LAT-002473

INTRODUCCIÓN A LOS DERECHOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

¿QUÉ ES LA PROPIEDAD INTELECTUAL?

Por

Laurence R. Hefter & Robert D. Litowitz

Los países que tienen industrias locales innovadoras cuentan siempre con leyes para fomentar la innovación, regulando el copiado de invenciones, símbolos de identificación y expresiones creativas. Esas leyes abarcan cuatro tipos de propiedad intangible, separados y distintivos; es decir, patentes, marcas comerciales, derechos de autor y secretos industriales, que designamos colectivamente como "propiedad intelectual".

La propiedad intelectual comparte muchas de las características que se asocian a la propiedad real y personal. Por ejemplo, la propiedad intelectual es un activo y, como tal, se puede comprar, vender, ceder bajo licencia, intercambiar o entregar gratuitamente, como cualquier otra forma de propiedad. Además, el dueño de la propiedad intelectual tiene derecho de impedir la venta o el uso no autorizados de la propiedad. Sin embargo, la diferencia más notable entre la propiedad intelectual y otras formas de propiedad es que la primera es intangible, es decir, no se puede definir o identificar por sus propios parámetros físicos. Es preciso expresarla en alguna forma distintiva para que pueda ser objeto de protección.

Los cuatro tipos de propiedad intelectual están protegidos en el plano nacional. Así pues, el alcance de la protección y los requisitos para obtenerla varían de un país a otro. No obstante, hay semejanzas entre los convenios legales nacionales. Más aún, en la actualidad, se percibe una tendencia mundial a la armonización de las leyes nacionales.

PATENTES: UN CONTRATO DE LA SOCIEDAD CON LOS INVENTORES

Se podría decir que una patente es un contrato entre la sociedad en conjunto y un inventor individual. Bajo los términos de este contrato social, se confiere al inventor el derecho exclusivo de impedir, por un período de tiempo fijo, que otros fabriquen, usen y vendan la invención patentada, a cambio de que el inventor divulgue al público los detalles de la misma. De este modo, los sistemas de patentes alientan la divulgación de información al público y premian al inventor por sus esfuerzos.

La bombilla de luz incandescente, desarrollada en 1879 por el estadounidense Thomas Edison, es uno de los más de 1.000 inventos de los cuales tenía patentes Edison. Su taller y sus laboratorios dieron también al mundo el fonógrafo, el transmisor con botón de carbono para el teléfono y el micrófono, y el primer sistema eléctrico comercial de luz y fuerza motriz.

Aunque la palabra "patente" tiene su origen en los documentos que expedía el soberano de Inglaterra en la Edad Media para otorgar privilegios, hoy es sinónimo del derecho exclusivo que se concede a los inventores. El Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS por sus siglas en inglés) provee la norma internacional que rige la vigencia de la exclusividad de una patente, la cual es de 20 años a partir de la fecha de presentación. Desde que esa norma entre en vigor, el 1 de enero de 2000, todos los miembros de la OMC estarán obligados a cumplirla. Bajo todos los sistemas de patentes, cuando ese periodo expira, el público es libre de usar el invento de acuerdo a sus deseos.

Ésta es una ilustración parcial de las ventajas de un sistema de patentes eficaz:

❑ Una patente recompensa la inversión de tiempo, dinero y esfuerzo asociada a la investigación; estimula mayores investigaciones al inducir a los competidores a inventar opciones alternativas de los inventos patentados; y fomenta la innovación y la inversión en inventos patentados, al permitir que las compañías recuperen sus costos de investigación y desarrollo durante la vigencia de sus derechos exclusivos.

❑ El plazo limitado de una patente protege también el interés público al propiciar la rápida comercialización de los inventos, con lo cual éstos llegan al público en fecha más temprana que tardía. Las patentes propician también una mayor latitud en el intercambio de información entre grupos de investigación, ayudan a evitar la duplicación de investigaciones y, lo más importante, acrecientan el acervo general del conocimiento público.

Aun cuando, durante su vigencia, la patente confiere el derecho de excluir a otros de la fabricación, uso o venta de la invención patentada, es importante entender que una patente no otorga necesariamente a su propietario el derecho de fabricar, usar o vender el invento sin tomar en cuenta.

INFOBILA

Por ejemplo, el propietario de la patente de un método mejorado para producir un compuesto químico no estará en libertad de vender el compuesto fabricado con el método patentado si dicho compuesto ha sido patentado también por otra persona.

Si bien es cierto que todos los miembros de la OMC deben someterse a las disposiciones de patentes contenidas en el Acuerdo TRIPS, las patentes se expiden de acuerdo con las leyes nacionales y, por lo tanto, los derechos también tienen alcance nacional. Así, una patente estadounidense sólo puede aplicarse contra infracciones cometidas en los Estados Unidos. En la mayoría de los países, esos derechos se hacen valer por medio de procedimientos civiles, no penales.

En consecuencia, la ejecución de la ley corresponde únicamente al dueño de la patente. En general, cualquier acto conducente a fabricar, usar o vender sin permiso la invención patentada es una infracción a la patente, ya sea que la cometa el estado, una corporación o un individuo. Y cualquier violación de ese tipo será materia de responsabilidad civil, independientemente de las intenciones del infractor o de que ignorara la existencia de la patente.

Entre los recursos que pueden aplicarse en casos de infracción de patentes figuran: mandatos judiciales, órdenes de entregar o destruir los artículos en cuestión, e indemnización a cuenta de los daños sufridos por el poseedor de la patente o de las ganancias obtenidas por el infractor.

Cualquier patente emitida está expuesta a impugnaciones de invalidez, y un argumento de defensa muy común entre presuntos infractores consiste en alegar la invalidez de las patentes. De ordinario, éstas son impugnadas argumentando que el presunto invento fue obra de una persona distinta del inventor acreditado en ella o que la invención consiste en algo obvio para las personas versadas en la tecnología pertinente.

Un modelo patentado de bicicleta, obra de William Klahr, presentaba una nueva forma de impulsar al vehículo —una combinación de pedales y rueda de estrella— con un sillín ajustable montado en una barra flexible. La mejora de Klahr fue una de las muchas que hicieron muy popular al ciclismo, patentadas en las décadas de 1870 y 1880.

El modelo de velocípedo mejorado y patentado por Charles Hammelmann presentó un trinquete para impulsar el vehículo hacia delante e impedir su retroceso. "En el curso normal de su recorrido", afirmaba Hammelmann, "no es necesario que la máquina marche hacia atrás".

¿QUÉ SE PUEDE PATENTAR?

El artículo 27 del Acuerdo TRIPS dispone que los estados miembros de la OMC otorgarán patentes para cualquier invento, ya se trate de un producto o un proceso para crear un producto, "siempre que sean nuevos, impliquen un paso inventivo y tengan una aplicación industrial". En otras palabras, para que sea patentable, una invención debe ser novedosa, útil y no obvia. Un requisito previo para que pueda patentarse es que el invento tenga alguna aplicación práctica. Esto subraya la importancia que el sistema de patentes concede a la utilidad. Aunque este principio sigue siendo constante, la fraseología empleada en la legislación de los distintos países varía: por ejemplo, en los Estados Unidos, el material patentable deberá ser "útil", mientras que en el Reino Unido se exige que sea adecuado para alguna "aplicación industrial".

El invento debe ser nuevo, es decir, que el tema de la invención no sea ni pueda ser inferida como parte de algo que ya se conoce. Por lo común esto se conoce como el requisito de la "novedad". En este contexto, nuevo o novedoso significa "nuevo para el público". Por lo tanto, el hecho de que algo haya sido usado o conocido con anterioridad no será obstáculo para obtener una patente si no estuvo disponible para el público (p. ej., porque se mantenía en secreto).

También es preciso que la invención no sea obvia. Esto evita que alguien se aproveche del sistema de patentes y obtenga protección por algo que no es más que una simple extensión o variante trivial de lo ya conocido. En general, la prueba de inventiva o "no obviedad" se basa en que una persona razonablemente versada en la especialidad correspondiente al invento lo considere como algo no obvio en la época en que éste se realice.

El Acuerdo TRIPS dispone un período de transición para las economías en desarrollo que en la actualidad no brindan protección de patentes a productos en los rubros agroquímico o farmacéutico. De hecho, la mayoría de ellas ya lo hacen en virtud de los beneficios que obtiene el sector de la biotecnología cuando se ofrece una protección cabal a las patentes. La protección de patentes para procesos no alienta la investigación porque es difícil imponer el cumplimiento de ese tipo de patentes. En particular, es difícil hacer valer la patente de un proceso porque la carga de

la prueba de demostrar que la patente ha sido infringida recae sobre el dueño de la misma. Este último deberá demostrar que un proceso de manufactura específico (es decir, el proceso protegido por la patente) fue utilizado para fabricar ese producto químico en particular. Esto puede ser muy difícil de demostrar cuando el proceso tiene muchas variantes posibles y no se tiene acceso a las instalaciones del presunto infractor. En la práctica, esto se logra buscando vestigios de las impurezas típicas del proceso de fabricación. Es posible imaginar la complejidad que estas cuestiones pueden llegar a tener si, por ejemplo, la patente protege un producto farmacéutico que se fabrica en un país donde no existe protección para ese rubro y después el producto es exportado a un segundo país que sólo ofrece protección a los procesos de manufactura.

En los últimos 15 años, más o menos, muchos países han pasado de las patentes de "proceso" a las de "producto" y todos esperamos que los miembros de la OMC mejoren sus leyes de patentes en el curso de unos cuantos años porque, bajo el Acuerdo TRIPS de la OMC, los estados miembros deben proveer protección íntegra de patentes para productos el 1 de enero de 2005 a más tardar.

No sólo los aspectos utilitarios de los inventos nuevos y útiles son patentables, pues muchos países conceden también protección de patentes a nuevos diseños industriales de tipo ornamental. En los Estados Unidos, esta forma de protección se conoce como patente de diseño, mientras que en muchos países de Europa, el derecho de propiedad de un diseño industrial se conoce como un modelo de diseño.

Además de los sujetos usuales de la protección de patentes, tales como dispositivos, composiciones químicas y procesos, algunos países proveen dicha protección para materia viva. Por ejemplo, las variedades de plantas de reproducción asexual, con excepción de bacterias, plantas no cultivadas y las que se propagan por tubérculos, pueden ser protegidas, lo mismo que las plantas de reproducción sexual (por semillas), salvo bacterias, hongos e híbridos de primera generación. El Acuerdo TRIPS no requiere protección alguna para nuevas variedades de plantas o nueva materia viva, pero los miembros de la OMC pueden afiliarse a la Unión Internacional para la Protección de Nuevas Variedades de Plantas, o sea, la UPOV (por sus siglas en inglés).

En su número del 6 de octubre de 1877, el semanario *Scientific American* anunció que las últimas innovaciones del inventor Alexander Graham Bell para el teléfono (arriba, al centro de la revista) le impartían una "construcción algo más simple y una forma más compacta y portátil". Bell había inventado y patentado el teléfono el año anterior. La nueva versión no usaba electricidad ni baterías, pues recibía su energía de la voz del usuario.

La marca registrada de Levi Strauss & Co. ha sido muy imitada en todo el mundo, lo mismo que los pantalones de dril que esa compañía empezó a fabricar en 1853. Muchos productos Levi's® tienen todavía remaches de metal en los bolsillos, una innovación por la cual Strauss y el sastre Jacob Davis obtuvieron una patente en 1873.

MARCAS COMERCIALES Y MARCAS DE SERVICIO: IDENTIFICACIÓN DEL ORIGEN

El propósito principal de las marcas comerciales y las de servicio es indicar la fuente de origen de los bienes y servicios, y establecer la diferencia entre los producidos bajo una marca registrada frente a los demás. Dichas marcas simbolizan también la calidad de los bienes y servicios que las ostentan. La mayoría de las marcas comerciales y de servicio (conocidas como "marcas") son palabras, pero pueden ser casi cualquier cosa que permita distinguir un producto o servicio de otro cualquiera; por ejemplo, símbolos, logotipos, sonidos, diseños y aun configuraciones no funcionales distintivas del producto.

El Acuerdo TRIPS concede a las marcas de servicio el mismo nivel de reconocimiento y protección que a las marcas comerciales (artículos 15 y 16 del Acuerdo TRIPS). Es posible que en algunos países no sea necesario registrar una marca para que esté protegida, pero, en cualquier caso, los miembros de la OMC están obligados a brindar protección a las marcas comerciales o de servicio bien conocidas. En virtud de que la determinación de si una marca es bien conocida en el sector pertinente del público se realiza caso por caso, a las empresas les puede parecer conveniente registrar las marcas bien conocidas. En el caso de marcas no muy conocidas, los países pueden exigir a los dueños de las mismas que las registren en la oficina nacional de marcas comerciales para que les puedan garantizar la protección en su territorio.

La duración de la protección que confiere una marca varía mucho de un país a otro. Los registros expedidos abarcan períodos finitos de tiempo. Sin embargo, atendiendo a los propósitos fundamentales de las marcas —es decir, evitar confusiones entre el público, alentar la competencia y proteger la buena voluntad de los propietarios— los registros pueden renovarse y, de ese modo, ampliar su vigencia en forma indefinida por todo el tiempo que se usen las marcas.

El dueño de una marca puede impedir que otros usen una marca similar si es probable que, al hacerlo, ocasionen confusión en la mente de los compradores. La determinación de si dos marcas son tan semejantes que pueden ocasionar confusiones suele implicar un análisis multifactorial en el cual se comparan las marcas de las distintas partes, sus bienes y servicios, su publicidad y sus canales de distribución, la intención del acusado al elegir su marca, y la presencia o ausencia de una verdadera confusión.

UN ESPECTRO DE PROTECCIÓN PARA MARCAS COMERCIALES Y MARCAS DE SERVICIO

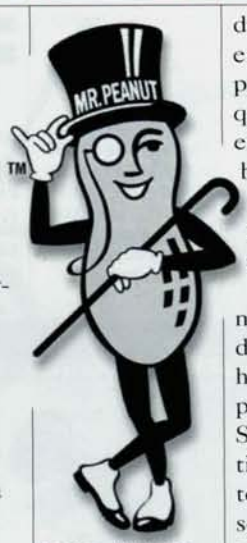
Igual que en otros rubros de la propiedad intelectual, la legislación sobre marcas comerciales y de servicio es nacional en su origen, pero debe acatar las disposiciones del Acuerdo TRIPS. Algunos países conceden derechos a la primera persona que usa la marca en plan comercial, pero otros otorgan esos derechos al primero que obtiene el registro en su territorio.

En los países que aplican la política del "primero que lo use", los derechos pueden subsistir sin que se registre la marca en la oficina nacional de marcas comerciales. Sin embargo, el registro sigue siendo conveniente porque es una prueba presunta de la validez de la marca y del derecho de su propietario a usarla. Además, se asienta en el registro nacional de marcas, con lo cual se anuncia al mundo entero que el dueño la usa y afirma que le pertenece. Bajo el TRIPS, no se requiere el uso real de una marca registrada como condición para presentar una solicitud de registro en el caso de una marca comercial o de servicios. Después de empezar a usar o de obtener el registro de una marca comercial, el dueño deberá utilizarla pues, de lo contrario, podrá ser impugnado por otras personas sobre la base de que la ha abandonado.

La mayoría de los países exigen, como mínimo, que la marca sea distintiva; es decir, debe bastar para que los bienes o servicios del propietario de la marca se distingan de los bienes o servicios de otros. Una marca puede incluir cualquier combinación original de números, letras u otros símbolos, colores o tonadas musicales. Para averiguar si una marca pasa satisfactoriamente esta prueba, es preciso determinar la fuerza de la marca.

La fuerza de una marca suele medirse en un espectro completo. El espectro incluye, en grados que van desde el más débil hasta el más fuerte, términos genéricos, descriptivos, sugestivos, arbitrarios y fantasiosos. En el extremo más débil del espectro figuran palabras, símbolos o recursos que no permiten distinguir los bienes, porque se usan comúnmente para identificar los bienes mismos; por ejemplo, libro, mesa o silla. Esos términos se denominan genéricos y no pueden ser protegidos como marcas comerciales.

La siguiente categoría incluye los términos descriptivos. Una marca es descriptiva si expresa el propósito, la función, las características físicas, las cualidades de excelencia o el uso final del producto. Algunos ejemplos de marcas descriptivas son: BRILLALUZ para artículos de iluminación, MICRO para pesas de balanza muy pequeñas y SUPREMO para un vino que, supuestamente, es de calidad superior. Puesto que no son distintivos en sí mismos, los términos descriptivos no pueden ser protegidos como marcas sino hasta que, por medio de las ventas y la publicidad extensivas, lleguen a identificar la fuente de los bienes que los ostenten en su marca. En los Estados Unidos, cuando una marca descriptiva alcanza el nivel de lo distintivo, se dice que ha adquirido un "significado secundario".



Mr. Peanut ™, la mascota con monóculo de la ex Planters Nut and Chocolate Company, fue presentado en 1916 como una ayuda para anunciar lo que sería la primera compañía fabricante de maní tostado en los Estados Unidos. Mr. Peanut ™, uno de los personajes publicitarios más conocidos de este país, es hoy una marca registrada de la Nabisco Brands Company.

Apple Computer, Inc.

Una manzana con múltiples franjas y un gran mordisco es el muy conocido logotipo de Apple Computer, Inc., que nació en California en 1976. Sólo Apple Computer y sus concesionarios y revendedores autorizados pueden usar el logotipo Apple® en su publicidad o en exhibidores de ventas.

A diferencia de las marcas descriptivas, las marcas sugestivas no describen en forma inmediata los bienes con los cuales se usan; más bien, hay que recurrir a la reflexión, la imaginación o la percepción para deducir la índole de los bienes. Se considera que las marcas sugestivas son distintivas en sí mismas y deben protegerse sin que tengan que adquirir primero un significado secundario. Como ejemplos de marcas sugestivas podemos mencionar: HÉROE para un extintor de incendios o FORTALEZA para unos clavos.

Las marcas arbitrarias son palabras, símbolos y dispositivos de uso común, pero que, asociados a los bienes del dueño de la marca, ni describen ni sugieren la calidad de dichos bienes. Ejemplos de marcas arbitrarias son: APPLE para computadoras y DOVE para jabón. Igual que las sugestivas, las marcas arbitrarias son distintivas en sí mismas y no es necesario demostrar que tienen un significado secundario.

Las marcas más distintivas son las fantasiosas. Una marca fantasiosa es una palabra acuñada o un símbolo inventado o elegido con el único fin de utilizarse como marca. Entre los ejemplos de marcas fantasiosas figuran: EXXON para gasolina, KODAK para artículos fotográficos, XEROX para equipo de fotocopiado y PEPSI para una bebida gaseosa. Las marcas fantasiosas han recibido tradicionalmente el mayor alcance de protección.

DERECHOS DE AUTOR: LA EXPRESIÓN DE UN AUTOR

El derecho de autor es un derecho exclusivo de reproducir una obra original de un autor, contenida en cualquier medio tangible de expresión, para elaborar obras derivadas del trabajo original, así como el hecho de interpretar o exhibir la obra, en el caso de obras musicales, dramáticas, coreográficas y escultóricas. La protección de derechos de autor no se concede a ninguna idea, procedimiento, proceso, sistema, método de operación, concepto, principio o descubrimiento, independientemente de la forma en que esté descrito, explicado o materializado. Más bien, los derechos de autor imparten una protección que se limita a la expresión particular de un autor sobre una idea, proceso, concepto o algo similar, en un medio tangible.

(continúa en la pág. 6)

EL USO JUSTO

Uno de los derechos que se otorgan en los Estados Unidos al propietario de derechos de autor es el de reproducir o autorizar a otras personas para que reproduzcan la obra en copias o fonogramas. Este derecho está sujeto a ciertas limitaciones que aparecen en el Código de los Estados Unidos. Una de las limitaciones más importantes de ese tipo es la doctrina del "uso justo".

Aunque la expresión uso justo no se menciona en la ley anterior de derechos de autor de los Estados Unidos, esta doctrina se ha desarrollado mediante un número sustancial de decisiones judiciales a través de los años. Esta doctrina ha sido codificada en la sección 107 de la ley de derechos de autor.

La sección 107 contiene una lista de los diversos fines con los cuales se puede considerar "justa la reproducción de una obra en particular, como los propósitos de crítica, comentario, noticias, información, enseñanza, estudio académico e investigación. La sección 107 establece también cuatro factores que es necesario considerar para determinar si un uso en particular es justo o no:

- *El propósito y carácter del uso, incluso si el mismo es de naturaleza comercial o si tiene propósitos educativos sin fines de lucro;*
- *La naturaleza de la obra protegida con derechos de autor;*
- *La cantidad y el grado en que la porción utilizada sea importante en relación con la totalidad de la obra protegida con derechos de autor; y*
- *El efecto de dicho uso sobre el mercado potencial o el valor de la obra protegida con derechos de autor.*

Es posible que la diferencia entre el "uso justo" y la infracción no sea clara ni fácil de definir. No existe un número específico de palabras, líneas o notas que puedan reproducirse con certeza sin autorización. Dar el crédito de la fuente del material protegido con derechos de autor no sustituye la obtención del permiso correspondiente.

El "Informe del Registro de Derechos de Autor en la Revisión General de la Ley de Derechos de Autor de los EUA" de 1961 menciona ejemplos de actividades que los tribunales han considerado como usos justos: "citas o fragmentos de la obra en una revisión o crítica de la misma con fines de ilustración o comentario; citas de pasajes breves en un trabajo académico o técnico, para ilustrar o aclarar las observaciones del autor; uso de una parte del contenido de la obra en una parodia de la misma; resúmenes de un discurso o artículo, con breves citas, en un reportaje de noticias; reproducción de una parte de una obra, en una biblioteca, para sustituir la parte dañada de un ejemplar; reproducción por un maestro o estudiante de una pequeña parte de la obra para ilustrar una lección; reproducción de una obra en procedimientos o informes legislativos o judiciales; reproducción incidental y fortuita de una obra situada en la escena de un evento del cual se informa en un noticiario de cine, radio o televisión".

Los derechos de autor protegen la forma particular en que el autor se ha expresado; no se conceden a ninguna idea, sistema o información factual contenida en la obra. El camino más seguro consiste siempre en pedir permiso al dueño de los derechos de autor antes de usar material protegido con esos derechos.

Cuando no es factible obtener permiso, el uso de material protegido con derechos de autor debe evitarse, a menos que la doctrina del "uso justo" se aplique claramente a la situación. ■

El material anterior fue reproducido de la página de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, cuya dirección es http://www.lcweb.loc.gov/copyright/fls.

Kodak

El logotipo corporativo de Kodak identifica a la Eastman Kodak Company de Nueva York, fundada en Londres en la década de 1880 como la Eastman Dry Plate and Film Company. El fundador de la compañía, George Eastman, fabricó una cámara fácil de usar, que vendió al costo de menudeo de sólo US$1.00, con la cual popularizó la fotografía entre miles de fotógrafos aficionados en los inicios del siglo XX.

THE DOCUMENT COMPANY
XEROX

La palabra "Xerox" fue acuñada y registrada como marca por Haloid Company y Batelle Development Corporation en 1948, lo mismo que la palabra "xerografía", es decir, el proceso de reproducción de imágenes gráficas que la marca comercial representa. Haloid se convirtió en Haloid Xerox en 1958 y recibió el nombre de Xerox Corporation en 1961. "La compañía de los documentos, Xerox" fue la expresión anunciada en 1994 como rúbrica corporativa de la firma.

La protección de derechos de autor subsiste en forma automática en todas las obras de los autores, desde el momento de su creación. El Acuerdo TRIPS dispone una norma mínima para la vigencia de la protección de los derechos de autor. Si se trata de una persona, el término de la vigencia es la vida natural del autor más 50 años. En el caso de una entidad corporativa, son 50 años a partir del final del año civil de la publicación autorizada o, si no existe dicha publicación, desde el final del año civil de su creación (artículo 12 de TRIPS). La vigencia de la protección para interpretaciones en vivo que han sido grabadas es de 50 años para el intérprete y el productor, y 20 años para quien transmite la obra. En fecha reciente, los Estados Unidos mejoraron la protección para las obras protegidas con derechos de autor, como parte de la Ley de Derechos de Autor del Milenio Digital, o DMCA [por sus siglas en inglés]. Por ejemplo, en los Estados Unidos, el derecho de autor sobre la obra de un autor individual creada el 1 de enero de 1978 o después, está vigente durante toda la vida del autor o autora y hasta 70 años después de la muerte de éste o ésta. Sin embargo, si la obra fue creada bajo contrato, el derecho de autor persiste 120 años a partir de la fecha de creación, o 95 años desde su primera publicación, lo que sea menor.

Un videodisco digital de "Casablanca", la película clásica de 1943, producido para exhibirse en el hogar, ostenta derechos de autor que los piratas a menudo pasan por alto. La Asociación Cinematográfica de los Estados Unidos estima que la piratería de películas que se convierten en videocasetes y videodiscos, usando cámaras de aficionados y otros métodos, le cuestan a la industria del cine cerca de US$2.500 millones al año. (Por cortesía de Warner Bros. y Turner Entertainment Co. Reservados todos los derechos.)

Los derechos exclusivos que se otorgan al dueño de los derechos de autor no incluyen el derecho de impedir que otros usen en forma justa el trabajo registrado. El uso justo puede incluir el que se realiza con propósitos de crítica, comentario, información de noticias, enseñanza o educación, así como en trabajo académico o de investigación. La naturaleza del trabajo, la magnitud del trabajo copiado y el impacto de la copia sobre el valor comercial del trabajo son factores que se consideran, en conjunto, para determinar si un uso no autorizado es un "uso justo".

LA ORIGINALIDAD COMO LA CLAVE DE LOS DERECHOS DE AUTOR

Para garantizar la protección de derechos de autor, la obra en cuestión debe ser original o de autoría, contenida en un medio de expresión tangible. Las siguientes obras de autoría corresponden a esta definición:

- ❑ Obras literarias (incluso programas de computadora);
- ❑ Obras musicales con su respectiva letra;
- ❑ Obras teatrales y diálogos;
- ❑ Pantomimas y obras coreográficas;
- ❑ Trabajos pictóricos, gráficos y escultóricos;
- ❑ Películas cinematográficas y otras obras audiovisuales; y
- ❑ Grabaciones de sonido.

Es importante decir que las leyes de muchos países no limitan el tipo o la forma de los trabajos, pues los autores inventan sin cesar nuevas formas para expresarse.

La prueba de la originalidad de una obra suele tener dos aspectos. El primero consiste en que la obra en cuestión deberá ser original del autor, en el sentido de que realmente haya sido creada por éste de modo independiente, no copiada de otras obras. El segundo aspecto es que la obra debe contener la cantidad suficiente de creatividad para que no se la pueda considerar como algo trivial.

Para que sea posible obtener derechos de autor para una obra, ésta deberá estar "contenida en un medio de expresión tangible". Una obra está contenida cuando su representación en un medio tangible es lo bastante permanente o estable para permitir que sea percibida, reproducida o comunicada de algún modo durante cierto tiempo, no en forma transitoria. El medio, la forma o el vehículo específico en el cual esté contenida la obra son irrelevantes.

