

Material Imprimible

Curso Marcas, Patentes, E-Commerce y Mercado Libre

Módulo Marcas, Patentes y Propiedad Intelectual

Contenidos:

- Propiedad intelectual, derechos de autor y propiedad industrial
- Diseños industriales, marcas, patentes, y sello de origen
- Legislación aplicable

Propiedad intelectual, derecho de autor y propiedad industrial

La **propiedad intelectual** protege los derechos de las y los autores de obras científicas, literarias, artísticas o didácticas. Su protección es un derecho otorgado por un Estado a utilizar algo en exclusiva por un determinado periodo de tiempo.

Las obras que están cubiertas por el derecho de propiedad intelectual, pueden ser:

- Libros y otros escritos
- Obras dramáticas
- Dibujos, pinturas, esculturas y obras de arquitectura
- Planos, mapas y maquetas
- Obras cinematográficas y audiovisuales
- Emisiones de radiodifusión
- Fotos
- Composiciones musicales, grabaciones y fonogramas
- Coreografías
- Programas de computación
- Bases de datos

A los fines de comenzar a delinear los conceptos, alcances y diferencias entre las distintas figuras, diremos que la madre de todo es la propiedad intelectual, que se relaciona con las creaciones de la mente, como las invenciones, las obras literarias y artísticas, y los símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.

La misma se divide en dos grandes categorías:

- El derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas, las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, los dibujos, pinturas, fotografías, esculturas, y los diseños arquitectónicos.
- La propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de origen.

La expresión “derecho de autor” hace referencia al acto principal, respecto de las creaciones literarias y artísticas, que sólo puede ser ejecutado por el autor o bajo su consentimiento. Ese acto es la producción de copias de la obra literaria o artística, como un libro, una pintura, una escultura, una fotografía, una película.

La segunda expresión, “derechos de autor” o “derechos de los autores”, hace referencia a los derechos de la persona creadora de la obra artística, su autor, lo que pone de relieve el hecho, reconocido en la mayor parte de las legislaciones, de que el autor tiene ciertos derechos específicos sobre su creación. Por ejemplo, el derecho de impedir una reproducción distorsionada que sólo él puede ejercer, mientras que otros derechos, como el derecho de efectuar copias, lo pueden ejercer otras personas, como un editor que ha obtenido una licencia a tal fin del autor.

A efectos de afinar un poco más los conceptos de algunas palabras que usaremos a lo largo de todo el curso, diremos que la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, conocida también por sus siglas OMPI, dependiente de ONU, que agrupa los servicios, políticas, cooperación e información en materia de propiedad intelectual, nos facilita diversas definiciones.

En la terminología jurídica, la expresión derecho de autor se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que abarcan los derechos de autor van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos, como aprendimos anteriormente.

Una cuestión a tener en cuenta es que la protección del derecho de autor abarca solo las expresiones, pero no las ideas, procedimientos, métodos de operación o conceptos matemáticos en sí.

Asimismo, el derecho de autor puede amparar o no elementos como los títulos, los lemas o logotipos, dependiendo de que la paternidad de la obra sea suficiente.

El derecho de autor abarca dos tipos de derechos:

- los derechos patrimoniales, que permiten que el titular de los derechos obtenga compensación financiera por el uso de sus obras por terceros
- y los derechos morales, que protegen los intereses no patrimoniales del autor.

En la mayoría de los casos, en la legislación de derecho de autor se estipula que el titular de los derechos goza del derecho patrimonial a autorizar o impedir determinados usos de la obra o, en algunos casos, a recibir una remuneración por el uso de la obra; por ejemplo, por medio de la gestión colectiva.

El titular de los derechos patrimoniales de una obra puede prohibir o autorizar:

- la reproducción de su obra de varias formas, como la publicación impresa o la grabación sonora
- la interpretación o ejecución públicas, por ejemplo en una obra dramática o musical
- la grabación de la obra, por ejemplo en forma de discos compactos o DVD
- la radiodifusión de la obra por radio, cable o satélite
- la traducción de la obra a otros idiomas
- y la adaptación de la obra, como en el caso de una novela adaptada para un guion.

Para poder registrar las obras, y que el derecho de autor goce de máxima protección, se debe tramitar el pedido ante la Dirección Nacional del Derecho de Autor.

La ley no solo protege al autor/autora, sino también a:

- Colaboradores
- Herederos
- a quienes con permiso del autor traducen la obra, la adaptan o modifican;
- las personas o empresas que elaboran programas de computación sobre esos programas

Y... ¿Cuánto dura el derecho de propiedad intelectual?

- Para el autor o autora, toda su vida
- Para los herederos, 70 años desde la muerte del autor o autora, desde el 1 de enero del año siguiente a la muerte
- Para intérpretes y productores de fonogramas, es decir, registros sonoros, 70 años desde la primera publicación, desde el 1 de enero del año siguiente a la primera publicación
- Para las obras fotográficas, 20 años desde la primera publicación
- Para las obras cinematográficas, 50 años desde la muerte del último de los colaboradores

Tengan en consideración que cuando se terminan los plazos de protección de la propiedad intelectual, la obra puede ser utilizada por cualquiera de manera libre porque pasa a ser del dominio público.

