



2



SISTEMA DE MADRID

Un millón de marcas

8

GOOGLE Y LOS EDITORES DE LIBROS LLEGAN A UN ACUERDO

13



LOS TEJIDOS NIGERIANOS TEÑIDOS A LA CERA

Una fábula moderna

Calendario de reuniones

6 A 17 DE JULIO ■ GINEBRA

■ **Curso de verano de la OMPI sobre propiedad intelectual**

La Academia de la OMPI organizará un curso de verano dirigido a estudiantes avanzados y jóvenes profesionales.

Invitaciones: Licenciados, estudiantes de postgrado y jóvenes profesionales de cualquier disciplina.

13 DE JULIO ■ GINEBRA

■ **Atender las necesidades de los discapacitados visuales: ¿Qué desafíos plantea a la P.I.?**

La reunión será una oportunidad para que las principales partes interesadas promuevan una toma de conciencia entre los Estados miembros, las OII, y las ONG y otros interlocutores puedan debatir la mejor forma de que el sistema de propiedad intelectual responda a las necesidades de los discapacitados visuales a los fines de que puedan tener acceso a las obras en formatos accesibles.

Invitaciones: La reunión está abierta al público.

13 Y 14 DE JULIO ■ GINEBRA

■ **Conferencia sobre la propiedad intelectual y los problemas mundiales de política pública**

En la conferencia se tratarán distintos aspectos de la relación entre la propiedad intelectual y otros ámbitos de la política pública, especialmente la salud, el medio ambiente, el cambio climático, la seguridad alimentaria y las discapacidades.

Invitaciones: La Conferencia está abierta al público.

20 A 22 DE JULIO ■ GINEBRA

■ **Comité del Programa y Presupuesto, sesión informal**

La sesión del Comité ha sido convocada conforme al mecanismo de preparación y seguimiento del presupuesto por programas. En dicha sesión se examinará, en particular, el proyecto de propuesta de presupuesto por programas para 2010/11, paralelamente al plan estratégico a mediano plazo para 2010–2015, así como otras cuestiones acordadas en la decimotercera sesión, celebrada los días 10 y 11 de diciembre de 2008.

Invitaciones: Todos los Estados miembros del Comité del Programa y Presupuesto de la OMPI están invitados a estar representados en esta sesión del Comité de Programa y Presupuesto. Los demás Estados miembros de la OMPI están invitados a estar representados en calidad de observadores.

23 Y 24 DE JULIO ■ GINEBRA

■ **Foro de alto nivel sobre la propiedad intelectual y los países menos adelantados: utilización estratégica de la propiedad intelectual en aras de la prosperidad y el desarrollo**

En este foro se darán citas Ministros, altos funcionarios encargados de la formulación de políticas y representantes permanentes de países menos adelantados junto con expertos internacionales y nacionales para intercambiar puntos de vista y experiencias, en particular, en lo que respecta a la definición de políticas, las estrategias de puesta en práctica y la formulación de los aspectos técnicos que comporta la propiedad intelectual y para reflexionar sobre la utilización estratégica de la P.I. en aras de la prosperidad y el desarrollo de los PMA.

Invitaciones: Ministros, altos funcionarios encargados de la formulación de políticas y representantes permanentes de países menos adelantados.

7 A 9 DE SEPTIEMBRE ■ GINEBRA

■ **Convención Internacional sobre la protección de los artistas/intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión (Convención de Roma, 1961) – Comité Intergubernamental, vigésima reunión ordinaria**

El Comité reflexionará acerca de la aplicación de la Convención de Roma. Se convocan reuniones del Comité cada cuatro años, que tiene lugar sucesivamente en las sedes de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT), de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y de la OMPI. Paralelamente a esa reunión tendrá lugar una reunión privada a los fines de la elección de un nuevo Comité.

Invitaciones: En calidad de miembros, los Estados miembros del Comité Intergubernamental de la Convención de Roma; en calidad de observadores, los Estados parte en la Convención de Roma que no sean miembros del Comité, los Estados miembros de las Naciones Unidas y determinadas organizaciones.

14 A 16 DE SEPTIEMBRE ■ GINEBRA

■ **Comité del Programa y Presupuesto, decimocuarta sesión**

Sesión ordinaria del Comité del Programa y Presupuesto.

Invitaciones: Todos los Estados miembros del Comité del Programa y Presupuesto de la OMPI están invitados a estar representados en la decimocuarta sesión del Comité del Programa y Presupuesto. Los demás Estados miembros de la OMPI están invitados a estar representados en la sesión en calidad de observadores.

17 Y 18 DE SEPTIEMBRE ■ GINEBRA

■ **Simposio mundial sobre las Administraciones encargadas de la P.I.**

En el simposio se examinarán cuestiones relativas a la modernización y gestión de las oficinas de P.I. (patentes y marcas), se reflexionará sobre las perspectivas para el futuro de la infraestructura mundial de P.I., en lo que atañe, entre otras cosas, a los instrumentos y bases de datos comunes destinados a facilitar la colaboración internacional; se analizará el valor de las estadísticas de P.I. en la gestión del funcionamiento de las oficinas de P.I. y se intercambiarán experiencias sobre los distintos procedimientos financieros de esas oficinas.

Invitaciones: El simposio está abierto al público.

22 DE SEPTIEMBRE A 1 DE OCTUBRE ■ GINEBRA

■ **Asambleas de los Estados miembros de la OMPI, cuadragésima séptima serie de reuniones**

Todas las Asambleas y los demás órganos de los Estados miembros de la OMPI se reunirán en período ordinario de sesiones.

Invitaciones: En calidad de miembros u observadores (según la Asamblea o el órgano de que se trate), los Estados miembros de la OMPI; en calidad de observadores, otros Estados; y en calidad de observadores permanentes y observadores *ad hoc*, determinadas organizaciones.

ÍNDICE

- 2 SISTEMA DE MADRID: **UN MILLÓN DE MARCAS**
- 4 **LAS MARCAS:** UN VALIOSO PATRIMONIO EN TIEMPOS DE CAMBIO
- 6 *CATENACCIO* DE LA **FIFA** CONTRA LA MERCADOTEENIA PARÁSITA
- 8 **GOOGLE** Y **LOS EDITORES DE LIBROS** LLEGAN A UN ACUERDO
- 11 **¿ESTÁN LOS TWEETS PROTEGIDOS POR DERECHO DE AUTOR?**
- 13 UNA FÁBULA MODERNA: **LOS TEJIDOS NIGERIANOS TEÑIDOS A LA CERA**
- 17 SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS SOBRE **PATRIMONIO ARTÍSTICO Y CULTURAL**
- 20 TECNOLOGÍA INNOVADORA CONTRA LOS **INCENDIOS FORESTALES**
- 22 **REUNIONES DE COMITÉS**
Comité de Coordinación de la OMPI
Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos
- 23 GALERÍA DE ENCUENTROS
- 24 **CARTAS Y COMENTARIOS**
RESEÑA DE LIBROS

SISTEMA DE MADRID: UN MILLÓN DE MARCAS

A finales de mayo el sistema internacional de marcas alcanzó un hito en sus 118 años de historia: la empresa ecológica austríaca Grüne Erde registraba la marca Nº 1.000.000 del sistema, simbolizando la importancia y el valor perdurables que tienen las marcas para empresas de todas las ramas del comercio.

Para Grüne Erde, el Sistema de Madrid es "una manera sencilla y rápida" de llegar a todos los países en que se propone registrar su marca, "de una sola vez... y con un costo relativamente bajo." Los usuarios del Sistema de Madrid para el registro internacional de marcas, como Grüne Erde, pueden proteger sus marcas en un gran número de países, obteniendo un registro internacional que es válido en cada una de las jurisdicciones de los 84 países adheridos.

El millonésimo registro internacional de marca, que consiste en las palabras "Grüne Erde" en letra verde,

separadas por la imagen de un árbol, se aplica a 26 clases de productos.

La Oficina Austríaca de Patentes

A propósito del registro de la millonésima marca internacional, el Dr. Friedrich Rödler, presidente de la Oficina Austríaca de Patentes, ha declarado: "Nos agrada sobremanera que el millonésimo registro internacional de marca haya sido realizado por una empresa austríaca, y en particular por Grüne Erde, que es pionera en la fabricación sostenible de productos respetuosos con el medio ambiente. Verdaderamente, el Sistema de Madrid ofrece una útil solución empresarial a los solicitantes austríacos que quieran proteger y gestionar sus carteras de marcas internacionales de un modo eficaz y económico. Celebramos el empeño de la OMPI en actualizar el Sistema de Madrid y apoyamos plenamente los esfuerzos para hacerlo aún más eficiente y fácil de usar."

Austria es el décimo mayor usuario del Sistema de Madrid. En 2008, aproximadamente 1.245 solicitantes austríacos registraron sus marcas conforme al Sistema de Madrid, lo que supone un incremento del 9,8% respecto del año precedente.

Grüne Erde

Fundada en 1983, la empresa Grüne Erde (Tierra Verde) surgió del deseo de demostrar que "es posible crear una empresa que sea consciente de los problemas de la ecología y que, al mismo tiempo, obtenga resultados excelentes en el mercado," explica su propietario y director gerente, el Sr. Reinhard Kepplinger. A principios de la década de 1980 la conciencia "verde," que en la actualidad se abre camino progresivamente en el mundo empresarial, era aún algo excepcional. El Sr. Kepplinger explica: "Introdujimos las ideas de la ecología en nuestras actividades mucho antes que otras empresas. Al principio, crear Grüne Erde parecía una locura." Sin embargo, la visión de futuro de la empresa está dando excelentes resultados: Grüne Erde tuvo un volumen de

Cronología del Sistema de Madrid

14 de abril 1891
Firma del Arreglo de Madrid
relativo al Registro
Internacional de Marcas



1893
Esta marca de Russ-Suchard & Cie ya no está en vigor, pero fue la primera marca internacional registrada conforme al Sistema de Madrid y la 86ª del registro suizo, en el que fue registrada en 1880. Russ-Suchard registró seis de las diez primeras marcas del registro internacional.



1893
Esta marca de Longines, registrada primero en Suiza en 1889 e internacionalmente en 1893, es la marca internacional registrada más antigua aún vigente.



1949
Cointreau (Francia) registra la primera marca tridimensional (Nº 143704).



1989
La Société d'exploitation des Aliments Royal Canin (Francia) registra la primera marca de color (Nº 533870).

ventas de 33 millones de euros en 2008, da empleo a más de 300 personas, que gozan de avanzadas condiciones laborales, y se precia de cumplir los criterios ecológicos más rigurosos.

