



ARTICULO 10: SELLOS DISCOGRÁFICOS

INTRODUCCIÓN

En el anterior artículo realizamos una exposición sobre las discográficas donde tratábamos de explicar tanto su funcionamiento interno como algunas de las figuras más significativas que las integraban. Pero la compañía discográfica es, ojos del consumidor, la empresa que esta detrás de los bastidores realizando una labor de edición y promoción tanto de música como de los sellos. De este modo, identificaremos a la discográfica no únicamente con sus productos; En especial en el caso de la música "Dance" la identificaremos a través del sello bajo el que se edita cada disco: el sello discográfico.

¿QUE SIGNIFICA SELLO DISCOGRÁFICO?

Literalmente, el sello discográfico puede ser considerado como la marca o signo distintivo bajo el cual se editan los/determinados discos de una compañía. Por tanto un sello discográfico es, en si mismo, una marca; Se trata, pues, de un elemento distintivo que ayuda al consumidor a diferenciar dentro de la amplia oferta discográfica un determinado tipo de música. En consecuencia, es lo que servirá para identificar el producto que adquiere.

SE TRATA DE UN ELEMENTO DISTINTIVO QUE AYUDA AL CONSUMIDOR A DIFERENCIAR DENTRO DE LA AMPLIA OFERTA DISCOGRÁFICA UN DETERMINADO TIPO DE MÚSICA A IDENTIFICAR. EN CONSECUENCIA ES LO QUE SERVIRÁ PARA IDENTIFICAR EL PRODUCTO QUE ADQUIERE.

Por ello, hablar de sello discográfico es hablar de la imagen de los diferentes productos de cada una de las discográficas frente al consumidor y la "etiqueta" identificativa del producto y de su estilo. La propia filosofía de la compañía y su manera de trabajar tendrá su pleno reflejo en el sello en si. Es su espejo frente al consumidor. Como en todo en nuestro sector la evolución ha sido importante, pero en materia de sellos discográficos podemos hablar de revolución. Si bien es cierto que no es nuevo el hecho que una misma discográfica posea diferentes sellos (fenómeno que se produce desde hace varias décadas y en especial en el sector musical "Dance"), hay dos elementos que permiten hablar de una autentica revolución.

Por una parte, la siempre interesante diversidad de gustos musicales provocada por las demanda de un consumidor cada vez más exigente y especializado y la consecuente aparición de tantísimos estilos y subestilos en el ámbito de la música electrónica (no confundir con saturación de producto, gran problema del sector). Ello ha supuesto la necesidad de diversificar el producto y posteriormente publicarlo a través de multitud de sellos. Por la otra, y mucho más interesante, la multitud de avances tecnológicos han permitido simplificar las labores de realización musical y producción lo que ha supuesto una mayor concentración de funciones en una sola persona y la posibilidad real que en esa misma persona o sociedad se reúna la figura de productor, discográfico y dirección del propio sello, lo que ha dado lugar a un panorama en el que no tan solo tenemos los sellos que ostentan las discográficas, sino que un DJ o productor, sin una plena estructura de discográfica detrás, tiene su propio sello bajo el que edita sus producciones o las de terceros. Ello hace posible la formula: UN DJ + UN ESTILO = UN SELLO.

FUNCION DE LOS SELLOS DISCOGRÁFICOS. ALCANCE.

Ahora tratemos determinar cual es la función de un sello discográfico para una compañía discográfica. Siguiendo este criterio, vemos que la principal función del sello es frente al consumidor con la finalidad que este identifique un determinado un sello con un determinado estilo musical. En caso contrario, si bajo un mismo sello editáramos todo tipo de producciones al margen de su estilo el consumidor quedaría en una situación de confusión dado que no sabe que es lo que puede encontrar por lo que lo fácil es que sintiera desidia o apatía a la hora de escuchar todo lo editado bajo ese mismo sello. De este modo, para la discográfica, el sello supone poder dedicarse plenamente a varios estilos sin necesidad de que la falta de éxito de uno u otro afecten al resto o a su imagen toda vez que entre ellos no existe vinculación. En consecuencia, la constante aparición y desaparición de estilos en el ámbito "Dance" no implica necesariamente la desaparición de una discográfica quien se adaptará con nuevos sellos y dejando caer

en desuso otros. Por tanto, la extensión y dimensión del mismo es totalmente ilimitada llegando a convertirse en muchos casos en auténticos elementos de culto por encima de los artistas cuyas producciones se contienen quizás como imagen asociada a continuidad de éxito o garantía del mismo.