En cuanto a las ideas, cabe de destacar que las mismas como tales no pueden ser protegidas, más sí se puede proteger y preservar dentro del marco de algunas de las formas indicadas.

En cuanto a la **propiedad industrial**, al tratarse de un tipo de propiedad intelectual, ésta guarda una estrecha relación con creaciones del ingenio humano, como las invenciones y los dibujos y modelos industriales. Las invenciones se constituyen como soluciones a problemas técnicos y los dibujos y modelos industriales son las creaciones estéticas que determinan la apariencia de productos industriales.

Además, la propiedad industrial incluye las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, los nombres y designaciones comerciales, incluidas las indicaciones de procedencia y denominaciones de origen, y la protección contra la competencia desleal. Aquí, la característica de creación intelectual, aunque existente, es menos prominente, pero lo que importa es que el objeto de la propiedad industrial consiste típicamente de signos que transmiten una información a los consumidores, concretamente en lo que respecta a los productos y los servicios que se ofrecen en el mercado, y que la protección va dirigida contra el uso no autorizado de tales signos, lo que es muy probable que induzca a los consumidores a error, y contra las prácticas engañosas en general.

Diseños industriales

Tal como hemos visto, la expresión “propiedad industrial” no se vincula únicamente al principal segmento de la economía que se interesa en ellas, es decir, la industria y sus diseños; sino también a las invenciones y las marcas. Pero analicemos esto un poco más en detalle para entender las diferencias.

Un **dibujo o modelo industrial** constituye el aspecto ornamental de un artículo. El dibujo o modelo puede consistir en rasgos tridimensionales, como la forma o la superficie de un artículo, o en rasgos bidimensionales, como motivos, líneas o colores.

Los modelos industriales, es decir, los aspectos tridimensionales, y los diseños industriales, o sea, los aspectos bidimensionales, son nuevas formas incorporadas o aplicadas a un producto industrial o artesanal que le dan características estéticas o decorativas. Para ser registrados, deben ser nuevos y, por ello, comprobarse que no se hayan publicado otros iguales y verificar que no sean copias ni imitaciones.

El titular de un modelo industrial registrado obtiene el derecho de impedir la reproducción o imitación no autorizada por parte de terceros. Esto contempla el derecho

a excluirlos de fabricar, ofertar, importar, exportar o vender cualquier producto en el que esté incorporado o aplicado el modelo o diseño registrado.

El registro es válido únicamente en territorio argentino. En caso de querer protegerlo en otro país miembro del Convenio de París, se podrá invocar prioridad dentro de los seis meses del depósito en Argentina. Además podemos decir que la protección es por cinco años a partir de la fecha del depósito y se puede renovar por dos períodos consecutivos de la misma duración.

Marcas

Las **marcas**, entendidas como una concesión de derechos exclusivos sobre las invenciones, forman parte de un sistema legal que tiene su origen en los siglos XVII y XVIII cuando se establecieron las primeras regulaciones y leyes de patentes en Europa y Estados Unidos. Desde entonces, la importancia de este instituto para proteger los desarrollos tecnológicos creció considerablemente.

Posteriormente, se produjo un primer proceso de internacionalización a través del Convenio de París, que se profundizó con la inclusión de la propiedad intelectual en el ámbito del comercio. Hasta ese momento, el derecho de patentes no tenía el grado de homogeneidad en los tiempos y alcances que presenta hoy en día.

Las marcas pueden consistir en una palabra o una combinación de palabras, letras y cifras. Pueden consistir, asimismo, en dibujos, símbolos, características tridimensionales, como la forma y el embalaje de los productos, signos no visibles, como sonidos, fragancias o tonos de color utilizados como características distintivas; las posibilidades son casi ilimitadas.

En el plano nacional o regional, una marca puede protegerse registrándola, esto es, presentando una solicitud de registro en la oficina nacional o regional de marcas y abonando las tasas correspondientes que darán cuenta que esa insignia quedó registrada y no puede usarse a excepción del titular. Y ello es así ya que el registro de marca confiere al titular el derecho exclusivo a utilizarla. Es decir, la marca podrá ser utilizada exclusivamente por el titular, o ser concedida en licencia a un tercero a cambio de un pago.

Además, el registro de marca ofrece seguridad jurídica y refuerza la condición del titular del derecho, por ejemplo, en caso de litigio.

El período por el que una marca inscripta se encuentra protegida varía de acuerdo a cada legislación, pero suele ser de diez años y renovable indefinidamente abonando tasas adicionales.

Asimismo, el registro de una marca le garantiza al titular la propiedad de la misma, puesto que lo habilita a ejercer todas las defensas necesarias para impedir que terceros, sin autorización, comercialicen productos o servicios idénticos con la misma marca o utilizando una denominación tan similar que pueda crear confusión. Este registro también protege contra imitaciones parciales, ya sea de nombres, palabras, signos o frases publicitarias, como así también de sus dibujos y colores.

