

Me gustas tú

En el año 2007, la empresa editora del diario gratuito *ADN* contrató a una agencia de comunicación para la realización de una campaña publicitaria, que se materializó en diversos spots que, bajo el eslogan “me gusta mi ADN, me gustas tú”, contenían una canción del mismo título interpretada, frase a frase, por gente totalmente anónima.

El conocido cantante Manu Chao, que había popularizado la canción “Me gustas tú”, y la empresa titular de los derechos editoriales de dicha canción, interpusieron una demanda al considerar que aquella canción del spot era un plagio de la del cantautor franco-español.

Fue un asunto realmente complicado. Hasta tres periciales distintas encargamos para defender la inexistencia de plagio: dos de sonido y una literaria. El resultado en primera instancia no fue satisfactorio para los intereses de nuestro cliente, pero tras el recurso de apelación, la sección 15ª de la Audiencia Provincial de Barcelona dictó sentencia de fecha 21 de junio de 2011, por la que consideraba que no podía afirmarse que existiera evocación o recuerdo –como sinónimo de infracción, según había declarado el Juzgado Mercantil– entre las dos composiciones, más allá de la coincidencia de la expresión “me gustas tú”, comúnmente utilizada en obras de música ligera (se aportó abundante prueba al respecto) y en nuestra realidad social.

Se trata de uno de los casos más complejos –y sin duda, más duros– de los que hemos llevado en estos años, pero nos sentimos orgullosos del trabajo realizado y, por supuesto, del resultado obtenido.



Logotipo del diario gratuito *ADN*.


Expansión.com CATALUÑA

Portada » Cataluña

Manu Chao pierde el pulso con ‘ADN’ por un anuncio

05.07.2011 | BARCELONA | Artur Zanón | e

El cantautor francés Manu Chao ha perdido su segundo envite con ADN a cuenta del posible uso de la canción *Me gustas tú* en la campaña del diario *Me gusta mi ADN*.



En un principio, una sentencia entendió que en la campaña se “infringieron los derechos patrimoniales” y se “utilizó ilegítimamente” la canción. Ahora, la Audiencia de Barcelona cree que la obra original y la del anuncio “no son idénticas” y que no está probada la copia. También se retiran las dos multas de 90.000 euros a Editorial Página Cero (editora de ADN) y a la agencia The Love Comes (TLC) a favor de Radio Bemba, la licenciataria de los derechos de explotación de *Me gustas tú*.

Los anuncios publicitarios (hay más de uno), visibles en Internet con una simple búsqueda, duran 20 segundos. En ellos se ven varias personas que cantan a capella y con acompañamiento musical una canción inspirada en la letra y en la música del cantante Manuel Thomas Arthur Chao.

Primera sentencia

La Audiencia Provincial, en su fallo con fecha de 22 de junio de 2011, revoca la sentencia anterior, de 22 de octubre de 2009, contra Editorial Página Cero y TLC. En aquella ocasión, según los jueces, se consideró probado que la campaña modificó y reprodujo “la obra musical” sin el consentimiento de Manu Chao y exigió a los demandados detener y retirar la campaña en televisión e Internet y “destruir” todos los soportes en los que quedara constancia de la campaña.

Esta última medida, en la era del formato digital, en la que se copia a gran velocidad, recuerda, por anacrónica, la incautación que ordenó en 2007 la Audiencia Nacional del molde de una revista de El Jueves en cuya portada aparecían los Príncipes de Asturias.

Manu Chao argumentaba que, según la “percepción del oyente medio”, se podría concluir que el anuncio está inspirado en la canción. En concreto, cree que se vulneró el derecho exclusivo a la reproducción de la obra, cuyo contenido se publicó y se modificó hasta quedar “desvirtuado y trivializado”, recoge la sentencia.

Sin embargo, los tres ponentes de la sentencia desestiman la demanda por “la ausencia de prueba” de la acusación. La sentencia recuerda que Manu Chao se negó a que la canción se adaptara a la campaña tras un cruce de comunicaciones entre su representante y TLC. En un correo, la agencia llegó a plantear: “Hemos preparado una campaña centrada en la canción *Me gustas tú*. La letra original la cambiaremos pero sin alejarnos del espíritu”.

Tono, compás y letra

Los jueces han analizado incluso “el compás, la tonalidad y la modalidad, el carácter, el tiempo, el ritmo, la métrica, la timbrica, la armonía y la letra” para concluir que la “ semejanza musical radicaría en un breve fragmento que es una expresión comúnmente utilizada en obras de música ligera”.

Uno de los informes, para justificar que son dos canciones diferentes, contraponen el estilo (reggae frente a rock and roll), el carácter (relajado de 85 pulsaciones por minuto frente a vigoroso a 100 pulsaciones por minuto) y armonía, tonalidad y modalidad (Re mayor frente a Si menor), entre otros. Los tres magistrados critican el “error” de confundir la letra y la música que se utilizó en el anuncio con la obra que Marc Parrot registró en la SGAE, diferentes. Así, como el anuncio de ADN no era una “copia sustancial” de la obra de Manu Chao, “no podrá haber infracción del derecho de reproducción, comunicación pública y derecho moral a la integridad”, dicen los jueces.