En la mayoría de los países, el registro de derechos de autor es un procedimiento muy directo y barato. Aun cuando la protección de los derechos de autor persiste desde el momento que el trabajo es plasmado en una expresión tangible, el registro de tales derechos confiere beneficios adicionales importantes en algunos países. Aunque ciertos miembros de la OMC, entre ellos los Estados Unidos, usan un sistema de registro para las obras protegidas con derechos de autor, el Acuerdo TRIPS proscribe el uso de formalidades, por ejemplo, un sistema de registro, como requisito previo para que los extranjeros instruyan una acción legal a fin de impedir la infracción de derechos de autor o para recuperar los costos de ejecución judicial, incluidos los honorarios de abogados. Así, los Estados Unidos pueden requerir, por ejemplo, que sus propios ciudadanos, pero no los autores extranjeros, registren sus obras en la Oficina de Derechos de Autor de los Estados Unidos. Además, en algunos países, un registro de derechos de autor constituye una prueba *prima facie* de la validez y propiedad de derechos de autor.

Este sobre de papel contiene semillas del popular Big Boy® de la W. Atlee Burpee Company, el primer tomate híbrido producido en Estados Unidos. En su calidad de híbrido, Big Boy® y los elementos constitutivos de su reproducción (sus progenitores) están protegidos como secreto industrial. Las instrucciones para plantar el tomate, que aparecen al reverso del sobre, fueron protegidas por Burpee con sendos derechos de autor.

SECRETOS INDUSTRIALES: LA VENTAJA COMPETITIVA

Un secreto industrial es información que se considera secreta o no es del conocimiento general de la industria correspondiente, y que confiere a su dueño una ventaja sobre sus competidores. La protección del secreto industrial existe en la medida en la que su propietario la mantenga en secreto o en plan confidencial, y no haya sido obtenida en forma legal e independiente por otras personas. Algunos ejemplos de secretos industriales son: fórmulas, patrones, métodos, programas, técnicas, procesos o compilaciones de información, que le confieren una ventaja competitiva a la empresa de quien los posee. El propietario de un secreto industrial puede exigir la reparación de los daños resultantes de la revelación o el uso indebido de su secreto industrial por otra persona.

DETERMINAR CUÁNDO ES SECRETO UN SECRETO INDUSTRIAL

Los secretos industriales no se registran como otras formas de propiedad intelectual y no son creación de estatutos. Lejos de eso, el sistema judicial de cada país determina los requisitos para la protección del secreto industrial. Dicha protección está prevista en el Acuerdo TRIPS, bajo el encabezado "Protección de información no divulgada" (artículo 39 de TRIPS). La protección de datos de prueba no divulgados para la aprobación de productos farmacéuticos con fines de comercialización es especialmente sensible y se impone como requisito en el artículo 39(3) de TRIPS. Algunos de los factores comúnmente considerados son:

- ❑ El grado en el cual la información sea conocida fuera de la empresa;
- ❑ El grado en que la información sea conocida por los empleados y otras personas que participan en los negocios del dueño del secreto industrial;
- ❑ El grado en que se hayan tomado medidas para proteger el secreto industrial;
- ❑ El valor que tiene la información correspondiente para el propietario y sus competidores;
- ❑ La cantidad de dinero o esfuerzo invertido por el dueño del secreto industrial en el desarrollo de éste; y
- ❑ El esfuerzo que otras personas requerirían para adquirir o reproducir (por medio de ingeniería inversa) la información.

El factor más importante que se debe considerar es el carácter secreto de un presunto secreto industrial. Si la información que supuestamente constituye un secreto industrial es accesible por cualquier medio legítimo y puede obtenerse en esta forma, entonces tal información ya no es secreta y puede haber dejado de ser sujeto de protección. Sin embargo, si el propietario ha tomado las medidas razonables para proteger la información y, a pesar de eso, la información considerada como secreto industrial es divulgada en forma pública, los tribunales de muchos países le pueden conceder tal protección. Las medidas razonables pueden consistir en que quienes encuentren la información como resultado de sus actividades normales con la empresa, firmen acuerdos de confidencialidad y de no divulgación.

Este anuncio de 1903 sugiere al público "Beba Coca-Cola". Aunque los ingredientes de esta popular bebida gaseosa son conocidos por muchas personas, la proporción exacta de cada uno es un secreto industrial que se guarda celosamente en las oficinas generales de la Coca-Cola Company. La fórmula original fue desarrollada por un farmacéutico, el Dr. John S. Pemberton, en 1886. El nombre y la caligrafía de la marca comercial Coca-Cola® fueron registrados en la Oficina de Patentes y Marcas Comerciales de los EUA en 1893; el apócope "Coke®" fue registrado en 1945 y la silueta de la botella de cristal de la compañía, en 1977.

COSTOS VS. BENEFICIOS

Como en todas las actividades relacionadas con las empresas, la economía desempeña un papel importante para determinar si se debe proteger la propiedad intelectual. Las compañías deben ponderar el valor potencial del derecho de propiedad intelectual frente a la probabilidad de recuperar dicho valor, y frente a los costos de obtener, ejercer y conservar ese derecho.

No hay reglas definitivas y rápidas para determinar el valor potencial de un derecho de propiedad intelectual determinado. Lo que es valioso para un individuo o compañía puede no serlo para otros. Varios factores obvios contribuyen al valor potencial de la propiedad intelectual, tales como: el valor de derechos exclusivos o de otro tipo, las asignaciones o licencias, las licencias cruzadas, la aplicación de la ley contra los infractores, y el valor de los derechos como garantía para la obtención de financiamiento.

Una marca comercial o de servicio puede ser un activo muy valioso. Por ejemplo, se ha generalizado la creencia de que el fabricante alemán de automóviles BMW compró la fábrica automotriz británica Rover con el propósito principal de obtener su cartera de marcas comerciales atractivas, entre las que figuraban "Land Rover", "Range Rover", "Triumph", "Austin" y "MGB". Por otra parte, una marca comercial puede carecer virtualmente de valor si los clientes la identifican con una mala calidad. ■

Lawrence R. Hefter y Robert D. Litowitz son socios de Finnegan, Henderson, Farabow, Garrett & Dunner, una de las firmas jurídicas más grandes de los Estados Unidos especializadas en la propiedad intelectual.

El Sr. Hefter pronuncia conferencias a menudo y escribe artículos sobre marcas comerciales, competencia desleal, franquicias y litigios. Ha sido miembro de la junta directiva de la Asociación Internacional de Marcas Comerciales y de la Asociación de la Ley de Propiedad Intelectual de los Estados Unidos, y también fue catedrático adjunto del Centro Nacional de Derecho en la Universidad George Washington. Además, el Sr. Litowitz ha dictado conferencias y ha escrito sobre el tema de la ley de marcas comerciales, y ha litigado ante la Comisión Internacional de Comercio. Es miembro de la Asociación Internacional de Marcas Comerciales y de la Asociación de la Ley de la Propiedad Intelectual de los Estados Unidos.

LOS DERECHOS DE AUTOR EN LA ERA ELECTRÓNICA

Las innovaciones tecnológicas de hoy ofrecen oportunidades casi sin límites para la distribución mundial de obras protegidas con derechos de autor. Pero esas mismas tecnologías hacen posible que cualquiera ejerza la piratería sobre esas obras con sólo oprimir una tecla.

Para hacer frente a esta situación, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO por sus siglas en inglés) aprobó el Tratado WIPO de Derechos de Autor (WCT) y el Tratado WIPO de Interpretaciones y Fonogramas (WPPT) en diciembre de 1996, en lo que fue la revisión más extensiva de la ley internacional en más de 25 años. Estos tratados, una vez que hayan sido ratificados por 30 estados miembros por lo menos, brindarán a los escritores, artistas plásticos y otros creadores de material protegido con derechos de autor, una protección global contra la piratería electrónica. (Para mayor información sobre estos tratados, consulte la sección de "Políticas y acuerdos internacionales".)

A continuación, el 12 de octubre de 1998, el Congreso de los EUA aprobó la Ley de Derechos de Autor del Milenio Digital (DMCA), firmada como ley por el presidente Bill Clinton el 28 de octubre. La ley implementa los dos tratados WIPO; también tiene disposiciones sobre asuntos relacionados con la era electrónica.

❑ *Título I: La Ley WIPO para la Implementación de Tratados de Derechos de Autor, Interpretaciones y Fonogramas de 1998 enmienda la ley estadounidense a fin de extender la protección a las obras que así lo requieran bajo los tratados WIPO y para restablecer la protección de derechos de autor, en las mismas circunstancias, a las obras que provienen de los países miembros del WCT y el WPPT. Este título crea también nuevas prohibiciones para evitar la evasión de las medidas tecnológicas incorporadas a casi todo el software comercial a fin de proteger las obras amparadas con derechos de autor e impedir que se atente contra la integridad de la información referente a la administración de los derechos de autor.*

❑ *Título II: La Ley para la Limitación de Responsabilidad por la Infracción de Derechos de Autor en Línea establece cuatro nuevas limitaciones a la responsabilidad de los proveedores de servicios en línea, en casos de infracción de derechos de autor. En forma específica, limita la responsabilidad de los proveedores de servicios en los siguientes casos:*

■ *Cuando el proveedor actúa simplemente como un conducto de datos y transmite información digital de un punto a otro de una red a solicitud de otra persona;*

■ *Por la práctica de retener, por tiempo limitado, copias de material que una persona diferente del proveedor ha proporcionado, y transmitirlas después a un suscriptor siguiendo las instrucciones de éste; el proveedor del servicio retiene el material para atender solicitudes ulteriores, en lugar de recuperar de nuevo el material desde su fuente original en la red;*

■ *Por material violatorio contenido en páginas Web alojadas en sus sistemas y por referir o enlazar a usuarios con una página que contenga materiales que impliquen infracción, ya sea por medio de hipervínculos, directorios en línea, motores de búsqueda y otras herramientas similares, si el proveedor no está enterado de que la actividad constituye una infracción, no recibe un beneficio financiero directo de ella y, si se le notifica, retira o impide el acceso a dicha información.*

El uso generalizado y la accesibilidad de la Internet han creado oportunidades para que la gente de todo el mundo explore, aprenda y disfrute, al tiempo que suscita serias interrogantes sobre la explotación de los materiales protegidos con derechos de autor que se encuentran en la Red.

❑ *Título III: La Ley para Garantizar la Competencia en el Mantenimiento de Computadoras amplía una exención existente en la Ley de Derechos de Autor de los Estados Unidos para permitir que el propietario o arrendatario de una computadora haga o autorice a hacer una copia de un programa de computadora, mientras repara o da mantenimiento a dicha máquina.*

❑ *Título IV: Disposiciones Diversas, contiene disposiciones que, entre otras cosas:*

■ *Conceden una exención para realizar "grabaciones efímeras" —las que se realizan para facilitar una transmisión— permitiendo que una estación de radio transmita a partir de su nueva grabación, para no tener que manipular "sobre la marcha" los CD originales durante la transmisión;*

■ *Requieren que el Registro de Derechos de Autor de los Estados Unidos recomiende al Congreso la forma de promover la educación a distancia por medio de tecnologías digitales, al tiempo que "mantiene un equilibrio apropiado entre los derechos de los dueños de derechos de autor y las necesidades de los usuarios".*

■ *Permite que las bibliotecas y archivos sin fines de lucro hagan hasta tres copias —que pueden ser digitales— de una obra, siempre que las copias digitales no se pongan a disposición del público fuera del predio de la biblioteca.*

■ *Requieren que los "difusores de red" —los que hacen transmisiones digitales de grabaciones de sonido a través de la Internet, aplicando tecnologías depuradoras de audio— paguen cuotas de licencia a las compañías grabadoras.* ■

Esta información se basa en un resumen de la Ley de Derechos de Autor del Milenio Digital, preparado por la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos.

APOYO PARA LA LIBERTAD ECONÓMICA Y POLÍTICA

Por
Bruce A. Lehman

En 1776, la Declaración de Independencia anunció el nacimiento de los Estados Unidos de América. Ese mismo año fue publicada la obra germinal de Adam Smith sobre la importancia de los mercados libres y la competencia justa, *The Wealth of Nations* (La riqueza de las naciones). Los principios contenidos en la Declaración de Independencia han informado y enriquecido la vida de los estadounidenses y de gente de todo el mundo que anhela la libertad civil y política. La obra de Adam Smith encendió un debate sobre la libertad económica y el papel del estado en la economía de una nación; un debate que arreció en el siglo XX entre los partidarios de la economía basada en el mercado libre y los partidarios de una economía planificada por el estado. Con pocas excepciones en el mundo de hoy, las naciones han decidido dejar que las fuerzas del mercado determinen la dirección y rapidez a las cuales se desarrollarán sus economías.

Creo que la propiedad intelectual —derechos de autor, marcas registradas, patentes, secretos industriales y otros derechos conexos— son un importante apoyo para esas libertades. Barbara Ringer, ex registradora de derechos de autor de los EUA, comentó que las leyes sobre derechos de autor en Inglaterra y los Estados Unidos "se basaron en el sistema de empresa cruel, pero libre, que se desarrolló en Inglaterra y Norteamérica. Con este sistema, los autores están en libertad de escribir y vivir de sus textos si logran atraer la atención de un segmento de la población suficientemente grande para que la difusión de sus obras resulte lucrativa, aunque sólo sea de un modo marginal".

La protección de las marcas registradas está imbuida también de estas características. Es difícil que exista un mercado libre sin una ley de marcas registradas fuerte y efectiva. Sin la protección de una identidad comercial —mediante la cual puedan disfrutar los frutos de su propio trabajo— la libre empresa y la benéfica competencia que ésta engendra carecen de motivación. La protección de las patentes confiere a los inventores el derecho exclusivo de explotar sus inventos. Este derecho exclusivo les provee la seguridad económica y, por ende, la libertad de seguir el derrotero al que pueda llevarlos su ingenio e imaginación. No sin razón la Declaración Internacional de los Derechos Humanos de 1948 establece, en el artículo 27(2), que todo creador tiene derecho a la protección de sus intereses "resultantes de cualquier producción científica, literaria o artística de la cual sea autor".

RAÍCES HISTÓRICAS

La propiedad intelectual no es un concepto nuevo ni estático. La concesión de algún tipo de derechos exclusivos de los inventores sobre sus inventos, por el estado, se originó a principios del siglo XV en Venecia y se propagó con rapidez a Alemania, Francia, los Países Bajos e Inglaterra en el siglo XVI. Pronto se reconoció que, en una economía de libre mercado, la protección de las patentes provee el incentivo necesario para inventar, dar a conocer la invención, invertir en el desarrollo comercial de la misma y motivar a otras personas a que enriquezcan el acervo del conocimiento humano, elaborando diseños a partir del invento patentado. El Estatuto de la Reina Ana, promulgado en Inglaterra en 1709, fue el primer estatuto auténtico sobre derechos de autor y el primer reconocimiento de la fuente del interés de esos derechos en el acto creativo de la autoría. Las leyes de derechos de autor proveen a los autores los beneficios de las recompensas económicas, al tiempo que el público se beneficia con las obras literarias, musicales y de otra índole creativa que en otras condiciones no serían creadas o divulgadas.

Se cree que las marcas comerciales datan de hace 3.500 años por lo menos, como lo atestiguan las marcas que usaban los alfareros para identificar la fuente de sus cacharros de barro cocido. La jurisprudencia y los estatutos para la producción de las marcas registradas datan, al parecer, de hace "sólo" 350 años, en la Inglaterra de principios del siglo XVII. Las marcas registradas sirven para indicar el origen o fuente de un producto o servicio en particular y, por ende, para distinguir los bienes o servicios de una empresa de los que producen otras empresas. Las marcas registradas cumplen también una importante función en la protección al consumidor, porque establecen el vínculo entre un bien o servicio y su respectiva fuente. De ese modo, el consumidor puede saber a quién recurrir si recibe bienes o servicios deficientes. La protección del secreto industrial es parte integral de las buenas

(continúa en la parte superior de la pág. 11)

EL SISTEMA DE PATENTES DE LOS EUA

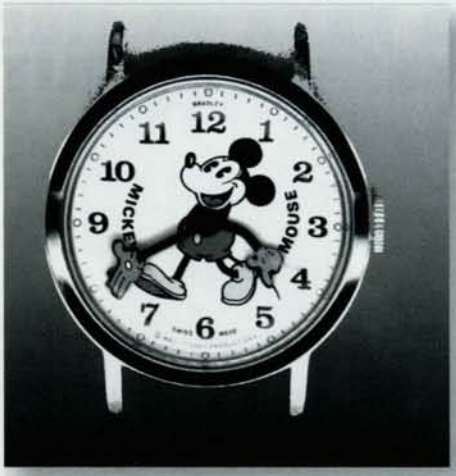
El sistema de patentes de los Estados Unidos difiere en varios aspectos de lo que se puede considerar como la "norma" mundial, si tal norma existe en realidad.

Con algunas excepciones, como los productos farmacéuticos y los dispositivos médicos, las patentes estadounidenses tienen en la actualidad un periodo de vigencia que empieza el día que se expide la patente y termina 20 años después de la fecha en que fue presentada la solicitud correspondiente, lo cual equivale a decir que la vigencia de la patente no comienza mientras la solicitud está pendiente y que sólo entra en vigor cuando la patente es concedida. Pueden pasar varios años antes que se conceda una patente, a partir del momento en que se presenta por primera vez la solicitud de la misma.

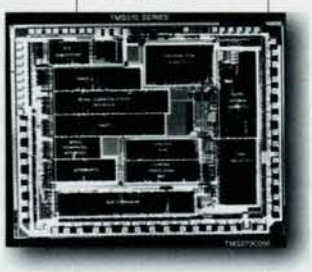
La mayoría de los demás sistemas de patentes tienen períodos de vigencia que abarcan un plazo fijo a partir de la fecha de presentación inicial de la solicitud. Por ejemplo, el Reino Unido, Alemania, Francia, Japón, Canadá y muchos otros países, tienen como periodo de vigencia de las patentes los 20 años siguientes a la fecha en que se presenta por primera vez la solicitud correspondiente.

El caso de los Estados Unidos es único en su aproximación a la asignación de derechos de patente. En este país, los derechos de patente se conceden a quien "inventa primero" y no según el enfoque universalmente aceptado de quién "registra primero" el invento. Por esa razón, los Estados Unidos tienen un "sistema de interferencia" único, que se aplica para determinar cuál de las partes fue la primera que realizó el invento.

Los principios básicos de novedad, utilidad y no obviedad se aplican como requisitos previos para tener derecho a una patente en los Estados Unidos. Sin embargo, en lo referente a la determinación de la novedad y la no obviedad, lo que constituye el uso o conocimiento público previo —"arte anterior"— difiere en forma apreciable de las normas aceptadas comúnmente en otros lugares. Aun cuando el tema descrito en una publicación impresa o patente constituye arte anterior, independientemente de que haya sido publicado o patentado en los Estados Unidos o no, la misma consideración no es válida en el caso de un tema que esté en uso o sea conocido por el público. En estos últimos casos, sólo el uso o el conocimiento del invento dentro de los Estados Unidos o sus territorios constituye arte anterior. Muchos países determinan la aplicabilidad del arte anterior sin limitaciones geográficas.



La muy familiar figura del ratón Mickey adorna este reloj de pulsera: uno de los centenares de productos que ostentan la imagen de ese personaje de caricatura mediante una licencia concedida por The Walt Disney Company. Por orden judicial, el ratón Mickey es una marca registrada de The Walt Disney Company, que también es dueña de los derechos de autor sobre la imagen de este personaje. (Personaje de Disney © Disney Enterprises, Inc. Reproducido con autorización de Disney Enterprises, Inc.)



El microcircuito para computadora TMS370C050 de Texas Instruments Company fue el sujeto de una demanda por infracción de patente de microcircuitos interpuesta por Texas Instruments contra un fabricante francés de computadoras. Después de presentar acusaciones y contraacusaciones sobre espionaje industrial en las décadas de 1970 y 1980, las dos firmas llegaron a un arreglo extrajudicial en enero de 1995.

Los Estados Unidos conceden un periodo de gracia de un año, desde el momento en que un invento es revelado al público hasta la fecha en que deberá presentarse la solicitud de patente. En otras palabras, siempre que la solicitud de una patente se presente dentro de un plazo no mayor de un año a partir de la fecha en que la materia de la misma sea divulgada, el solicitante podrá obtener dicha patente. En otros lugares, la solicitud de la patente se debe presentar antes de revelar el invento al público. Así pues, en otros países, la libertad de los inventores para usar y publicar sus inventos está muy restringida. Algunos países intentan alcanzar un nivel de libertad intermedio; por ejemplo, con un período de gracia de seis meses para el uso o la divulgación pública, pero sólo cuando dicho uso sea de carácter experimental y la revelación en público se realice en una exhibición.

En los Estados Unidos se requiere que, como parte de la solicitud de patente, se revele la mejor forma de utilizar el invento. La mayoría de los países no imponen ese requisito y, por lo tanto, el inventor tiene la posibilidad de ocultar la mejor forma de usar o fabricar el producto o proceso patentado. Sin embargo, esta práctica es la antítesis del propósito fundamental de un sistema de patentes, pues perjudica la divulgación de las innovaciones tecnológicas.

En los Estados Unidos, las solicitudes de patente no se publican ni son incluidas en los índices sino hasta que ya han sido otorgadas. De este modo, terceras partes no pueden oponerse a que se conceda la patente y ni siquiera se enteran de que se ha presentado la solicitud. Otros países publican las solicitudes de patentes y tienen procedimientos para que terceras partes presenten sus objeciones al otorgamiento de la patente. Por ejemplo, la Oficina de Patentes Europea tiene un procedimiento de ese tipo.

Por último, los Estados Unidos exigen el pago de cuotas de mantenimiento al cabo de 3,5 años, 7,5 años y 11,5 años de la concesión de una patente, mientras que otras naciones requieren cuotas anuales de mantenimiento. ■

prácticas de negocios. La información debe ser protegida si no es del conocimiento general, tiene valor comercial y su poseedor toma medidas razonables para resguardarla. El secreto industrial es a menudo el aceite que lubrica los acuerdos de transferencia de tecnología. Sin él, las partes de un acuerdo encuentran difícil o imposible intercambiar con libertad información vital para que un convenio funcione.

Las leyes para la protección de la propiedad intelectual no son estáticas, pues se modifican de acuerdo con los cambios de la tecnología y de la sociedad. En el libro 2, capítulo III de *The Wealth of Nations*, Adam Smith declaró que el trabajo de las personas que hoy llamamos "intérpretes" es "como el de los servidores domésticos porque no produce valor alguno y, por sí mismo, no concreta ni realiza ningún efecto permanente o producto vendible que perdure después que el trabajo ha finalizado y por el cual se pudiera adquirir después una cantidad similar de trabajo". Él concluyó que, "como la declamación del actor, la arenga del orador o la melodía del músico, la labor de todos ellos perece en el instante mismo en que se produce". Por supuesto, en 1776 no era posible fijar una interpretación artística en un medio tangible. Hoy en día se ha edificado una industria mundial, multimillonaria en dólares, en torno de la grabación de interpretaciones en vídeos, cintas de casete y discos compactos.

Estos cambios de tecnología crean los mayores desafíos y las más grandes oportunidades para el sistema de propiedad intelectual. Ellos son, en gran parte, la razón por la cual se desarrollaron tan rápidamente las normas en el terreno de la propiedad intelectual en el siglo XX, ese siglo que fue testigo de la creación de la fotocopiadora, la radio, la televisión, la grabadora de videocasete, la televisión por cable, los satélites, las computadoras y la Internet.

EL ACUERDO TRIPS

El evento reciente más importante en la evolución de las normas para a la protección de la propiedad intelectual fue la conclusión del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio, Incluido el Comercio de Bienes Falsificados. Lo que se ha llamado Acuerdo TRIPS es parte integral del Acuerdo para Establecer la Organización Mundial del Comercio (OMC), firmado en Marrakech, Marruecos, el 15 de abril de 1994, que entró en vigor el 1 de enero de 1995.

El Acuerdo TRIPS establece las normas mínimas que deben cumplir los miembros de la OMC para conceder derechos con miras a proteger la propiedad intelectual y velar por el cumplimiento de esos derechos. Incluye condiciones mínimas por separado que todos los países deben aplicar con respecto a los derechos de autor y otros derechos conexos, marcas registradas, indicaciones geográficas, diseños industriales, patentes, diseños de estructura (topografía) de circuitos integrados, y secretos industriales. También establece normas para el control de las prácticas anticompetitivas en las licencias contractuales.

Abercrombie & Fitch Stores, Inc. (AF), vendedor minorista de ropa informal de hombre y de mujer, cuyos productos vemos en la parte superior de la figura, presentaron una demanda en junio de 1998 contra el vendedor minorista de ropa American Eagle Outfitters, Inc. (AE), cuyos productos aparecen en la parte inferior, por "infracción al derecho consuetudinario del comercio del vestido y competencia desleal". En su demanda, Abercrombie acusa a American Eagle de reproducir, copiar e imitar sus actividades en materia de marca, presentación comercial y catálogo. Declara que esas actividades pueden desorientar al público, haciéndolo creer que los artículos de American Eagle están asociados a los de Abercrombie. En junio de 1999, la demanda todavía no había sido resuelta en los tribunales.

Habitualmente, el aspecto más débil de los acuerdos de propiedad intelectual ha sido su cumplimiento. En oposición a su tradición, TRIPS establece obligaciones detalladas en relación con los procedimientos de ejecución e incluye disposiciones sobre cooperación y asistencia técnica entre los signatarios.

El desarrollo de normas en el rubro de la propiedad intelectual no se ha detenido tras la conclusión del Acuerdo TRIPS. El Tratado de la Ley de Marcas Comerciales (TLT por sus siglas en inglés), concluido en 1994, simplifica y armoniza el proceso de registro de marcas en los miembros del tratado. El 20 de diciembre de 1996, la Conferencia Diplomática sobre Ciertas Preguntas Referentes a Derechos de Autor y Derechos de Vecindad, de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO), adoptó dos tratados: el Tratado WIPO de Derechos de Autor y el Tratado WIPO de Interpretaciones y Fonogramas. Aun después del entonces recién concluido Acuerdo TRIPS, los avances de la tecnología habían vuelto difícil, y pronto imposible, impartir protección a ciertas formas de propiedad intelectual. Esos adelantos incluyeron el desarrollo comercial de la Internet y las redes de satélite que permiten la transmisión y recepción de gran cantidad de información y productos de entretenimiento en forma digital.

El Tratado WIPO de Derechos de Autor incluye disposiciones sobre la protección de derechos de autor en programas de computadora y bases de datos, y sobre los derechos de distribución, alquiler y comunicación al público. El Tratado WIPO de Interpretaciones y Fonogramas incluye disposiciones sobre los derechos mínimos concedidos a los intérpretes y productores de grabaciones sonoras, entre ellos los derechos de reproducción, distribución y alquiler. Ambos tratados tienen también disposiciones para garantizar la seguridad de las medidas de protección tecnológicas e información de administración electrónica, que son indispensables para el ejercicio eficaz de los derechos en el ambiente digital.