La empresa ofrece más de 5.000 productos ecológicos, entre los que figuran muebles, alimentos biológicos y productos de cosmética natural. El 70% de los productos que vende Grüne Erde se producen en una fábrica de muebles de madera en el sur de Austria y en una planta de textiles en el norte del país, donde se están construyendo instalaciones para fabricar productos de cosmética natural, la rama de la empresa que crece más rápidamente. El 30% de los productos se adquiere en otros países de la Unión Europea. El Sr. Kepplinger añade: "Siempre nos aseguramos de que nuestros productos se transporten por la ruta más corta, porque no queremos que se derroche energía ni se dañe el medio ambiente." Continúa: "Sólo importamos productos ya elaborados procedentes de países que no sean miembros de la Unión Europea cuando son productos de *comercio leal*. Para nosotros es extremadamente importante que nuestros proveedores suscriban nuestros principios ecológicos." La empresa no usa materias de origen petroquímico ni metales en sus productos. Todos los productos de madera se tratan con aceites naturales, y los tejidos se fabrican con fibras naturales como la lana y el algodón, el lino y el coco biológicos.

La mayor parte de los productos de la empresa son de diseño propio y se comercializan con la marca Grüne Erde que, gracias a la rigurosa observancia de los principios ecológicos, se ha ganado la confianza de los consumidores austriacos y alemanes, convirtiéndose en sinónimo de máximo respeto por el medio ambiente.

El registro de la marca, una decisión estratégica

La decisión de registrar la marca tuvo una importancia comercial estratégica para Grüne Erde. El registro permite a la empresa proteger mejor su reputación de proveedor fiable de productos ecológicos, defenderse

de competidores sin escrúpulos, y afianzar su viabilidad financiera futura.

La empresa cuenta actualmente con una red de distribución formada por seis grandes establecimientos en Austria (Scharnstein, Viena, Linz, Innsbruck y Graz) y siete en Alemania (Stuttgart, Berlín, Dusseldorf, Múnich, Nuremberga, Francfort y Hamburgo). La seguridad de disponer de una marca protegida permite a la empresa llevar adelante con confianza los planes de ampliación de su red comercial en Austria y Alemania, así como penetrar en Suiza. Grüne Erde también proyecta emplear acuerdos de franquicia para abrir en otros países una cadena de tiendas de productos de cosmética natural, no sin antes haber examinado detenidamente las credenciales ecológicas de sus potenciales asociados y las condiciones de explotación de los negocios.

Marcas ecológicas

La evolución de los gustos de los consumidores suele reflejarse en las marcas que se registran. Por ello, es significativo que la millonésima marca internacional haya sido registrada por una empresa respetuosa con el medio ambiente, como Grüne Erde. La conciencia ecológica del gran público es cada vez más aguda, y el consumidor tiende a buscar productos que no dañen el medio ambiente. Se han realizado estudios que indican que la decisión de compra del consumidor está determinada en buena medida por las características ecológicas del producto. El uso de marcas ecológicas permite al consumidor tomar decisiones fundamentadas al elegir los productos que compra.

Naturalmente, las empresas tratan de sacar partido de este hecho poniendo de relieve los aspectos ecológicos de sus productos. Por medio de las marcas de fábrica, de comercio y de servicios pueden proteger su reputación ecológica y evitar que entren en el mercado marcas similares que pudieran inducir a confusión. Por ello, el número de solicitudes de marcas ecológicas o "verdes" está aumentando, y todo indica que seguirá haciéndolo.

27 de junio de 1989
Firma del Protocolo de Madrid

TAKUMI



MAPFRE

Grüne Erde

1996
Se publica la primera marca en inglés, registrada por Fielmann AG (Alemania) (Nº 654019, ahora expirada).

1996
Se registra la primera marca sonora, de Bausparkasse Schwäbisch Hall Aktiengesellschaft – Bausparkasse der Volksbanken und Raiffeisenbanken (Alemania) (Nº 659177).

2004
Se publica la primera marca en español, registrada por Mapfre Mutuality de Seguros y Reaseguros a Prima Fija (España) (Nº 822048).

1 de mayo de 2009
Grüne Erde (Austria) registra la marca millonésima.

LAS MARCAS: UN VALIOSO PATRIMONIO EN TIEMPOS DE CAMBIO

Ya sea en el centro comercial o en la tienda del barrio, vivimos rodeados de una asombrosa variedad de marcas: signos distintivos que transmiten una infinidad de mensajes subliminales sobre la autenticidad, origen, calidad, fiabilidad, prestigio y ventajas de los productos, y que pugnan por ganar la atención del consumidor, susurrando: "¡Cómprame! ¡Soy mejor que mis competidores!" Las marcas, y la protección jurídica que ofrecen, cumplen una función primordial en el comercio. Por un lado, al definir normas de conducta importantes, contribuyen a que la actividad mercantil se desarrolle de forma ordenada y, por otro, ayudan a los consumidores a tomar su decisión de compra.

Las marcas son un patrimonio de un valor extraordinario, incluso en tiempos de crisis, y ejercen una poderosa influencia en el comportamiento de compra, ya que los consumidores forzados por las circunstancias a pensarlo dos veces antes de tomar su decisión, optan con frecuencia por volver a las marcas "de siempre." Por ello, ya sea en tiempos de recesión o de prosperidad, invertir en la marca y en la imagen de marca es siempre una buena decisión empresarial. Las marcas y los derechos que confieren son la base de complejas redes de acuerdos de licencia y de franquicia que constituyen lucrativas fuentes de ingresos.

La importancia de la obtención de derechos de marca ha aumentado con la entrada de un número cada vez mayor de empresas en el mercado internacional y la expansión del mercado electrónico. Las empresas necesitan ser capaces de registrar sus marcas y gestionar sus carteras de marcas de forma ágil y económica.

Ventajas del Sistema de Madrid

El sistema de marcas internacionales de la OMPI es una forma asequible, sencilla y práctica de pro-

teger una marca en un gran número de países. El sistema ofrece a los propietarios de marcas varias ventajas. Para registrar internacionalmente una marca basta presentar una solicitud a la OMPI (por medio de la oficina nacional o regional de marcas del solicitante), en un solo idioma (español, francés o inglés), y pagar una tasa. El sistema supone un ahorro de costos respecto de la presentación de solicitudes en cada uno de los países en los que se desee proteger la marca, que entraña la complicación de emplear diferentes idiomas, cumplir distintas normas y regímenes y pagar diversas tasas (frecuentemente superiores) en varias monedas. Aunque sigue siendo necesario obtener la protección de la marca en el país de origen, el sistema facilita su protección en otros países y actúa como puente entre el mercado nacional y el internacional.



Además, el Sistema de Madrid ayuda a administrar eficientemente la cartera de marcas de una empresa, ya que ofrece la posibilidad de renovar el registro cada 10 años por un procedimiento ágil y sencillo. Por otro lado, cuando una marca internacional cambia de propietario, es transferida a un tercero, o se alteran los datos de su propietario (por ejemplo, el nombre o la dirección), basta consignar la modificación en la base de datos central para que surta efecto en todas las partes contratantes designadas.

Durante los 118 años de historia del Sistema de Madrid, la OMPI y los sectores interesados en la propiedad intelectual han venido promoviendo su desarrollo para asegurarse de que evolucione al ritmo de las necesidades de sus usuarios y siga siendo eficaz y económico. El sistema, adoptado por 84 partes contratantes (83 países y la Comunidad Europea), creció un 5,3% en 2008 y experimenta una constante expansión geográfica, demostrando tanto el valor comercial de las marcas como su propia utilidad y vigencia.

Más y mejores servicios

La OMPI, consciente de la necesidad de seguir ampliado el alcance y mejorando la calidad de los servicios del Sistema de Madrid, está aplicando un completo programa de modernización que pondrá a disposición de los usuarios una infraestructura de tecnologías de la información eficiente y moderna. El programa de modernización, con presupuesto de 15,3 millones de francos suizos, comenzó en 2008 y su finalización está prevista para 2011.

El Subdirector General de la OMPI, Sr. Ernesto Rubio, a cargo de las actividades relacionadas con las marcas, señala que "la OMPI apoya resueltamente el desarrollo progresivo del Sistema de Madrid." "Nuestro objetivo," añade, "es seguir prestando servicios de valor añadido que satisfagan las cambiantes necesidades del mundo empresarial." Actualmente se celebran conversaciones sobre la conveniencia de introducir nuevos idiomas de trabajo en el sistema, en el que ahora se utilizan el español, el francés y el inglés, pero hay también otras iniciativas en marcha.

Por ejemplo, está previsto que el 1 de septiembre de 2009 entre en vigor una modificación del Reglamento Común en virtud de la cual las oficinas designadas entregarán a los titulares del registro una declaración de concesión de protección. El Sr. Rubio comenta: "Se trata de una gran mejora, ya que, en lugar de tener que esperar a que expire el plazo de denegación para saber cuál es su situación, el propietario de la marca tendrá, en una etapa anterior del proceso, una imagen clara de la situación de sus solicitudes internacionales de marca. De este modo se tendrá certidumbre jurídica antes y se fomentará la confianza empresarial."

El Sr. Rubio explica también una serie de servicios nuevos que actualmente se están preparando. Se refiere en particular a una herramienta de clasificación electrónica de marcas, concebida como mecanismo a prueba de fallos y destinada a evitar retrasos en la tramitación de las solicitudes en las que los bienes y servicios se han clasificado erróneamente. La primera versión de esta herramienta de valida-

ción de clasificaciones electrónicas, que próximamente estará traducida a español, francés e inglés, constará aproximadamente de 27.000 caracterizaciones de bienes y servicios. Con este nuevo servicio los usuarios podrán consultar una lista de caracterizaciones "aceptadas," que cumplen las normas internacionales de clasificación de marcas, y seleccionar las que precisen, evitando así que la OMPI emita una notificación de irregularidad. Además, la herramienta ofrece al solicitante la posibilidad de comparar los términos empleados en su descripción y clasificación de los bienes y servicios con los términos aceptados y elegir entre éstos los más adecuados a sus fines. El servicio dispone también de un sistema de traducción automática a todos los idiomas de presentación (español, francés e inglés). Con todo ello se allanarán muchas de las dificultades que pueden surgir en el proceso de solicitud, y se agilizará y acelerará el procedimiento de registro.

El Sr. Rubio agrega que se está preparando un sistema de gestión electrónica segura de carteras de marcas con el que los propietarios de marcas o sus representantes podrán hacer un seguimiento detallado del estado de sus solicitudes y de la situación jurídica de sus marcas.