El titular puede autorizar su uso por terceros mediante contratos de licencia, tanto exclusivos como no exclusivos, venderlas en forma total o parcial por productos u obtener créditos ofreciéndolas en garantía con registro de prenda.

Entonces, una marca es un signo distintivo mediante el que los productores, comerciantes o proveedores de productos o servicios diferencian sus productos o servicios en el mercado. Su principal función es permitir a los consumidores identificar el producto o el servicio de una persona o empresa, a fin de distinguirlo de los de la competencia.

Los consumidores que están satisfechos con determinados productos o servicios son más propensos a comprarlos o contratarlos nuevamente, ya que, con frecuencia, las personas se apegan a ciertas marcas sobre la base de la predilección por una serie de cualidades o características inherentes a los productos o servicios de las mismas. Para ello, resulta necesario que puedan destacarlos en el mercado.

Al permitir diferenciar unas empresas de otras y los productos o servicios de los de la competencia, las marcas desempeñan un papel primordial en las estrategias de desarrollo y comercialización, ya que ayudan a proyectar la imagen y la reputación de los productos o servicios de la empresa ante los consumidores.

Podemos decir entonces que las marcas incitan a las empresas a invertir en el mantenimiento y mejora de la calidad de sus productos o servicios, ya que garantizan su buena reputación, relacionados con un determinado nombre.

Ahora bien. Existen distintos tipos de marcas:

- Las denominativas están compuestas única y exclusivamente por palabras, letras o números y sus combinaciones.
- Las figurativas están constituidas únicamente por elementos figurativos desprovistos de letra/s y/o número/s. Son los símbolos gráficos, dibujos y logotipos.
- Por su lado, las mixtas combinan elementos denominativos y figurativos a la vez o elementos nominativos cuya grafía se presente de forma estilizada, no estándar.

- Las tridimensionales consisten en un formato tridimensional que remite a la forma del producto, la de sus envases o envolturas. Dicha forma no puede registrarse como marca si deriva exclusivamente de la naturaleza del producto.
- Las sonoras son melodías o acordes distintivos que puedan representarse gráficamente.
- También los movimientos, que consiste en el desplazamiento o recorrido de determinados objetos.
- Los olfativos, que son fragancias que no deben ser un atributo inherente o una cualidad natural del producto, sino una característica aportada por el solicitante.
- Y otros, de posición, táctil, combinación de colores, ropaje de negocio.

Ahora nos preguntamos... ¿Qué signos son registrables como marca?

- Nombres, palabras y signos que constituyen la designación necesaria o habitual del producto o servicio a distinguir, o que sean descriptivos de su naturaleza, función, cualidades u características
- Los nombres, palabras, signos y frases publicitarias que hayan pasado al uso general antes de su solicitud de registro
- La forma necesaria del producto
- El color natural o intrínseco de los productos o un solo color aplicado sobre los mismos
- Una marca idéntica o similar a una registrada o solicitada con anterioridad para distinguir los mismos productos o servicios
- El nombre, seudónimo o retrato de una persona sin su consentimiento o el de sus herederos, hasta el cuarto grado inclusive
- Las designaciones de actividades, incluyendo nombres y razones sociales, descriptivas de una actividad, para distinguir productos

Sin embargo, las siglas, palabras y demás signos con capacidad distintiva, que formen parte de aquellas, podrán ser registradas para distinguir productos o servicios.

En este marco conviene remarcar que existe un tipo de marca denominada colectiva, que es aquella destinada a personas que desarrollan un emprendimiento asociativo de la economía social, conformada por, al menos, tres integrantes.

Estos pueden ser:

- Agrupamientos de emprendedores
- Cooperativas
- Fundaciones
- Entidades y asociaciones civiles sin fines de lucro
- Personas que desarrollan un emprendimiento productivo o de servicios de manera familiar

Patentes

Una **patente** es un derecho exclusivo que se concede sobre una invención.

En términos generales, una patente faculta a su titular a decidir si la invención puede ser utilizada por terceros y, en ese caso, de qué forma. Como contrapartida de ese derecho, en el documento de patente publicado, el titular de la patente pone a disposición del público la información técnica relativa a la invención.

Pero... ¿qué es una invención? Es cualquier solución técnica novedosa aplicada a un problema existente. Se inicia cuando el problema es detectado y se propone una resolución específica utilizando elementos conocidos que, combinados de una manera especial, dan origen a un nuevo objeto desconocido hasta el momento en el ámbito técnico.

Algunas invenciones no parten de algo preexistente, sino que definen de cero una nueva tecnología que reemplaza a la anterior, como en su momento lo fue el rayo láser o la tecnología digital versus la analógica. Este tipo de creaciones son esporádicas y suelen marcar hitos culturales que definen una época.

Asimismo podemos decir que una patente de invención puede ser un objeto, un procedimiento, un aparato para fabricar el objeto, un compuesto químico, un microorganismo, etcétera.

En todos los casos, debe cumplir con los tres requisitos de patentabilidad: novedad, actividad inventiva y aplicación industrial.