Aún estaba fresca la tinta en esos acuerdos cuando empezó la discusión sobre la forma de expandirlos y reforzarlos. Además, están en marcha discusiones regionales acerca de la protección de la propiedad intelectual, incluso en el contexto del Área de Libre Comercio de las Américas. (El Área de Libre Comercio de las Américas, iniciada en diciembre de 1994 por 34 dirigentes democráticamente elegidos, representa un compromiso con el comercio justo y abierto en todo el hemisferio occidental para el año

2005.) Una vez más, ésta es una consecuencia inevitable de los cambios registrados en las condiciones de la tecnología, la economía y la política en todo el mundo.

EXPANSIÓN DE LAS OPORTUNIDADES

Igual que todos los países, el gobierno de los Estados Unidos debe aplicar plenamente las obligaciones contraídas bajo los convenios vigentes, incluido el Acuerdo TRIPS, y ratificar e implementar otros nuevos, como el Tratado de la Ley de Marcas Comerciales y los Tratados WIPO de Derechos de Autor e Interpretaciones y Fonogramas. Por supuesto, deseamos que esto se lleve a cabo porque los inventores, autores e intérpretes estadounidenses se beneficiarían en forma directa. Pero también estamos comprometidos con esta meta porque respalda las libertades económicas y políticas que nosotros, como pueblo, tanto apreciamos. La protección de la propiedad intelectual en todo el mundo será una "marea que elevará en su ascenso a todos los barcos". De hecho, un estudio del Banco Mundial sobre los efectos económicos de TRIPS concluyó que cada día hay más pruebas de "que la implementación de TRIPS producirá un impacto neto de creación de comercio".

Esta expansión de las oportunidades beneficiará a las grandes corporaciones y también a los autores e inventores independientes, y no sólo a los países desarrollados, sino también a las naciones grandes y pequeñas en desarrollo. Muchos países en desarrollo han reconocido esta verdad fundamental y están tomando medidas para reforzar la protección de la propiedad intelectual. Por ejemplo, en los últimos años, el gobierno de Malasia ha redoblado sus esfuerzos para mejorar las leyes referentes a la protección de la propiedad intelectual y su aplicación. Se considera que esto es esencial para la identificación de lo que Malasia llama su "supercorredor multimedia", es decir, un esfuerzo para fomentar en esa nación el desarrollo de industrias basadas en la información. También se ha visto que la propiedad intelectual provee una base para establecer una industria factible de grabaciones en muchos países donde antes no existía, incluso en Ghana. Hemos visto naciones como Venezuela y Trinidad y Tobago que toman decisiones deliberadas para establecer una protección vigorosa y eficaz de la propiedad intelectual, con miras a modificar la orientación de sus economías, de modo que dejen de estar basadas en los productos primarios (en su caso, petróleo) y se vuelvan atractivas para las industrias de alta tecnología con valor agregado.

Kevlar® es una marca comercial registrada de DuPont Company que identifica una fibra resistente y ligera, creada en 1965 por científicos de DuPont, Stephanie Kwolek y Herbert Blades, y presentada comercialmente en los años 70. Las fibras de Kevlar® consisten en largas cadenas moleculares producidas a partir de poliparafenileno tereftalamida. Los fabricantes de neumáticos fueron los primeros usuarios industriales de Kevlar®, hace más de 25 años. Todavía hoy encontramos esa fibra en neumáticos, y también en mangueras, cables, ropa protectora, cuerdas, cascos, alambres, paracaídas y docenas de artículos.

CONSTRUCCIÓN DE UNA INFRAESTRUCTURA EFICAZ

Creo que la pregunta ha evolucionado, de qué se deber hacer y cuándo —el Acuerdo TRIPS y su descendencia ya respondieron esa pregunta— a cómo se deberá hacer. El gobierno de los Estados Unidos está plenamente comprometido a hallar respuestas a esa pregunta. De hecho, dicho gobierno, junto con otros y con diversas organizaciones intergubernamentales, se ha comprometido a ayudar a todos los países a cumplir —y superar— sus respectivas obligaciones internacionales en materia de propiedad intelectual.

El alcance de esta labor no es insignificante. Creemos que para edificar una infraestructura eficaz de protección a la propiedad intelectual, los países deben hacer lo siguiente:

❑ Promulgar y aplicar en forma cabal y expedita leyes congruentes con TRIPS, incluso una o varias leyes para cada rubro de la protección de la propiedad intelectual, y establecer la autoridad necesaria para su ejecución en el código civil, el código penal o el código administrativo, según resulte apropiado.

❑ Crear acceso a una oficina de propiedad intelectual bien equipada, que cuente con personal capacitado, ofrezca protección para la propiedad industrial (protección de patentes, marcas registradas y diseños industriales), divulgue información acerca de los derechos que haya concedido e información general sobre la propiedad intelectual, y colabore con las agencias ejecutoras.

❑ Establecer una rama judicial bien capacitada que sepa manejar procedimientos judiciales penales y civiles en forma expedita, justa y transparente; que cuente con la autoridad para imponer un nivel adecuado de multas y sentencias de cárcel, y con la voluntad necesaria para aplicarlas en forma efectiva; y que esté dispuesta a imponer requerimientos judiciales preliminares y permanentes, con severas sanciones para los infractores.

❑ Establecer una fuerza policial bien capacitada que opere en forma transparente y posea autoridad y voluntad suficientes para emprender investigaciones e iniciar acciones legales contra los piratas de la propiedad intelectual (si es necesario, en colaboración con otras autoridades). Esa fuerza policial necesita tener también facultades para realizar allanamientos en las instalaciones de los infractores sin previo aviso (pero con las salvaguardas apropiadas para evitar abusos), así como la voluntad de hacerlo y facultades legales para confiscar y destruir los productos falsificados, la maquinaria para fabricarlos y los archivos del infractor (o entregarlos al dueño de la propiedad intelectual).

❑ Establecer una fuerza aduanal bien capacitada, que opere con transparencia y posea la voluntad y la

INFOBILA

autoridad necesarias para aplicar las leyes de propiedad intelectual en la frontera.

❑ Fomentar el desarrollo de un cuerpo de abogados o agentes bien capacitados del sector privado, que pueda colaborar con autoridades administrativas, policiales, judiciales y aduanales, a fin de obtener y garantizar el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual en beneficio del poseedor legítimo de tales derechos.

❑ Alentar el desarrollo o establecimiento de organizaciones del sector privado, como sociedades recolectoras, asociaciones de abogados especializados en cuestiones de propiedad intelectual, y organizaciones representantes de autores e inventores.

Los guantes fabricados con 100% de fibra de la marca Kevlar® soportan un calor extremo y son resistentes al fuego. Según DuPont, miles de trabajadores utilizan guantes resistentes a cortaduras, fabricados también con Kevlar®, para protegerse las manos cuando trabajan con objetos filosos.

EL CUMPLIMIENTO DE NUESTRAS OBLIGACIONES

Los países que tienen poca o ninguna experiencia en la protección de los derechos de propiedad intelectual considerarán intimidante la perspectiva de reunir todos esos elementos. Sin embargo, con una aplicación sensata y, en el grado que resulte sensato, con la cooperación regional e internacional, el cumplimiento de esas obligaciones puede no ser tan difícil como podría parecer. Por ejemplo, el Acuerdo TRIPS requiere que se conceda protección específica a los diseños estructurales de circuitos integrados. No obstante, no hay requisito de que se establezca una infraestructura administrativa para el examen, o siquiera el registro, de solicitudes de protección. Con la disposición contenida en la ley nacional sobre la protección de esa tecnología es suficiente.

Además, no hay razón para que la investigación y el examen de una solicitud de patente se deba realizar en cada uno de los países en los que se desea gozar de protección. La mayoría de las solicitudes de patente se presentan con anterioridad en la Oficina de Patentes y Marcas Comerciales de los Estados Unidos, la Oficina de Patentes de Japón o la Oficina de Patentes Europea. La solicitud ya habrá sido investigada y examinada en cada una de esas oficinas. Ese trabajo es complejo y requiere personal altamente capacitado; por ejemplo, científicos cuyas habilidades podrían estar mejor empleadas en investigación y desarrollo. Por lo tanto, los países pueden optar por establecer un sistema que se base en los resultados de la investigación y los exámenes ya realizados en otras naciones.

Estamos en una época en la cual los problemas de capacitación y construcción de infraestructura de los países que intentan cumplir con sus obligaciones internacionales pueden abordarse con más facilidad con el uso juicioso de tecnologías modernas. La explosión de la comercialización de la Internet ha traído consigo normas de datos abiertos y nuevas capacidades para facilitar la comunicación segura entre las oficinas de patentes y los solicitantes de las mismas. El efecto acumulativo de esos factores es que hoy podemos impartir la protección de la propiedad intelectual en forma más eficiente. Los Estados Unidos están trabajando muy de cerca con la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual para ampliar las oportunidades de asistencia técnica y capacitación.

También creemos que la asistencia técnica para las oficinas de propiedad industrial del mundo en desarrollo es esencial, ya que las necesidades de países de todo el mundo son claras: capacitación y asistencia técnica que les permita establecer y mantener un sistema eficiente de propiedad intelectual. Creo que los recursos bilaterales y multilaterales, incluidos los del gobierno de los Estados Unidos y la WIPO, están disponibles para ayudar a cada país a alcanzar esa meta. Al lograrlo, cumplirán con sus obligaciones internacionales. Lo más importante es que todos los estados asumirán, ante su pueblo, la obligación de proteger y preservar las libertades económicas y políticas. ■

Bruce A. Lehman trabajó en el Departamento de Comercio de los Estados Unidos como secretario adjunto de comercio y comisionado de patentes y marcas comerciales, de 1993 a 1998. También presidió el Grupo de Trabajo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual de la Fuerza de Tarea de la Infraestructura Nacional de la Información. Antes de asumir su cargo en el Departamento de Comercio, Lehman fue socio de la firma de abogados de Swindler & Berlin, establecida en Washington, D.C.

INFOBILA

EL PROCESO ESPECIAL 301 DE LOS ESTADOS UNIDOS

La clientela de una tienda de Shangai puede escoger entre gran variedad de discos compactos piratas. La Asociación de la Industria de Fonogramas de los Estados Unidos calcula que la industria de la música pierde cerca de US$5.000 millones al año por duplicaciones no autorizadas de grabaciones legítimas, por grabaciones no autorizadas de transmisiones por medios electrónicos y sonido pregrabado, y por la descarga no autorizada de grabaciones de audio desde sitios de Internet.

El "Especial 301" es la parte de la ley del comercio de los Estados Unidos que obliga al Representante de Comercio de los EUA (USTR por sus siglas en inglés) a identificar a los países que no brindan la protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual (DPI) o niegan un acceso justo y equitativo al mercado a los estadounidenses que dependen de los DPI. Una vez "identificado", dicho país puede ser objeto de sanciones en su comercio bilateral con los Estados Unidos si no introduce cambios para aplacar las inquietudes de este país.

Bajo el Especial 301, los países que incurren en los actos, políticas o prácticas más perjudiciales o cuyos actos, políticas o prácticas producen el mayor impacto adverso (real o potencial) sobre los productos estadounidenses correspondientes y no participan en negociaciones de buena fe para resolver esos problemas, deberán ser identificados como "países extranjeros prioritarios".

El USTR debe decidir qué países serán identificados cada año en una revisión del Especial 301 que se expide al cabo de 30 días de la publicación anual del Informe Nacional de Estimaciones de Comercio, de los Estados Unidos, que se realiza de ordinario hacia el 31 de marzo. Si un socio comercial es identificado como país extranjero prioritario, el USTR tendrá un plazo de 30 días para decidir si es conveniente iniciar una investigación de los actos, políticas y prácticas que dieron lugar a tal identificación.

En un plazo de seis meses a partir de la fecha en que comience la investigación, el USTR deberá determinar —al cabo de investigaciones y consultas— si las circunstancias que dieron lugar a la acción original persisten. Si la respuesta hallada es afirmativa, el USTR tendrá que decidir, si procede, qué medidas es necesario tomar. Esas medidas pueden incluir las sanciones en el comercio bilateral previstas en la sección 301 de la Ley de Comercio de 1974.

El plazo para tomar esta decisión puede ampliarse a nueve meses a partir de la fecha de inicio si el USTR considera que hay de por medio cuestiones muy diversas o complicadas o si ya se ha logrado un avance considerable.

El USTR mantiene en categorías separadas a los países que suscitan preocupación en los Estados Unidos en cuanto a su protección de los DPI, pero que ya no justifican la categoría de prioritarios o no han sido identificados en esa categoría. Los países cuyas prácticas tienen un impacto menor, pero todavía muy grave, se catalogan en una "lista de observación prioritaria". En estas naciones se centran discusiones bilaterales, cada día más frecuentes, acerca de las áreas problema.

El USTR tiene una "lista de observación" por separado para los países que inspiran inquietud en los Estados Unidos a causa del ritmo de sus progresos en la aplicación de los DPI y en el proceso de conceder un acceso comparable en sus mercados a los productos estadounidenses. También hay una categoría de "otras observaciones" para las naciones cuyas prácticas preocupan al USTR en grado suficiente para mencionarlas en el informe de la revisión anual.

En la revisión anual Especial 301 del USTR, los países pueden pasar a la categoría de prioritarios, o bien, entrar en una lista diferente o ser eliminados de las listas. En cualquier momento del año se pueden hacer revisiones, y de hecho se hacen, fuera del ciclo habitual. Esas revisiones son idénticas a la revisión anual regular: los países extranjeros prioritarios son identificados y otras naciones pueden ser incluidas o excluidas de las listas de observación.

El gobierno de los Estados Unidos usa cada día más a menudo el sistema de la Organización Mundial del Comercio (OMC) para la resolución de disputas en torno a los DPI con países miembros de esa organización. ■

—Warner Rose, escritor de planta

LA PERSPECTIVA DE UN PAÍS EN DESARROLLO

Por
Betty Mould-Iddrisu

La administración y aplicación de los derechos de propiedad intelectual en países en desarrollo debe contemplarse en una dimensión diferente que en el caso de la administración y aplicación de esos mismos derechos en naciones desarrolladas.

En Europa y los Estados Unidos, el sistema de derechos de propiedad intelectual surgió en tiempos tan remotos como el siglo XVI. El Estatuto de la Reina Ana de Gran Bretaña, el más temprano en materia de derechos de autor, fue promulgado en 1709, no sólo para proteger a los impresores locales a raíz del advenimiento de la prensa de Gutenberg, sino también para proteger las obras extranjeras (sobre todo los libros) que Inglaterra importaba de Europa en esa época.

Dennis de Freitas, ex jefe del consejo británico de derechos de autor, comentó que "el sistema de derechos de autor, tal como existe hoy en prácticamente todos los países civilizados, es parte vital de la infraestructura de una sociedad moderna". Esto puede deberse a la posición central que ocupa el sistema de derechos de autor en la comunicación y diseminación de información al público, a través de periódicos, radio, televisión, cine, medios electrónicos y educación.

En 1996, la Alianza Internacional de la Propiedad Intelectual estimó que las industrias de derechos de autor figuran entre los activos económicos más grandes y de más rápido crecimiento en los Estados Unidos, pues representan el 3,7% del producto interno bruto del país: US$278.400 millones. Las principales industrias de derechos de autor producen y distribuyen computadoras y el *software* correspondiente, películas cinematográficas, programas de televisión, videocasetes para el hogar, grabaciones musicales y de sonido, libros de texto, libros especializados, publicaciones profesionales y de referencia, y periódicos.

Según estadísticas publicadas por la Industria Británica de Fonogramas en su informe sobre la industria de grabaciones en 1995, la venta al menudeo de música nacional en Gran Bretaña fue de 1.400 millones de libras esterlinas, con exportaciones y ganancias invisibles por valor de 800 millones de libras. Además del empleo directo registrado por las compañías, la industria británica de la música provee un medio de vida para más de 50.000 personas, en la venta de música al menudeo y la publicación de obras musicales.

Estudios realizados por la Comisión Europea y varias organizaciones en otros países desarrollados revelan que en Austria, Australia, Alemania y Suecia, entre otros, del 3 al 5% del producto nacional bruto se puede atribuir a las industrias de derechos de autor. Se ha estimado también que el valor total del mercado mundial de productos audiovisuales fue de unos US$290.000 millones en 1994.

¿Qué se puede decir de la situación en África? Una encuesta realizada en varios países, como Egipto, Ghana, Malawi, Mauricio y Nigeria, muestra que, antes de las décadas de 1970 y 1980, la mayoría de las leyes referentes a la protección de la propiedad intelectual eran simples réplicas de leyes vigentes en las naciones que los colonizaron. Esas leyes tenían el propósito específico de proteger los derechos de los ciudadanos colonizadores, sus negocios y empresas, sin tomar en cuenta que en las colonias y los países en desarrollo prevalecía una situación diferente.

En la época en que África acababa de salir del postcolonialismo, los gobiernos de la región todavía no consideraban como una alta prioridad la necesidad de proteger los derechos de propiedad intelectual. Muchas industrias estaban en su inicio y la base manufacturera nacional casi no existía. Lo que prevalecía en África era una vibrante tradición folclórica, en torno a la cual las industrias de la cultura se agrupaban en diversos rubros, tales como música, industria, textiles, joyería y así por el estilo.

Un rápido estudio del sistema de propiedad intelectual en Ghana hasta la década de 1970 revela que el Registro Ghanés de Marcas Comerciales tenía cerca de 17.000 marcas registradas, 90% de las cuales eran propiedad de compañías e individuos extranjeros. En 1996, constaban en el registro 27.625 marcas y los ghaneses eran propietarios del 15 o 20% de ellas.

El Decreto sobre el Registro de Diseños Textiles de 1966, bajo el cual se registraban los diseños textiles, excluía de modo específico el registro de todos los diseños ghaneses bien conocidos, como los símbolos "Kente" y "Adinkra". Es interesante observar que, entre 1966 y 1997, fueron registrados bajo esta ley 23.000 diseños. Cerca del 66% de ellos (poco más de 15.000) son propiedad de diseñadores extranjeros, y 7.592 pertenecen a diseñadores locales.

En relación con las patentes, la Cap 179, que era la

Ordenanza para el Registro de Patentes en la época colonial no hizo más que extender la validez de todas las patentes registradas en el Reino Unido a la colonia de la Costa de Oro, en aquella época. Todas las patentes registradas de ese modo pertenecían a empresas o individuos extranjeros. En virtud de las dificultades que implicaba establecer un sistema de patentes, esa ordenanza siguió en vigor en Ghana hasta el 1 de julio de 1994, fecha en que una nueva ley de patentes fue promulgada.

No obstante, debemos señalar que la mayor parte de las leyes de propiedad intelectual promulgadas después de los años 70 solían tener un sesgo diferente, pues debían responder a nuevos ambientes nacionales y a los diversos requisitos del comercio mundial, en el cual las naciones emergentes luchaban por nivelar el campo de juego para el comercio internacional y las actividades de inversión.

Algunas de las ventajas que, según lo reconocen los países en desarrollo, han sido resultado directo de un mejor cumplimiento de las leyes de propiedad intelectual son:

- El estímulo a la creatividad e inventiva en la sociedad, lo cual contribuye al desarrollo del país.
- La provisión y protección de la infraestructura necesaria para el crecimiento de la producción, las manufacturas y la distribución en las industrias de la cultura, la educación y el entretenimiento.
- La creación de un ambiente propicio para atraer la inversión del sector privado nacional y extranjero hacia las industrias de derechos de autor.
- La protección —en vista de las tecnologías emergentes— de las expresiones del folclor y las actuaciones en vivo, mediante una mejor protección legal para los derechos de los intérpretes.

En el continente africano, el sistema de propiedad intelectual se ha tenido que enfrentar también a miembros desorientados de la sociedad que creen y proclaman la teoría de que a los países en desarrollo se les debería autorizar a copiar gratuitamente las obras que llegan a ellos de otros países, sobre todo de los más desarrollados. Esas personas citan como ejemplos a las naciones de Asia y otras que, gracias a la limitada protección legal que había en el pasado para la propiedad intelectual, lograron desarrollar industrias locales que cobraron considerable fuerza en los mercados mundiales mediante la copia, piratería o falsificación de obras y productos de otros países.

Sin embargo, muchos de esos países comprenden ahora el impacto de la falta de cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual en sus economías, sus industrias locales y su cultura. Por ejemplo, es un hecho muy conocido en Asia que la industria cinematográfica nacional de Malasia sufrió enormes daños a causa de la competencia de las películas extranjeras porque, hasta hace poco tiempo, ese país no tenía ni derechos de autor ni regalías por el alquiler de películas. La industria cinematográfica malaya y sus intérpretes tuvieron que ejercer tremendas presiones para exigir que el gobierno velara en forma eficaz por el cumplimiento de las leyes de derecho de autor. Malasia tiene hoy un vigoroso programa de aplicación de las leyes de propiedad intelectual, digno de ser emulado en cualquier parte del mundo.

La colorida tela Kente data del siglo XII, en el territorio de África que hoy es Ghana. Entre 1966 y 1997 fueron registrados más de 23.000 diseños bajo el Decreto para el Registro de Diseños Textiles de Ghana, de 1966; cerca del 66% de ellos son propiedad de diseñadores extranjeros y el resto de diseñadores locales. En una época, el decreto prohibía el registro de diseños ghaneses.

Con anterioridad, nosotros, en África, sobre todo los que pertenecemos a la tradición jurídica anglosajona, hemos tenido un problema muy básico con la filosofía de los derechos de propiedad intelectual, los cuales han sido aplicados en primer lugar por medio del litigio civil. Sólo a últimas fechas, los gobiernos africanos se han sentido responsables de hacer que se cumplan los derechos de propiedad intelectual y han comprendido que quienes los infringen están perpetrando actos contrarios a los intereses del estado.

LA EXPERIENCIA DE GHANA

El desafío actual para los gobiernos africanos consiste en comprometerse con el cumplimiento de estrictas leyes de propiedad intelectual, reforzando la administración de sus sistemas de derechos de autor. Mi experiencia en la administración de la propiedad intelectual en África ha demostrado que entre los requisitos previos esenciales para el desarrollo de un sistema fuerte y eficaz de derechos de autor figuran los siguientes criterios mínimos:

- Aprobación de una ley firme de derechos de autor.
- Adhesión a las convenciones internacionales.
- Establecimiento de un mecanismo administrativo eficaz para recolectar regalías y distribuirlas a intervalos regulares a los autores interesados.
- Participar en una red de acuerdos recíprocos de representación con sociedades hermanas en todo el mundo.
- Establecimiento de un mecanismo eficaz de cumplimiento y vigilancia para combatir la piratería.

Me gustaría ilustrar estos puntos tomando como referencia a Ghana en el oeste de África. Ghana aprobó en 1985 una ley de derechos de autor vigorosa, moderna y dinámica, la PNDCL 110, para sustituir la obsoleta Ley de Derechos de Autor de 1961 (uno de los instrumentos legislativos postcoloniales que regulaban a la industria de los derechos de autor). Los criterios antes mencionados —el marco dentro del cual deben ser administrados los derechos de autor— también fueron respetados en Ghana.

En 1986 fue instituido un órgano colectivo para la administración de derechos de autor, conocido como la Sociedad de Derechos de Autor de Ghana (COSGA por sus siglas en inglés). Ghana se adhirió a la Convención de Berna en 1991 y la COSGA puso en marcha un programa para concertar acuerdos de representación recíproca con otras sociedades colectivas en todo el mundo.

COSGA ha tenido cierto éxito en sus operaciones: desde su inicio, ha logrado recaudar y distribuir regalías tanto del repertorio nacional como del internacional. La Confédération Internationale de Sociétés des Auteurs et Compositeurs (CISAC) considera a COSGA como una de las principales sociedades de autores en el África de habla inglesa, pues los avances logrados mediante la administración colectiva de derechos de autor en Ghana son notables. En la mayoría de los otros países angloparlantes, los esfuerzos de la administración colectiva de derechos de autor ha tenido un éxito limitado.

Aun cuando Ghana promulgó una moderna ley de derechos de autor en 1985, las industrias de la música, la literatura y el cine tuvieron una acusada decadencia antes de 1992 y los derechos de intérpretes, compositores y autores eran transgredidos con alarmante frecuencia. Deseo subrayar que el simple hecho de aprobar una legislación no garantiza que la ley vaya a ser aplicada, y si no se impone el cumplimiento de la misma, la promulgación de la legislación es inútil. Esto ha sido más evidente en relación con la legislación sobre derechos de autor en África.

El éxito de la administración de los derechos de autor en los países en desarrollo está inseparablemente unido al problema de la piratería, que alcanzó el alarmante índice de 90% en Ghana en aquellos años. Es obvio que toda la administración de los derechos de autor se volvió problemática, ya que, a fin de cuentas, eran insignificantes los pagos de regalías que recibían los autores, ilustradores, compositores, arreglistas o intérpretes, o cualquiera de las personas creativas que contribuían a la producción de una obra original.

La piratería perpetrada a través de los años contra obras protegidas con derechos de autor en África, y en Ghana en particular, contribuyó a provocar:

- El éxodo de muchos de nuestros autores talentosos a Europa, los Estados Unidos y otros países desarrollados. Esta fuga de talentos ha privado al África de un rico acopio de creatividad autóctona.
- El entorpecimiento del desarrollo de todas las industrias asociadas a los derechos de autor y las actividades subsidiarias de quienes participan en el negocio de la creatividad legítima.
- Una considerable pérdida de ingresos al estado, que se ha privado de recibir tributación en forma directa e indirecta.
- El retardo de la creatividad cultural de nuestras comunidades locales, el cual, para un país en desarrollo cuya identidad nacional y sus raíces culturales están indisolublemente unidas a su desarrollo económico nacional, puede tener consecuencias de largo alcance.

PARA PONER FIN A LA PIRATERÍA

La industria de la música, con todas sus ramificaciones, forma una parte importante de las industrias de la cultura porque es uno de los formatos en los cuales se expresa el folclor musical. En Ghana, los músicos tienen una generosa reserva de música autóctona, de la cual extraen su inspiración; son hábiles para modificar las expresiones del folclor y adaptarlas al estilo de la música moderna.

En las décadas de 1970 y 1980, con el advenimiento de las grabadoras de cinta magnética y videocasete, la producción de música autóctona en Ghana empezó a tener auge y a escucharse por todo el país. Sin embargo, los músicos, artistas, productores y otros involucrados en la producción legítima de música —y en la industria musical en conjunto— estaban más pobres que nunca por el impacto de esas nuevas tecnologías de grabación y por el estímulo que éstas daban a la piratería.

El gobierno de Ghana y la Administración de Derechos de Autor fueron más o menos incapaces de combatir la piratería, entre 1985 y 1990, que entonces era flagrante. En vista de los crecientes costos de producción de la música y el número relativamente pequeño de obras "genuinas" que lograban vender, los artistas, compositores y productores de obras musicales perdieron la motivación para crear obras nuevas. Así fue como Ghana perdió el respeto de la comunidad internacional y se ganó la fama de ser un refugio para los piratas y los productos de la piratería. Al mismo tiempo, la música ghanesa sufrió un revés porque la música extranjera logró absorber el mercado en copias piratas.