En el momento en que un sello discográfico logra hacerse un hueco entre los consumidores su imagen no viene ligada exclusivamente a los discos sino que puede y debe constituirse en marca para otro tipo de productos, aquello que conocemos "merchandising". En ese momento podemos hablar de un sello que, como marca e imagen de la compañía, goza de notoriedad.

AMBITO DE PROTECCIÓN.

Dejando ya al margen lo que motiva empresarialmente el lanzamiento de un sello discográfico, decir que el mismo es una creación y es objeto de protección legal. Las discográficas con los sellos pretenden identificar y para ello precisan algo original. Por ello un sello es una creación, y como toda creación tiene que ser protegida.

Observando diferentes sellos veremos que puede estar constituidos simplemente por una palabra o varias incluir o no un determinado tipo de letra asociado a un determinado color o conjunto de colores y acompañado también de imágenes, dibujos, etc. Asimismo, la parte grafica de las portadas puede ser parte del sello; Siendo las portadas del mismo color que el sello o asociando una serie de colores a las mismas. Curiosamente el sello es una creación de tipo intelectual y sus elementos tienen cabida en la Ley de Propiedad Intelectual (recordemos que el artículo 10 de la LPI recoge en su apartado e. como obras los dibujos). No obstante por su carácter distintivo es registrado como marca.

A modo muy genérico (dado que las marcas es un tema en el que nos referiremos en artículo aparte) reseñar unas pautas sobre el registro de marca. Estaremos muchas veces ante una marca mixta por cuanto incluye palabras e imágenes. Asimismo, lo habitual es que dicho sello sea registrado en la clase 9 del Nomenclator Internacional de marcas, aquella referida a los discos acústicos. No obstante dicha categoría no tiene porque ser la única en la que se registre. Hemos dicho anteriormente que una mayor notoriedad del sello conlleva una expansión en el uso de este, identificando con el mismo otros tipos de productos (lo que conocemos habitualmente como merchandising) pudiendo y debiendo registrarse como marca también en esas otras categorías que incluyan los productos para los cuales pensamos hacer uso del sello como marca.

El sello discográfico ha alcanzado en algunos casos niveles de notoriedad inhabitual permitiendo que por si mismo el propio sello sea suficiente para dar título al disco o una colección de discos. En este caso la protección que tendríamos sería doble, no tan solo por la marca que hemos registrada para poder protegerla como sello discográfico, sino que el mero hecho de constituir el título de un disco, se le otorga carácter de creación mereciendo, desde ese momento, una protección en su calidad de título. Estaríamos ante una obra de colección identificada por un título. En este sentido el artículo 10.2 del Texto Refundido 1/96 de la Ley de Propiedad Intelectual nos dice: "El título de una obra, cuando sea original, quedará protegido como parte de ella"

EL SELLO DISCOGRÁFICO HA ALCANZADO EN ALGUNOS CASOS NIVELES DE NOTORIEDAD INHABITUAL PERMITIENDO QUE POR SI MISMO EL SELLO SEA SUFICIENTE PARA DAR TITULO AL DISCO O UNA COLECCIÓN DE DISCOS.

En conclusión, la multitud de sellos existente es siempre clara muestra de diversidad musical por lo que su presencia en el sector es un elemento importante. El mismo es el primer elemento al que muchas veces va a tener acceso el consumidor o es aquello que va a buscar como punto de referencia musical. Lo anterior, unido al hecho de que en si mismo sean una creación que va a servir como imagen de nuestras producciones, hace que deba otorgársele tanta protección como a las mismas producciones en si.

JOSE RAMON GIL CANTONS



TAA
TORRALBA ABOGADOS ASOCIADOS

Torraiba Abogados Asociados
Paseo de Gracia, 61. 1º 1ª 08007
BCN Spain. Tel. +34 93 215 91 91
Fax. +34 93 487 30 53
jrgil@torraiba-abogados.com