Un modelo de utilidad puede ser una disposición o forma nueva obtenida o introducida en herramientas, instrumentos de trabajo, utensilios, dispositivos u objetos conocidos que impliquen una mejor utilización en la función a la que estén destinados. En todos los casos, debe cumplir solo con dos de los requisitos de patentabilidad: novedad y aplicación industrial.

Tanto la patente de invención como el modelo de utilidad son un derecho de propiedad industrial que el Estado otorga al inventor para ejercer la exclusividad sobre su creación.

Esto lo habilita a impedir que terceros, sin autorización, realicen actos de fabricación, uso, oferta, venta o importación del producto o procedimiento patentado.

Además es un bien intangible y, al igual que un título de propiedad inmobiliario o automotor, el titular puede venderlo, dejarlo como herencia e incluso regalarlo.

En ambos casos, el inventor, a cambio de este derecho exclusivo, debe compartir información sobre su investigación para enriquecer el conocimiento público y promover la creatividad e innovación.

En cuanto al plazo de vigencia, las patentes se protegen durante veinte años y los modelos de utilidad diez años, en ambos casos por única vez. Los plazos comienzan a correr desde la presentación de la solicitud y no son renovables ya que, al finalizar el período, pasarán a ser de dominio público.

Sello de origen

Las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen constituyen herramientas que permiten diferenciar y hacer distinguible la calidad de un producto relacionada con su origen geográfico. Asimismo, otorgan protección legal al nombre, al producto y al grupo interesado, y tienden a promover el desarrollo rural.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, mayormente conocida como FAO, el potencial de los productos ligados al origen radica en su calidad específica, que es resultado de la combinación de recursos naturales y técnicas o prácticas de producción locales relacionadas con la historia y la cultura.

Es importante destacar que las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen son herramientas que no se crean, sino que se reconocen.

En este mismo orden existen otras herramientas interesantes que van adquiriendo cada vez mayor relevancia dentro de las industrias, como por ejemplo el Sistema Nacional de Diferenciación y Agregado de Valor tangible e intangible para el Sector Agroalimentario. Este sistema provee de un Sello “Alimentos Argentinos”, que resulta ser una marca de calidad gratuita que distingue a los alimentos que se elaboran en nuestro país, que cumplen protocolos de calidad específicos y que poseen una calidad diferenciada.

La Ley de Marcas Argentina, que es la número 23.362, establece en su artículo 3, inciso c, la prohibición del registro como marca, las denominaciones de origen tanto nacionales como extranjeras.

Además, este artículo sostiene que “se entiende por denominación de origen el nombre de un país de una región, de un lugar o área geográfica determinado que sirve para

designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades y características se deben exclusivamente al medio geográfico. También se considera denominación de origen la que se refiere a un área geográfica determinada para los fines de ciertos productos”.

La ley ha tomado casi textualmente la definición para las denominaciones de origen que da la Ley Tipo para los países en desarrollo sobre la protección de las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia, elaborada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

La denominación de origen es un nombre geográfico que ha venido a ser el nombre de un producto, producto este que por provenir de esa zona geográfica tiene características propias y, por ende, distintas de otros de la misma especie provenientes de otros lugares. Su finalidad también es la de evitar engaños al público consumidor, mediante el uso de un nombre para distinguir un producto que no contiene las características prometidas. Es esencial señalar que en Argentina, algunas denominaciones de origen extranjeras, de vinos o quesos, por su intenso uso han pasado a designar un tipo de producto cualquiera sea el lugar de su elaboración. Ello ha sucedido con “Roquefort”, “Camembert”, “Champagne”, “Cognac”, “Oporto” y “Jerez”. Aun así, para declarar irregistrable a esta última como marca, se invocó la norma ahora invocada, y la que prohíbe el registro de marcas engañosas.

Por su parte, La Ley Argentina número 25.163 establece la protección de las Indicaciones de Procedencia, las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen de vinos y bebidas espirituosas.

El espíritu de esta ley es fijar la prohibición de registrarse como Indicaciones de Procedencia, indicaciones geográficas y denominaciones de origen:

- Aquellos nombres genéricos que son de uso común del bien en el país de origen
- Los nombres de una variedad de uva.
- Una marca ya registrada que identifica productos de origen vitivinícola.

Lo que sí se reglamentó, es la inclusión en el Registro Nacional de las Indicaciones de Procedencia, las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen extranjeras que justifiquen con documentación su inscripción como marca en el país de origen.

Por otro lado, la Ley número 25.380 y su modificatoria Ley número 25.966, fijan los límites legales a las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de los productos agrícolas y alimentarios.

Esta ley contempla que no podrán registrarse como indicaciones geográficas o denominaciones de origen:

- los nombres que hayan pasado a ser el nombre genérico de los productos agrícolas o alimentarios en la Argentina
- los términos que fueron registrados de buena fe como marcas, o cuando los derechos a una marca se hayan adquirido mediante su uso de buena fe: antes del 1-1-2000, o antes de que la indicación geográfica y/o denominación de origen estuviera protegida en el país de origen
- los nombres similares a otros ya inscriptos como indicación geográfica y/o denominación de origen de productos agrícolas o alimentarios
- los nombres cuyo uso pudiera inducir a error respecto de las cualidades, características u origen del producto.