Para las autoridades de Ghana, fue evidente que quienes hacen esas copias no fomentan en modo alguno la labor de los autores nacionales, la cultura del país o la creatividad nacional. Esto es válido para todos los estratos del sistema legal de la propiedad intelectual, ya sea derechos de autor, patentes, diseño industrial o el sistema de marcas registradas. Si en África siguiéramos el derrotero de copiar ciegamente todo lo que llega de los países desarrollados, quedaríamos atrapados para siempre en la negación cultural de nuestra propia capacidad creativa, lo cual sin duda retrasaría nuestro progreso, tanto económico como cultural.

De este modo, a través de la Oficina de Derechos de Autor, el gobierno de Ghana se vio forzado a tomar la iniciativa en la lucha contra la piratería. En estrecha

colaboración con los diversos órganos de la industria de la música y con la cooperación técnica de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI) en Londres y su grupo nacional en Ghana, la Asociación de las Industrias de Grabaciones de Ghana (ARIGh), la Oficina de Derechos de Autor instituyó el sistema de "banderolas". Este sistema fue modelado según los lineamientos del sistema portugués, porque cuando Portugal instituyó este sistema logró que el índice de piratería descendiera casi a cero.

La inclusión de un sello de autenticidad, conocido como la "banderola", en todas las obras musicales se volvió obligatoria en Ghana desde el 1 de junio de 1992. Este sello es un elemento de seguridad provisto de una secuencia numérica; se asignan números individuales sólo a los productores genuinos de obras musicales, y la autenticidad de todas las obras musicales importadas que hayan sido grabadas previamente tendrá que ser acreditada por la Oficina de Derechos de Autor, en colaboración con el Servicio Preventivo y de Impuestos Aduanales (CEPS). En Ghana, la industria de las grabaciones convino con el Servicio de la Renta Interna (SRI) en usar las banderolas como fuente de impuesto directo sobre la renta previamente pagado.

Cuando el sistema de banderola fue proyectado inicialmente en Kenya, se propuso que el sello correspondiente se utilizara como un impuesto al valor agregado (IVA). Nigeria no había incorporado al sistema el elemento tributario. Por desgracia, ese sistema nunca se puso en marcha en Kenya y el índice de piratería es hoy inaceptablemente alto en ese país. Y en Nigeria, el sistema fracasó por completo en menos de un año, a causa de problemas internos. A pesar de todo, ese país pugna hoy por revitalizarlo porque su índice de piratería es de más de 80%.

Las banderolas —un sello con una serie de números que certifican la autenticidad— fueron introducidas en Ghana en junio de 1992 para combatir la piratería en la música. A los productores genuinos de obras musicales se les asignan números de banderola individuales; la autenticidad de las importaciones y las obras musicales pregrabadas debe ser certificada por la Oficina de Derechos de Autor de Ghana, en colaboración con el Servicio Preventivo y de Impuestos Aduanales.

LAS VENTAJAS DE LAS BANDEROLAS

Algunas de las ventajas que las autoridades de Ghana y la industria de la música han observado en los últimos años, desde que aplican con éxito el sistema de "banderolas", son las siguientes:

❑ El índice de piratería, que era de 90%, se ha reducido a entre 10 y 15%.

❑ Los sellos han servido para identificar las obras musicales originales que provienen de un productor musical auténtico. La Oficina de Derechos de Autor concede su aprobación sólo a los solicitantes que son miembros legítimos de la Asociación de la Industria de Grabaciones en Ghana.

❑ Las banderolas han permitido obtener estadísticas adecuadas sobre el número de obras musicales que son producidas e importadas en el país.

❑ Los productores están obligados a rendir cuentas a sus artistas porque la Oficina de Derechos de Autor exige que haya contratos de grabación entre el productor y el artista antes de dar su aprobación para la compra de banderolas. Así pues, por primera vez, los artistas y compositores ghaneses podrán saber exactamente cuántas de sus obras han sido producidas, y podrán calcular y cobrar sus regalías sin tropezar con las dificultades del pasado.

❑ El Servicio de la Renta Interna —la dependencia directamente responsable de la venta de esas banderolas— ha logrado recaudar rentas, por primera vez, de un sector de los negocios del país que hasta entonces le había producido poco o ningún ingreso.

En la actualidad, este sistema de certificación de la autenticidad se aplica a obras musicales. Se ha previsto que en cierta fecha futura se podrá aplicar también a obras literarias y de vídeo.

La introducción del sistema de banderolas ha modificado en forma radical el destino de la industria de la música. Ghana se ha distanciado ahora de una situación en la que sólo se vendían entre 2.000 y 3.000 copias de un éxito musical, a otra en la que es posible vender entre 200.000 y 500.000 copias de la misma obra. El número de banderolas vendidas desde que se

instituyó el sistema ya rebasó los 27 millones. Aunque esto puede no ser mucho en la palestra internacional, ha permitido que Ghana, cuya población es de unos 17 millones de habitantes, ocupe el lugar 47 entre los países que más obras musicales venden en el mundo.

Ha habido un crecimiento espectacular en la industria de la música en los últimos cinco años —con una proliferación de estudios de grabación, plantas manufactureras de casetes, y así por el estilo— que ha atraído inversión local y extranjera. Ahora las concesiones extranjeras importantes han regresado al país y Ghana se ha convertido en un refugio seguro donde artistas de los países vecinos pueden producir sus obras musicales. Esta nación ha llegado a ser un modelo que el resto de África puede emular, en lo que se refiere a la aplicación de los derechos de propiedad intelectual.

EVOLUCIÓN DEL PAPEL QUE DESEMPEÑAN LAS PATENTES

En vista del éxito del sistema de banderolas, se siente la tentación de preguntar por qué el régimen de patentes no ha tenido la misma eficacia para estimular el crecimiento económico de los países en desarrollo.

Por supuesto, es bien sabido que un sistema de patentes requiere de una infraestructura relativamente cara, con expertos en diversas especialidades técnicas. La ley de patentes de Ghana tiene pocos años de instituida y sólo en fecha reciente fueron aprobadas las reglas que harán posible su aplicación. Apenas ahora empieza a evolucionar el papel del régimen de patentes; no obstante, con una creciente conciencia de las leyes de la propiedad industrial, es probable que esta especialidad se fortalezca en los próximos años. Esta situación se está repitiendo en la mayor parte del continente.

Sin embargo, no se puede negar que el sistema de marcas registradas y diseños, y en menor grado el sistema de patentes, han desempeñado un papel de influencia a través de las licencias, la distribución y las franquicias de derechos de propiedad intelectual en las naciones en vías de desarrollo. Ellos han ayudado a la transferencia de tecnología y la diseminación de nuevas formas de conocimiento técnico, a través de las normas mínimas para la obtención de licencias sobre esos derechos y el uso de los mismos.

Se espera que cuando el Acuerdo sobre los Aspectos de la Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS) entre en vigor en la mayoría de los países de África, en el año 2000, los países en desarrollo estarán en mejores condiciones para beneficiarse con la globalización de normas mínimas de propiedad intelectual en el comercio mundial (a pesar de que el terreno de juego esté desnivelado).

Este casete musical fabricado en Ghana está sellado con su respectiva banderola. Desde la introducción del sistema de banderolas, las autoridades y la industria de la música en Ghana han visto un descenso en el índice de piratería de obras musicales, que era de 90% y hoy es de entre 10 y 15%.

El ejemplo de Ghana que acabo de mencionar y conozco por experiencia me ha dado motivos para mirar con optimismo el futuro de los derechos de propiedad intelectual en los países en desarrollo. Los que vivimos en el Tercer Mundo no debemos creer que el cumplimiento y aplicación de los derechos de propiedad intelectual sólo sirven para proteger los intereses del mundo desarrollado, sino que son una poderosa herramienta para reactivar la industria de nuestras naciones, preservando al mismo tiempo la cultura nacional, la inventiva autóctona y la creatividad del país. ■

Betty Mould-Iddrisu es fiscal del estado en la División de Derecho Internacional del Ministerio de Justicia de Ghana. Es especialista en la ley de la propiedad intelectual y catedrática de la asignatura de propiedad intelectual en la Facultad de Derecho de la Universidad de Ghana. Es activista de los derechos de género y directora regional en África de la Federación Internacional de Mujeres Abogadas (FIDA por sus siglas en inglés).

PROGRESOS EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Por
Gerald J. Mossinghoff

La vigorosa protección de patentes para productos farmacéuticos impulsa el progreso de la medicina al proveer incentivos económicos para la innovación. Sin el respeto internacional por las patentes farmacéuticas, las innovaciones médicas sufrirían menoscabo. De hecho, en un estudio de 12 industrias realizado en 1988 por el Dr. Edwin Mansfield de la Universidad de Pennsylvania, se calculó que 65% de los productos farmacéuticos no habrían sido creados sin una protección adecuada de patentes. Si logra usted imaginar el servicio médico sin casi dos tercios de los medicamentos con que hoy contamos —fármacos de quimioterapia, disolventes de coágulos que salvan la vida a víctimas de ataques cardíacos, medicinas contra el SIDA, drogas que salvan la vida de infantes prematuros, y muchos otros fármacos— tendrá una imagen vívida de cuán importante es la protección de la propiedad intelectual para la industria farmacéutica.

La razón fundamental por la cual el progreso farmacéutico depende de que se proteja la propiedad intelectual es el enorme costo del desarrollo de un fármaco. La creación de un nuevo medicamento cuesta, en promedio, US$500 millones. Tal vez en ninguna otra industria, un producto que cuesta tanto descubrir y desarrollar pueda ser copiado o sometido a ingeniería inversa a un precio tan bajo, de sólo una pequeña fracción de los costos de investigación y desarrollo invertidos por el innovador. Sin una fuerte protección de patentes, las empresas farmacéuticas quizá no podrían atraer la inversión necesaria para esas costosas investigaciones de alto riesgo.

La característica que define a la industria farmacéutica de los Estados Unidos es su enorme y sostenido compromiso financiero con la investigación y el desarrollo. Desde 1985, la inversión anual de esta industria en IyD se ha cuadruplicado: de US$4.100 millones en 1985 a casi US$16.000 millones en 1996. Es la más intensiva de las industrias de alta tecnología en materia de gastos de IyD como porcentaje de los ingresos.

LAS PATENTES FARMACÉUTICAS Y LAS NACIONES EN DESARROLLO

A pesar de que, en general, se considera que sólo beneficia a los países desarrollados poseedores de grandes industrias farmacéuticas, la protección de patentes es quizá aún más importante para las naciones en desarrollo. Un vigoroso régimen de patentes farmacéuticas estimula la investigación y desarrollo en la industria farmacéutica local, atrae inversión extranjera, fomenta la transferencia de tecnología, crea empleos de alta tecnología y aumenta las exportaciones. Pero lo más importante es, tal vez, que la protección de patentes para productos farmacéuticos garantiza la disponibilidad de fármacos modernos para el mejoramiento de la salud.

En 1994, el Banco Mundial estudió una serie de compañías a fin de averiguar qué tipo de ambiente requerían para estar dispuestas a invertir en proyectos farmacéuticos en países donde no había protección de patentes. El estudio reveló que el 29% de esas compañías estaban dispuestas a invertir en instalaciones para fabricar formulaciones. Sólo el 13% accedería a invertir en instalaciones proveedoras de materiales a granel para la manufactura de un producto final. Ninguna compañía dijo estar dispuesta a invertir directamente en IyD si no contaba con la protección de patentes para productos farmacéuticos.

Los resultados de este estudio han sido confirmados por la conducta real de las compañías estadounidenses en materia de inversiones. En 1996, Brasil adoptó una legislación muy eficaz sobre patentes. Desde entonces, ese país ha ganado entre 1.700 millones y 2.200 millones de dólares en nuevas inversiones destinadas a industrias de alta tecnología, concentradas en particular en el sector farmacéutico. En Japón, donde antes de 1978 no había protección para las patentes farmacéuticas, se ha registrado tam-

bién un aumento espectacular de la inversión estadounidense en IyD para el ramo farmacéutico, la cual pasó de US$135,8 millones en 1985 a US$505,5 millones en 1994.

En forma similar, los países que dieron más vigor a la protección de patentes de productos farmacéuticos han visto un crecimiento impresionante en su industria farmacéutica nacional. Por ejemplo, Italia instituyó una firme protección a las patentes de productos farmacéuticos en 1978. En ese año, la inversión en IyD farmacéutica local fue de apenas 123.000 millones de liras. Tan sólo 10 años después, esa inversión ya había aumentado a 592.300 millones de liras, y ha seguido creciendo.

Otro indicador del efecto benéfico de una fuerte protección de patentes sobre la industria farmacéutica nacional es el hecho de que el número de firmas italianas del ramo incluidas entre las 100 compañías más importantes del mundo pasó de una sola en 1978 a siete en 1987.

México es otro ejemplo muy claro de los beneficios de la protección de patentes farmacéuticas. México fortaleció la protección de esas patentes en 1991. En consecuencia, la inversión, tanto en IyD como en instalaciones farmacéuticas, aumentó de un total de $41 millones (de dólares EUA) en 1990 a US$103 millones, tan sólo tres años después.

El moho de penicilina que vemos amplificado abajo fue la base de la penicilina, el primer antibiótico del mundo. Aunque fue descubierta por Sir Alexander Fleming en 1928, la penicilina no estuvo plenamente disponible para uso médico sino hasta mediados de los años 40. Durante la Segunda Guerra Mundial, el gobierno de los Estados Unidos autorizó a 19 compañías para producir penicilina usando una técnica desarrollada por Pfizer, Inc., a fin de atender a los miembros heridos de las fuerzas armadas. Por la gran difusión de su producción, esta primera "medicina milagrosa" nunca fue patentada.

BENEFICIOS PARA LA SALUD DERIVADOS DE LA PROTECCIÓN DE PATENTES FARMACÉUTICAS

Una fuerte protección a la propiedad intelectual hace una aportación al progreso humano que va más allá de la economía. Al ofrecer un estímulo al desarrollo de nuevas medicinas, la protección de las patentes mejora la salud y reduce el costo económico y humano de la enfermedad.

Aun cuando es difícil medir el dolor, el sufrimiento y el pesar ocasionados por una enfermedad, podemos cuantificar a éstas en términos de Años de Vida Ajustados por Incapacidad o "AVAI". Esta unidad mide los años perdidos por cada 1.000 habitantes a causa de enfermedades. En los países en desarrollo, el número de años perdidos por enfermedades transmisibles es mucho mayor que en los Estados Unidos, Europa y Japón. Por ejemplo, en América Latina se pierden 99 años por cada 1.000 habitantes a causa de enfermedades contagiosas, frente a sólo 15 en los Estados Unidos, Europa y Japón. Los fármacos desarrollados mediante la IyD local pueden ser especialmente importantes para esas enfermedades transmisibles autóctonas.

Aunque no debemos ser complacientes y suponer que los problemas muy reales del mundo podrán resolverse con el simple fortalecimiento de la protección a las patentes, el escenario está preparado para una época de avances sin precedente. Los científicos comprenden ahora lo que pasa en el cuerpo humano, las causas de enfermedades y la forma en que podemos intervenir con el fin de prevenir, contener o aliviar las enfermedades. Sin embargo, para que la promesa del avance de la medicina sea una realidad para toda la gente del mundo, debemos suprimir los obstáculos a la inversión en la investigación farmacéutica. Asestar un duro golpe a la piratería de patentes es un buen punto de partida. ■

Gerald J. Mossinghoff, ex secretario adjunto de comercio de los Estados Unidos y comisionado de patentes y marcas registradas, es ahora profesor visitante en el tema de las leyes de propiedad intelectual, en la Escuela de Derecho de la Universidad George Washington, en Washington, D.C. De 1985 a 1996, fue presidente de Pharmaceutical Research and Manufacturers of America.

PROGRESOS EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA ESTUDIO DE CASO: BRASIL

El 14 de mayo de 1996, el presidente de Brasil, Fernando Henrique Cardoso, firmó una nueva ley de la propiedad intelectual. Dicha ley dispone la concesión de patentes por 20 años para productos farmacéuticos e incluye "protección en la tubería", es decir, protección para fármacos que aún no han llegado al mercado. Bajo la ley de propiedad industrial antes vigente, promulgada en Brasil en 1971, los productos farmacéuticos no eran patentables.

¿Cómo se produjo este cambio tan significativo?

Por supuesto, hubo considerables presiones de la comunidad internacional, encabezada por los Estados Unidos. The Pharmaceutical Research and Manufacturers of America, en un comunicado dirigido a la Oficina del Representante de Comercio de los EUA (RCEU), estimó que las pérdidas de la industria estadounidense en Brasil a causa de la piratería de patentes rebasaron los US$720 millones tan sólo en 1995. Brasil fue incluido en la "lista de vigilancia prioritaria" del RCEU, con una posible amenaza de sanciones comerciales. Más aún, el acuerdo de la Organización Mundial del Comercio sobre los Aspectos de la Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS por sus siglas en inglés) establece la obligación de que todos los países miembros de la OMC ya hayan instituido la debida protección para las patentes en el año 2006.

En realidad, la ley brasileña es aún más estricta que los requisitos de la OMC en algunos aspectos de la piratería de patentes, y fue promulgada varios años antes de la fecha límite. Esto sugiere que el verdadero ímpetu de la legislación provino del propio pueblo brasileño. Con anterioridad, Brasil había argumentado que era necesario condonar la piratería de patentes farmacéuticas para proporcionar medicinas a precio accesible a sus ciudadanos más pobres. En fechas más recientes, Brasil ha llegado a adoptar el punto de vista de que es más conveniente para el país modernizar su economía para adaptarla a las normas internacionales.

"Lo que estamos haciendo es acabar con la mentalidad colonialista", dijo el presidente Cardoso cuando firmó esta ley. "Inventaremos más, inventaremos y patentaremos nuestros inventos con valor y quién sabe si en lugar de pagar a otros, otros serán los que empiecen a pagarnos a nosotros. Ningún país puede crecer a base de pillaje".

Uno de los antibióticos orales de mayor venta en el mundo, el Ceclor®, fue patentado y registrado como marca por Eli Lilly and Company en la década de 1970. Desde que expiró la patente de 20 años del Ceclor® de Lilly, se puede obtener una forma genérica menos cara de ese fármaco, que se prescribe a menudo para el tratamiento de infecciones de oídos, nariz y garganta en pacientes infantiles.

Aunque algunos se opusieron a la legislación, como varios políticos de inclinación izquierdista y la industria farmacéutica nacional, la opinión consensual sostuvo con firmeza que la nueva ley era necesaria para la modernización de Brasil, un paso clave para atraer inversión de IyD, y un factor importante para mejorar la salud pública. Un prominente converso de la propuesta en torno a las patentes fue el embajador de Brasil en los Estados Unidos, Paulo Tarso Flecha de Lima, quien cayó gravemente enfermo en Washington y fue atendido con éxito a base de nuevos fármacos.

"Una nueva generación de antibióticos —no disponible en Brasil por falta de una ley adecuada— me salvó", declaró. "Si antes no estaba a favor de una ley sobre patentes, ahora sí lo estoy".

Desde que se percibió con claridad que Brasil protegería las patentes farmacéuticas, varias compañías multinacionales de ese ramo han anunciado inversiones de cientos de millones de dólares en ese país, lo cual creará empleos, estimulará la economía y mejorará la salud de la población.

Éstos son algunos ejemplos:

- *Roche ha anunciado planes de crear un centro latinoamericano de investigación clínica en Brasil.*
- *Glaxo Wellcome está construyendo una planta manufacturera de US$160 millones en Río de Janeiro.*
- *Bayer ha anunciado planes de construir un centro de investigación.*
- *Smith Line-Beecham construirá una fábrica con valor de US$70 millones.*
- *Hoechst Marion Roussel ha anunciado inversiones por US$100 millones.*
- *Astra, que en 1981 vendió sus instalaciones en Brasil, regresará a ese país con una instalación de producción de US$10 a US$12 millones.*
- *Pharmacia & Upjohn incrementará el número de empleos en Brasil en 150%.*
- *Pfizer aumentará la producción en Brasil en 50% y creará un centro de investigación que, entre otras cosas, será capaz de adaptar los medicamentos a las condiciones locales.*
- *Eli Lilly invertirá US$82 millones en el año 2000 por concepto de producción, investigación, capacitación y equipo.* ■

— Gerald Mossinghoff

UNA ASOCIACIÓN INDUSTRIAL EN ACCIÓN

Por
Nisha M. Vora

En los tres últimos años, las pérdidas que ha sufrido el comercio de los Estados Unidos a causa de la piratería de sus libros y publicaciones en el exterior han sido superiores a US$1.500 millones. Esta pérdida subraya la necesidad de mejorar la aplicación y el cumplimiento de las normas internacionales de derechos de autor. Más aún, la falta de apoyo a la protección de esos derechos debilita el incentivo para la creación de nuevas obras, lo cual significa, a su vez, que los sistemas educacionales, la industria y las actividades conexas en todo el mundo no progresarán.

La Association of American Publishers, Inc. (AAP) es la principal agrupación de la industria editorial en los Estados Unidos. La AAP, en combinación con las demás industrias de los derechos de autor, trabaja con miras a desarrollar y promover normas para esos derechos que favorezcan el desarrollo económico, fomenten el comercio mundial y alienten el intercambio de ideas y productos. La AAP promueve también el acatamiento de esas medidas de protección, por medio del cumplimiento de las mismas y la educación.

La AAP trabaja muy de cerca con agencias del gobierno estadounidense y otros miembros de la comunidad de los derechos de autor, con miras a alentar a gobiernos extranjeros para que aprueben y pongan en vigor estrictas leyes encaminadas a proteger los derechos de los dueños y creadores de obras de propiedad intelectual. La industria editorial estadounidense participa también en ferias del libro nacionales e internacionales, seminarios y programas de conferencias patrocinados por el Servicio Cultural e Informativo de los Estados Unidos, y celebra reuniones con visitantes extranjeros para discutir cuestiones de derechos de propiedad intelectual.

Bajo los auspicios de su Comité Internacional, la AAP tiene una campaña permanente de aplicación para combatir la piratería internacional y la obtención ilegal de fotocopias de trabajos protegidos con derechos de autor. El comité coordina la acción legal en nombre de los miembros de la AAP y compila datos, tanto acerca de los progresos de las leyes locales como sobre la falta de cumplimiento de las mismas, y los entrega a la Alianza Internacional de la Propiedad Intelectual (IIPA por sus siglas en inglés), la cual prepara una evaluación anual de la protección de los derechos de autor en todo el mundo.

Para ayudar a los editores de los países en desarrollo de todo el mundo a obtener derechos de reproducción y traducción, la AAP administra también el Centro de Información Internacional de Derechos de Autor de los EUA (INCINC), fundado a raíz de la Unión de Berna y la revisión realizada en 1971 a la Convención Universal de Derechos de Autor. En la revisión de 1971 se dispuso, entre otras cosas, que los estados considerados como países en desarrollo (de acuerdo con la práctica establecida por la Asamblea General de las Naciones Unidas) que presenten notificaciones de su situación podrán recibir privilegios especiales de concesión obligatoria de licencias bajo los términos de la convención. En la oficina de la AAP en Washington, D.C., hay personal disponible para ayudar a los editores de todo el mundo en sus intentos de localizar a los dueños de derechos de autor de obras publicadas en los Estados Unidos.

Además, para promover la adhesión a las normas de derechos de autor, la comunidad editorial estadounidense pugna por colaborar con editores de otros países a fin de definir qué se requiere para garantizar una protección adecuada y eficaz a las obras protegidas con derechos de autor (esto incluye buenas leyes y un buen cumplimiento de las mismas). La AAP participa también activamente con la Asociación Internacional de Editores, cuyos miembros son asociaciones editoriales del mundo entero, para compartir información sobre la protección y acatamiento de los derechos de autor.

La AAP trabaja para favorecer los intereses empresariales de los editores de obras para estudiantes universitarios, elevando el valor percibido de los materiales de instrucción y reforzando los derechos de propiedad intelectual en el mercado universitario. Por medio de un esfuerzo educativo en el campus, la AAP trabaja también para propiciar el cumplimiento de la ley de derechos de autor en la comunidad de la educación superior y en las instalaciones comerciales de copiado que la sirven.

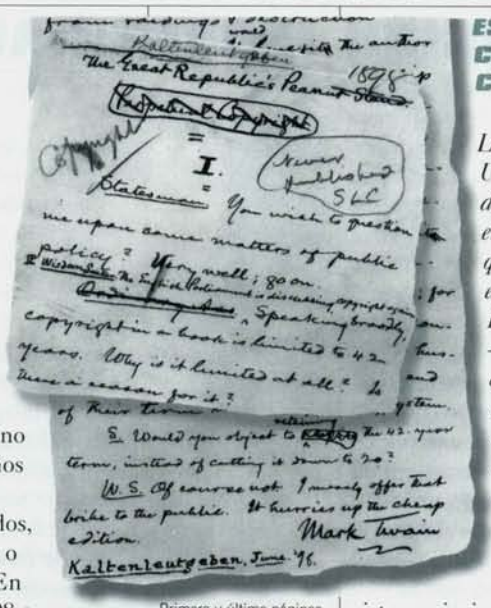
A la luz del impacto de la nueva tecnología digital de comunicaciones, la AAP está decidida a promover y fortalecer la protección de materiales en formato electrónico. El Consejo de la AAP formó una fuerza especial de tarea que se encargará de explorar los

Sistemas de Administración de Derechos de Autor (ADA) para realizar transacciones y administrar información en Internet. Entre otras cosas, los ADA pueden proveer herramientas de acceso y cumplimiento, seguir el rastro del uso y facilitar la compra, venta y obtención de licencias por vía electrónica.

Cada año, la Alianza Internacional de la Propiedad Intelectual, de la cual es miembro la AAP, presenta un informe al Representante de Comercio de los Estados Unidos (RCEU) donde menciona los países cuyas prácticas en materia de derechos de propiedad intelectual no brindan la debida protección a los derechos de autor de los EUA, ya sea porque sus regímenes de tales derechos son anticuados, por falta de cumplimiento de los mismos o por otras barreras de acceso al mercado. En el informe de pérdidas registradas en 1998 a causa de la piratería, consta que la industria del libro perdió más de US$685 millones en los 64 países y territorios identificados.

La industria editorial de los Estados Unidos suscribe el concepto de que la protección de los derechos de autor fomenta la creatividad y que la creación de obras originales favorece la educación, protege el desarrollo de nuevas tecnologías y permite que las industrias de los derechos de autor progresen en todas las naciones. ■

Nisha M. Vora es asistente de la dirección de derechos de autor y nueva tecnología en la Asociación Editorial de los Estados Unidos.