Estas nuevas funciones se someterán a prueba en el curso de los próximos meses con un pequeño número de abogados especializados en marcas, y a continuación se irán incorporando progresivamente a los servicios en línea del sistema. Se prevé que estén disponibles para todos los usuarios en el cuarto trimestre de 2009. El Sr. Rubio señala: "Prometen entrañar importantes beneficios prácticos para los propietarios de marcas, ya que facilitarán el proceso de registro y la gestión de las carteras de marcas; además, generarán eficiencias en la prestación de los servicios relacionados con las marcas."

En un momento económico difícil, como el actual, la gestión inteligente y estratégica de los derechos de marca es más importante que nunca. El Sistema de Madrid para el registro internacional de marcas es una solución práctica para las empresas que busquen un modo eficiente y económico de enriquecer y gestionar su cartera de marcas.

CATENACCIO DE LA FIFA CONTRA LA MERCADOTEKNIA PARÁSITA

En este artículo OWEN DEAN, abogado especializado en marcas del despacho sudafricano Spoor & Fisher, describe algunos de los minuciosos preparativos jurídicos necesarios para proteger las marcas de un gran acontecimiento internacional como la Copa Mundial frente a los ventajistas que pretenden sacar provecho de él sin contrapartida. El despacho Spoor & Fisher representa a la FIFA en Sudáfrica.

Está previsto que el primer encuentro de la Copa Mundial de la FIFA* Sudáfrica 2010™ tenga lugar el 11 de junio del año próximo, pero los aficionados al fútbol ya están poseídos por la fiebre de la Copa Mundial. Y también quienes piensan sacar provecho del acontecimiento. La FIFA nada tiene que objetar a estos últimos, siempre que cumplan las normas y paguen derechos de licencia y de patrocinio. La Federación se ha preparado a conciencia para luchar contra los ventajistas que, aplicando técnicas de mercadotecnia parásita (en inglés, *ambush marketing*, literalmente "mercadotecnia de emboscada"), proyectan sacar partido del acontecimiento deportivo sin pagar por el derecho a hacerlo.

El silbido inicial del encuentro entre la FIFA y los infractores de marcas ya ha sonado. Y la FIFA se complace en proclamar que el tanteo es 1-0 a su favor. En el primer pleito sobre esta materia que se ha dirimido en Sudáfrica, ha obtenido una resolución favorable gracias a una planificación concienzuda y una estrategia bien formulada.

Preparativos antes del encuentro

Las diligencias de la FIFA para neutralizar las actividades de mercadotecnia parásita comenzaron en 2004, inmediatamente después de anunciarse la sede del torneo de 2010. La Federación comenzó por evaluar su capacidad de hacer frente a sus adversarios, en particular en el marco de la legislación sudafricana. Descubrió que el terreno de juego le era propicio: Sudáfrica, al tanto de la experiencia habida en anteriores campeonatos mundiales, había promulgado una legislación eficaz contra la mercadotecnia parásita. Por ello, siempre que siguiera una estrategia jurídica adecuada e hiciera buen uso de los recursos disponibles, había muchas probabilidades de que el equipo de la FIFA se hiciera con el triunfo.

El primer paso de la FIFA fue asegurarse de obtener el máximo partido de esas condiciones favorables. Empezó un amplio programa de registro de marcas para proteger signos como Sudáfrica 2010™, Copa Mundial 2010™, etcétera. Una vez creado, el emblema oficial fue registrado también, como marca y como diseño. Para complementar estas medidas, se solicitó al Ministro de Comercio e Industria de Sudáfrica que declarara prohibido de conformidad con el artículo 15 de la Ley de Marcas de Mercancías el uso no autorizado de las principales marcas ligadas al torneo.

Pero éstas eran sólo medidas auxiliares del plan de ataque principal de la FIFA, que consistía en aplicar las disposiciones del artículo 15A de la Ley de Marcas de Mercancías, que facultan al Ministro de Comercio e Industria para declarar "acontecimientos protegidos" a los grandes encuentros deportivos. De ese modo se evita, por ejemplo, que anunciantes ventajistas traten de promocionarse a costa de un acontecimiento como la Copa Mundial 2010, asociando su nombre al torneo sin ser patrocinadores oficiales. En mayo de 2006 el Ministro de Comercio e Industria realizó la declaración formal que le fuera solicitada.

El siguiente paso fue armonizar y sincronizar la aplicación del plan. Para ello fue preciso elaborar una plantilla para las actuaciones judiciales contra los anunciantes parásitos. Se formularon fundamentos y argumentos jurídicos para iniciar procedimientos judiciales, con especial énfasis en el artículo 15A de la Ley de Marcas de Mercancías, que tipifica penalmente el uso de marcas de un acontecimiento con la intención y el efecto de obtener un beneficio promocional especial de la publicidad asociada a dicho acontecimiento sin autorización de su organizador. Se elaboró un argumento basado en el principio de competencia desleal, conforme al cual, al incumplir las disposiciones de la ley y entrar en competencia directa con los patrocinadores oficiales de la FIFA, los ventajistas incurren en delito de competencia



Logo © FIFA

* Fédération Internationale de Football Association

Demandas por ciberocupación de sitios deportivos presentadas ante la OMPI

En 2008 el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI, que ofrece servicios de resolución extrajudicial de controversias, recibió aproximadamente 2.329 demandas por ciberocupación de diversos tipos de sitios, incluidos sitios deportivos, presentadas en virtud de la Política Uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio. Las demandas relacionadas con el deporte afectaban a sitios Web de los Juegos Olímpicos, equipos de críquet, la *Super Bowl*, y equipos fútbol, estas últimas presentadas por clubes como el Real Madrid, el Arsenal, el Bayern y el Manchester. Las demandas relacionadas con el deporte suelen ser presentadas a título individual por deportistas, clubes u organizadores de competiciones, pero recientemente cinco clubes de la Premier League inglesa presentaron una demanda conjunta relativa a nombres de dominio del tipo *official-manchester-tickets.com*.

Las actividades de la FIFA para proteger su PI. en la próxima Copa Mundial comenzaron ya en 2000, cuando la Federación ganó una demanda relativa a varios nombres de dominio, entre los que figuraba *worldcup2010.org*, presentada ante la OMPI en virtud de la Política Uniforme. Más recientemente, la FIFA logró la resolución satisfactoria de otra demanda presentada ante la OMPI respecto del dominio *southafrica2010.org*.

En el marco del proyecto de ampliación del sistema de nombres de dominio, por el que se añadirá un gran número de dominios de nivel superior nuevos, el Centro ha elaborado una serie de propuestas de política que contemplan nuevas opciones de solución de controversias para los propietarios de marcas, con más opciones de resolución extrajudicial. Las propuestas del Centro pueden consultarse en la siguiente dirección: www.wipo.int/amc/es/domains/resources/icann/index.html.

Se hallará más información sobre las demandas presentadas ante la OMPI en el marco de la Política Uniforme en la siguiente dirección: www.wipo.int/amc/es/domains/.

desleal y causan un daño a la FIFA al perjudicar las relaciones de ésta con sus patrocinadores.

La cantidad que debe pagarse en concepto de honorarios de patrocinio del torneo es muy alta, y por ello es esencial que la FIFA garantice y proporcione a sus patrocinadores oficiales una exclusividad publicitaria efectiva en los respectivos mercados en los que operan. Cualquier daño causado a la relación entre la FIFA y sus patrocinadores por anunciantes ventajistas podría perjudicar gravemente a la Federación y poner en peligro la organización de futuros campeonatos mundiales.

El gol

Todo estaba listo, pues, para poner en marcha la maquinaria jurídica. Y un restaurante situado en las proximidades del Estadio Loftus de Pretoria, una de las sedes de los encuentros de la Copa Mundial 2010, ofreció en bandeja la ocasión de ponerla a prueba. Sin autorización de la FIFA, el restaurante había añadido las palabras "Copa Mundial 2010" al letrero en que figuraba su nombre. También había instalado las banderas de varios países destacados en el mundo del fútbol, acompañadas de la cifra "2010" y las palabras "Sudáfrica Dos Mil Diez." La FIFA no dudó en recoger el guante.

El restaurante hizo caso omiso de la petición de que retirara el letrero y las banderas infractoras, por lo que la FIFA solicitó al Tribunal Superior de Pretoria que dictara mandamientos judiciales contra el restaurante por infracción de las marcas Copa Mundial de 2010™, Sudáfrica 2010™ y Sudáfrica Dos Mil Diez™, suplantación de marca, y competencia desleal. El 7 de abril de 2009, el Tribunal Superior de Sudáfrica (North Gauteng) concedió todas las medidas de amparo solicitadas: la FIFA había ganado la primera batalla.

La estrategia jurídica elaborada y aplicada durante cinco años dio fruto apenas dos meses antes del torneo de la Copa Confederaciones, el ensayo general de la Copa Mundial, y un año exacto antes de la celebración del campeonato.

Las consecuencias de este primer éxito y los beneficios que ha reportado son considerables. La FIFA ha demostrado que su estrategia es eficaz y que tiene voluntad, recursos jurídicos y medios para defender y hacer valer sus derechos, cumpliendo los compromisos contraídos con sus patrocinadores. Quienes aspiren a sacar partido empleando técnicas de mercadotecnia parásita harán bien en tomar nota.

GOOGLE Y LOS EDITORES DE LIBROS LLEGAN A UN ACUERDO

El juicio del asunto Google Print generó un intenso debate y una viva polémica. Los sectores interesados aguardaban con impaciencia la resolución judicial, pero la controversia se resolvió finalmente fuera de los tribunales. El Sr. **ANDRÉS GUADAMUZ GONZÁLEZ**, catedrático de Derecho del Comercio Electrónico en la Universidad de Edimburgo y codirector de SCRIPT, el Centro de Estudios sobre Derecho de la Propiedad Intelectual y la Tecnología, destaca algunas de las consecuencias jurídicas y los detalles técnicos del pacto. Por su parte, el Sr. **WILSON RAFAEL RÍOS RUIZ**, catedrático de Derecho de la Propiedad Intelectual en la Universidad de los Andes y especialista en tecnología de la información y la comunicación (TIC) expone algunas de las preocupaciones que los titulares de derechos han expresado al respecto.