Por otro lado, podrán registrarse las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen extranjeras que estén protegidas en el país de origen.

En relación con las solicitudes de marcas, la entidad administrativa solicitará a la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, información detallada sobre solicitudes de registro de marca que contengan nombres geográficos con relación a productos agrícolas y alimentarios, principalmente bajo las clases internacionales 29, 30, 31 y 32 y cualquier otra que pudiera corresponder de acuerdo al procedimiento que establezcan ambos organismos.

Legislación aplicable

En primer lugar diremos que existe un plexo normativo específico para cada cuestión que se pretenda registrar. A continuación, las analizaremos en detalle y específicamente.

La Ley 11.723, que es el Régimen Legal de la Propiedad Intelectual, plantea, en el artículo 1, que “a sus efectos, las obras científicas, literarias y artísticas comprenden los escritos de toda naturaleza y extensión, entre ellos los programas de computación fuente y objeto; las compilaciones de datos o de otros materiales; las obras dramáticas, composiciones

musicales, dramático-musicales; las cinematográficas, coreográficas y pantomímicas; las obras de dibujo, pintura, escultura, arquitectura; modelos y obras de arte o ciencia aplicadas al comercio o a la industria; los impresos, planos y mapas; los plásticos, fotografías, grabados y fonogramas, en fin, toda producción científica, literaria, artística o didáctica sea cual fuere el procedimiento de reproducción. La protección del derecho de autor abarcará la expresión de ideas, procedimientos, métodos de operación y conceptos matemáticos, pero no esas ideas, procedimientos, métodos y conceptos en sí”.

El artículo 2 sostiene que “el derecho de propiedad de una obra científica, literaria o artística, comprende para su autor la facultad de disponer de ella, de publicarla, de ejecutarla, de representarla, y exponerla en público, de enajenarla, de traducirla, de adaptarla o de autorizar su traducción y de reproducirla en cualquier forma”.

Por su lado, el artículo 3 manifiesta lo siguiente: “Al editor de una obra anónima o seudónima corresponderán con relación a ella los derechos y las obligaciones del autor, quien podrá recabarlos para sí justificando su personalidad. Los autores que empleen seudónimos podrán registrarlos adquiriendo la propiedad de los mismos”.

Según el artículo 8, “la propiedad intelectual de las obras anónimas pertenecientes a instituciones, corporaciones o personas jurídicas, durará cincuenta años contados desde su publicación”.

Asimismo, de acuerdo con el artículo 4, “son titulares del derecho de propiedad intelectual: El autor de la obra; Sus herederos o derechohabientes; Los que con permiso del autor la traducen, refunden, adaptan, modifican o transportan sobre la nueva obra intelectual resultante. Las personas físicas o jurídicas cuyos dependientes contratados para elaborar un programa de computación hubiesen producido un programa de computación en el desempeño de sus funciones laborales, salvo estipulación en contrario”.

El artículo 7 sentencia que “se consideran obras póstumas, además de las no publicadas en vida del autor, las que lo hubieran sido durante ésta, si el mismo autor a su fallecimiento las deja refundidas, adicionadas, anotadas o corregidas de una manera tal que merezcan reputarse como obras nuevas”.

¿Y qué nos dice el artículo 5? Que “la propiedad intelectual sobre sus obras corresponde a los autores durante su vida y a sus herederos o derechohabientes hasta setenta años contados a partir del 1 de enero del año siguiente al de la muerte del autor. En los casos de obras en colaboración, este término comenzará a contarse desde el 1 de enero del año siguiente al de la muerte del último colaborador. Para las obras póstumas, el término de setenta años empezará a correr a partir del 1 de Enero del año siguiente al de la muerte del autor. En caso de que un autor falleciere sin dejar herederos, y se declarase vacante su herencia, los derechos que a aquél correspondiesen sobre sus obras pasarán al Estado por todo el término de Ley, sin perjuicio de los derechos de terceros”.

Por su lado, el artículo 5 bis sostiene que “la propiedad intelectual sobre sus interpretaciones o ejecuciones fijadas en fonogramas corresponde a los artistas intérpretes por el plazo de setenta años contados a partir del 1º de enero del año siguiente al de su publicación. Asimismo, la propiedad intelectual sobre los fonogramas corresponde a los productores de los fonogramas o sus derechohabientes por el plazo de setenta años contados a partir del 1º de enero del año siguiente al de su publicación. Los fonogramas e interpretaciones que se encontraren en el dominio público sin que hubieran transcurrido los plazos de protección previstos en esta ley, volverán automáticamente al dominio privado por el plazo que reste, y los terceros deberán cesar cualquier forma de utilización que hubieran realizado durante el lapso en que estuvieron en el dominio público”.