Primera y última páginas de "The Great Republic´s Peanut Stand", escrito a mano en 1898 por el estadounidense Samuel Clemens (mejor conocido por su seudónimo Mark Twain) para que los autores tuvieran una protección más firme de sus derechos. Clemens era partidario de permitir que los escritores tuvieran el control de la integridad de sus obras; también luchó sin éxito por registrar su seudónimo como marca comercial. El ensayo "Peanut Stand", de 7.000 palabras, enfrenta a un buscador de la sabiduría (Clemens) con un estadista, en un debate sobre la propiedad de las ideas y el derecho de los autores a una retribución justa.

ESTUDIO DE CASO: MEDIDAS CONTRA LA PIRATERÍA EN COREA DEL SUR

La Asociación Editorial de los Estados Unidos inició sus actividades de vigilancia del cumplimiento de la ley en el extranjero en 1984, cuando se percibió con claridad que los derechos de autor de sus miembros eran infringidos en muchos países. Ediciones pirata de libros estadounidenses —incluso textos, libros de referencia, enciclopedias y obras científicas, técnicas y médicas— llegaban a las tiendas del área de Seúl a unos cuantos meses de su publicación autorizada en los Estados Unidos. En 1984, la AAP participó en la financiación de la Alianza Internacional de la Propiedad Intelectual (IIPA por sus siglas en inglés), que hoy representa a siete asociaciones profesionales basadas en los derechos de autor que producen libros, películas cinematográficas, programas de computadora, música y grabaciones de sonido.

En 1985, la IIPA pidió al Representante de Comercio de los Estados Unidos (RCEU) que emprendiera una acción legal Especial 301 contra Corea del Sur porque no brindaba la debida protección a los derechos de autor, las patentes y las marcas comerciales estadounidenses. Tan sólo en Corea, la piratería de libros costaba a los editores estadounidenses US$70 millones al año cuando menos. En respuesta a las presiones del gobierno de los Estados Unidos, Corea aprobó una nueva ley de derechos de autor en 1987 que protegió todas las obras estadounidenses registradas con derechos de autor. A partir de entonces, el gobierno coreano ha colaborado mucho en cateos, confiscación de inventarios y litigios en sus tribunales. En 1995, los cateos realizados por funcionarios del gobierno local en nombre de la AAP permitieron sacar de la circulación más de 5.000 libros piratas y una imprenta comercial. Los editores coreanos fueron los beneficiarios inmediatos del esfuerzo de cumplimiento porque, ya sin el efecto deformante de las obras piratas que se vendían a precios piratas, el mercado respondió favorablemente a los libros coreanos de autores coreanos.

El resultado de esos esfuerzos para mejorar la protección de los derechos de autor en Corea es que las ventas de libros aumentaron en el país más de 700% entre 1985 y 1998 (de US$2,6 millones a US$20 millones) y las pérdidas a causa de la piratería disminuyeron de US$70 millones en 1984 a US$35 millones en 1998. ■

—Nisha M. Vora

Antes del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, del Acuerdo de la Ronda Uruguay de 1944, que creó la Organización Mundial del Comercio (OMC) e incluyó el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS), no había una fuente única para definir las obligaciones o las normas referentes a la propiedad intelectual. TRIPS incorporó, por referencia, los siguientes tratados y convenciones clave administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO): la Convención de París para la Protección de la Propiedad Intelectual; la Convención de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas; la Convención Internacional para la Protección de Intérpretes, Productores de Fonogramas y Organizaciones de Radiodifusión (la Convención de Roma); y el Tratado sobre la Propiedad Intelectual con Respecto a Circuitos Integrados (Tratado IPIC). Esto significa que los miembros de la OMC pueden usar los mecanismos de disputa de ésta para hacer cumplir las obligaciones descritas en esos tratados y convenciones de la WIPO. Además, el Acuerdo TRIPS de la OMC instituyó nuevas obligaciones de cumplimiento que representan un paso importante hacia la plena responsabilidad. Así pues, el Acuerdo TRIPS aportó por primera vez normas mínimas de protección a la propiedad intelectual aplicables en todos los frentes para todos los miembros de la OMC. Aun cuando el Secretariado de la OMC administra el Acuerdo TRIPS por medio del Consejo TRIPS, los tratados que lo fundamentan siguen siendo administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Desde la adopción de TRIPS, ha habido dos nuevos tratados WIPO dignos de mención: al final de 1996, los estados miembros de WIPO adoptaron dos nuevos tratados para impartir protección a las obras protegidas con derechos de autor (el Tratado WIPO de Derechos de Autor) y a los intérpretes y fonogramas (el Tratado WIPO de Interpretaciones y Fonogramas) respectivamente, para lidiar con las cuestiones emergentes relacionadas con la transmisión digital de esas obras protegidas con derechos de autor.

El texto completo del Acuerdo TRIPS y una explicación de sus disposiciones en términos para legos, se encuentran en el sitio de la OMC en la Red (Web), en la dirección http://www.wto.org. El texto completo de todos los tratados WIPO y una lista de sus signatarios figuran en la página de la WIPO, en http://www.wipo.int.

GENERALIDADES

ACUERDO SOBRE LOS ASPECTOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO (1994) (ADMINISTRADO POR LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO)

El Acuerdo sobre los Aspectos de la Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS) fue adoptado al final de 1994 como parte del acuerdo de comercio multilateral de la Ronda Uruguay. Dispone el establecimiento de normas para la protección de una gama completa de derechos de propiedad intelectual y la aplicación de esas normas, tanto internamente como en la frontera, por medio de acciones legales y administrativas.

Los derechos de propiedad intelectual amparados por el Acuerdo TRIPS son: derechos de autor, patentes, marcas comerciales, diseños industriales, secretos industriales (información no revelada), circuitos integrados (semiconductores) e indicaciones geográficas. Presentamos a continuación los puntos más relevantes de esas disposiciones.

EN EL RUBRO DE DERECHOS DE AUTOR, TRIPS:

❑ Obliga a los signatarios a acatar las disposiciones de la Convención de Berna, salvo los requisitos de la misma sobre derechos morales;

❑ Protege los programas de computadora como obras literarias y las bases de datos como compilaciones, bajo derechos de autor.

❑ Impone a los signatarios la obligación inmediata de conceder a los dueños de programas de computadora y grabaciones de sonido el derecho de autorizar o prohibir el alquiler de sus productos.

❑ Establece un plazo de 50 años para la protección de grabaciones de sonido, además de exigir a los signatarios que provean protección a las grabaciones de sonido ya existentes.

❑ Establece un plazo mínimo de 50 años para la protección de películas cinematográficas y otras obras cuyos autores pueden ser compañías.

EN EL RUBRO DE PATENTES, TRIPS:

❑ Obliga a los signatarios a proteger las patentes de productos y servicios de prácticamente todos los tipos de inventos, incluso los productos farmacéuticos y químicos para la agricultura;

❑ Establece una vigencia de 20 años para la patente, a partir de la fecha en que se presenta la solicitud;

❑ Requiere la aplicación expedita de procedimientos a fin de permitir la presentación de solicitudes de patente para productos farmacéuticos y químicos de uso agrícola a partir de la entrada en vigor del acuerdo, aun en el caso de miembros que carecen de protección de productos por medio de patentes.

❑ Establece límites al uso de licencias obligatorias, un método por el cual los gobiernos pueden forzar al tenedor de una patente a que otorgue una licencia sobre la misma a otra persona.

EN EL RUBRO DE MARCAS REGISTRADAS, TRIPS:

❑ Requiere que los signatarios registren marcas de servicios, igual que las marcas comerciales.

❑ Provee protección para las marcas bien conocidas en la esfera internacional.

❑ Prohíbe la vinculación obligatoria de marcas comerciales.

❑ Prohíbe la concesión obligatoria de licencias sobre marcas.

EN OTROS RUBROS, TRIPS PROVEE REGLAS PARA LA PROTECCIÓN DE:

❑ Secretos industriales que permiten a los dueños impedir el uso o divulgación de información confidencial sin la autorización correspondiente.

❑ Circuitos integrados que compensan las deficiencias del Tratado de Washington de 1989, prolongando el periodo de protección, de un mínimo de ocho años a un mínimo de 10 años.

❑ Diseños industriales congruentes con las leyes estadounidenses en vigor.

❑ Indicaciones geográficas no genéricas empleadas para identificar vinos y licores.

REQUISITOS DE CUMPLIMIENTO

❑ En general, los miembros tienen que proveer remedios expeditos, justos y equitativos que sean un elemento de disuasión contra futuras infracciones. Las decisiones, basadas en los méritos, se deberán entregar por escrito a las distintas partes y éstas deberán tener oportunidad de pedir una revisión judicial de las decisiones administrativas definitivas.

❑ A través de los tribunales, se deberá disponer de desagravios por mandato judicial y otras medidas provisorias eficaces.

❑ Se deberá disponer de indemnizaciones adecuadas por perjuicios, entre las cuales podrán figurar los gastos del poseedor de los derechos (incluso los posibles gastos de abogados); también es permisible la recuperación de ganancias o pagos de daños estatutarios.

El uso ilegal del *software* de diagnóstico que estaba contenido en un rollo de cinta de computadora de la Data General Corporation fue el tema de una demanda judicial por violación de derechos de autor y secreto industrial, entre Data General y las subsidiarias de Northrop Grumman Corporation, que se prolongó seis años. La demanda se resolvió en 1994 mediante el pago de US$44,5 millones de Northrop Grumman a Data General.

Los juzgados deberán tener autoridad para proveer otros remedios, como la disposición de los bienes ilegales, y también tendrán autoridad para ordenar al solicitante que indemnice a la parte acusada para compensar cualquier pérdida que ésta haya sufrido por abusos en los procedimientos de cumplimiento.

❑ Los miembros deberán proveer medidas fronterizas, incluso la suspensión o liberación a cargo de autoridades aduanales, la indemnización del importador y el dueño de los bienes, y el derecho de inspección.

❑ Se deberá contar con procedimientos penales y sanciones, por lo menos para los casos de infracción deliberada contra marcas registradas y derechos de autor, perpetrada a escala comercial.

A los países industrializados se les concedió un año de plazo para la implementación, a partir de la fecha de entrada en vigor del acuerdo TRIPS, el 1 de julio de 1995. A los países en desarrollo y a los que habían pasado de la planificación centralizada a la economía de mercado se les concedió, en general, cuatro años más para la implementación. Sin embargo, esos países cuentan también con cuatro años adicionales (para un total de nueve años extra) para implementar la protección de los sectores farmacéutico y de químicos agrícolas, si dicha protección no existe en la actualidad. El plazo de cumplimiento para las naciones de mínimo desarrollo abarca hasta el año 2006.

Aun cuando a los países en desarrollo se les concedió un largo periodo de transición, se exigió que, al final del plazo de transición de un año otorgado a todas las naciones, proveyeran condiciones de trato nacional (trato en plan de igualdad para las partes nacionales y extranjeras) y trato de nación más favorecida (trato igualitario a todos los socios comerciales participantes).

El acuerdo de la Ronda Uruguay creó la Organización Mundial del Comercio (OMC) en sustitución del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). La OMC está facilitando la implementación y administración del acuerdo.

A diferencia del sistema GATT, la OMC integra todos los procedimientos de resolución de disputas establecidos bajo acuerdos individuales (bienes, servicios, TRIPS). Las disputas referentes a TRIPS son atendidas por el Consejo General de la OMC, que actúa como Organismo de Resolución de Disputas.

Si un panel de resolución de disputas considera que la protección IPR o su aplicación en un país miembro es inadecuada, el signatario que presentó la queja tiene derecho de aplicar represalias en otros sectores.

INFOBILA

TRATADOS EN EL ÁMBITO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883) (Administrada por WIPO)

La Convención de París es aplicable a la propiedad industrial en su más amplia acepción, pues incluye inventos, marcas, diseños industriales, modelos de uso práctico, nombres comerciales, denominaciones geográficas y la represión de la competencia desleal.

Las disposiciones sustantivas de la convención corresponden a tres categorías principales: trato nacional, derecho de prioridad y reglas comunes.

Bajo las disposiciones del trato nacional, la convención establece que, en relación con la propiedad industrial, cada uno de los estados que participan en un contrato debe conceder a los ciudadanos de los demás estados contratantes la misma protección que concede a sus nacionales. Los ciudadanos de estados no contratantes también estarán protegidos por la convención si están avecindados o tienen un establecimiento industrial o comercial real y efectivo en alguno de los estados contratantes.

Esta convención dispone el derecho de prioridad en el caso de patentes (y modelos prácticos, si los hay), marcas y diseños industriales. Este derecho significa que, sobre la base de una primera solicitud regular presentada en alguno de los estados contratantes, el solicitante podrá pedir protección en cualquiera de los otros estados contratantes, dentro de un determinado plazo; entonces, esas últimas solicitudes serán consideradas como si hubieran sido presentadas el mismo día que la primera solicitud.

La convención establece unas cuantas reglas comunes que todos los estados contratantes deben aplicar. Algunas de ellas son:

❑ En relación con patentes:

■ Las patentes concedidas en distintos estados contratantes para un mismo invento son independientes unas de otras; la concesión de una patente en un estado contratante no obliga a los demás estados contratantes a otorgar una patente.

■ El inventor tiene derecho de ser reconocido como tal en la patente.

❑ En cuanto a marcas:

■ La convención no regula las condiciones para la presentación y registro de marcas, por lo cual deberán determinarse según la ley nacional de cada estado contratante.

■ Cuando una marca haya sido debidamente registrada en el país de origen, deberá, previa solicitud, ser aceptada para registro y protegida en su forma original en los demás estados contratantes. Sin embargo, el registro puede ser negado en casos bien definidos.

El juego de MONOPOLY(®, basado en transacciones de hipotéticas propiedades, se conoce y se juega en todo el mundo. MONOPOLY(®, el diseño del tablero del juego, los cuadros de las cuatro esquinas y cada uno de los elementos distintivos del tablero y las piezas del juego son marcas registradas de Hasbro, Inc.®™ y ©1999 Hasbro, Inc. Reservados todos los derechos. El juego de MONOPOLY(® fue inventado en 1934 por Charles B. Darrow e hizo de su autor el primer diseñador de juegos millonario en el mundo. Hoy el juego de MONOPOLY(® se fabrica bajo licencia en 32 países, ha sido traducido a 19 idiomas e incluso hay una versión en Braille.

■ Si en un estado contratante cualquiera el uso de una marca registrada es obligatorio, el registro puede ser cancelado sólo después de un periodo razonable y únicamente si el dueño no logra justificar su inactividad.

■ Se deberá conceder protección a las marcas colectivas.

■ Los diseños industriales deberán ser protegidos en cada uno de los estados contratantes, y la protección no podrá invalidarse por el hecho de que los artículos a los cuales se incorpore el diseño no sean manufacturados en ese estado.

■ Se deberá otorgar protección a los nombres comerciales en cada uno de los estados contratantes, sin que haya obligación de presentar documentación o registrarlos.

■ Cada uno de los estados contratantes deberá tomar medidas contra el uso directo o indirecto de una falsa indicación sobre la fuente de los bienes o la identidad del productor, fabricante o distribuidor.

- Cada estado contratante estará obligado a proveer protección eficaz contra la competencia desleal.

Acuerdo de Madrid para la Represión de las Indicaciones Falsas o Engañosas sobre el Origen de los Bienes (1891) (Administrado por WIPO)

Según el Acuerdo de Madrid, todos los bienes que ostentan alguna indicación falsa o engañosa acerca de su origen, en la cual alguno de los estados contratantes o un lugar situado en ellos sea señalado directa o indirectamente como el país o lugar de origen, deberán ser incautados en la importación, o dicha importación habrá de ser prohibida, o será necesario aplicar otras acciones y sanciones en relación con dicha importación.

El acuerdo dispone los casos y la forma en que la incautación deberá ser solicitada y realizada. Prohíbe que, en relación con la venta, exhibición u oferta para la venta de cualesquiera bienes, se use cualquier apelativo publicitario que, por su naturaleza, sea capaz de engañar al público en cuanto al origen de dichos bienes. Los tribunales de cada estado contratante se reservan el derecho de decidir qué apelativos, en virtud de su carácter genérico, no están comprendidos dentro del alcance del acuerdo.

Acuerdo de Madrid sobre el Registro Internacional de Marcas (1891) (Administrado por WIPO)

El Acuerdo de Madrid dispone el registro internacional de marcas (tanto marcas comerciales como de servicio) en la Oficina Internacional de WIPO en Ginebra. Los registros realizados bajo el acuerdo son considerados internacionales porque cada uno de ellos tiene efecto en varios países, y potencialmente en todos los estados contratantes (excepto en el país de origen).

Para disfrutar las ventajas del acuerdo, el solicitante debe ser ciudadano de un estado contratante, o bien, estar domiciliado o tener un establecimiento industrial o comercial real y efectivo en un estado contratante. Para eso, primero tendrá que registrar su marca en la oficina de marcas registradas nacional o regional (Benelux) del país de origen. Una vez hecho esto, la persona interesada podrá solicitar el registro internacional por medio de esa oficina nacional o regional.

En cuanto se realiza el registro internacional, éste es publicado por la Oficina Internacional y se notifica a los estados contratantes (o bien, en el caso de Bélgica, Luxemburgo y los Países Bajos, a la Oficina de Marcas Registradas de Benelux) en los que el solicitante desea obtener protección. En el curso de un año, cada uno de esos estados (o la Oficina de Benelux) puede declarar —por medio de una nota sobre las causas de su decisión— que no podrá conceder protección a dicha marca en su territorio. Si se hace tal declaración, el procedimiento prosigue en la oficina nacional o regional renuente o ante los tribunales del estado contratante en cuestión. Si tal declaración no se presenta en el curso de un año, el registro internacional tendrá el mismo efecto que un registro nacional (o regional).

Acuerdo de La Haya
sobre el Depósito Internacional
de Diseños Industriales (1925)
(Administrado por WIPO)

El depósito internacional de un diseño industrial puede efectuarse en la Oficina Internacional de WIPO, ya sea directamente o por intermediación de la oficina nacional de propiedad industrial del estado contratante que sea el país de origen si la ley de dicho estado lo permite. La ley nacional de cualquier estado contratante puede requerir que el depósito internacional se realice por intermediación de su propia oficina nacional.

En cada uno de los estados contratantes señalados por el solicitante, el depósito internacional tendrá el mismo efecto, igual que si todas las formalidades requeridas por la ley de cada uno para otorgar la protección hubieran sido satisfechas por el solicitante y como si todos los actos administrativos requeridos para el efecto hubieran sido llevados a cabo por la oficina de ese estado (o por la Oficina de Diseños de Benelux, según el caso).

El depósito internacional puede extender sus efectos al estado contratante que sea el país de origen (si dicho estado fue designado por el solicitante), a menos que la legislación de dicho estado disponga otra cosa.

Un depósito internacional puede renovarse cada cinco años. El plazo de protección no puede ser menor de cinco años, o de diez años si es renovado al final del primer periodo de cinco años.

En 1997, Haggerty Enterprises, Inc., de Chicago, fabricante de Lava Lite(®, recurrió a los tribunales para impedir la importación de "réplicas" de esa lámpara producidas en Taiwán e impedir que fueran vendidas por cuatro compañías de los Estados Unidos. La Lava Lite(®, presentada en 1965, es una lámpara eléctrica única por su forma, que contiene un líquido de color transparente y "lava" de distinto color en un recipiente ahusado de cristal sobre una base cónica de metal. Una bombilla eléctrica instalada dentro de la base ilumina el líquido y calienta la lava, la cual sube y baja dentro de éste, creando formas luminosas. Las imitaciones se vendieron con nombres como: Volcano Lamp, Groove Tube Volcano Lamp y Rocket Lamp. Haggerty accedió a retirar la demanda el 1 de julio de 1997, cuando el fabricante de las imitaciones accedió a deshacerse de su inventario y dejar de importar o vender esos productos ilegales.

Acuerdo de Niza
sobre la Clasificación Internacional de Bienes y
Servicios para Propósitos de
Registro de Marcas (1957)
(Administrado por WIPO)

El Acuerdo de Niza establece una clasificación de bienes y servicios para propósitos de registro de marcas comerciales y de servicio. Las oficinas de marcas comerciales de los estados contratantes deberán indicar, de acuerdo con cada registro, los símbolos de las diferentes clases.

La clasificación es una lista de clases —34 clases para bienes y ocho para servicios— y una lista alfabética de bienes y servicios. Esta última incluye cerca de 11.000 elementos. De cuando en cuando, ambas listas son enmendadas y complementadas por un comité de expertos en el cual están representados todos los estados contratantes.

A pesar de que sólo 58 estados forman parte del Acuerdo de Niza, tanto las oficinas de marcas registradas de más de 140 estados como la Oficina Internacional de WIPO, la Oficina de Marcas Registradas de Benelux, la Organización Africana de la Propiedad Intelectual y la Oficina para la Armonización del Mercado Interno (Marcas Registradas y Diseños) de las Comunidades Europeas, usan en realidad esa clasificación.

Acuerdo de Lisboa
para la Protección de Apelativos de Origen y su
Registro Internacional (1958)
(Administrado por WIPO)

El objetivo del Acuerdo de Lisboa es proveer protección para las apelaciones de origen, es decir, cuando el "nombre geográfico de un país, región o localidad, se emplea para designar un producto que se elabora en él y cuyas características y calidad se deben exclusiva o esencialmente a ese medio ambiente geográfico, con inclusión de los factores naturales y humanos" (artículo 2). Esos nombres son registrados por la Oficina Internacional de WIPO en Ginebra, a solicitud de las autoridades competentes del estado contratante interesado. La Oficina Internacional comunica el registro a los demás estados contratantes. Con excepción del caso en que un estado contratante declara, en el término de un año, que no puede garantizar la protección de un nombre registrado, todos los estados contratantes deben proteger el nombre internacionalmente registrado, mientras éste siga estando protegido en el país de origen.

Acuerdo de Locarno
que Establece una Clasificación Internacional
para Diseños Industriales (1968)
(Administrado por WIPO)

El Acuerdo de Locarno establece una clasificación para diseños industriales. Las oficinas competentes de los estados contrastantes deberán indicar, en los documentos oficiales donde conste el depósito o registro de diseños industriales, cuáles son los símbolos apropiados de la clasificación. Deberán hacer lo mismo en cualquier publicación que expidan las oficinas con respecto al depósito o registro.

A un comité de expertos establecido bajo el acuerdo y en el cual estén representados todos los estados contratantes, se le asigna la tarea de revisar periódicamente la clasificación.

La clasificación comprende 32 clases y 223 subclases. Incluye también una lista alfabética de bienes donde se indican las clases y subclases a las que dichos bienes corresponden. La lista contiene cerca de 6.320 indicaciones de diferentes tipos de bienes.

Aun cuando sólo 35 estados forman parte del Acuerdo de Locarno, las oficinas de la propiedad industrial de otros estados aplican esta clasificación. Ésta también es aplicada por la Oficina Internacional de WIPO en la administración del Acuerdo de La Haya y por la Oficina de Diseños de Benelux.

Tratado de Cooperación sobre Patentes
(Patent Cooperation Treaty, PCT) (1970)
(Administrado por WIPO)

Gracias al PCT se puede solicitar la protección de patentes para un invento en un gran número de países a la vez, con la presentación de una solicitud de patente "internacional". Dicha solicitud puede ser presentada por cualquier persona que sea ciudadana o residente de un estado contratante. En general, se puede presentar en la oficina nacional de patentes del estado contratante del cual sea ciudadano o residente el solicitante, o bien, en la Oficina Internacional de WIPO en Ginebra. Si el solicitante es ciudadano o residente de un estado contratante que participe en la Convención Europea de Patentes, el Protocolo de Harare sobre Patentes y Diseños Industriales o la Convención Euroasiática de Patentes, la solicitud internacional se puede presentar también en la Oficina Europea de Patentes (EPO), la Organización Regional Africana de la Propiedad Industrial (ARIPO) o la Oficina Euroasiática de Patentes (EAPO), respectivamente.

El tratado regula en detalle los requisitos formales que toda solicitud internacional debe satisfacer.

El solicitante indica en cuáles de todos los estados contratantes desea que su solicitud internacional tenga efecto. El efecto de la solicitud internacional en cada uno de los estados así designados es idéntico que si se hubiera presentado una solicitud de patente nacional en la oficina nacional de patentes de ese estado.

A continuación, la solicitud internacional es sometida a lo que se conoce como una "búsqueda internacional", que lleva a cabo alguna de las principales oficinas de patentes. El resultado de esa operación es un "informe internacional de búsqueda" donde aparece la lista de citas de documentos publicados de ese tipo que pudieran afectar el derecho de patentar la invención descrita en la solicitud internacional.

Acuerdo de Estrasburgo
sobre la Clasificación Internacional
de Patentes (1971)
(Administrado por WIPO)

El Acuerdo de Estrasburgo establece la Clasificación Internacional de Patentes (IPC), según la cual la tecnología se divide en ocho secciones, con 67.000 subdivisiones aproximadamente. Cada subdivisión tiene un símbolo formado por números arábigos y letras del alfabeto latino.

Los símbolos IPC apropiados figuran en cada documento de la patente (las solicitudes y concesiones de patente publicadas), un millón de los cuales fueron expedidos cada año en los últimos 10 años. Los símbolos apropiados son asignados por la oficina nacional o regional de la propiedad industrial que haya publicado el documento de la patente.

Aunque sólo 41 estados participan en el acuerdo, las oficinas de patentes de más de 80 estados, cuatro oficinas regionales y la Oficina Internacional de WIPO bajo el Tratado de Cooperación en Patentes (PCT) aplican en realidad el IPC.

Acuerdo de Viena
que Establece una Clasificación Internacional de
Elementos Figurativos de las Marcas (1973)
(Administrado por WIPO)

El acuerdo establece una clasificación para las marcas que consisten en elementos figurativos o los contienen. Las oficinas competentes de los estados contratantes deberán indicar, en los documentos y publicaciones oficiales referentes a los registros y renovaciones de marcas, cuáles son los símbolos apropiados de la clasificación.

A un comité de expertos, que cuenta con representantes de todos los estados contratantes, se le asigna la tarea de revisar periódicamente la clasificación.

La clasificación comprende 29 categorías, 144 divisiones y 1.796 secciones, en las cuales se catalogan los elementos figurativos de las marcas.

A pesar de que sólo 13 estados participan en el Acuerdo de Viena, la clasificación es aplicada por las oficinas de propiedad industrial de 30 estados, cuando menos, y también por la Oficina Internacional de WIPO, la Oficina de Marcas Comerciales de Benelux y la Oficina para la Armonización en el Mercado Interno (marcas comerciales y diseños) de las Comunidades Europeas.

Convención Europea de Patentes (1973)
(Administrada por la Oficina Europea de Patentes)
La Convención Europea de Patentes (EPC) creó la Oficina Europea de Patentes (EPO), con sede en Munich, Alemania. En la actualidad, la convención es observada en la mayoría de los estados miembros de la Comunidad Europea y en otros países de Europa. (La afiliación a la EPO no es accesible para los Estados Unidos, pero las relaciones entre ambos son estrechas a través de la Oficina de Patentes y Marcas Comerciales del Departamento de Comercio de los EUA.) Con la EPC, basta llenar una solicitud —en inglés, alemán o francés— a partir de la cual la investigación y el examen correspondientes se llevan a cabo en forma centralizada. Una vez que la emisión de la patente ha sido concedida, las cuotas apropiadas fueron cubiertas y las traducciones pertinentes fueron presentadas, esa solicitud única se convierte en un conjunto de patentes nacionales individuales. El sistema permite también la presentación de impugnaciones de la patente en la EPO, en un plazo de nueve meses a partir de la concesión de la patente. Sin embargo, las emisiones de validez subsiguientes tendrán que ser realizadas en cada uno de los países, por cortes nacionales individuales.