Consecuencias jurídicas y técnicas

Andrés Guadamuz González

Los proveedores de contenidos afrontan desafíos colosales en el dominio digital. Los métodos tradicionales de distribución han quedado obsoletos y son sustituidos por la entrega digital de contenidos protegidos por derecho de autor, lo que abre la vía al conflicto entre los propietarios de los contenidos y los nuevos intermediarios, es decir, los motores de búsqueda, los servicios de transmisión por caudales, los agregadores de contenidos y los proveedores de valor añadido. El sector ha tenido que reconsiderar seriamente la función de todos estos servicios emergentes y experimentar con tipos de licencia que no encajan fácilmente en los actuales modelos de generación de ingresos. Por otro lado, las nuevas generaciones de consumidores recelan de los canales de distribución tradicionales y esperan – justificadamente o no – encontrar en Internet prácticamente cualquier tipo de contenido a un precio competitivo.

Este conflicto se ha puesto de manifiesto con particular agudeza en el caso de Google™. El tamaño, la dimensión mundial y las nutridas arcas de Google han hecho del buscador un polo de atracción para las críticas de los propietarios de contenidos, quienes han llevado a la empresa a los tribunales en repetidas ocasiones.

Google Print ante el juez

En 2004 Google anunció un servicio llamado *Google Print* (más tarde rebautizado *Google Book Search* (Búsqueda de libros de Google)). El motor de búsqueda suscribió un acuerdo con varias bibliotecas de los Estados Unidos y el Reino Unido para digitalizar libros descatalogados y ponerlos a disposición del público. Los libros se ofrecerían íntegros o sólo en parte, conforme a la modalidad llamada "vista previa." El objetivo de Google – digitalizar 15 millones de libros en un

decenio – estaba cumplido en buena medida en octubre de 2008, cuando la base de datos del buscador contaba con 7 millones de volúmenes.¹

Como era de esperar, algunos autores se opusieron a los planes de Google: en 2005 la Asociación de Editores de los Estados Unidos y el sindicato de autores Authors Guild iniciaron sendos pleitos contra el motor de búsqueda. Las dos demandas tenían un objeto similar y en ellas se aducía que Google infringía el derecho de autor al reproducir digitalmente las obras del demandante para obtener un beneficio económico, así como al distribuir y exhibir posteriormente copias de las obras digitalizadas. Google repuso que sus actos están amparados por la doctrina del *uso leal*. La importancia de las cuestiones jurídicas controvertidas hizo que los pleitos suscitaran considerable interés entre juristas, abogados, editores y todos los interesados en lo que concierne al derecho de autor en el mundo digital. Sin embargo, el proceso terminó súbitamente al alcanzar las partes un acuerdo extrajudicial, anunciado en octubre de 2008.

El acuerdo extrajudicial

El nivel de detalle y la amplitud del acuerdo son sorprendentes: sólo las definiciones ocupan 18 páginas.² Con arreglo al pacto, Google pagará a los demandantes 125 millones de dólares estadounidenses, que se distribuirán conforme a varios programas convenidos entre las partes. Google ha de crear un portal Web en el que los autores puedan excluirse del acuerdo, lo que podrán hacer hasta septiembre de 2009.

Hasta enero de 2010, los autores también pueden acogerse a un programa de pagos en metálico por el que se los compensa por el uso de las obras digitalizadas antes del vencimiento del plazo de autoexclusión. Google ha depositado 45 millones de dólares en un fondo especial para hacer frente a los pagos de este programa.

¹ "New chapter for Google Book Search," (Nueva entrega sobre la función de búsqueda de libros de Google), Google Blog (28 de octubre de 2008), <http://googleblog.blogspot.com/2008/10/new-chapter-for-google-book-search.html> [En inglés].

² El texto completo puede consultarse en la siguiente dirección: www.googlebooksettlement.com/r/view_settlement_agreement [En inglés].

Google contribuirá a la elaboración y administración de una base de datos de suscripciones institucionales que se hará cargo de la venta del acceso a los libros. También financiará un registro de derechos bibliográficos que hará las veces de sociedad de gestión colectiva, percibiendo y distribuyendo las sumas recaudadas por el servicio de búsquedas bibliográficas de Google. El registro, que ya ha percibido 34.500 millones de dólares, recibirá el 63% de los beneficios totales del proyecto de búsqueda de libros de Google, una vez deducidos los gastos de explotación, y será administrado por los autores, los titulares de derechos y los editores.

En contrapartida por esas concesiones, Google ha obtenido la autorización para vender suscripciones a la base de datos de suscripciones institucionales, hacer ventas individuales de libros, introducir publicidad en las páginas de búsqueda de libros de Google y hacer otros usos comerciales de las obras digitalizadas.³ También ha obtenido autorización para exhibir, una vez vencido el plazo de autoexclusión, fragmentos y “vistas previas” de las obras autorizadas de los autores participantes, así como otros tipos de información bibliográfica no protegida, tales como resúmenes y reseñas.

Es interesante observar que todas las bibliotecas participantes en el proyecto Google Search – es decir, las bibliotecas de las que proceden los libros digitalizados – podrán disponer de copias digitales de las obras en sus fondos institucionales y archivos digitales. Google goza del derecho no exclusivo de hacer copias digitales de obras descatalogadas de cualquier procedencia.

En el acuerdo se contemplan varias estrategias empresariales para rentabilizar las copias digitales, en particular por medio de la base de datos de suscripciones institucionales, la venta directa a través de la página de resultados de búsqueda, o la inclusión de enlaces a sitios visitados por posibles compradores de ejemplares impresos o libros electrónicos. El acuerdo concede a las bibliotecas participantes el derecho irrestricto de hacer usos no comerciales de las copias digitales. Resulta interesante que en el acuerdo se definan también modelos de negocio futuros, como los servicios de impresión por encargo, la edición personalizada (por ejemplo, la impresión de colecciones de libros), las descargas de documentos PDF, modelos de suscripción individualizada, y servicios de agregación, como la creación de compilaciones.

Ámbito estadounidense, pero también mundial

Hay dos importantes aspectos técnico-jurídicos del acuerdo que merecen ser estudiados detenidamente. En primer lugar, el acuerdo afecta sólo a las obras publicadas en los Estados Unidos o que sean objeto de “un título de derecho de autor” estadounidense. Aunque el acuerdo es esquemático a este respecto,

en el portal de Authors Guild se explica que están comprendidos los libros publicados en países distintos de los Estados Unidos que mantengan con este país relaciones en materia de derecho de autor; por ejemplo, los países firmantes del Convenio de Berna.⁴ Por lo tanto, conviene destacar que, pese a su aparente ámbito nacional, el acuerdo tiene un alcance internacional, ya que puede afectar a autores y editores de todo el mundo.

En segundo lugar, aunque el acuerdo puede concernir a editores de otros países, sus beneficios revierten principalmente en los Estados Unidos. Por ejemplo, Google sólo puede vender libros, suscripciones y copias digitalizadas a clientes residentes en los Estados Unidos, con lo que queda abierta la posibilidad de establecer un filtro técnico basado en las direcciones IP. El acuerdo no se pronuncia a este respecto, como tampoco lo hace en relación con el establecimiento de un filtro jurisdiccional. Del mismo modo, todas las copias digitalizadas comprendidas en el acuerdo han de estar almacenadas en los Estados Unidos, y hay un anexo técnico en el que se describen las medidas de seguridad que deben aplicar las instituciones que sirvan de repositorio digital.

Validez

En el momento de redactar este artículo se había cuestionado la compatibilidad del acuerdo con la legislación antimonopolio estadounidense; por otro lado, el acuerdo aún no había sido ratificado por el tribunal.⁵ Ambas cosas podrían suponer un obstáculo importante para la aplicación del acuerdo. Habida cuenta de la posición dominante de Google en el mercado de motores de búsqueda, existe la preocupación de que el acuerdo ahogue la competencia en el mercado de libros electrónicos, ya que su formulación conferiría a Google una ventaja si la legislación de derecho de autor estadounidense se modifica para permitir el uso de las obras huérfanas.

Un modelo para otros proveedores de contenidos

Con todo, opíneselo que se opine sobre la posición dominante de Google en el mercado, y a la espera del pronunciamiento de la autoridad supervisora, el acuerdo podría servir de modelo para otros proveedores de contenidos. Guste o no, Google es, con diferencia, el primer motor de búsqueda y los propietarios de contenidos harán bien en tenerlo en cuenta al idear sus estrategias para el mundo digital. Los proveedores de contenidos deben sopesar detenidamente sus opciones antes de decidirse a poner sus catálogos a disposición del público a través de agregadores como Google.

La cuestión no es si dar el paso o no, sino cómo y cuándo hacerlo. Es indudable que el acuerdo sobre la función de búsqueda de libros de Google abrirá nuevas vías de ingresos por venta de obras descataloga-

3 Puede consultarse una explicación exhaustiva del acuerdo en Bill Rosenblatt, *Google's Settlement with the Publishing Industry: Opportunities and Strategies for Publishers*, (El acuerdo de Google con el sector editorial: Oportunidades y estrategias para los editores), libro blanco de GiantSteps Media Technology Strategies, www.giantstepsmts.com/GoogleSettlementWhitePaper.pdf [En inglés].

4 www.googlebooksettlement.com/help/bin/answer.py?answer=118704&hl=en#q3 [En inglés].

5 Elizabeth Williamson, Jeffrey Trachtenberg y Jessica Vascellaro, “Probe of Google Book Deal Heats Up” (La investigación judicial sobre el acuerdo de Google con los editores se complica) *The Wall Street Journal* (9 de junio de 2009).



das, y es posible que sea un ejemplo de la “economía *long tail*” descrita por Chris Anderson.⁶ Además de plantear un buen número de desafíos, el mundo digital podría abrir nuevos mercados para obras que ya no se venden en las librerías tradicionales. Los desafíos no tienen por qué verse negativamente.

Preocupaciones que suscita entre los titulares de derechos el acuerdo entre Google y los editores: Una visión colombiana

Wilson Rafael Ríos Ruiz

Es alarmante que muchos autores y titulares de derechos colombianos, al igual que otros del resto del mundo, ni siquiera tengan conocimiento de que sus obras fueron digitalizadas, y menos aún de la existencia del acuerdo propuesto por Google. No obstante, en virtud de los principios de protección automática y de trato nacional establecidos en el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, los autores y titulares de derechos colombianos que se sientan afectados, podrán participar en el acuerdo y obtener una compensación, aunque no tengan sus obras registradas en los Estados Unidos ni en Colombia.

También pueden optar por formular objeciones, o manifestar su deseo de no participar en el acuerdo. Asimismo, podrán solicitar a Google que no digitalice sus obras o, si ya han sido digitalizadas, pedir que sean retiradas de la base de datos del buscador. Los plazos indicados en el artículo precedente son válidos también para los titulares de derechos no estadounidenses.