El artículo 9, por su parte, sostiene que “nadie tiene derecho a publicar, sin permiso de los autores o de sus derechohabientes, una producción científica, literaria, artística o musical que se haya anotado o copiado durante su lectura, ejecución o exposición públicas o privadas. Quien haya recibido de los autores o de sus derechohabientes de un programa de computación una licencia para usarlo, podrá reproducir una única copia de salvaguardia de los ejemplares originales del mismo. Dicha copia deberá estar debidamente identificada, con indicación del licenciado que realizó la copia y la fecha de la misma. La copia de salvaguardia no podrá ser utilizada para otra finalidad que la de reemplazar el ejemplar original del programa de computación licenciado si ese original se pierde o deviene inútil para su utilización”.

El artículo 10 manifiesta que “cualquiera puede publicar con fines didácticos o científicos, comentarios, críticas o notas referentes a las obras intelectuales, incluyendo hasta mil

palabras de obras literarias o científicas u ocho compases en las musicales y en todos los casos sólo las partes del texto indispensables a ese efecto. Quedan comprendidas en esta disposición las obras docentes, de enseñanza, colecciones, antologías y otras semejantes. Cuando las inclusiones de obras ajenas sean la parte principal de la nueva obra, podrán los tribunales fijar equitativamente en juicio sumario la cantidad proporcional que les corresponde a los titulares de los derechos de las obras incluidas”.

Mientras tanto, el artículo 27 expresa que “los discursos políticos o literarios y en general las conferencias sobre temas intelectuales, no podrán ser publicados si el autor no lo hubiere expresamente autorizado. Los discursos parlamentarios no podrán ser publicados con fines de lucro, sin la autorización del autor”.

El artículo 28 sostiene que “los artículos no firmados, colaboraciones anónimas, reportajes, dibujos, grabados o informaciones en general que tengan un carácter original y propio, publicados por un diario, revista u otras publicaciones periódicas por haber sido adquiridos u obtenidos por éste o por una agencia de informaciones con carácter de exclusividad, serán considerados como de propiedad del diario, revista, u otras publicaciones periódicas, o de la agencia. Las noticias de interés general podrán ser utilizadas, transmitidas o retransmitidas; pero cuando se publiquen en su versión original será necesario expresar la fuente de ellas”.

Por su parte, el artículo 29 anuncia que “los autores de colaboraciones firmadas en diarios, revistas y otras publicaciones periódicas son propietarios de su colaboración. Si las colaboraciones no estuvieren firmadas, sus autores sólo tienen derecho a publicarlas, en colección, salvo pacto en contrario con el propietario del diario, revista o periódico”.

¿Y qué nos dice el artículo 11? Que “cuando las partes o los tomos de una misma obra hayan sido publicados por separado en años distintos, los plazos establecidos por la presente Ley corren para cada tomo o cada parte, desde el año de la publicación. Tratándose de obras publicadas parcial o periódicamente por entregas o folletines, los plazos establecidos en la presente Ley corren a partir de la fecha de la última entrega de la obra”.

Finalmente, la propia letra de la ley, en su artículo 12 establece que “la propiedad intelectual se registrará por las disposiciones del derecho común, bajo las condiciones y limitaciones establecidas en la presente Ley”.

¿Qué les parece si ahora conocemos la Ley número 22.362? Esta es la Ley de Marcas y Designaciones, y en su artículo 1 se establece que “pueden registrarse como marcas para distinguir productos y servicios: una o más palabras con o sin contenido conceptual; los dibujos; los emblemas; los monogramas; los grabados; los estampados; los sellos; las imágenes; las bandas; las combinaciones de colores aplicadas en un lugar determinado de los productos o de los envases; los envoltorios; los envases; las combinaciones de letras y de números; las letras y números por su dibujo especial; las frases publicitarias; los relieves con capacidad distintiva y todo otro signo con tal capacidad”.

El artículo 2 sostiene que “no se consideran marcas y no son registrables: a) los nombres, palabras y signos que constituyen la designación necesaria o habitual del producto o servicio a distinguir, o que sean descriptos de su naturaleza, función, cualidades u otras características; b) los nombres, palabras, signos y frases publicitarias que hayan pasado al uso general antes de su solicitud de registro; c) la forma que se dé a los productos; d) el color natural o intrínseco de los productos o un solo color aplicado sobre los mismos”.

Según el artículo 3, “Tampoco pueden ser registrados: a) una marca idéntica a una registrada o solicitada con anterioridad para distinguir los mismos productos o servicios; b) las marcas similares a otras ya registradas o solicitadas para distinguir los mismos productos o servicios; c) las denominaciones de origen nacional o extranjeras. Se entiende por denominación de origen el nombre de un país de una región, de un lugar o área geográfica determinado que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades y características se deben exclusivamente al medio geográfico. También se considera denominación de origen la que se refiere a un área geográfica determinada para los fines de ciertos productos; d) las marcas que sean susceptibles de inducir a error respecto de la naturaleza, propiedades, mérito, calidad, técnicas de elaboración, función, origen de precio u otras características de los productos o servicios a distinguir; e) las palabras, dibujos y demás signos contrarios a la moral y a las buenas costumbres; f) las letras, palabras, nombres, distintivos, símbolos, que usen o deban usar la Nación, las provincias, las municipalidades, las organizaciones religiosas y sanitarias; g) las letras, palabras, nombres o distintivos que usen las naciones extranjeras y los

