se registran todas las marcas de comercio y derechos intelectuales que han de usarse o tienen efectos en Europa.

Pues bien: la EUIPO, a pedido de Full Colour Black, acaba de invalidar dos marcas registradas a nombre de Pest Control Ltd., (el cuarto personaje, algo así como “Control de Plagas”), una sociedad aparentemente de propiedad de Banksy y dedicada a emitir certificados de autenticidad sobre sus obras.

Las marcas intentaban proteger dos de las más icónicas imágenes del artista: “La niña con paraguas” y “La rata con radar”<sup>1</sup>.

Según parece, hay por lo menos seis otras marcas a nombre de Pest Control cuyo registro puede ser declarado nulo en los próximos meses.

---

<sup>1</sup> Bird, Steve “Banksy stripped of two more trademarks as he loses grip of portfolio”, *The Telegraph*, 20 junio 2021 y “Exclusive: Banksy will have to reveal identity to control copyright, judge says”, *The Telegraph*, 22 junio 2021. Ver <https://www.telegraph.co.uk/news/2021/06/22/exclusive-banksy-suffers-sixth-legal-blow-rights-work/>

¿Por qué fueron invalidadas las marcas? Porque Banksy (o, mejor dicho, Pest Control) no pensaba usarlas como tales, *sino obtener su registro en reemplazo de los derechos intelectuales a los que Banksy, en función de su anonimato, no puede acceder.*

No es la primera vez que esto sucede (ni la primera vez que tocamos este tema)<sup>2</sup>.

EUIPO ya había cancelado dos otras marcas registradas a nombre de Pest Control: una imagen con tres monos portando carteles con un texto que decía “Ríe ahora pero algún día nosotros tomaremos el control” y otra representando una niña abrazada a un misil (aparecida en una pared del este de Londres en 2003).

Como consecuencia de la cancelación, ni Banksy ni Pest Control pueden alegar ahora derecho alguno sobre las imágenes.

Pero... si Banksy es el artista autor de esas imágenes, ¿por qué no puede reclamar *derechos intelectuales* —no ya marcarios— sobre su obra, como cualquier otro artista?

Por la sencilla razón de que para asegurar la protección de las leyes de propiedad intelectual, *no se puede permanecer anónimo*. En otras palabras, el registro de la propiedad intelectual exige conocer el nombre del propietario.

Según Full Colour Black (y EUIPO compartió ese razonamiento), las obras de Banksy no eran sino “pinturas hechas en aerosol en lugares públicos, que pueden ser fotografiadas libremente por el público y ampliamente reproducidas. [...] Banksy mismo ha

---

<sup>2</sup> Véase “Copyright is for losers”, *Dos Minutos de Doctrina* XVI:793, 9 abril 2019. “Banksy y el perpetuo combate”, *Dos Minutos de Doctrina*, XVIII:905, 27 octubre 2020

permitido la libre divulgación de sus obras; incluso ha suministrado versiones de ellas en alta resolución en su página web y ha invitado al público a usarlas libremente”.

Un factor que EUIPO tuvo en cuenta en su decisión fue el hecho de que la verdadera identidad de Banksy es desconocida: “notamos que, como el artista ha decidido permanecer anónimo y no puede ser identificado, esto le impide proteger sus obras de arte bajo las leyes de propiedad intelectual sin tener que identificarse. Hacerlo le quitaría ese velo de misterio sobre su persona que impulsa su éxito y su fama”.

El fallo de EUIPO resaltó que el propio Banksy había declarado que “el público está legal y moralmente en libertad de reproducir, modificar y usar de cualquier modo posible las obras sujetas a derechos intelectuales que les son *impuestas* por terceros”. Como se ve, el hombre es algo reacio a usar herramientas “capitalistas”.

Hay otro argumento subyacente, que si bien es legalmente débil no deja de tener importancia: el propio Banksy declaró públicamente (en *Wall and Piece*, un libro cuyo título remeda a *War and Peace –La guerra y la paz–*, la novela de Tolstoi) que “los derechos intelectuales son para los perdedores” (“copyright is for losers”).

En el debate posterior, Pest Control hizo saber a través de las redes que “decir que Banksy escribió ‘copyright is for losers’ no da derecho a hacerse pasar por el artista”.

Pero... ¿qué argumento se usó para anular las marcas que Pest Control había registrado a su nombre?

Pues, la mala fe. Banksy, al registrar esos diseños como marcas (a nombre de una com-

pañía que supuestamente le pertenece), sabía que nunca serían usados para identificar bienes o servicios. Es decir, *nunca serían usados como marcas*.

La decisión de la EUIPO dejó en claro que parece existir cierta conexión entre Banksy y Pest Control (el titular efectivo de las marcas ahora canceladas) pero “la evidencia no es concluyente puesto que la identidad de Banksy no puede ser jurídicamente establecida”.

EUIPO concluyó que no existía prueba alguna de que Banksy “estuviera efectivamente produciendo, vendiendo o suministrando bienes o servicios” cuando, en 2018, solicitó el registro de sus dibujos como marcas. En su opinión, sólo pretendía hacer negocios con sus creaciones artísticas, *pero no identificar bienes o servicios*, que es el objetivo de las marcas registradas.

En 2019, durante su disputa con Full Colour Black, Pest Control abrió un negocio *on line*, al que puso como nombre Gross Domestic Product (“Producto Bruto Interno”). Banksy declaró en ese momento que el texto de la ley de marcas había pasado a ser su musa inspiradora. Pero la estrategia no funcionó: “Queda claro que cuando el propietario solicitó el registro de las marcas, no intentaba usarlas. Su uso recién comenzó una vez que se había iniciado el pleito”.

Full Colour Black se mofó del artista diciendo que “éste se creía muy inteligente por intentar burlar la ley de marcas”.

Terminado el conflicto con la decisión de EUIPO, los abogados de Full Colour Black aclararon que siempre tuvieron en claro que el registro de las marcas hecho por Pest Control y la creación de Gross Domestic Product se hicieron al único efecto de evitar un pleito bajo las leyes de propiedad intelectual, *que no protegen al autor anónimo*.

Podría haber otras razones: el registro de una marca se hace por un tiempo inicial limitado (en la Argentina, diez años), pero renovable ilimitadamente. Los derechos intelectuales, en cambio, protegen la obra del artista durante la vida de éste y por setenta años luego de su muerte.

Además, la obtención de marcas registradas en la Unión Europea seguramente fue citada por Pest Control como precedente para obtener similares beneficios en el resto del mundo. Al caer el registro europeo, seguramente se producirá un efecto dominó en otros países.

Quizás lo único que podría diferenciar lo ocurrido en Europa con la situación argentina

sea que difícilmente nuestros artistas callejeros deseen permanecer anónimos. La existencia de un poderoso mercado de arte en el Viejo Continente permite a los compradores prescindir del conocimiento de la identidad precisa del artista y a los artistas mantener su identidad sin que ello los afecte. Las sanciones por posible vandalismo son también mucho más duras que en la Argentina...

El Filosofito (que nos lee en borrador) agrega: "Hay otra diferencia: en los países anglosajones la gente continúa enviándose tarjetas de salutación. En la Argentina es una costumbre casi extinguida".

\* \* \*

Esta nota ha sido preparada por Juan Javier Negri. Para más información sobre este tema pueden comunicarse con el teléfono (54-11) 5556-8000 o por correo electrónico a [np@negri.com.ar](mailto:np@negri.com.ar).

**Este artículo es un servicio de Negri & Pueyrredon Abogados a sus clientes y amigos.  
No tiene por objeto prestar asesoramiento legal sobre tema alguno.**