Merece la pena, no obstante, examinar más de cerca el punto central de la controversia, a saber, si el cambio de soporte – del formato impreso al formato electrónico (llamado en inglés *space shifting*) – está permitido o, por el contrario, constituye una infracción del derecho de autor.

Del formato impreso al formato electrónico

Desde la perspectiva del derecho de autor, es claro que las distintas formas de disposición de las obras son independientes entre sí, y que autorizar una no supone permitir de manera expresa las demás. Por consiguiente, la autorización del uso de la versión impresa no implica en sí misma la del uso de la versión electrónica.

Un aspecto de singular importancia en este caso tiene que ver con la independencia y autonomía de las distintas formas de utilización de las obras. Este principio se encuentra establecido en la Ley de Derecho de Autor de Colombia y el artículo 31 de la Decisión de la Comunidad Andina N° 351 de 1993, que dispone lo siguiente: “Las distintas formas de utilización de las obras son independientes entre ellas; la autorización del autor para una forma de utilización no se extiende a las demás.”

En relación con la migración o cambio de soporte de los textos impresos o escritos en medio físico tradicional a medios electrónicos, ópticos y similares (*space shifting*), son ilustrativos los pronunciamientos jurisprudenciales emitidos por los tribunales norteamericanos en los siguientes asuntos: *Tasini contra The New York Times* [Estados Unidos], *Robertson contra Thomson Corp.* [Canadá], *Random House contra Rosetta* [Estados Unidos] y *Greenberg contra National Geographic* [Estados Unidos]. Los respectivos tribunales indicaron que la concesión por el autor, articulista, fotógrafo o creador de contenidos de la autorización para utilizar su obra en un medio impreso, no implica que la autorización se haga extensiva a la utilización de la obra en un medio electrónico, por lo que impusieron la obligación de efectuar un pago adicional por tal concepto.

En septiembre de 2006 Google sufrió un duro revés en Europa cuando un juez de primera instancia de Bélgica ordenó retirar de su servicio de noticias (Google Noticias) los contenidos (artículos, fotografías y gráficos) de los periódicos *Le Soir* y *Grenz Echo*.

Otras preocupaciones de los titulares de derechos

El acuerdo entre Google y los editores ha sido objeto de firmes cuestionamientos en Colombia por los sectores que abogan por la defensa del derecho de autor, así como por los autores y titulares, ya que su propósito es “legalizar” una situación irregular que se originó precisamente porque Google utilizó las obras primero, y entró a preguntar después; es decir, porque utilizó los contenidos sin haber obtenido la autorización previa y expresa de los autores o titulares. Por otro lado, los pagos que ofrece Google no contemplan la indemnización de los daños y perjuicios ocasionados por sus actos, sino que pretenden – conviene insistir en ello – legalizar una situación de por sí irregular, como si nada hubiera pasado. Dicho de otro modo: el acuerdo propuesto no es retroactivo, sino que busca un “borrón y cuenta nueva,” sin tener en cuenta los hechos acaecidos.

Otro punto que nos hace reflexionar sobre el texto del acuerdo es el relativo a las llamadas “obras huérfanas,” que son las obras protegidas por derecho de autor cuyos autores o titulares son desconocidos y no han podido ser identificados o ubicados. Según Google, el acuerdo ha sido ampliamente divulgado y difundido, por lo que toda obra cuyo autor o titular siga sin ser identificado pasará a ser considerada huérfana. A juicio del presente articulista, lo que se busca por esta vía es obtener una licencia global sin mayor esfuerzo, sin incurrir en violación del derecho de autor por el uso de las obras, y sin pagar compensación alguna a quienes puedan ser sus titulares. De este modo, en el caso de que los autores no sean encontrados, Google, de conformidad con el acuerdo propuesto, podrá hacer uso de esta clase de obras sin mayores inconvenientes.

⁶ Chris Anderson, *The Long Tail: The Revolution Changing Small Markets into Big Business*, New York: Hyperion (2006) [Hay traducción a español: *La economía 'long tail'*, Barcelona: Empresa Activa (2009)].

¿ESTÁN LOS TWEETS PROTEGIDOS POR DERECHO DE AUTOR?

Derecho de autor y *tweets*: el debate era inevitable. ¿Realmente puede interpretarse que el reenvío de un mensaje a través de *Twitter* – el servicio gratuito de microblogs y red social cuyos usuarios pueden enviarse y leer microentradas de texto para saber al minuto qué están haciendo – constituye una infracción del derecho de autor? Este artículo de **CONSUELO REINBERG**, editora de contenidos del BP Council, se publicó originalmente como Nota del BP Council de 18 de junio de 2009.

El debate, que venía arreciando desde hacía algún tiempo, explotó finalmente cuando Mark Cuban, el propietario de los Dallas *Mavericks*, fue puesto en la picota por la Asociación Nacional de Baloncesto (NBA) y multado con 25.000 dólares por enviar *tweets* sobre la supuesta mala organización de un partido en el curso del encuentro. Pero lo que incitó a mil *bloggers* a perorar sobre el derecho de autor y *Twitter* fue la reproducción de los *tweets* por la cadena deportiva ESPN sin autorización de Cuban, quien perdió la paciencia y echó su cuarto a espadas en el debate. ¿Gozaban sus “gorjeos” de protección por derecho de autor? ¿Puede uno proteger sus micromensajes? La respuesta de los juristas a la primera pregunta es: ni por lo más remoto. Y a la segunda: no se moleste en hacerlo.

Cuando surge una nueva tecnología de comunicación se plantean nuevas cuestiones sobre la infracción del derecho de autor. Pero, por muchas razones, sería difícil proteger un *tweet* por derecho de autor, y más aún hacer valer ese derecho. La mayor parte de los *tweets* no pueden gozar de esa protección por problemas de tamaño y de contenido, así como en virtud del principio de obviedad, designado en la jurisprudencia estadounidense con la expresión francesa *scènes à faire*.

Tamaño – Según afirma Jonathan Bailey en una comunicación publicada en *blogherald.com*, siempre que surge una nueva tecnología de la comunicación, se modifica el panorama del derecho de autor y se suscitan problemas que no están contemplados en el régimen de P.I. vigente. En el caso de *Twitter*, por ejemplo, aunque las condiciones del servicio establecen claramente que el redactor del mensaje es propietario de los contenidos que publica, el hecho de que la extensión de los *tweets* esté limitada a 140 caracteres hace prácticamente imposible alcanzar el nivel de creatividad requerido para la protección por derecho de autor. Algo similar sucede con los títulos o las frases, que no pueden protegerse porque su brevedad impide que sean originales conforme a la legislación sobre derecho de autor.

Contenido – En su artículo “*Twitterlogical, The Misunderstanding of Ownership*” (La lógica de *Twitter*: El malentendido sobre la propiedad) (*can-youcopyrightatweet.com*), el abogado Brock Shinen señala un punto de especial interés: los hechos no son susceptibles de protección por derecho de autor. Y los “gorjeos” versan fundamentalmente sobre hechos: se habla del tiempo, de lo que uno cenó anoche, de la congestión de tráfico que sufrió por la mañana. Es indiferente que el contenido se exprese de un modo gracioso o singular. Es cierto que uno puede proteger una forma particular de expresar un hecho, pero no puede impedir que otras personas lo relaten de otro modo.



Scènes à faire – Esta expresión francesa alude, según Clint Fabiosa y Ana Liza Villamor, de IPROTECT, a la obra o parte de ella que no está protegida por derecho de autor debido a que los elementos empleados para describir una determinada “escena” son indispensables, habituales o naturales, por lo que la escena no puede ser descrita sin ellos. Por ejemplo, para describir un amanecer se tenderá a emplear expresiones como “radiante” o “resplandeciente.” El principio de *scènes à faire* se aplica para denegar la protección de rasgos de carácter, ambientación o tema comunes a varias obras. En el caso de *Twitter*, según explica Shinen, una situación habitual será descrita por un gran número de usuarios con expresiones idénticas o similares.

La protección por derecho de autor se concede a las obras realmente originales, no a micromensajes de contenidos fundamentalmente idénticos.



¿Qué estás haciendo?

Twitter: ¿qué estás haciendo?

Twitter es un servicio gratuito de red social cuyos usuarios pueden enviar y recibir mensajes llamados "tweets" (literalmente, "gorjeos" o "piadas") a través del sitio Web de *Twitter* o mediante mensajes telefónicos SMS. Los *tweets*, que no pueden tener una extensión mayor de 140 caracteres, aparecen en la página del perfil del autor en *Twitter* y se reenvían a sus "seguidores," es decir, a quienes se hayan suscrito para recibirlos. Con arreglo a la configuración normal de *Twitter*, todos los usuarios de la red gozan de acceso a todos los mensajes, pero los autores pueden restringir la distribución de sus "gorjeos" a un círculo de amigos. El autor de *tweets* no tiene biografía, lo único que puede hacer es responder a la pregunta ¿qué estás haciendo?

Twitter nació en 2006 y se popularizó en 2007, hasta el punto de llegar a colapsarse con frecuencia por sobrecarga de tráfico. Es la tercera mayor red social de Internet por su volumen y crecimiento. En febrero de 2008 había crecido un 1.382%, frente al 228% de *Facebook*. El sitio Web *Compete.com* cifró en 55 millones el número de visitas recibidas mensualmente por *Twitter*. Pero el aumento del precio de las comunicaciones telefónicas y el constante goteo de mensajes pueden hacer que el usuario llegue a sentirse "demasiado conectado." Según *Nielsen Online*, *Twitter* sólo retiene al 40% de sus usuarios, quienes suelen abandonar el servicio después de un mes.

Twitter se utilizó como mecanismo publicitario en la campaña electoral presidencial de los Estados Unidos de 2008. Entre sus usuarios famosos figuran Stephen Fry, Ashton Kutcher, Ellen DeGeneres y Britney Spears.



¿Podrán protegerse los tweets algún día?

La mayor parte de los expertos coincide en que la respuesta no puede ser categórica, sino más bien un "depende." Aunque la mayoría de los "gorjeos" no superará los criterios para gozar de protección por derecho de autor, es posible que algunos micromensajes alcancen el grado mínimo de originalidad exigido por la legislación. Por ejemplo, según indica Michael F. Martin en su *blog Broken Symmetry*, una selección o disposición singular de los hechos, que vaya más allá de su mera comunicación, podría ser objeto de protección. Otros expertos afirman que una colección de micromensajes, considerada globalmente, podría satisfacer los criterios para obtener protección. Pero Shinen plantea una cuestión fundamental: aunque fuera posible proteger un *tweet*, ¿qué haría uno con él?