organismos internacionales reconocidos por el gobierno argentino; h) el nombre, seudónimo o retrato de una persona, sin su consentimiento o el de sus herederos hasta el cuarto grado inclusive; i) las designaciones de actividades, incluyendo nombres y razones sociales, descriptivas de una actividad, para distinguir productos. Sin embargo, las siglas, palabras y demás signos, con capacidad distintiva, que formen parte de aquéllas, podrán ser registrados para distinguir productos o servicios; j) las frases publicitarias que carezcan de originalidad”.

De acuerdo al artículo 24, “son nulas las marcas registradas: a) En contravención a lo dispuesto en esta ley; b) Por quien, al solicitar el registro, conocía o debía conocer que ellas pertenecían a un tercero; c) Para su comercialización, por quien desarrolla como actividad habitual el registro de marcas a tal efecto. El Instituto Nacional de la Propiedad Industrial, a través de la Dirección Nacional de Marcas, de oficio o a pedido de parte, resolverá en instancia administrativa las nulidades de marcas a las que se refiere el inciso a) del presente artículo. La resolución que recaiga en materia de nulidad de marca será apelable en el plazo de treinta días hábiles desde la notificación, sólo mediante recurso directo ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal; el que será presentado en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial”.

En el artículo 4 se indica que “la propiedad de una marca y la exclusividad de uso se obtienen con su registro. Para ser titular de una marca o para ejercer el derecho de oposición a su registro o a su uso se requiere un interés legítimo del solicitante o del oponente.”

En el artículo 5 se revela que “el término de duración de la marca registrada será de diez años. Podrá ser renovada indefinidamente por períodos iguales si la misma fue utilizada, dentro de los cinco años previos a cada vencimiento, en la comercialización de un producto, en la prestación de un servicio, o como parte de la designación de una actividad”.

Asimismo, según el artículo 6, “la transferencia de la marca registrada es válida respecto de terceros una vez inscripta en la Dirección Nacional de la Propiedad Industrial”.

Por su lado, el artículo 7 manifiesta que “la cesión o venta del fondo de comercio comprende la de la marca, salvo estipulación en contrario”.

¿Y el artículo 8? Indica que “el derecho de prelación para la propiedad de una marca se acordará por el día y la hora en que se presente la solicitud, sin perjuicio de lo establecido en los tratados internacionales aprobados por la República Argentina”.

Finalmente, el artículo 9 sostiene que “una marca puede ser registrada conjuntamente por dos o más personas. Los titulares deben actuar en forma conjunta para licenciar, transferir y renovar la marca; cualquiera de ellos podrá deducir oposición contra el registro de una marca, iniciar las acciones previstas en esta ley en su defensa y utilizarla, salvo estipulación en contrario”.

El Decreto 260/96, por el que se aprobó la Ley De Patentes De Invención y Modelos De Utilidad. En su Anexo 1, el artículo 1 establece que “las invenciones en todos los géneros y ramas de la producción conferirán a sus autores los derechos y obligaciones que se especifican en la presente ley”.

En su artículo 2 establece que “la titularidad del invento se acreditará con el otorgamiento de los siguientes títulos de propiedad industrial: a) Patentes de invención; y b) Certificados de modelo de utilidad”

De acuerdo con el artículo 3, “podrán obtener los títulos de propiedad industrial regulados en la presente ley, las personas físicas o jurídicas nacionales o extranjeras que tengan domicilio real o constituido en el país”.

En cuanto a las patentes de invención, el artículo 4 de la norma dice que “serán patentables las invenciones de productos o de procedimientos, siempre que sean nuevas, entrañen una actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. a) A los efectos de esta ley se considerará invención a toda creación humana que permita transformar materia o energía para su aprovechamiento por el hombre. b) Asimismo será considerada novedosa toda invención que no esté comprendida en el estado de la técnica. c) Por estado de la técnica deberá entenderse el conjunto de conocimientos técnicos que se han hechos públicos antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso, de la prioridad reconocida, mediante una descripción oral o escrita, por la explotación o por cualquier otro medio de difusión o información, en el país o en el extranjero; d) Habrá actividad inventiva cuando el proceso creativo o sus resultados no se deduzcan del estado de la técnica en forma evidente para una persona normalmente

versada en la materia técnica correspondiente. e) Habrá aplicación industrial cuando el objeto de la invención conduzca a la obtención de un resultado o de un producto industrial, entendiéndose al término industria como comprensivo de la agricultura, la industria forestal, la ganadería, la pesca, la minería, las industrias de transformación propiamente dichas y los servicios”.