Tratado de Nairobi
sobre la Protección del Símbolo Olímpico (1981)
(Administrado por WIPO)
Todos los estados que forman parte del tratado tienen la obligación de proteger el símbolo olímpico —cinco aros entrelazados— para que no sea utilizado con fines comerciales sin autorización del Comité Olímpico Internacional. El tratado dispone también que, cuando se pague una cuota de licencia al Comité Olímpico Internacional por su autorización para usar el símbolo olímpico con propósitos comerciales, una parte del ingreso deberá entregarse a los comités olímpicos nacionales interesados.

Tratado de Budapest
sobre el Reconocimiento Internacional del
Depósito de Microorganismos
para Usarlos en el Procedimiento
de Patentes (1977)
(Administrado por WIPO)
La divulgación del invento es un requisito para la concesión de una patente. De ordinario, la invención se da a conocer por medio de una descripción escrita. En caso de que el invento incluya un microorganismo o el uso de éste, no es posible realizar la divulgación por escrito, sino mediante el depósito de una muestra del microorganismo en una institución especializada.

Para eliminar la necesidad de depositar una muestra en cada uno de los países en los que se solicita protección, el Tratado de Budapest permite que el depósito de un microorganismo con cualquier "autoridad depositaria internacional" sea suficiente para las

La marca comercial Bayer, tomada del envase de Bayer Aspirin®, tal como se comercializa en Alemania, es idéntica a la marca comercial Bayer en otros países del mundo. Sin embargo, a diferencia de los Estados Unidos, en Europa la palabra "Aspirin®" es una marca registrada de la Bayer AG Company y debe ser identificada como "analgésico Aspirin®".

oficinas nacionales de patentes de todos los estados contratantes y cualquier oficina regional de patentes (si una oficina de ese tipo declara su reconocimiento de los efectos del tratado).

Lo que en el tratado se designa como una "autoridad depositaria internacional" es una institución científica —de ordinario una "colección de cultivos"— con capacidad para almacenar microorganismos. Dicha institución adquiere la categoría de "autoridad depositaria internacional" cuando el estado contratante en el territorio en el cual esté ubicada presenta al director general de WIPO pruebas suficientes para asegurarse de que dicha institución cumple con ciertos requisitos del tratado.

El tratado es provechoso principalmente para el o la depositante que ha solicitado patentes en varios estados contratantes; el depósito de un microorganismo según los procedimientos dispuestos en el tratado le ahorra dinero al depositante y le ofrece mayor seguridad en cuanto a la aplicación de la patente.

Protocolo Relacionado
con el Acuerdo de Madrid Referente
al Registro Internacional de Marcas (1989)
(Administrado por WIPO)
El Protocolo de Madrid fue adoptado para introducir nuevas características en el sistema de registro internacional de marcas (tal como existía bajo el Acuerdo de Madrid). Con las nuevas características se suprimieron las dificultades por las cuales algunos países no habían suscrito el Acuerdo de Madrid. El Protocolo de Madrid es un instrumento complementario del Acuerdo de Madrid.

En comparación con el Acuerdo de Madrid, el protocolo introduce las siguientes innovaciones principales:

- El o la solicitante puede basar su solicitud de registro internacional no sólo en el registro de su marca en la oficina nacional (o regional) de origen, sino también en una solicitud para el registro nacional (o regional) presentada en esa oficina.
- Cada parte contratante en la cual busque protección el solicitante dispondrá de 18 meses (en lugar de un año), y un periodo aún más largo si se trata de una impugnación, para declarar que no podrá impartir protección a dicha marca en su territorio.
- La oficina de cada una de las partes contratantes puede recibir cuotas más altas que bajo el Acuerdo de Madrid.
- Un registro internacional que se cancela a petición de la oficina de origen puede transformarse en una solicitud nacional (o regional) beneficiándose con su fecha de presentación y, cuando sea aplicable, su fecha de prioridad.

Además, el protocolo establece vínculos con el sistema de marcas comerciales de las Comunidades Europeas.

Por último, las solicitudes que se rigen por el proto-

colo no sólo pueden ser presentadas en francés, sino también en inglés.

Tratado de Washington sobre la Propiedad Intelectual con Respecto a Circuitos Integrados (1989) (Administrado por WIPO)
Aunque este tratado aún no entra en vigor, ha sido incluido por referencia en el Acuerdo TRIPS de la Organización Mundial del Comercio (OMC), sujeto a varias modificaciones.

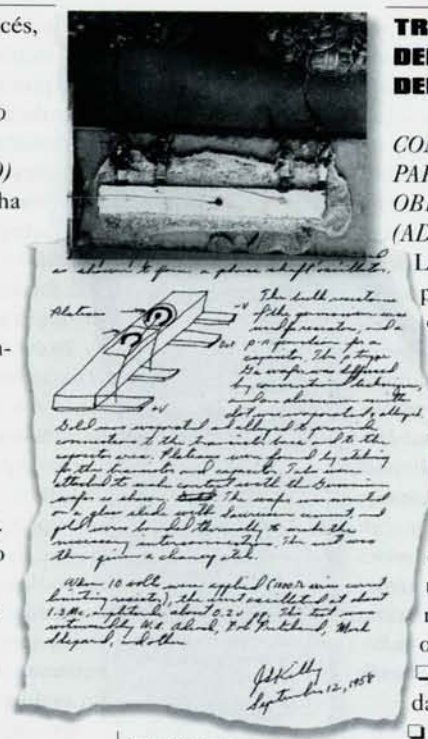
Bajo el tratado, cada una de las partes contratantes está obligada a garantizar, en todo su territorio, la protección de la propiedad intelectual de diseños originales de estructura (topografías) de circuitos integrados, independientemente de que el circuito en cuestión esté incorporado o no a un artículo.

Cada parte contratante debe dar el mismo trato a sus propios ciudadanos y a las personas físicas y las entidades legales de otras partes contratantes.

Las partes contratantes deberán considerar que los siguientes actos, por lo menos, son ilegales si se realizan sin autorización del tenedor del derecho: la reproducción del diseño estructural y la importación, venta u otro tipo de distribución, con propósitos comerciales, del diseño estructural o de un circuito integrado al cual haya sido incorporado dicha estructura.

Tratado de la Ley de Marcas Comerciales (Trademark Law Treaty, TLT) (1994) (Administrado por WIPO)
El objetivo del TLT es hacer más accesibles para el usuario los sistemas nacionales y regionales de marcas registradas. Esto se logra con la simplificación y armonización de los procedimientos y la supresión de los escollos ocultos, logrando así que el procedimiento sea seguro para los dueños de marcas y para sus representantes.

La gran mayoría de las disposiciones del TLT se refieren al procedimiento anterior al registro de la marca comercial, el cual se puede dividir en tres fases principales: solicitud de registro, cambios después del registro y renovación. Las reglas para cada una de las fases están hechas para expresar con claridad lo que una oficina de marcas registradas puede requerir y lo que no puede requerir del solicitante o el propietario.



La invención del primer circuito integrado de tipo monolítico ("el chip") suele acreditarse a Jack S. Kilby, de Texas Instruments, en 1958. La descripción de Kilby acerca de su invento se encuentra en estas notas que escribió a mano el 12 de septiembre de 1958. En febrero de 1959, Kilby y Texas Instruments solicitaron la patente para "circuitos electrónicos miniaturizados". La patente fue concedida en 1964.

TRATADOS EN EL RUBRO DE DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS VECINOS

CONVENCIÓN DE BERNA PARA LA PROTECCIÓN DE OBRAS LITERARIAS Y ARTÍSTICAS (1886) (ADMINISTRADA POR WIPO)
La Convención de Berna se apoya en tres principios básicos y contiene una serie de disposiciones que determinan la protección mínima que se deberá conceder, además de las disposiciones especiales disponibles para los países en desarrollo que deseen aplicarlos.

Los tres principios básicos son los siguientes:

- Las obras originadas en alguno de los estados contratantes podrán recibir en cada uno de los demás estados contratantes la misma protección que éstos otorgan a las obras de sus propios ciudadanos.
- Esa protección no debe estar condicionada al cumplimiento de formalidad alguna.
- Esa protección es independiente de la existencia de una protección correspondiente en el país de origen de la obra. Sin embargo, si un estado contratante provee un plazo más largo que el mínimo prescrito por la convención, y la obra deja de estar protegida en el país de origen, la protección le puede ser negada una vez que cese la protección en el país de origen.

En cuanto a las obras, la protección debe incluir "todas las producciones en el dominio literario, científico y de artes plásticas, cualquiera que pueda ser su modalidad o forma de expresión" (artículo 2(1)). Los siguientes derechos figuran entre los que deben ser reconocidos como derechos exclusivos de autorización: los derechos de traducir, de hacer adaptaciones y arreglos de la obra; de interpretar en público obras dramáticas, dramático-musicales y musicales; de recitar en público obras literarias; de comunicar al público la interpretación de esos trabajos; de difundirlos; de reproducirlos en cualquier modalidad o forma; de usar las obras como base para un trabajo audiovisual; y de reproducir, distribuir, interpretar en público o comunicar al público esa obra audiovisual.

La convención abarca también los "derechos morales", es decir, el derecho de reclamar la autoría de la obra y el derecho de oponerse a cualquier mutilación, deformación u otra modificación de la misma, o bien, de otras acciones que dañan la obra y podrían ser perjudiciales para el honor o el prestigio del autor.

En cuanto a la vigencia de la protección, la regla general dispone que se deberá conceder protección hasta que concluya un periodo de 50 años a partir de la muerte del autor.

Convención de Roma para la Protección de Intérpretes, Productores de Fonogramas y Organizaciones de Radiodifusión (1961) [Administrada conjuntamente por WIPO, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)]

La Convención de Roma asegura la protección de las interpretaciones de los intérpretes, los fonogramas de los productores de fonogramas y las transmisiones de las organizaciones de radiodifusión.

Jeremy Raia y Whitney Shulman del Ballet Arizona presentan su interpretación de la obra "Transitions", con coreografía de Jawole Willa Jo Zollar. Las obras coreográficas —igual que las literarias, musicales y de artes plásticas— están amparadas por las leyes de derechos de autor de la mayoría de los países.

Los intérpretes (actores, cantantes, músicos, bailarines y otras personas que interpretan obras literarias o artísticas) están protegidos contra ciertos actos que no han autorizado. Tales actos son: la difusión y comunicación al público de sus interpretaciones en vivo; la grabación de sus interpretaciones en vivo; la reproducción de dicha grabación si ésta fue realizada sin su consentimiento o si la reproducción se realiza con propósitos diferentes de aquéllos para los cuales el intérprete dio su consentimiento.

Los productores de fonogramas tienen derecho de autorizar o prohibir la reproducción directa o indirecta de sus fonogramas.

Las organizaciones de radiodifusión tienen derecho de autorizar o prohibir ciertos actos, a saber: la retransmisión de sus programas; la grabación de sus transmisiones; la reproducción de esas grabaciones; la comunicación al público de sus transmisiones de televisión si tal comunicación se realiza en lugares accesibles al público, a cambio de algún pago o cuota de admisión.

Convención de Ginebra para la Protección de los Productores de Fonogramas contra la Duplicación No Autorizada de sus Fonogramas (1971) (Administrada por WIPO en colaboración con la OIT y UNESCO)

La Convención de Ginebra establece la obligación de cada estado contratante de proteger al productor de fonogramas que sea ciudadano de otro estado contratante, contra la elaboración de duplicados sin el consentimiento del productor, contra la importación de esos duplicados cuando la elaboración o importación se realice con propósitos de distribución al público, y contra la distribución de tales duplicados entre el público. La protección puede impartirse como un asunto de la ley de derechos de autor, la ley *sui generis* (derechos vecinos), la ley sobre competencia desleal o la ley penal. La protección debe durar por lo menos 20 años a partir de la primera grabación o la publicación original del fonograma.

Convención de Bruselas Referente a la Distribución de Señales Transportadoras de Programas Transmitidas por Satélite (1974)

La Convención de Bruselas especifica la obligación de cada estado contratante de tomar medidas adecuadas para prevenir que en o desde su territorio se distribuya sin autorización de cualquier señal portadora de programas, transmitida por satélite. La distribución se considera desautorizada si no ha sido autorizada por la organización —de ordinario, una organización de radiodifusión— que decidió originalmente cuál sería el contenido del programa. Esta obligación existe en relación con organizaciones nacionales o de un estado contratante.

Sin embargo, las disposiciones de esta convención no son aplicables si la distribución de las señales se realiza desde un satélite de radiotransmisión directa.

Tratado WIPO de Derechos de Autor (WIPO COPYRIGHT Treaty, WCT) (1996)

Este tratado fue concluido en Ginebra el 20 de diciembre de 1996. Está en espera de ratificación.

Cualquier parte contratante (aunque no esté obligada por la Convención de Berna) debe acatar las disposiciones sustantivas de la Ley de la Convención de Berna de 1971 (París).

En cuanto a los temas que serán protegidos por medio de derechos de autor, el tratado menciona dos: (1) programas de computadora, cualquiera que sea la modalidad o la forma de su expresión, y (2) compilaciones de datos u otros materiales ("bases de datos"), en cualquier forma, que en virtud de la selección o arreglo de su contenido constituyan creaciones intelectuales.

En lo referente a los derechos de autor, el tratado se ocupa de tres de ellos: (1) el derecho de distribución, (2) el derecho de alquiler y (3) el derecho de comunicación al público. Cada uno de ellos es un derecho exclusivo, sujeto a ciertas limitaciones y excepciones.

El tratado obliga a las partes contratantes a proveer remedios legales contra la anulación de las medidas tecnológicas (p. ej., la codificación) que emplean los autores en el ejercicio de sus derechos y contra la remoción o alteración de información, como ciertos datos que identifican la obra de sus autores, que es necesaria para la administración (p. ej., otorgamiento de licencias, recolección y distribución de regalías) de

sus derechos ("información sobre la administración de derechos").

El tratado obliga a cada una de las partes contratantes a adoptar las medidas necesarias, de acuerdo con su sistema legal, para garantizar la aplicación de dicho tratado. En particular, la parte contratante deberá asegurarse de que su ley incluya procedimientos que garanticen el cumplimiento, de modo que pueda instruirse una acción legal eficaz contra cualquier infracción de los derechos cubiertos por el tratado. Esa acción deberá incluir remedios expeditos para prevenir la infracción y remedios que sean un factor disuasorio contra futuras transgresiones.

Tratado WIPO de Interpretaciones y Fonogramas (WIPO Performances and Phonograms Treaty, WPPT) (1996)

Este tratado fue concluido el 20 de diciembre de 1996. Está en espera de ratificación.

Este tratado se refiere a los derechos de propiedad intelectual de dos tipos de beneficiarios: (1) intérpretes (actores, cantantes, músicos, etc.) y (2) productores de fonogramas (las personas o entidades legales que toman la iniciativa y asumen la responsabilidad en relación con la grabación de esos sonidos).

En lo que se refiere a los intérpretes, el tratado les concede cuatro tipos de derechos económicos sobre sus interpretaciones grabadas en fonogramas: (1) el derecho de reproducción, (2) el derecho de distribución, (3) el derecho de alquiler y (4) el derecho de ponerlos a disposición del público. Cada uno de ellos es un derecho exclusivo, sujeto a ciertas limitaciones y excepciones.

El tratado concede a los intérpretes tres tipos de derechos económicos con respecto a sus interpretaciones no grabadas (en vivo): (1) el derecho de transmisión (salvo en el caso de retransmisiones), (2) el derecho de comunicación al público (salvo cuando la interpretación tenga lugar en una transmisión) y (3) el derecho de grabación.

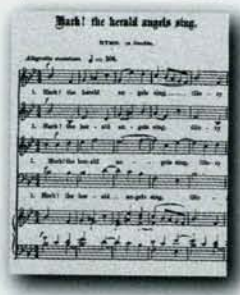
El tratado concede también derechos morales a los intérpretes: el derecho de exigir que se les dé el crédito de sus interpretaciones y el derecho de oponerse a cualquier distorsión, mutilación u otra alteración que pudiera ser lesivo para su prestigio.

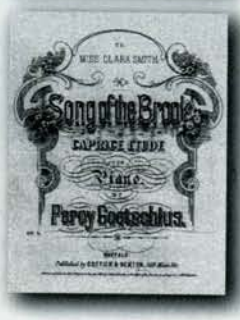
En lo que se refiere a los productores de fonogramas, el tratado les concede cuatro tipos de derechos (todos de carácter económico) sobre sus fonogramas: (1) el derecho de reproducción, (2) el derecho de distribución, (3) el derecho de alquiler y (4) el derecho de ponerlos a disposición del público. Cada uno de estos derechos es exclusivo y está sujeto a ciertas limitaciones y excepciones.

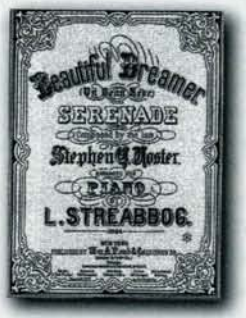
En lo que se refiere tanto a los intérpretes como a los productores de fonogramas, el tratado obliga a cada una de las partes contratantes a dar a los ciudadanos de las otras partes contratantes el mismo trato que a sus propios ciudadanos, en lo referente a los derechos reconocidos específicamente en el tratado.

Además, el tratado dispone que los intérpretes y los productores de fonogramas tengan derecho a una remuneración única y equitativa por el uso directo o indirecto de sus fonogramas, ya sea que éstos se editen con propósitos comerciales, para transmisión por medios electrónicos o para comunicarlos al público.

La vigencia de la protección deberá ser de 50 años por lo menos. ■







Cuatro de las decenas de miles de hojas de música impresa cuyos derechos de autor fueron registrados en la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos entre 1870 y 1885. Dicho congreso estableció la Biblioteca del Congreso, como la única agencia para el registro de los derechos de autor en 1870 y exigió que una copia completa de cada obra registrada se deposite en la Oficina de Derechos de Autor de los Estados Unidos, dentro de dicha biblioteca.

LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) es un organismo internacional cuyo propósito es colaborar para que los derechos de los creadores y los dueños de propiedades intelectuales estén protegidos en todo el mundo y que, por lo tanto, los inventores y autores sean reconocidos y recompensados por su ingenio.

Las raíces de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual datan de 1833. Ese año marcó el nacimiento de la Convención de París para la Protección de la Propiedad Intelectual, el primer tratado internacional importante ideado para ayudar a las personas de un país a obtener la protección necesaria en otras naciones para sus creaciones intelectuales, la cual adoptó la forma de derechos de propiedad industrial.

La Convención de París entró en vigor en 1884 con 14 estados miembros, los cuales establecieron una Oficina Internacional para llevar a cabo las tareas administrativas.

En 1886, los derechos de autor saltaron a la palestra internacional con la Convención de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas. Igual que la Convención de París, la Convención de Berna estableció una Oficina Internacional para que se hiciera cargo de las tareas administrativas.

En 1893, esas dos pequeñas oficinas se unieron para formar una organización internacional llamada Oficina Internacional Unida para la Protección de la Propiedad Industrial (mejor conocida por sus siglas en francés, BIRPI). Con sede en Berna, Suiza, y un personal de siete miembros, este modesto organismo fue el antecesor de la actual Organización Mundial de la Propiedad Intelectual: una dinámica entidad con más de 170 estados miembros y cerca de 650 personas de todo el mundo en su personal.

A medida que cobró más importancia la propiedad intelectual, la estructura y la forma de la organización cambiaron también. En 1960, la BIRPI se trasladó de Berna a Ginebra para estar más cerca de las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales establecidas en esa ciudad. Al cabo de una década, después de la entrada en vigor de la Convención para Establecer la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, BIRPI se convirtió en WIPO, se le hicieron reformas estructurales y administrativas, y adquirió un secretariado para rendir cuentas a los estados miembros.

En 1865, el Congreso de los Estados Unidos enmendó la ley vigente de derechos de autor para incluir las impresiones y negativos fotográficos como "obras que pueden protegerse con esos derechos". La Corte Suprema del país discutió la constitucionalidad de esta acción 20 años después, cuando un famoso fotógrafo de Nueva York, Napoleon Sarony, demandó a la Burrow-Giles Lithographic Company por infracción de sus derechos de autor al reproducir y vender 85.000 copias de su fotografía del escritor Oscar Wilde (arriba). La corte respaldó los derechos de autor de Sarony, afirmando que la fotografía era arte, no comercio, aludiendo a la creatividad de Sarony al retratar a Wilde.

En 1974, WIPO se convirtió en una agencia especializada del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas y se le encomendó administrar los asuntos de propiedad intelectual reconocidos por los estados miembros de la ONU. WIPO amplió sus funciones y, en 1996, demostró más plenamente la importancia de los derechos de propiedad intelectual para la administración del comercio globalizado, al concertar un acuerdo de cooperación con la Organización Mundial del Comercio.

En 1898, BIRPI administraba sólo cuatro tratados internacionales. Un siglo más tarde, WIPO administra 21 tratados (dos de ellos en conjunción con otras organizaciones internacionales) y desarrolla un rico y variado programa de trabajo. Por medio de sus estados miembros y su secretariado, WIPO trata de:

- *Armonizar la legislación y los procedimientos nacionales en materia de propiedad intelectual.*
- *Proveer servicios para las aplicaciones internacionales de los derechos de propiedad industrial.*
- *Intercambiar información sobre propiedad intelectual.*
- *Brindar asistencia legal y técnica a los países en desarrollo y otras naciones.*
- *Facilitar la resolución de disputas privadas en torno a la propiedad intelectual.*
- *Introducir la tecnología de la información como instrumento para el almacenamiento, acceso y utilización de información valiosa sobre propiedad intelectual.* ■

La información precedente fue adaptada de la página de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en Internet, en la dirección http://www.wipo.org. Sírvase visitar este sitio para obtener información actualizada sobre WIPO.

GLOSARIO DE TÉRMINOS REFERENTES A LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Por
Benjamin Oelsner

APROPIACIÓN INDEBIDA [competencia desleal]. Forma de competencia injusta prevista en el derecho consuetudinario, en la cual un individuo o firma copia o se apropia una creación de otro autor que no está protegida ni por la ley de patentes, derechos de autor o marcas comerciales, ni por otra teoría tradicional de derechos exclusivos.

ARTE ANTERIOR [patentes]. Conjunto actual de información tecnológica, frente al cual se juzga una invención para determinar si es novedosa y no obvia y, por lo tanto, si puede ser patentada.

ASIGNACIÓN [patentes-marcas comerciales-derechos de autor]. Transferencia de derechos de propiedad intelectual. La asignación de una patente, por ejemplo, consiste en transferir suficientes derechos para que el beneficiario pueda reclamar dicha patente. La asignación puede consistir en la transferencia de todos los derechos de exclusividad de la patente, de una parte indivisa (por ejemplo un interés de 50%) o de todos los derechos en un lugar específico (p. ej., en cierta región de los Estados Unidos). Cualquier transferencia menor de lo antes descrito se considera como una "licencia". (Véase LICENCIA, BUENA VOLUNTAD.)

AUTOR [derechos de autor]. La persona que crea una obra susceptible de ser protegida con derechos de autor, o bien, el empleador de la persona que crea una obra de ese tipo dentro de las funciones de su empleo. Según la ley de derechos de autor, el término "autor" no sólo se refiere a los creadores de novelas, obras dramáticas y tratados, sino también a quienes elaboran programas de computadora, disponen datos en guías telefónicas, realizan coreografías de danza, captan fotografías, esculpen la piedra, pintan murales, escriben canciones, graban sonidos y traducen libros de un idioma a otro. (Véase TRABAJO REALIZADO BAJO CONTRATO, AUTORES CONJUNTOS.)

AUTORES CONJUNTOS [derechos de autor]. Creadores de una obra susceptible de protegerse con derechos de autor, que fusionan sus aportaciones individuales para crearla. Si existe una coautoría, de esto se desprende que habrá también una propiedad conjunta de los derechos de autor sobre la obra creada. Los copropietarios de un derecho de autor son considerados como "tenedores mancomunados", conservando cada uno de los copropietarios un derecho independiente de otorgar bajo licencia y usar la obra, siempre que rinda cuentas a los demás copropietarios acerca de cualquier posible ganancia.

AVISO [patentes-derechos de autor-marcas comerciales]. Signo o notificación formal que se coloca en ciertos artículos y representa o reproduce un derecho de propiedad intelectual. Por ejemplo, la inclusión de la palabra "patente" o su abreviatura, "Pat.", junto con el número de la patente, en un artículo patentado que haya fabricado el tenedor de dicha patente o sus concesionarios. El aviso estatutario formal del registro de marcas comerciales de los Estados Unidos es un símbolo formado por una R encerrada en un círculo ®, "Reg. U.S. Pat. & Tm. Off.", o bien, "Registered in U.S. Patent and Trademark Office". Muchas firmas usan avisos informales de marcas registradas, como "Brand", "TM", "Trademark", "SM" o "Service Mark", junto a las palabras u otros símbolos considerados como marcas susceptibles de protección. El aviso de derechos de autor es un símbolo formado por la letra C encerrada en un círculo ©, o bien, la palabra "Copr." o "Copyright", el nombre del dueño de los derechos de autor y el año de la primera publicación.

BUENA VOLUNTAD [marcas comerciales]. Valor de una empresa o una línea de bienes o servicios, más allá de sus activos tangibles, que refleja su reputación comercial. Una empresa que inspira una buena voluntad bien establecida podría perder todos sus activos tangibles y seguir manteniendo su prestigio, es decir, la buena voluntad. Puesto que una marca comercial o de servicio es un símbolo de la buena voluntad que inspira una empresa, las infracciones contra las marcas registradas son una especie de robo en términos de buena voluntad.

La información que aquí se presenta fue adaptada y extractada, con autorización, de McCarthy's Desk Encyclopedia of Intellectual Property, Second Edition, *escrita por J. Thomas McCarthy. Copyright ©1996 por The Bureau of National Affairs, Inc., Washington, D.C. 20037. Para informes sobre las publicaciones de BNA Books, llame sin cargo alguno al 1-800-960-1220.*

COMPETENCIA DESLEAL [propiedad intelectual en general]. Conducta comercial que la ley considera injusta, otorgando un derecho de reclamación civil a la persona que haya sido perjudicada por dicha conducta. Por largo tiempo, la violación de marcas comerciales se ha considerado como competencia injusta. Otras categorías legales reconocidas de competencia injusta son la publicidad basada en falsedades, la calumnia comercial, la violación de un secreto industrial, la infracción del derecho de publicidad y la malversación.