El derecho de autor en la era de las redes sociales

El éxito de redes sociales como MySpace y Facebook ha suscitado cuestiones inéditas en materia de P.I. La posibilidad de publicar fragmen-

tos de vídeo y audio, en ocasiones protegidos por derecho de autor, o de incorporar enlaces para descargas, hace de los sitios Web que albergan esas redes terreno abonado para las infracciones. Según afirma Jonathan Bailey en su artículo "Tweetbacks, Copyright and Scraping" (*blogherald.com*), en el caso de *Twitter*, los programas auxiliares que realizan búsquedas en *Twitter* para localizar los mensajes que remiten a informaciones publicadas en *blogs*, y muestran esos mensajes en un sitio Web, plantean la siguiente cuestión: ¿puede uno copiar y publicar legalmente *tweets* ajenos sin permiso, únicamente porque remiten a su sitio Web?

Otra cuestión, que afecta a los *blogs* en general, es la que plantea el *scraping*, es decir, la exploración de un gran número de *blogs* para localizar y copiar contenidos de forma automática. El *scraping* supone la copia de *blogs* que no son propiedad de quien inicia el proceso y, cuando la materia copiada está protegida, se considera infracción del derecho de autor, salvo que medie una licencia que relaje la protección.

En conclusión, la legislación sobre derecho de autor ha de evolucionar al ritmo de la tecnología de las comunicaciones para poder proteger a los creadores y, al mismo tiempo, garantizar la libertad de expresión.

UNA FÁBULA MODERNA: LOS TEJIDOS NIGERIANOS TEÑIDOS A LA CERA

¿Qué nos viene a la mente al pensar en el arte africano? ¿Una máscara? ¿Una escultura? Respuestas como éstas harían sonreír a la mayoría de los africanos, que consideran que el diseño textil es el arte africano por excelencia. Sin embargo, muchas formas de diseño textil africano han desaparecido. Y otras, como el diseño de tejidos teñidos a la cera, están amenazadas. Uno tras otro cierran los telares: el diseño de este tipo de tejidos podría ser pronto un arte olvidado.

“En África, el diseño y los diseñadores son especies en peligro de extinción,” dice Patricia Akarume, que trabajó en una fábrica de tejidos hasta su cierre en 2004. “Actualmente hay cientos de personas que, como yo, han perdido su empleo a causa de prácticas desleales como la copia de diseños y la falsificación de marcas y de indicaciones del origen. Los estampados africanos son el soporte gráfico del patrimonio cultural de nuestras tribus, y cada motivo y cada diseño tienen un significado.” Para narrar la historia de la Sra. Akarume, que es la de los modernos tejidos nigerianos teñidos a la cera, habremos de remontarnos al comienzo de todo.



llos tejidos con puntos sin teñir y colores mezclados se consideraban inferiores e inutilizables. De un modo u otro, sin embargo, esos tejidos “inutilizables” llegaron al mercado africano, donde fueron acogidos con entusiasmo.

En el siglo XX, cuando los países africanos se independizaron, se establecieron fábricas de tejidos y se comenzó a crear diseños inspirados en la cultura tradicional africana, en la que cada grupo tiene preferencias propias en materia de colores y motivos. Para quien sabe leerla, el diseño del tejido narra una historia, que con frecuencia es importante para quien viste la prenda. Los colores también pueden significar la procedencia tribal, el estatus social, la edad, y el estado civil del portador. El vestido es importante en la sociedad africana y se ha utilizado incluso como forma de protesta. Los diseños, y el modo de vestirlos, fueron con

frecuencia el vehículo silencioso, pero eficaz, en el que se expresaba la opinión de los africanos sobre la clase dirigente colonial. Hoy en día, los fabricantes neerlandeses siguen dominando la gama alta del mercado de prendas teñidas a la cera, pero el resto del mercado está en mano de productores africanos.

De la opulencia a la miseria

El Acuerdo Multifibras de 1974, por el que se estableció un sistema de contingentes para proteger el sector textil nacional del Canadá, los Estados Unidos y varios países europeos frente a los productores asiáticos emergentes, resultó ventajoso para los pequeños países productores de textiles cuyas exportaciones no estaban sujetas a los contingentes o gozaban de acceso preferencial a los mercados europeos y norteamericanos. La naciente industria textil africana prosperó al amparo del Acuerdo, y en 1985 se contaban 200 fábricas de tejidos.

Las primeras prendas de batik teñidas a la cera se importaron de Indonesia en el siglo XIX. Tuvieron un éxito inmediato, pues los estampados de vivos colores fascinan a los africanos, que no tardaron en aprender y adaptar la técnica de fabricación y en modificar los diseños para introducir los motivos de su cultura tradicional.

La singularidad del tejido que adoran en el continente africano fue el resultado de un accidente. Los tejedores holandeses, al adaptar el método indonesio de teñido a la cera al sistema de teñido con dos rodillos, tropezaron con algunos problemas técnicos: no podían retirar toda la cera de los tejidos, por lo que quedaban algunos puntos sin teñir y, lo que es peor, al añadir un color nuevo, se mezclaba con el anterior. Los tejidos teñidos con doble rodillo estaban destinados al mercado indonesio, pero allí aque-

Pero el nuevo régimen establecido por la Organización Mundial del Comercio (OMC), que entró en vigor en enero de 2005, hizo estallar la burbuja textil fomentada por el sistema de contingentes del Acuerdo Multifibras, asestando un fuerte golpe a la industria



textil africana. Según la Federación Internacional de Trabajadores del Textil, Vestuario y Cuero, la retirada progresiva del sistema de contingentes ha costado al sector textil africano más de 250.000 empleos en sólo unos años. Recientemente, el temporal comenzó a amainar, pero apenas 40 fábricas de tejidos, que dan empleo a menos de 40.000 personas, han logrado capearlo. Los supervivientes, que han renunciado a los mercados europeos y americanos, se centran en promover y proteger su mercado regional.

El caso de Nigeria

Nigeria alberga ahora el 63% de la capacidad de fabricación textil que aún existe en el África occidental. Las prendas teñidas a la cera fabricadas en Nigeria se encuentran prácticamente en todos los mercados del África subsahariana. Pero los fabricantes nigerianos se enfrentan ahora a otro desafío en el mercado regional: las importaciones baratas procedentes de Asia. El Gobierno nigeriano ha aplicado aranceles comerciales a los productos textiles

importados para proteger lo que queda de la industria y darle tiempo para madurar.

Sin embargo, es posible que esa medida no sea suficiente. Lo que inunda los puestos de los mercados de Nairobi, las *échoppes* de Dakar y las calles de Lagos son

prendas teñidas a la cera nigerianas *falsificadas*. Se calcula que los productos textiles falsificados que imitan marcas del África occidental han acaparado el 85% del mercado. La situación está desbocada y supone una grave amenaza para la baqueteada industria textil africana.

La Sra. Akarume narra la historia de primera mano: "Afprint se tomó en serio la amenaza de las importaciones y adquirió maquinaria nueva para su fábrica. Para adecuarnos a los nuevos gustos y preferencias instalamos el equipo más avanzado de CAD/CAM (diseño y fabricación asistidos por ordenador). Pasamos de 30 a 100 diseños al mes, y creamos varias colecciones. Pero los contrabandistas fueron más listos que nosotros. Eligieron nuestros diseños más populares y los enviaron electrónicamente a sus fábricas para copiarlos. Aún así, muchos consumidores seguían prefiriendo las prendas originales, fabricadas en Nigeria. Los comerciantes sin escrúpulos no tardaron en descubrirlo, y pronto los mercados estuvieron inundados de prendas falsificadas de marcas populares, con la etiqueta de *Fabricado en Nigeria* y a un precio un 30% inferior."

Las prendas falsificadas no están teñidas a la cera, sino que son estampados fabricados en la mitad de tiempo y a un costo muy inferior. Imitan el efecto de sangrado del color y los puntos sin teñir de los productos auténticos. Se tiñen con tintes químicos, no con tintes naturales. Normalmente se introducen de contrabando en país, sin pagar los derechos y tasas establecidos por el Gobierno.

Estas prendas, que tienen su origen principalmente en China, infringen marcas nigerianas muy populares, llevan etiquetas con la leyenda "Made in Nigeria" o "Made as Nigeria" en el orillo, y falsifican ostensiblemente el marcado obligatorio de calidad para engañar deliberadamente a los consumidores. Algunas de las empresas piratas incluso exhiben marcas nigerianas en sus sitios Web.

Si esta actividad comercial ilegal continúa al ritmo actual, no sólo corren peligro los telares de teñido a la cera, sino las industrias subsaharianas de cultivo de algodón y de elaboración de tintes naturales, así como sus sectores auxiliares.

Qué pueden hacer las marcas por el sector

En un libro publicado recientemente por Stéphanie Ngo Mbem (véase el Nº 1/2009 de la *Revista de la OMPI*) se explica que la protección de los diseños industriales es fundamental para el desarrollo en África. Por lo general, la escasa utilización del registro de diseños en una sociedad tan creativa como la africana se atribuye al desconocimiento de la existencia de ese modo de protección y a la falta de medios para costear el registro. Pero muchos diseñadores textiles africanos han afirmado que es inútil registrar sus diseños: si se pueden falsificar impunemente las marcas y las indicaciones de origen, ¿qué sentido tiene registrar el diseño?

En cualquier caso, el sistema de P.I. vigente no dispone de mecanismos para proteger los diseños "tradicionales." Empresas como la textil nigeriana Nichem, que crea más de 200 nuevos diseños cada año, observan que sus creaciones – muchas de ellas modernas y eclécticas – pueden gozar de protección por derecho de autor. No obstante, es evidente que las empresas textiles del África occidental, como las casas de moda y los diseñadores de Europa, confían fundamentalmente en las marcas para proteger sus productos contra la falsificación.

Sin embargo, hasta ahora el registro de las marcas ha sido ineficaz. El sistema de P.I., y en particular las marcas de fábrica o de comercio, no puede ejercer de motor para el desarrollo económico sin la participación de los titulares, sin una infraestructura adecuada, y sin colaboración entre los organismos gubernamentales y cooperación internacional con los países vecinos y los países exportadores. Para sobrevivir, los mercados nacionales necesitan también un sistema y una red mundiales de P.I. que funcionen.



El primer paso para alentar a los sectores interesados y a los usuarios del sistema de P.I., así como para apoyar al sector textil, es garantizar la observancia de los derechos P.I. Se necesita un esfuerzo coordinado de los sectores interesados y de los organismos gubernamentales, es decir, las oficinas de P.I., la policía, las aduanas, los tribunales y los organismos tributarios.