Por su parte, el artículo 5 manifiesta que “la divulgación de una invención no afectará su novedad, cuando dentro de un año previo a la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso, de la prioridad reconocida, el inventor o sus causahabientes hayan dado a conocer la invención por cualquier medio de comunicación o la hayan exhibido en una exposición nacional o internacional. Al presentarse la solicitud correspondiente deberá incluirse la documentación comprobatoria en las condiciones que establezca el reglamento de esta ley”.

De acuerdo con el artículo 6, “no se considerarán invenciones para los efectos de esta ley: a) Los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos; b) Las obras literarias o artísticas o cualquier otra creación estética, así como las obras científicas; c) Los planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales, para juegos o para actividades económico-comerciales, así como los programas de computación; d) Las formas de presentación de información; e) Los métodos de tratamiento quirúrgico, terapéutico o de diagnóstico aplicables al cuerpo humano y los relativos a animales; f) La yuxtaposición de invenciones conocidas o mezclas de productos conocidos, su variación de forma, de dimensiones o de materiales, salvo que se trate de su combinación o fusión de tal manera que no puedan funcionar separadamente o que las cualidades o funciones características de las mismas sean modificadas para obtener un resultado industrial no obvio para un técnico en la materia; g) Toda clase de materia viva y sustancias preexistentes en la naturaleza”.

Por su lado, el artículo 7 manifiesta que “no se consideran patentables: a) Las invenciones cuya explotación en el territorio de la República Argentina deba impedirse para proteger el orden público o la moralidad, la salud o la vida de las personas o de los animales o para preservar los vegetales o evitar daños graves al medio ambiente; b) La totalidad del material biológico y genético existente en la naturaleza o su réplica, en los procesos biológicos implícitos en la reproducción animal, vegetal y humana, incluidos los procesos

genéticos relativos al material capaz de conducir su propia duplicación en condiciones normales y libres tal como ocurre en la naturaleza”.

En materia de titularidad, situación que eventualmente, y tal como lo veremos más adelante, habilitaría una disputa. ¿Por qué decimos esto? Porque según el artículo 8, “el derecho a la patente pertenecerá al inventor o sus causahabientes quienes tendrán derecho de cederlo o transferirlo por cualquier medio lícito y concertar contratos de licencia. La patente conferirá a su titular los siguientes derechos exclusivos: Cuando la materia de la patente sea un producto, el de impedir que terceros, sin su consentimiento, realicen actos de fabricación, uso, oferta para la venta, venta o importación del producto objeto de la patente. Cuando la materia de la patente sea un procedimiento, el titular de una patente de procedimiento tendrá derecho de impedir que terceros, sin su consentimiento, realicen el acto de utilización del procedimiento y los actos de: uso, oferta para la venta, venta o importación para estos fines del producto obtenido directamente por medio de dicho procedimiento”.

Conforme nos reza el artículo 9, “salvo prueba en contrario se presumirá inventor a la persona o personas físicas que se designen como tales en la solicitud de patente o de certificado de modelo de utilidad. El inventor o inventores tendrán derecho a ser mencionados en el título correspondiente”.

Asimismo, un tema importante a tener en cuenta son las invenciones desarrolladas durante una relación laboral. Así, el artículo 10 establece que: “a) Las realizadas por el trabajador durante el curso de su contrato o relación de trabajo o de servicios con el empleador que tengan por objeto total o parcialmente la realización de actividades inventivas, pertenecerán al empleador; b) El trabajador, autor de la invención bajo el supuesto anterior, tendrá derecho a una remuneración suplementaria por su realización, si su aporte personal a la invención y la importancia de la misma para la empresa y empleador excede de manera evidente el contenido explícito o implícito de su contrato o relación de trabajo. Si no existieran las condiciones estipuladas en el inciso a), cuando el trabajador realizara una invención en relación con su actividad profesional en la empresa y en su obtención hubieran influido predominantemente conocimientos adquiridos dentro de la empresa o la utilización de medios proporcionados por ésta, el empleador tendrá derecho a la titularidad de la invención o a reservarse el derecho de explotación de la misma. El empleador deberá ejercer tal opción dentro de los noventa

días de realizada la invención; c) Cuando el empresario asuma la titularidad de una invención o se reserve el derecho de explotación de la misma, el trabajador tendrá derecho a una compensación económica justa, fijada en atención a la importancia industrial y comercial del invento, teniendo en cuenta el valor de los medios o conocimientos facilitados por la empresa y los aportes del propio trabajador, en el supuesto de que el empleador otorgue una licencia a terceros, el inventor podrá reclamar al titular de la patente de invención el pago de hasta el 50% de las regalías efectivamente percibidas por éste; d) Una invención industrial será considerada como desarrollada durante la ejecución de un contrato de trabajo o de prestación de servicios, cuando la solicitud de patente haya sido presentada hasta un año después de la fecha en que el inventor dejó el empleo dentro de cuyo campo de actividad se obtuvo el invento. e) Las invenciones laborales en cuya realización no concurren las circunstancias previstas en los incisos a) y b), pertenecerán exclusivamente al autor de las mismas. f) Será nula toda renuncia anticipada del trabajador a los derechos conferidos en este artículo”.