COMPILACIÓN [derechos de autor]. Trabajo que puede recibir derechos de autor y consiste en un conjunto de materiales preexistentes. El conjunto debe mostrar por lo menos un mínimo de originalidad en la selección, organización y disposición de los materiales, sin hacer cambios internos en ellos.

CONVENCIÓN DE BERNA [derechos de autor-internacionales]. Importante tratado multilateral sobre derechos de autor firmado en Berna, Suiza, en 1886. A la Convención de Berna, cuyos miembros conforman la Unión de Berna, están afiliadas más de 75 naciones. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (World Intellectual Property Organization, WIPO) es la agencia administradora de la Unión de Berna.

COPIADO [derechos de autor-patentes-marcas comerciales]. En la ley de derechos de autor, el término "copiado" se refiere dos conceptos separados, aunque relacionados entre sí. Para que un trabajo sea una infracción a los derechos de autor tendrá que ser una "copia", en el sentido de que sea sustancialmente similar a una obra protegida con tales derechos, y deberá haber sido copiado de ésta y no simple resultado de una producción coincidental independiente o del hecho de provenir de la misma fuente que la obra protegida con derechos de autor. Las normas legales sobre violación de derechos de autor son diferentes que en el caso de las patentes y las marcas comerciales; en estas últimas no se requieren pruebas de que se trata de una copia.

COPIAS [derechos de autor]. Objetos materiales en los que se almacena o concreta información que no consiste en sonidos y está protegida con derechos de autor. COPIAR, acto de elaborar esas copias.

DERECHO DE DISTRIBUCIÓN [derechos de autor]. Derecho exclusivo del dueño de los derechos de autor para distribuir copias de fonogramas de su obra al público, mediante la venta, arrendamiento o alquiler. A diferencia de los demás derechos de autor, el de distribución es violado por el simple hecho de transferir copias de una obra, ya sea que éstas se hayan realizado por medios legales o ilegales, salvo bajo la "doctrina de la primera venta". (Véase DOCTRINA DE LA PRIMERA VENTA.)

DERECHO DE PUBLICIDAD [propiedad intelectual en general]. Derecho inherente de todo ser humano a controlar el uso comercial de su propia identidad.

DERECHOS DE AUTOR [*copyright*]. Derecho exclusivo que el gobierno confiere al creador de una obra para excluir a otras personas de la reproducción, adaptación, distribución al público, interpretación al público o exhibición pública de la misma. Los derechos de autor no protegen una idea abstracta: sólo protegen la expresión concreta de la idea. Para que sea válida, la obra protegida con derechos de autor debe poseer originalidad y cierta dosis de creatividad.

DERECHOS MORALES [*copyright*-derechos de autor]. Son ciertos derechos de los autores, además de los que se especifican en la ley de derechos de autor, tal como los reconocen los sistemas jurídicos de algunos países de Europa y otros lugares. En general, los derechos morales se dividen en tres categorías: el derecho del autor a recibir crédito como creador de una obra, a fin de impedir que otros se adjudiquen con falsedad el título de autores de la misma y para evitar que se use su nombre en trabajos que no son de su creación; el derecho del autor a impedir la mutilación de su obra; y el derecho del autor de retirar una obra de la distribución si ya no refleja sus puntos de vista.

DICOTOMÍA ENTRE IDEA Y EXPRESIÓN [derechos de autor]. Regla fundamental de la ley según la cual los derechos de autor no protegen una idea: esos derechos protegen solamente las expresiones específicas de la idea.

DILUCIÓN [marcas comerciales]. Tipo de infracción de una marca comercial en la cual, aunque no es probable que la forma como ha sido usada por el acusado provoque confusión, daña la imagen o debilita el carácter distintivo de la marca del demandante. Para que el poder de venta y el reconocimiento de una marca estén protegidos por los estatutos contra la dilución, la marca debe ser relativamente fuerte y famosa, por lo menos entre cierto grupo de personas, en una línea de productos o en un territorio determinado.

DOCTRINA DE LA PRIMERA VENTA [derechos de autor]. Excepción al derecho exclusivo del dueño de derechos de autor a distribuir copias o fonogramas de una obra protegida con derechos de autor. Bajo este principio, el dueño de los derechos de autor puede vender un ejemplar de un libro, pero no tiene derecho de controlar las ventas ulteriores de ese ejemplar. (Véase DERECHO DE DISTRIBUCIÓN.)

DOMINIO PÚBLICO [propiedad intelectual en general]. Situación de una invención, obra creativa, símbolo comercial o cualquier otra creación que no está protegida por alguna forma de propiedad intelectual. Cuando se ha determinado que una obra es del

dominio público, puede ser copiada y usada por cualquiera. La copia de esos artículos no sólo es tolerada, sino alentada como parte del proceso competitivo. (Véase COPIADO, PROPIEDAD INTELECTUAL.)

DURACIÓN [patentes-marcas comerciales-derechos de autor-secretos industriales]. Plazo o límite de tiempo en el cual permanece vigente un derecho de propiedad intelectual. Por ejemplo, la patente estadounidense de un invento tiene una duración de 20 años desde la fecha en que se presenta la solicitud de la patente, como en el caso de patentes sobre plantas. La duración básica de un derecho de autor en los Estados Unidos equivale a la vida del autor más 70 años. La protección de información como secreto industrial dura todo el tiempo que la misma permanezca en secreto.

EL MEJOR MODO [patentes]. Condición para otorgar una patente. El inventor o inventora debe describir el mejor método que conozca para elaborar su invento.

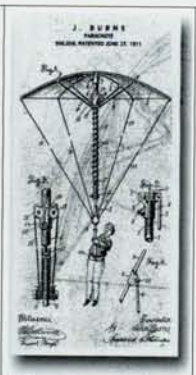
EN VENTA [patentes]. Situación en la cual un inventor no puede obtener una patente si, antes de presentar la solicitud correspondiente, espera más de un año a partir de la fecha en que haya sido puesto "en venta" un producto que contenga la invención.

EQUIVALENTES, DOCTRINA DE [patentes]. Regla para la interpretación de reclamaciones según la cual un producto o proceso constituye una infracción, aunque no implique una violación literal, si realiza en esencia la misma función y lo hace prácticamente en la misma forma que un producto o proceso patentado, para obtener en realidad el mismo resultado.

FALSIFICACIÓN [marcas comerciales]. Acción de elaborar o vender un producto que implique una reproducción intencional y calculada de una marca comercial genuina. La "marca falsificada" es idéntica o sustancialmente imposible de distinguir de la marca genuina. Con frecuencia, los bienes falsificados se elaboran imitando un producto popular, en su construcción y apariencia, con el propósito de engañar a los clientes haciéndoles creer que están comprando la mercancía genuina.

FONOGRAMA [derechos de autor]. Objeto material que contiene o registra sonidos susceptibles de ser protegidos con derechos de autor y que puede ser una cinta de audio, un disco compacto, un microcircuito de computadora que almacene sonido, y otros similares que no sean la banda sonora de una película cinematográfica.

FUNCIONALIDAD [patentes-marcas comerciales-derechos de autor]. Aspecto de diseño gracias al cual un producto realiza mejor la función prevista, en oposición a los aspectos de diseño destinados a mejorar la apariencia externa del mismo o identificar su fuente de origen comercial.



J. Burns proporcionó un dibujo que mostraba los diversos mecanismos y el funcionamiento de su concepto de un paracaídas, para ganar una patente sobre ese dispositivo el 27 de junio de 1911. El dibujo fue firmado tanto por el inventor como por su abogado y varios testigos.

GRABACIÓN DE SONIDO [derechos de autor]. Categoría de obras susceptibles de ser protegidas con derechos de autor, que consisten en sonidos grabados en un fonograma.

HABILIDAD EN LA MATERIA [patentes]. Nivel ordinario de destreza en la tecnología específica con la cual se ha creado un invento. (Véase OBVIEDAD.)

HABILIDAD ORDINARIA EN LA MATERIA [patentes]. Nivel de conocimiento, experiencia y pericia técnica que posee un ingeniero, científico o diseñador ordinario en la tecnología relevante para una invención dada.

IMITACIÓN [patentes-marcas comerciales-derechos de autor]. Copia idéntica de una obra o producto que está protegido por una patente, marca comercial, presentación comercial o derechos de autor.

IMPOSTURA [marcas comerciales]. (1) Sustitución de una marca de bienes por otra. (2) Violación a las marcas comerciales en la cual el infractor intenta deliberadamente engañar o desorientar a los compradores. (3) Violación a las marcas comerciales en la cual no existe prueba de la intención de engañar, pero se puede demostrar la probabilidad de que esto cause confusiones. (4) En los países que aplican la ley británica, actos ilegales bajo el derecho consuetudinario, además de la ley de marcas comerciales registradas, que implican tratar de hacer pasar los bienes y servicios propios por los de algún competidor, generalmente con el uso de una marca similar.

INGENIERÍA INVERSA [secretos industriales]. Método para obtener información técnica a partir de un producto accesible al público, con el fin de determinar de qué está hecho, qué lo hace funcionar y cómo fue fabricado. Este método avanza en dirección inversa a las tareas habituales de ingeniería, que comienzan con los datos técnicos y los usan para elaborar un producto. Si el producto u otro material sometido a la ingeniería inversa fue obtenido en forma apropiada, entonces el proceso es legítimo y legal.

INTERPRETACIÓN [derechos de autor]. Recitar, presentar, representar, bailar o actuar una obra protegida con derechos de autor, con inclusión de la transmisión por radio o televisión de una interpretación y la recepción de dicha transmisión. El derecho de interpretar en público una obra protegida con derechos de autor se confiere a todo tipo de obras protegidas por esos derechos, con excepción de obras pictóricas y escultóricas, y grabaciones de sonido.

INVENCIÓN [patentes]. Creación de una nueva idea técnica y de los medios físicos para ponerla en práctica o darle forma tangible. Para que sea posible patentarla, una invención debe ser novedosa, tener alguna utilidad y distinguirse de lo que cualquier usuario hábil podría hallar.

INVENTORES CONJUNTOS [patentes]. Dos o más creadores de una misma invención que trabajaron juntos en el proceso creativo.

LICENCIA [patentes-marcas comerciales-derechos de autor]. Permiso para usar un derecho de propiedad intelectual dentro de un ámbito definido de tiempo, contexto, línea de mercado o territorio. En la ley de la propiedad intelectual se establecen importantes diferencias entre "licencias exclusivas" y "licencias no exclusivas". Una licencia exclusiva se puede usar "exclusivamente" dentro de un alcance definido; no es la única licencia que otorga el concedente. Cuando éste concede una licencia exclusiva, promete que no otorgará otras licencias por los mismos derechos, dentro del mismo radio de acción o ámbito amparado por la licencia exclusiva. Sin embargo, el propietario de los derechos puede conceder cualquier número de licencias no exclusivas sobre los mismos derechos. En una licencia no exclusiva, el titular sigue siendo quien otorga la licencia. Una licencia de patente es una transferencia de derechos que no equivale a una asignación de la patente. Una marca comercial o de servicio sólo puede concederse válidamente como licencia si el concedente controla la naturaleza y calidad de los bienes o servicios vendidos por el concesionario bajo la marca objeto de la licencia. Según la ley de derechos de autor, un concesionario exclusivo es el propietario de un derecho de autor en particular y puede ser demandado por infracciones al derecho concedido bajo licencia. Nunca hay más de un derecho de autor en una obra, independientemente de que el propietario otorgue licencias exclusivas de varios derechos a diferentes personas.

MARCA COMERCIAL [marcas comerciales]. (1) Palabra, lema, diseño, imagen u otro símbolo empleado para identificar y distinguir bienes. (2) Cualquier símbolo de identificación, incluso una palabra, diseño o forma de un producto o envase, que sea aceptable para recibir la categoría legal de marca registrada, marca de servicio, marca colectiva, marca de certificación, nombre de marca o presentación comercial. Las marcas comerciales identifican los bienes de un vendedor y los distinguen de los bienes que venden otros. Su significado es que todos los bienes que ostenten la marca provienen de una misma fuente o son controlados por ella y tienen el mismo nivel de calidad. Las marcas anuncian, promueven y ayudan en general a la venta de bienes. Una marca comercial es violada por otra si el uso de la segunda provoca confusión en cuanto a origen, afiliación, vínculos o patrocinio.

Tal vez tomando como base la idea de J. Burns (véase la ilustración de la página anterior), J.W. Ruff obtuvo una patente para el paracaídas de funcionamiento automático el 23 de septiembre de 1924.

MARCA COMERCIAL DE LA COMUNIDAD (Community Trade Mark, CTM) [marcas comerciales-internacionales]. Registro de una marca comercial otorgado por la Oficina de Marcas Comerciales de la Comunidad Europea y válido en todos los países miembros de la CE.

MARCA DE SERVICIO [marcas comerciales]. Palabra, lema, diseño, ilustración o cualquier otro símbolo que se use para identificar y distinguir un servicio (servicios de hotel y restaurante, servicios de ventas, servicios de inversiones y otros similares), a diferencia de un producto.

MARCA DESCRIPTIVA [marcas comerciales]. Palabra, imagen u otro símbolo que describe algún rasgo de los bienes o servicios referente al uso de los mismos, su propósito, sus dimensiones y color, el tipo de usuarios a quienes se dirige o el efecto final que produce en ellos. Un término descriptivo no se considera intrínsecamente distintivo; para establecer su validez como sujeto de registro o protección en la corte, es necesario demostrar que ha adquirido un carácter distintivo, el cual se conoce como "significado secundario". (Véase SIGNIFICADO SECUNDARIO, MARCA SUGESTIVA.)

MARCA SUGESTIVA [marcas comerciales]. Palabras, ilustraciones u otros símbolos que sugieren, sin describirlo directamente, algo acerca de un bien o servicio en relación con el cual se utilizan como su marca. Por ejemplo, "Goliat" como marca de lápices sugiere, aunque no lo describe literalmente, un tamaño grande. Se considera que los términos sugestivos son intrínsecamente distintivos y no se requiere prueba de significado secundario para su registro o protección en los tribunales. (Véase MARCA DESCRIPTIVA.)

NOMBRE DE MARCA [marcas comerciales]. Símbolo empleado para identificar y distinguir compañías, sociedades y empresas, en oposición a las marcas que se usan para identificar y distinguir bienes o servicios.

NOMBRE GENÉRICO [marcas comerciales]. Palabra empleada por la mayoría de la gente para designar un tipo o categoría de productos o servicios, por ejemplo: "computadora personal" o "teléfono celular". Nadie puede obtener derechos de marca registrada sobre un nombre genérico.

NOMBRES DE DOMINIO [marcas comerciales]. Nombres y palabras que eligen las compañías para identificar sus direcciones electrónicas, registradas como sitios en la Red (Web) de Internet, como el nombre de la revista "Forbes" incluido en el URL http://www.forbes.com. Surgen disputas en torno a marcas comerciales cuando varias compañías intentan usar el mismo nombre de dominio, o cuando una com-

pañía se apropia la marca o el nombre de producto de otra para identificar su URL.

NOVEDAD [patentes]. Una de las tres condiciones que un invento debe satisfacer para ser patentable. Existe novedad cuando ninguno de los elementos de un invento ha sido divulgado en una sola pieza de arte anterior.

OBRA AUDIOVISUAL [derechos de autor]. Trabajo que puede ser protegido con derechos de autor y consiste en imágenes relacionadas entre sí, dispuestas como una serie y hechas con el propósito de exhibirse por medio de una máquina, y cualquier sonido que acompañe a dicha obra. Ejemplos muy comunes de obras audiovisuales son las proyecciones de diapositivas que se usan en presentaciones de ventas, en las conferencias o como introducción a un museo.

OBRA DERIVADA [derechos de autor]. Trabajo basado en una obra anterior, la cual ha sido alterada, condensada o embellecida en él de algún modo.

OBRA MUSICAL [derechos de autor]. Categoría de obras que pueden ser protegidas con derechos de autor y están expresadas en una notación que representa sonidos. Una obra musical puede plasmarse en objetos físicos que se clasifican como "copias" (p. ej., de música impresa) o "registros fonográficos" (p. ej., discos compactos o cintas). Una canción de un compositor está amparada mediante derechos de autor sobre esa obra musical, pero una grabación de la canción está protegida con derechos de autor sobre la grabación de sonidos.

OBVIEDAD [patentes]. Característica cuya presencia impide que se otorgue a un invento una patente válida, ya que una persona con habilidad ordinaria en esa tecnología podría deducirlo con facilidad a partir de la información previamente accesible al público (arte anterior).

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (WIPO) [internacional]. Es una de las 16 agencias especializadas del sistema de las Naciones Unidas. WIPO, con sede en Ginebra, Suiza, fue creada en 1967 y es responsable de promover la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo. Cumple con esta responsabilidad promoviendo la cooperación entre las naciones en asuntos de propiedad intelectual, administrando diversas "uniones" y otras organizaciones que se basan en tratados multilaterales, y creando leyes modelo para que sean adoptadas por las naciones en desarrollo.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC) [comercio internacional-propiedad intelectual]. La OMC es un organismo internacional que se ocupa de las reglas de intercambio entre las naciones. Su núcleo mismo está formado por acuerdos negociados y firmados por la mayoría de las naciones que comercian en el mundo. Esos documentos proveen las reglas básicas legales para el comercio internacional. Los tres propósitos fundamentales de la OMC consisten en ayudar a que el comercio fluya con la mayor libertad posible, servir de foro para las negociaciones comerciales y propiciar la resolución de disputas.

PATENTE [patentes]. Concesión otorgada por el gobierno federal a un inventor, por la cual adquiere el derecho de excluir a otras personas de la fabricación, uso o venta de su invento. En los Estados Unidos hay tres tipos de patentes: patente de utilidad sobre los aspectos funcionales de productos y procesos; patente de diseño sobre el diseño ornamental de objetos útiles, y patente de plantas sobre una nueva variedad de alguna planta viva. Las patentes no protegen ideas, sino sólo las estructuras y métodos en los que encuentran aplicación los conceptos tecnológicos. Cada tipo de patente confiere el derecho de excluir a otras personas de un ámbito definido con precisión, ya sea de la tecnología, el diseño industrial o las variedades de plantas. A cambio del derecho de excluir a otros, el inventor debe revelar al público todos los detalles de la invención, de modo que otros puedan entenderlos y aplicarlos para seguir desarrollando la tecnología. Una vez que expira la patente, el público tiene derecho de fabricar y usar el invento y a exigir la revelación íntegra y detallada de cómo hacerlo.

PATENTE DE DISEÑO [patentes]. Concesión de derechos exclusivos por el gobierno a un diseño ornamental industrial novedoso y no obvio. Una patente de diseño confiere el derecho de impedir que otras personas fabriquen, usen o vendan diseños muy semejantes al diseño patentado. La patente de diseño protege los aspectos ornamentales de un diseño; los aspectos funcionales de éste están protegidos con una patente de utilidad. Una patente de diseño y una patente de utilidad pueden amparar distintos aspectos del mismo artículo, por ejemplo, un automóvil o una lámpara.

PERICIA [secretos industriales]. Información que permite a una persona llevar a cabo una tarea en particular u operar un dispositivo o proceso específico.

PRESENTACIÓN COMERCIAL [marcas comerciales]. Conjunto total de los elementos mediante los cuales se presenta un producto o servicio, p. ej., la forma y apariencia del producto o su envase, la portada de un libro o revista y la forma distintiva y reconocible de un automóvil. Estos elementos se combinan y crean la imagen visual que se presenta a los clientes y

que puede llegar a adquirir derechos legales exclusivos como una especie de marca comercial o símbolo de identificación de origen.

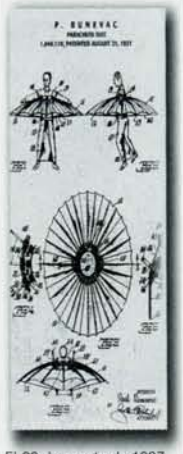
PROPIEDAD INTELECTUAL [patentes-marcas comerciales-competencia desleal-derechos de autor-secretos industriales-derechos morales]. Ideas y expresiones creativas de la mente humana que tienen valor comercial y reciben la protección legal de los derechos de propiedad. Los principales mecanismos legales para proteger los derechos de propiedad intelectual son: derechos de autor, patentes y marcas comerciales. Los derechos de propiedad intelectual permiten que su dueño decida quién tendrá acceso y podrá usar su propiedad, y le permiten protegerla contra cualquier uso no autorizado.

PUBLICACIÓN [derechos de autor]. Distribución de copias o grabaciones fonográficas de una obra entre el público.

QUIEN LO INVENTE PRIMERO [patentes]. Regla según la cual la prioridad de una patente se determina averiguando quién fue el primero que realizó la invención y no quién presentó primero una solicitud de patente. Ésta es la regla que se aplica en los Estados Unidos.

QUIEN LO PRESENTE PRIMERO [patentes-marcas comerciales]. Regla según la cual, en el caso de patentes, la prioridad se determina averiguando qué inventor fue el primero en presentar una solicitud de patente, y no quién fue el primero en realizar la invención. Esta regla la aplican casi todos los países del mundo, salvo los Estados Unidos. En el caso de marcas comerciales, la prioridad entre las solicitudes que rivalizan para registrar una marca se dirime publicando la solicitud a la cual corresponde la fecha más temprana de presentación para que pueda ser impugnada por el solicitante que hizo su solicitud en una fecha más tardía. En los Estados Unidos, la propiedad de una marca comercial se determina averiguando quién fue el primero en usarla, no quién presentó primero la solicitud para registrarla. Sin embargo, con el nuevo sistema basado en la intención de uso se puede presentar una solicitud de registro antes que la marca haya sido utilizada en realidad. (Véase SOLICITUD BASADA EN LA INTENCIÓN DE USO.)

RECLAMACIÓN DE PROCESO [patentes]. Derecho reclamado en una patente que cubre el método por el cual se realiza un invento, definiendo los pasos que deberán seguirse para su aplicación, a diferencia de una reclamación de producto o reclamación de aparato, que sólo cubre la estructura del producto.



El 23 de agosto de 1927 se otorgó a P. Bunevac una patente por su traje paracaídas, un invento cuya diferencia con los modelos anteriores consistía en que el usuario llevaba puesto en realidad el artefacto, en lugar de quedar suspendido de él.

RECLAMACIÓN DE PRODUCTO [patentes]. Derecho de una patente que cubre la estructura, el aparato o la composición de un producto, a diferencia de una reclamación de proceso, que cubre un método o proceso.

RECLAMACIÓN DE PRODUCTO POR PROCESO [patentes]. Derecho de patente en el cual un producto es reclamado definiendo el proceso de su elaboración. El formato de reclamación de producto por proceso se usa más a menudo para definir nuevos compuestos químicos, ya que muchos productos químicos, medicamentos y fármacos sólo pueden definirse en forma práctica definiendo el proceso de su elaboración.

RECLAMACIÓN DEPENDIENTE [patentes]. Reclamación contenida en una patente que se refiere a una reclamación anterior y define una invención de alcance más estrecho que la referida en la reclamación previa. La reclamación dependiente se redacta de modo que la tecnología se presente en términos más restringidos que en la reclamación previa.

REDUCCIÓN A LA PRÁCTICA [patentes]. Parte física del proceso inventivo que complementa y concluye el proceso de invención. Después de la reducción a la práctica, el invento ya está completo para los propósitos de la ley de patentes.

REGISTRO SUPLEMENTARIO [marcas comerciales]. Registro de palabras, símbolos, presentación comercial del paquete, forma del producto o el envase, o lemas, que no son aceptables como marcas comerciales registrables, pero pueden alcanzar esa categoría una vez que adquieran un significado secundario. (Véase SIGNIFICADO SECUNDARIO.)

RENOVACIÓN [marcas registradas-derechos de autor]. Ampliación del registro de una marca comercial o ampliación de los derechos de autor.

RESTRICCIÓN DEL ÁMBITO DE USO [propiedad intelectual en general-antimonopolio]. Disposición incluida en una licencia de propiedad intelectual que impone, a quien la recibe, la restricción de usarla solamente en un determinado mercado de productos o servicios.

SECRETO INDUSTRIAL [secretos industriales]. Información que las empresas se esfuerzan en forma razonable por mantener en plan confidencial y que tiene valor porque no es del conocimiento general de la industria correspondiente. Esta información confidencial está protegida contra los que pueden tener acceso a ella por métodos indebidos o abuso de confianza. La violación de un secreto industrial es una forma de competencia desleal. (Véase COMPETENCIA DESLEAL.)

SEMEJANZA SUSTANCIAL [derechos de autor]. Grado de semejanza entre una obra protegida con derechos de autor y una segunda obra, que sea suficiente para que esta última constituya una violación a esos derechos. No es necesario que ambas sean idénticas palabra por palabra o renglón por renglón para que haya una infracción de los derechos de autor. En lugar de esto, los tribunales de los Estados Unidos han elegido la expresión "semejanza sustancial" para definir el nivel de similitud que, junto con las pruebas de validez y de copiado, constituye una violación a los derechos de autor.

SIGNIFICADO SECUNDARIO [MARCAS COMERCIALES]. Significado de una marca comercial o de servicio que los clientes asocian a un género de productos o servicios en particular. En el caso de los símbolos comerciales que no son distintivos por sí mismos, es necesario que adquieran un carácter distintivo para que puedan ser protegidos con una marca comercial o de servicio. Esta distintividad adquirida se conoce como "significado secundario" porque se adquiere en una fecha posterior al significado primario de la palabra. Una palabra como "óptima", empleada como marca de leche, se considera descriptiva y no es distintiva por sí misma. El significado primario es que la leche descrita con ese término es supuestamente la mejor. Para que la denominación de un producto llamado "Leche Óptima" adquiera derechos exclusivos de marca comercial, el vendedor tendrá que emplear dicha expresión hasta que ésta adquiera un significado secundario y la gente sepa que toda la leche de la marca "Óptima" proviene de una misma fuente de origen comercial.

SOLICITUD DE INTENCIÓN DE USO [marcas comerciales]. Desde 1989, en los Estados Unidos se dispone de un método opcional para solicitar el registro federal de una marca comercial, basándose en la intención declarada de usar dicha marca en bienes o servicios específicos.

TRABAJO REALIZADO BAJO CONTRATO [derechos de autor]. Trabajo realizado por un empleado como parte de sus funciones o trabajo comisionado que las partes acceden por escrito a considerar como trabajo realizado bajo contrato. La persona física, sociedad o corporación para quien se realiza ese trabajo se considera tanto autora como propietaria de los derechos de autor desde el momento de la creación de la obra.

USO JUSTO [derechos de autor-marcas comerciales]. Argumento de defensa contra un cargo de violación de derechos de autor o marcas registradas. Si se trata de marcas registradas, los tribunales de los Estados Unidos consideran cuatro factores para determinar si cabe la defensa de uso justo: el propósito y el carácter del uso en disputa; la naturaleza de la obra protegida con derechos de autor; la importancia de la parte utilizada en relación con la obra en total; y el efecto de dicho uso en el mercado sobre el valor de la obra protegida con derechos de autor. En el caso de marcas registradas, el usuario secundario debe demostrar que no está usando una marca de nombre descriptiva, geográficamente descriptiva o personal en el sentido de las marcas registradas, sino sólo para describir sus bienes o servicios, o el origen geográfico de los mismos, o bien, para nombrar a la persona que dirige la empresa.