Foto: Manchester Trade Ltd.

Esta prenda es una falsificación de la marca Nichem y en ella se indica falsamente que Nigeria es el país de origen.

ción para reconocer las marcas y poder confiscar y destruir los productos falsificados.

Redadas y medios de comunicación: Los productos textiles con marca falsificada se venden en los mercados sin disimulo y sin temor. Los vendedores no parecen tener conciencia de que es ilegal vender esos productos. Es posible que, para los falsificadores, las redadas supongan

Los desafíos

Las empresas textiles africanas deben proteger sus marcas con el mismo celo que las casas de moda europeas, que defienden enérgicamente sus derechos, obteniendo mandamientos judiciales de cese de la práctica infractora y litigando contra quienes violan sus marcas. La creación de una marca colectiva para las fábricas de prendas teñidas a la cera podría servir para unificar a los afectados y establecer una entidad unitaria con la que las autoridades podrían cooperar para hacer frente al problema.

También sería útil disponer de un líder visible en este ámbito, que, a la manera de la Dra. Dora Nkem Akunyili, asumiera la dirección de la lucha contra los falsificadores de marcas textiles. La Dra. Akunyili, que en 2006 fue incluida entre los "Dieciocho Héroes de Nuestro Tiempo" por la revista *Time Magazine*, encabezó la lucha contra los medicamentos falsificados tras ser nombrada Directora General del Organismo Nacional de Kenia para el Control de los Alimentos y los Medicamentos (NAFDAC) en 2001. Antes de que asumiera el cargo, nada menos que el 80% de los medicamentos que se vendían en Nigeria eran deficientes por uno u otro motivo. La Dra. Akunyili limitó los puntos de entrada de medicamentos en Nigeria, formó a los funcionarios que habían de trabajar en los puertos seleccionados, llevó a cabo cientos de redadas, captó la atención de los medios de comunicación, y obtuvo el apoyo que necesitaba, tanto de su Gobierno como de la comunidad internacional (véase *Combatir la falsificación: la unión hace la fuerza*, Nº 1/2006 de la *Revista de la OMPI*).

Los principales elementos de la campaña de la NAFDAC contra la falsificación fueron la formación, las redadas, la captación de la atención de los medios de comunicación, y la cooperación con los sectores interesados, los países vecinos y los países exportadores. La misma táctica puede aplicarse en la lucha contra la falsificación de productos textiles.

Formación: Los puertos son la vía de entrada de gran parte de los productos falsificados, ya se trate de medicamentos o de prendas de vestir. Es preciso que los propietarios de las marcas trabajen codo con codo con los funcionarios de aduanas y las autoridades portuarias, que, por su parte, necesitarán forma-

sólo un contratiempo transitorio, pero captan la atención de los medios de comunicación y hacen que cunda entre los vendedores la idea que ya no va a tolerarse la venta de productos ilegales.

Cooperación con los países vecinos: Los productos textiles falsificados se venden en toda África. Por ello, se necesita una coordinación más que estrecha entre Nigeria y sus vecinos (Benin, el Chad, el Camerún y el Níger) a fin de establecer las patrullas fronterizas que hacen falta para frenar el contrabando y confiscar las falsificaciones. Pero se trataría, sin duda, de un comienzo.

Cooperación con los países exportadores: La cooperación internacional con los países exportadores podría contribuir decisivamente a la observancia de los derechos de marca. La Dra. Akunyili obtuvo la cooperación de los Gobiernos de China y de la India en su lucha contra los medicamentos falsificados, ya que en ambos países se encontraban varias empresas procesadas por la fabricación de esos productos. China ha invertido mucho en África y actualmente es uno de los mayores asociados para el desarrollo de África. ¿Sería posible establecer una cooperación entre Nigeria y China en materia de control aduanero y portuario, basada, por ejemplo, en el modelo de la iniciativa chino-europea con la que se pretende reforzar las actividades para garantizar la observancia y reprimir la falsificación intensificando la comunicación entre los puertos (véase *Los puertos de China y de la UE intercambian información para combatir la falsificación*, Nº 1/2008 de la *Revista de la OMPI*)?

La experiencia de otros países

El caso de Nigeria no es, en modo alguno, único. Por ejemplo, las molas panameñas (prendas de lana tradicionales) estuvieron amenazadas por importaciones procedentes de China (véase *Panamá: Cómo potenciar a las mujeres indígenas para que protejan y comercialicen mejor sus artesanías*, Nº 6/2005 de la *Revista de la OMPI*), y las dagas *khanjar* omaníes también estuvieron amenazadas por importaciones procedentes del Pakistán. ¿Qué medidas se adoptaron en ambos casos?



Los estampados africanos: diseños y colores que hablan

La tela se utilizaba como moneda en muchas regiones de África en la época precolonial. Para confeccionar el vestido de una mujer hacía falta un determinado número de varas de paño, que se tomaba como unidad monetaria. ¿Será ése el origen del amor de los africanos por los tejidos de vibrantes colores?

El colorido de las telas estampadas africanas está íntimamente ligado a las tribus y regiones de donde proceden. En toda África se reconoce que el color sepia-ocre representa la tierra, aunque en Nigeria el amarillo es el color de la iniciación, y la combinación amarillo-rojo pertenece a la tribu igbo del sur del país.

Los motivos de los estampados africanos pueden clasificarse en cuatro grandes categorías:

- la vida de la mujer (familia, amor, tareas domésticas);
- la vida urbana y lo que lleva aparejado, sea bueno o malo (alfabeto, televisión, dinero, poder);
- la naturaleza (animales, flores); y
- los ritmos (música, tambores).

Los motivos de los diseños estampados africanos tradicionales son con frecuencia metafóricos y narrativos. Las cuentas de collar representan el dicho africano "Las cuentas preciosas no hacen ruido," que significa que una buena persona no tiene por que proclamar sus virtudes a los cuatro vientos. En el tejido ilustrado abajo a la derecha, el diseño representa la vida urbana y en él se utiliza el motivo del sacacorchos para significar el poder.

Conforme a la tradición indumentaria nigeriana llamada *aso ebi*, los miembros de un determinado grupo social, o quienes asisten a una boda, una ceremonia de imposición de nombre, o un funeral, se atienen a un determinado código de motivos o colores. Los fines de semana es frecuente ver a grupos de personas "uniformadas" en las paradas de autobús y en las iglesias. El clásico motivo de los dados (abajo, izquierda) simboliza la nobleza y suele ser el "uniforme" de las señoras de mayor edad.

La variedad es la característica más notable de los tejidos estampados africanos. Hay una mezcla ecléctica de viejos clásicos, como los dados y el sacacorchos, con diseños más contemporáneos, de motivos abstractos. Las empresas ABC Wax, de Ghana, y Nichem, de Nigeria, ambas miembros del Grupo Cha, tienen repertorios con más de 35.000 diseños y crean 200 diseños nuevos cada año.



Fotos: ABC Wax (Cha Group)



Foto: OMPUS, Castonguay

En primer lugar, se prohibieron las importaciones de productos falsificados porque infringían derechos de P.I. nacionales o derechos especiales sobre las expresiones culturales tradicionales. En segundo lugar, en el caso de Panamá, se estableció un régimen nacional de protección y registro de artesanías, con inclusión de las textiles. En Omán el establecimiento de un régimen de ese tipo aún no ha concluido.

Nigeria podría promulgar una norma jurídica por la que se declare que las prendas teñidas a la cera están protegidas por derechos de P.I. y se prohíba la importación de falsificaciones. Sería necesario también establecer un mecanismo de registro y protección de las artesanías. Las marcas de certificación podrían ser uno de los elementos de ese

sistema. Con ellas, Nigeria también podría impedir la exportación de falsificaciones de productos textiles teñidos a la cera. Los derechos de P.I. sobre los conocimientos tradicionales no gozan de reconocimiento internacional, pero las marcas de certificación sí.

El diseño textil, un arte africano

El problema de la falsificación de productos textiles no suscita las mismas emociones que el de la falsificación de medicamentos. Pero también es una historia de interés humano: cierre de fábricas, pérdida de empleos, desaparición de un arte. Una mayor cooperación entre el Gobierno y los sectores interesados contribuirá a invertir la tendencia que amenaza a uno de los productos africanos más conocidos.

SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS SOBRE PATRIMONIO ARTÍSTICO Y CULTURAL

El cultivo de las artes y la preservación del patrimonio cultural son nobles causas, aunque no por ello inmunes a la controversia. Al contrario, los conflictos en este ámbito son tan abundantes y complejos como rico es el patrimonio del que proceden las obras afectadas. Ya se trate de las bellas artes o de las artes aplicadas, de escultura o de creaciones musicales, de obras históricas o contemporáneas, de expresiones culturales tradicionales (ECT, o "expresiones del folclore") o de películas cinematográficas de gran éxito, ningún campo queda al margen de las controversias.

En este ámbito, las controversias suelen tener características propias, por ello los interesados buscan con frecuencia modos creativos de resolverlas, como la solución extrajudicial o alternativa de controversias.

Sectores interesados y materias controvertidas

Las partes en este tipo de controversias son de lo más diverso: antropólogos, archiveros, comerciantes de obras de arte y antigüedades, sociedades de gestión colectiva, casas de subastas, coleccionistas, instituciones culturales, distribuidores, expertos en arte, galerías, comunidades indígenas, particulares, empresas, bibliotecas, museos, editores, Estados, universidades... la lista es interminable. Hay incontables motivos para iniciar una controversia, que puede versar sobre una gran variedad de materias.

Por ejemplo, pueden surgir controversias contractuales sobre contratos de representación de artistas, sobre licencias y cesiones de derecho de autor, o sobre donaciones, préstamos o ventas. Las controversias de carácter no contractual pueden referirse al acceso a ECT y/o conocimientos tradicionales (CC.TT.) o a la distribución de los beneficios derivados de ellos, a la autenticidad de una obra u objeto cultural, su control, su digitalización, su documentación, su restitución, su representación, su reproducción, sus usos no autorizados, el *droit de suite*, etcétera.

Pueden surgir controversias, por ejemplo, entre:

- un museo y un investigador sobre la reproducción de una obra de la colección del museo;
- una casa de subastas y el vendedor de una obra de arte sobre la autenticidad de ésta; o
- una comunidad indígena y un museo sobre la reproducción digital de cantos ceremoniales tradicionales confidenciales.