UTILIDAD [patentes]. Utilidad de un invento patentado. Para que sea patentable, el invento debe funcionar, estar en condiciones de usarse y realizar alguna función "útil" para la sociedad.

VIOLACIÓN [propiedad intelectual en general]. Trasgresión de un derecho exclusivo de propiedad intelectual. La violación de una patente de utilidad implica fabricar, usar o vender sin permiso un producto o proceso patentado. La violación de una patente de diseño implica la fabricación de un diseño que, para el observador ordinario, es en esencia idéntico a un diseño ya existente, si el propósito de tal semejanza es inducir al observador a comprar una cosa suponiendo que es otra. La violación de una marca comercial consiste en el uso o imitación no autorizados de una marca de propiedad ajena con el fin de engañar, confundir o desorientar a otras personas. La violación de un derecho de propiedad consiste en reproducir, adaptar, distribuir, interpretar en público o exhibir públicamente la obra cuyos derechos de autor pertenecen a otra persona.

VIOLACIÓN CONTRIBUYENTE [patentes-marcas comerciales-derechos de autor]. Infracción indirecta de derechos de propiedad intelectual en la cual una persona contribuye al acto violatorio directo de otra. La violación contribuyente de una marca comercial, por ejemplo, se produce cuando un fabricante de bienes ayuda o alienta a sus distribuidores a que hagan pasar sus productos como si fueran de otro fabricante. ■

Benjamin Oelsner es un abogado que trabaja en la firma de Brobek, Phaleger, and Harrison en Palo Alto, California.

FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

ENTIDADES DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS

Biblioteca de Derecho de la Cámara de Representantes de EUA en Internet
Internet: http://law.house.gov/105.htm
Este sitio de Internet incluye enlaces con información general sobre propiedad intelectual, además de secciones separadas sobre derechos de autor, patentes y marcas comerciales.

Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos
Oficina de Derechos de Autor de los Estados Unidos
101 Independence Avenue, S.E.
Washington, D.C. 20540 U.S.A.
Tel: 202-707-8350
Internet: http://lcweb.loc.gov/copyright
Este sitio de Internet presenta una publicación titulada "Elementos de Derechos de Autor" y también información sobre derechos de autor que incluye preguntas frecuentes y documentos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Departamento de Comercio de los Estados Unidos
Administración de Comercio Internacional
14th Street and Constitution Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20230 U.S.A.
Tel: 202-482-3809
Fax: 202-482-4281
Internet: http://www.ita.doc.gov/legal/ipr.html
Este sitio de Internet incluye artículos actualizados periódicamente sobre las leyes de propiedad intelectual de los Estados Unidos, las actividades de cumplimiento "Especial 301" y el Acuerdo TRIPS.

Departamento de Comercio de los Estados Unidos
Oficina de Patentes y Marcas Comerciales
Crystal Park
Arlington, Virginia
22202 U.S.A.
Tel: 703-305-9300
Internet: http://www.uspto.gov/
Este sitio de Internet brinda acceso a información sobre propiedad intelectual, la cual incluye reglas, consejos, definiciones, formularios de presentación, cuotas y otros datos.

Departamento de Estado de los Estados Unidos
Oficina de Asuntos Económicos y Empresariales
Oficina de Políticas y Programas de Comercio
2201 C Street, N.W.
Washington, D.C.
20520 U.S.A.
Tel: 202-647-1310
Internet:
http://www.state.gov/www/issues/economic
Este sitio de Internet contiene un cúmulo de información sobre temas económicos y de comercio, ordenados por asuntos de actualidad; declaraciones de prensa; comentarios, testimonios y resúmenes; temas; e información por países.

Oficina del Representante de Comercio de los Estados Unidos
600 17th Street, S.W.
Washington, D.C.
20506 U.S.A.
Tel: 202-586-8880
Fax: 202-395-3911
Internet: http://www.ustr.gov
Este sitio de Internet presenta informes, discursos, boletines de prensa y otros documentos sobre una gama de temas relacionados con el comercio, entre ellos la propiedad intelectual.

ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

Oficina Europea de Patentes
Erhardtstrasse 27
D-80331 Munich
Alemania
Tel: (+49 89) 22 99 - 0
Fax: (+49 89) 23 99 - 44 65
Internet: http://www.epo.co.at/epo
Este sitio de Internet ofrece información general acerca de la Oficina Europea de Patentes, comunicaciones oficiales, un centro de información de patentes, un conjunto de herramientas para solicitantes, y productos de información sobre patentes.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
P.O. Box 18
CH-1211 Ginebra 20, Suiza
Tel: +41-22 338 9111
Fax: +41-22 733 54 28
Internet: http://www.wipo.int
Este sitio de Internet presenta la historia y los objetivos de esta organización, y también una lista de sus miembros, el texto de los tratados que administra y una lista de las partes contratantes o signatarias de esos tratados.

Organización Mundial del Comercio
154 Rue de Lausanne
CH-1211 Ginebra 21, Suiza
Internet: http://www.wto.org
Este sitio de Internet, además de proveer información general sobre la OMC, tiene secciones especiales de temas como: bienes, servicios, medio ambiente, desarrollo, resolución de disputas y propiedad intelectual.

Yoshiro Nakamatsu, mejor conocido como el Dr. NakaMats, es el inventor del disco flexible y poseedor de más patentes (más de 3.000) que ninguna otra persona, viva o muerta. A Nakamatsu se le concedió una patente sobre el disco flexible en 1952, cuando tenía sólo 23 años de edad. No fue sino hasta 1979 cuando firmó un convenio de regalías.

ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES DEL RAMO

Alianza Empresarial de *Software* (Business Software Alliance)
1150 18th Street, N.W., Suite 700
Washington, D.C. 20036 U.S.A.
Tel: 202-872-5500
Fax: 202-872-5501
Internet: http://www.bsa.org
Este sitio de Internet informa sobre las actividades de una organización de la industria de *software* que tiene programas de cumplimiento de la ley contra la piratería en 65 países y líneas telefónicas contra la misma en casi todas las naciones; incluye una lista con las direcciones de las oficinas internacionales de la BSA.

Alianza Internacional de la Propiedad Intelectual
1747 Pennsylvania Avenue, N.W.
Washington, D.C., 20006 U.S.A.
Tel: 202-833-4198
Fax: 202-872-0546
Internet: http://www.iipa.com
Este sitio de Internet presenta información general sobre IIPA (una coalición que representa a las industrias de los Estados Unidos basadas en los derechos de autor en los esfuerzos bilaterales y multilaterales para mejorar la protección internacional de las obras protegidas con derechos de autor), además de informes sobre la piratería en todo el mundo, dividida por países y por temas.

Asociación Cinematográfica de los Estados Unidos (MPAA)
1600 Eye Street, N.W.
Washington, D.C. 20006 U.S.A.
Tel: 202-293-1966
Internet: http://www.mpaa.org
El sitio de Internet de esta organización y su homóloga internacional, la Asociación Cinematográfica, portavoz de las industrias de cine, vídeo para el hogar y televisión, incluye información sobre los esfuerzos de la MPAA contra la piratería y su posición frente a las leyes y reglamentos que rigen a esas industrias.

Asociación de Editores de Música
1353 River Road
Teaneck, New Jersey 07666 U.S.A.
Tel: 201-287-1324
Fax: 201-287-9226
Internet: http://www.mpa.org
En sus centros de recursos sobre derechos de autor, difunde información sobre este tema con miras a incrementar la responsabilidad frente a esos derechos; incluye también enlaces con recursos de información musical en la World Wide Web.

Asociación Nacional de Editores de Música
711 Third Avenue
New York, New York 10017 U.S.A.
Tel: 212-370-5330
Fax: 212-953-2384
Internet: http://www.nmpa.org
El sitio de Internet de esta asociación —que se ocupa de las cuestiones legislativas, legales y educacionales relacionadas con derechos de autor y nueva tecnología— incluye muchas preguntas que se hacen con frecuencia sobre derechos de autor y licencias.

Asociación Norteamericana de la Ley de Propiedad Intelectual
200 Jefferson Davis Highway, Suite 203
Arlington, Virginia 22202 U.S.A.
Tel: 703-415-0780
Fax: 703-415-0786
Internet: http://www.aipla.org
Este sitio de Internet muestra información encaminada a mejorar las leyes relacionadas con patentes, marcas comerciales, derechos de autor, competencia desleal y otros aspectos de la propiedad intelectual.

Association of American Publishers, Inc.
1718 Connecticut Avenue, N.W., #700
Washington, D.C., 20009-1148 U.S.A.
Tel: 202-232-3335
Fax: 202-745-0694
Internet: http://www.publishers.org
El sitio Internet de la mayor asociación de la industria editorial de los Estados Unidos contiene información sobre derechos de autor y publicación electrónica.

Sociedad de Compositores, Autores y Editores de los Estados Unidos
One Lincoln Plaza
New York, New York 10023 U.S.A.
Tel: 212-621-6000
Internet: http://www.ascap.com/
El sitio de Internet dedicado a los miembros de esta asociación de más de 68.000 compositores, autores de canciones, autores de letras de canciones y editores de música, brinda información para proteger los derechos de sus miembros mediante la emisión de licencias y el pago de regalías por la interpretación pública de sus obras protegidas con derechos de autor.

Software Publishers Association (Actualmente Software and Information Industry Association)
1730 M Street, N.W. Suite 700
Washington, D.C. 20036-4510 U.S.A.
Tel: 202-452-1600
Internet: http://www.siia.net
Este sitio de Internet provee información acerca de la lucha contra la piratería de *software*

INSTITUCIONES EDUCACIONALES (SITIOS DE INTERNET)

Centro de Derecho Franklin Pierce
http://www.fplc.edu/pointbox.htm
Ofrece cientos de direcciones para obtener información sobre recursos de propiedad intelectual en general, patentes, derechos de autor, marcas comerciales, secretos industriales y computadoras.

Escuela de Derecho de la Universidad de Washington, Centro de Estudios Avanzados e Investigación sobre Propiedad Intelectual (CASRIP)
http://www.law.washington.edu/~casrip
Presenta información sobre el programa CASRIP, además de un boletín que se publica tres veces al año para informar acerca de la investigación y otras actividades de CASRIP relacionadas con la propiedad intelectual y destaca los avances de esta especialidad en todo el mundo.

Escuela de Derecho John Marshall
http://www.jmls.edu
Presenta información legal y materiales de referencia en general; incluye información de bibliotecas, asociaciones de colegios de abogados y de otras escuelas de derecho.

Proyecto de Harvard sobre la Infraestructura de la Información
http://www.ksg.harvard/edu/iip
Describe un proyecto con sede en la Universidad Harvard, para abordar una amplia gama de cuestiones emergentes de políticas referentes a la infraestructura de la información, como las de propiedad intelectual, coordinación y administración en Internet, así como el comercio y la industria de la electrónica.

A principios del siglo xx, F.A. Faught y C.J. Pilling colaboraron para crear un "aparato para medir y marcar la tensión arterial", como muestra el dibujo de su patente (arriba). Obtuvieron la patente en marzo de 1914.

Sitio Web "La economía de la información" de Hal R. Varian
http://www.sims.berkeley.edu/resources/infoecon/index.html
Contiene enlaces con sitios generales sobre propiedad intelectual, y otros que se refieren de modo específico a políticas y leyes de propiedad intelectual, asuntos de la industria y la comunidad, derechos de autor y patentes, y la "superdistribución".

Universidad Cornell
http://www.law.cornell.edu:80/topics/copyright.html
Provee materiales fuente sobre la ley de derechos de autor en los Estados Unidos.

Universidad de California, Los Angeles, The UCLA Online Institute for Cyberspace Law and Policy
http://www.gseis.ucla.edu/iclp/hp.html
Incluye una bibliografía de la ley en el ciberespacio y casos recientes en los que intervino dicha ley.

Universidad Stanford, derechos de autor y uso justo
http://www.fairuse.stanford.edu
Incluye materiales primarios, tales como estatutos, opiniones judiciales, tratados y convenciones; legislación actual; y una semblanza de la ley de derechos de autor.

Universidad Stanford, Instituto de Información Legal
http://palimpsest.stanford.edu/bytopic/intprop
Incluye un menú de materiales fuente sobre la ley de derechos de autor en los Estados Unidos.

OTRAS

Biblioteca de Referencia sobre Propiedad Intelectual
http://www.servtech.com/~mbobb/ref_govt.htm
Contiene enlaces con sitios de agencias clave del gobierno de los Estados Unidos relacionadas con la propiedad intelectual, así como sitios Web de otros países y regiones del mundo; incluye una breve descripción de la información disponible en esos sitios.

James W. Piper & Co., Servicio de Información sobre Patentes
http://www.piperpat.co.nz/resource/organs.html
Enumera las organizaciones de propiedad intelectual en varios países y regiones del mundo.

LECTURAS ADICIONALES SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Alford, Alford, William P. *To Steal a Book Is an Elegant Offense: Intellectual Property Law in Chinese Civilization*. Stanford, California: Stanford University Press, 1995.

Anderson, Robert D. (comp.). *Competition Policy and Intellectual Property Rights in the Knowledge-Based Economy*. Calgary, Alberta, Canadá: University of Calgary Press, 1998.

Baumgarten, John A. y Michael A. Epstein. *International Protection of Intellectual Property: Current Issues and Directions*. 12ª ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Law & Business, 1991.

Beier, Friedrich-Karl y Gerrick Schricker. *From GATTS to TRIPS: The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*. Nueva York: John Wiley & Sons, 1996.

Besenjak, Cheryl. *Copyright Plain and Simple*. Franklin Lakes, New Jersey: The Career Press, 1997.

Branscomb, Anne Wells. *Who Owns Information? From Privacy to Public Access*. Nueva York: Basic Books, 1995.

Callan, Bénédicte. *Pirates on the High Seas: The United States and Global Intellectual Property Rights*. Nueva York: Council on Foreign Relations, Inc., 1998.

Clapes, Anthony Lawrence. *Softwars: The Legal Battles for Control of the Global Software Industry*. Westport, Connecticut: Quorum Books/Greenwood Publishing Group, 1993.

D'Amato, Anthony (comp.) y Doris Estelle Long. *International Intellectual Property Anthology*. Cincinnati, Ohio: Anderson Publishing Company, 1997.

Dorr, Robert C. y Christopher H. Munch. *Protecting Trade Secrets, Patents, Copyrights, and Trademarks: 1997 Cumulative Supplement*. Nueva York: Panel Publishers/Aspen Law & Business, 1997.

Elias, Stephen. *Patent, Copyright, and Trademark: A Desk Reference to Intellectual Property Law*. Berkeley, California: Nolo Press, 1999.

Epstein, Michael A. *Modern Intellectual Property*. Nueva York: Panel Publishers/Aspen Law & Business, 1995.

Fishman, Stephen y Patti Gima (comps.). *The Copyright Handbook: How To Protect & Use Written Works*. 4ª ed. Berkeley, California: Nolo Press, 1997.

Foster, Frank H. y Robert L. Shook. *Patents, Copyrights, and Trademarks*. New York: John Wiley & Sons, 1993.

Gold, Robert J. *Eureka! The Entrepreneurial Inventor's Guide to Developing, Protecting, and Profiting From Your Ideas*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Trade, 1994.

Goldstein, Paul. *Copyright's Highway: From Gutenberg to the Celestial Jukebox*. Nueva York: Hill & Wang, 1995.

Gutterman, Alan S. y Bentley J. Anderson. *Intellectual Property in Global Markets*. Cambridge, Massachusetts: Kluwer Academic Publishers, 1997.

Harris, Lesley Ellen. *Digital Property*. Ontario, Canadá: McGrawHill Ryerson Ltd., 1998.

Hurley, Deborah y Hal Varian (comps). *Internet Publishing and Beyond: The Economics of Digital Information and Intellectual Property* (publicación del Harvard Information Infrastructure Project). Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1998.

Kahin, Brian y Charles Messon (comps.). *Borders in Cyberspace: Information Policy and the Global Information Infrastructure* (publicación del Harvard Information Infrastructure Project). Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1997.

Kurz, Raymond A. et al. *Internet and the Law: Legal Fundamentals for the Internet User*. Rockville, Maryland: Government Institutes, Inc., 1996.

Leaffer, Marshall A. (comp.). *International Treaties on Intellectual Property*. 2ª ed. Washington, D.C.: Bureau of National Affairs, 1997.

Lee, Lewis C. y J. Scott Davidson. *Managing Intellectual Property Rights*. Nueva York: John Wiley & Sons/Wiley Law Publications, 1993.

Ludlow, Peter. *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1996.

Mansfield, Edwin. *Intellectual Property Protection, Foreign Direct Investment, and Technology Transfer*. (IFC discussion papers, No. 19). Washington, D.C.: The World Bank, 1994.

McCarthy, J. Thomas. *McCarthy's Desk Encyclopedia of Intellectual Property*. 2ª ed. Washington, D.C.: Bureau of National Affairs, 1996.

Una prohibición judicial presentada el 15 de diciembre de 1994 impidió que William Redmond, quien por 10 años fue gerente general de PepsiCo, Inc., asumiera un puesto en la firma rival Quaker Oats Company antes de mayo de 1995, en virtud de que conocía los planes de negocios de PepsiCo para 1995. Ese mandato judicial prohibió también permanentemente a Redmond que usara o revelara cualquiera de los secretos industriales de PepsiCo, entre los cuales figuraban los relacionados con la bebida "All Sport®", la cual competiría con "Gatorade®" de Quaker. PepsiCo argumentó con éxito que el nuevo puesto de Redmond como director general de Gatorade/Snapple "lo induciría de modo inevitable a divulgar" los secretos industriales de PepsiCo.

Nimmer, Melville B. et al. *Cases and Materials on Copyright*, 5ª ed. Nueva York: Matthew Bender & Company, 1998.

"Patent, Trademark & Copyright Journal" (informes semanales). Washington, D.C.: Bureau of National Affairs.

Price Waterhouse EMC Practice and Price Waterhouse World Technology Center. *Entertainment, Media, and Communications Technology Forecast: 1998*. Menlo Park, California: Price Waterhouse World Technology Center, 1997.

Rosenoer, Jonathan. *Cyberlaw: The Law of the Internet*. Nueva York: Springer-Verlag, 1996.

Ryan, Michael P. *Knowledge Diplomacy: Global Competition and the Politics of Intellectual Property*. Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1998.

Samuels, Jeffrey M. *Basic Facts About Trademarks*. Washington, D.C.: U.S. Department of Commerce, Patent and Trademark Office, 1992.

Schultz, Jon S. y Steven Windsor. *International Intellectual Property Protection for Computer Software: A Research Guide and Annotated Bibliography*. Littleton, Colorado: F.B. Rothman, 1995.

Sell, Susan K. *Power and Ideas: North-South Politics of Intellectual Property and Antitrust*. Stoneybook, Nueva York: State University of New York, 1998.

United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization. *Copyright Laws and Treaties of the World*. Volumen de hojas sueltas con suplementos. Washington, D.C.: Bureau of National Affairs, 1956.

United States Information Infrastructure Task Force, *Working Group on Intellectual Property Rights. Intellectual Property and the National Information Infrastructure*. Washington, D.C.: U.S. Patent and Trademark Office, 1995.

United States Library of Congress, Copyright Office. *Report on Legal Protection for Databases: Report of the Register of Copyrights*. Washington, D.C.: U.S. Copyright Office, 1997.

United States National Research Council, Steering Committee for Intellectual Property. *Intellectual Property Issues in Software*. Washington, D.C.: National Academy Press, 1992.

Wayner, Peter. *Digital Copyright Protection*. San Diego, California: AP Professional (Academic Press, una división de Harcourt Brace & Co.), 1997.

Webster, Andrew y Kathryn Packer (comps.). *Innovation and the Intellectual Property System*. Cambridge, Massachusetts: Kluwer Law International, 1996.

Wechert, John y Douglas Adeney. *Computer and Information Ethic*. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 1997.

Wilson, Lee. *The Trademark Guide*. Nueva York: Allworth Press, 1998.

World Intellectual Property Organization. *The First Twenty-Five Years of the World Intellectual Property Organization*. Ginebra: WIPO, 1992.

World Intellectual Property Organization. *Intellectual Property Reading Material*. Ginebra: WIPO, 1995.

World Intellectual Property Organization. *Introduction to Intellectual Property: Theory and Practice*. Cambridge, Massachusetts: Kluwer Law International, 1996.

"World Intellectual Property Report" (boletín mensual). Washington, D.C.: Bureau of National Affairs.

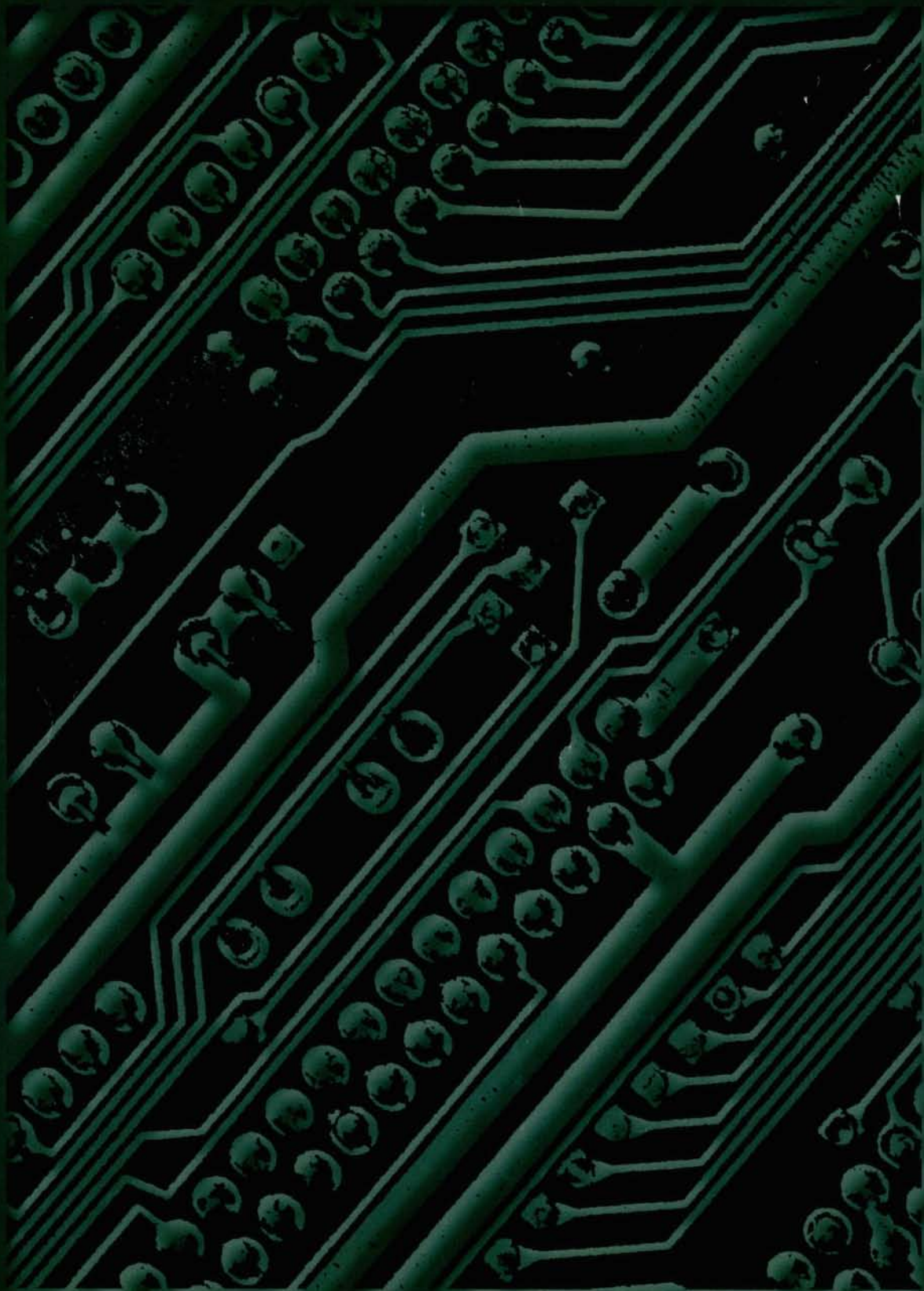
PERSONAL

GEORGE CLACK DIRECTOR EJECUTIVO
KATHLEEN HUG EDITORA
THADDEUS A. MIKSINSKI, JR. DIRECTOR DE ARTE
JOANN STERN DIRECCIÓN DE ILUSTRACIONES
EILEEN DEEGAN COLABORACIÓN EDITORIAL

CRÉDITOS DE LAS ILUSTRACIONES

Portada (de arriba abajo) Corbis/Bettmann; el logotipo Apple es una marca comercial registrada de Apple Computer, Inc.; Eli Lilly and Company; reproducido con autorización de W. Atlee Burpee & Co.; Corbis/Bettmann; 1: Corbis/Bettmann; 2: Smithsonian Institution/NMAH Transportation/Collections; 3: (superior) U.S. Library of Congress; 3: (inferior) Levi Strauss & Co.; 4: (superior) MR. PEANUT y el personaje MR. PEANUT son marcas comerciales de Nabisco Brands Company; reproducido con autorización; 4: (inferior) El logotipo Apple es una marca comercial registrada de Apple Computer, Inc.; 5: (superior) Reproducido con autorización de Eastman Kodak Company; Kodak es una marca comercial de Eastman Kodak Company; 5: (inferior) Reproducido con autorización de The Document Company, Xerox; 6: (superior) Por cortesía de Warner Bros. and Turner Entertainment Co.; reservados todos los derechos; 6: (inferior) Reproducido con autorización de W. Atlee Burpee Company; 7: Corbis/Bettmann; 10: (superior) Reproducido con autorización de Disney Enterprises, Inc.; 10: (inferior) Por cortesía de Texas Instruments; 11: Por cortesía de Abercrombie & Fitch Stores, Inc; 12, 13: Por cortesía de DuPont; 14: ©Sinopix; 16: ©Brian Atkinson; 18, 19: Por cortesía de Copyright Office of Ghana; 21: Corbis/Bettmann; 22: Por cortesía de Eli Lilly and Company; 24: Por cortesía de Mark Twain Project, University of California, Berkeley; 26: Por cortesía de Data General Corporation; 27: The MONOPOLY®, ™ y ©1998 Hasbro, Inc.; reservados todos los derechos; reproducido con autorización; 28: Por cortesía de Haggerty Enterprises, Inc.; 30: Por cortesía de Bayer Corporation; 31: Por cortesía de Texas Instruments; 32: ©David Cooper 1997, por cortesía de National Endowment for the Arts; 33: U.S. Library of Congress; 34: Napoleon Sarony, U.S. Library of Congress; 37-40: Por cortesía de Image Source International; 43: ©P. Perrin/SYGMA; 44: Por cortesía de Image Source International; 46: Reproducido con autorización de PepsiCo, Inc.

99-0309



OFICINA DE PROGRAMAS DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL
DEPARTAMENTO DE ESTADO DE LOS EE.UU.