Índole de las controversias

En una misma controversia pueden plantearse cuestiones de índole material o inmaterial. Por ejemplo, una comunidad indígena puede tener un conflicto con un museo en relación con la devolución de un objeto que considera creado por su comunidad, pero que está en posesión del museo (índole material). O pueden surgir cuestiones relacionadas con el derecho de autor, si el museo ha reproducido el objeto cultural en publicaciones (índole inmaterial).

Las controversias sobre el patrimonio artístico y cultural suelen tener varias dimensiones y entrañar, además de cuestiones jurídicas frecuentemente complejas, otros aspectos delicados, no necesariamente jurídicos, de carácter emocional, ético, histórico, moral, político, religioso o espiritual.

Por ejemplo, en el "asunto de las alfombras" de Australia¹ surgieron cuestiones delicadas cuando fabricantes industriales de alfombras reprodujeron obras de artistas indígenas sin autorización de éstos. Las obras de los artistas contenían imágenes y CC.TT. que pertenecían a su comunidad. El problema era muy complejo, porque, conforme a la costumbre tribal, la comunidad podía responsabilizar del uso indebido de las imágenes tradicionales a los artistas, quienes, por lo tanto, podían ser sancionados. Por otro lado, surgió un problema de derechos morales debido a que en las alfombras no se reproducían íntegramente las obras de los artistas.

Aunque este asunto se resolvió en los tribunales, que aplicaron la legislación sobre derecho de autor, la solución alternativa de controversias también podría haber sido un método apropiado para resolverla prestando especial atención a todos los aspectos culturales y no jurídicos.

Las posibilidades de la solución extrajudicial de diferencias

Hay casos en que un pleito ante un tribunal nacional puede ser perfectamente apropiado en una controversia sobre patrimonio artístico y cultural. Por ejemplo, cuando la otra parte se niega a procurar una solución alternativa (ya que no es necesario su consentimiento para iniciar un pleito), o cuando se pretende establecer un precedente que tenga un efecto disuasorio.

¹ Asunto del Tribunal Federal de Australia, *M*, Payunka, Marika y otros contra Indofurn Pty Ltd*, expuesto por Terri Janke en "Minding Culture: Studies on Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions" (Velar por la cultura: estudios monográficos sobre PI. y ECT), OMPI, Ginebra, 2003; puede consultarse en: www.wipo.int/tk/en/studies/cultural/minding-culture/studies/finalstudy.pdf



Sin embargo, dadas las características propias de las controversias sobre arte y patrimonio cultural, tal vez un litigio no sea la solución óptima en todos los casos.

Es posible que ambas partes tengan intereses legítimos, aunque divergentes, y que haya entre ellas una relación profesional con una larga historia. Si acuden a los tribunales, normalmente habrá una parte ganadora y otra perdedora, y el resultado será de conocimiento público, lo que podría perjudicar la relación entre las partes. Por otro lado, dado que la legislación sobre el patrimonio artístico y cultural no está plenamente armonizada en el plano internacional, existe el riesgo de que los tribunales se pronuncien de modo diferente en jurisdicciones distintas.

Por todo ello, en este tipo de controversias, las opciones que ofrece la solución alternativa – negociación, mediación, arbitraje, determinación de expertos, etc. – pueden ser más ventajosas en algunos casos. Siempre que ambas partes hayan convenido en recurrir a la solución alternativa (por ejemplo, en virtud de una cláusula contractual establecida al efecto, o por medio de un contrato específico), estos mecanismos de solución extrajudicial y privada de controversias les permitirán resolver sus diferencias con prontitud y de un modo económico, duradero y responsable, con la ayuda de uno o varios mediadores, árbitros o expertos cualificados independientes. Un mediador puede ayudar a las partes a resolver su controversia facilitando el diálogo y contribuyendo a que reconozcan sus respectivos intereses, sin imponer ninguna decisión. Un árbitro dicta un laudo firme, vinculante y ejecutable internacionalmente sobre la controversia entre las partes. Un experto efectúa una determinación sobre una cuestión específica que le plantean las partes; por ejemplo, la autenticidad de una obra.

En el marco del programa de la OMPI sobre propiedad intelectual y recursos genéticos, CC.TT. y ECT se están estudiando las posibilidades de la solución alternativa de controversias en este campo. Por ejemplo, en colaboración con el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI y otros organismos, como la UNESCO, el Consejo Internacional de Museos (ICOM), la FAO, y el Convenio sobre Diversidad Biológica (CDB), se investiga la aplicación de la solución alternativa de controversias sobre PI. relacionadas con el acceso a los recursos genéticos y la participación en los beneficios derivados de ellos, así como con la posible apropiación indebida de CC.TT. y ECT. Además, la OMPI está elaborando un compendio de cuestiones y opciones para la gestión de la PI. en instituciones culturales, en el que la solución alternativa de controversias se considera un elemento fundamental en las políticas de gestión de la PI.

Los Estados miembros que participan en el Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recurso Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore también han planteado la conveniencia de contemplar la solución alternativa de controversias.

Ventajas de la solución alternativa de controversias

Entre las ventajas de la solución alternativa de controversias en la esfera del patrimonio histórico y cultural figuran las siguientes:

Procedimiento internacional único y neutral – Con frecuencia, las controversias sobre patrimonio histórico y artístico son internacionales y afectan a partes de varios países. En lugar de entablar un pleito en cada jurisdicción, mediante los mecanismos de solución alternativa de controversias las partes pueden resolver su diferencia con un sólo procedimiento, ahorrando tiempo y dinero.

La solución alternativa de controversias proporciona un foro internacional y neutral en el que las partes pueden elegir un mediador, árbitro o experto neutrales, de un tercer país, así como la legislación aplicable y el idioma del procedimiento, evitando el posible sesgo que pudiera percibirse en un litigio ante un tribunal nacional. Las partes tienen, por lo tanto, un control pleno del procedimiento de solución de la controversia.

Conocimientos especializados – En un procedimiento de solución alternativa de controversias, las partes pueden elegir uno o varios mediadores, árbitros o expertos con conocimientos especializados – jurídicos y técnicos – sobre el patrimonio artístico o cultural en litigio, así como sobre las circunstancias culturales y lingüísticas de las partes. Estos conocimientos serían importantes, por ejemplo, en una controversia entre un museo y una comunidad indígena procedentes de entornos culturales diferentes.

Examen de aspectos delicados – La solución alternativa ofrece un foro flexible en el que se pueden examinar tanto cuestiones jurídicas como cuestiones delicadas de índole no jurídica que puedan surgir en controversias sobre patrimonio cultural y artístico y que resultaría difícil contemplar en un procedimiento judicial.

En la mediación, el mediador puede señalar y abordar cuestiones especialmente delicadas que afecten a las partes, lo que puede ayudar a éstas a encontrar una solución mutuamente aceptable que mantenga la relación que existe entre ambas.

Una opción a disposición de las partes en un arbitraje es pedir al árbitro que resuelva *ex aequo et bono*, es decir, conforme al principio de equidad.

Posibilidad de contemplar y aplicar el derecho y los protocolos consuetudinarios – En las controversias en que intervienen comunidades indígenas, los métodos alternativos de solución pueden ofrecer un foro en el que se tengan en cuenta y se apliquen su derecho, protocolos y códigos consuetudinarios. Ésta es una de las cuestiones que se está considerando en un proceso de consultas sobre derecho consuetudinario y PI.² que lleva a cabo actualmente la División de Conocimientos Tradicionales de la OMPI. Según el estudio realizado en el marco del proceso de consultas, el derecho consuetudinario podría incorporarse en los procedimientos de solución alternativa de controversias de los siguientes modos, entre otros:

- aclarando aspectos sustantivos de una controversia; por ejemplo, en casos relacionados con la custodia de ECT;
- estableciendo procedimientos adaptados; por ejemplo, para celebrar consultas en el seno de una comunidad; y
- definiendo determinadas soluciones jurídicas; por ejemplo, el reconocimiento de preocupaciones culturales y espirituales.

² El estudio sobre derecho consuetudinario y PI. puede consultarse en: www.wipo.int/tk/en/consultations/customary_law/index.html [En inglés].

La OMPI arbitra en una controversia sobre la promoción de un artista

Recientemente, la OMPI ejerció de árbitro en una controversia sobre la promoción de un artista. Este caso es un ejemplo del modo en que una controversia relacionada con el arte puede resolverse a satisfacción de todas las partes.

Una galería de arte europea concertó un acuerdo exclusivo de cooperación con un artista europeo, a fin de promocionarlo en el mercado internacional. El acuerdo contenía una cláusula de arbitraje de la OMPI que preveía la formación de un tribunal de tres miembros. Tres años después de la firma del acuerdo, la relación entre las partes comenzó a deteriorarse, por lo que el artista dio a la galería aviso de rescisión de contrato. La galería decidió entonces iniciar un proceso de arbitraje en la OMPI.

Tras la celebración de consultas entre las partes y el Centro, se designaron tres árbitros expertos en cuestiones de Derecho del arte.

Una vez estudiadas las alegaciones de las partes, el tribunal estimó que era posible un acuerdo. Con el consentimiento de las partes, dictó un laudo preliminar en el que se las alentaba a reanudar las negociaciones que habían emprendido anteriormente. Las partes alcanzaron un acuerdo y solicitaron al tribunal que dictara un laudo de avenencia que recogiese el acuerdo alcanzado. En el acuerdo se estipulaba la rescisión del acuerdo de cooperación inicial y la aportación de una serie de obras del artista a la galería en concepto de liquidación definitiva.

En la siguiente dirección pueden consultarse resúmenes de ésta y otras controversias resueltas en el Centro: www.wipo.int/amc/es/arbitration/case-example.html

Soluciones creativas y conservación de los vínculos entre las partes

– La solución alternativa de diferencias hace posibles soluciones y reparaciones mutuamente satisfactorias que conserven los vínculos que venían uniendo a las partes y sean la base de su colaboración futura. En controversias sobre patrimonio artístico y cultural se han hallado múltiples soluciones de esta índole, como la entrega de obras de arte en pago de perjuicios económicos, la concesión de préstamos a largo plazo, la propiedad o custodia compartidas, el reconocimiento formal de la titularidad, o la organización de programas de capacitación como contraprestación por la entrega de un objeto en préstamo.

Confidencialidad – Salvo cuando la ley lo prohíba, las partes pueden mantener, en gran medida, la confidencialidad del procedimiento y su resultado. Los participantes en el mercado internacional de arte suelen conocerse entre sí, y en este ámbito la reputación tiene una importancia fundamental. Por ello, un mecanismo confidencial puede ayudar a las partes a resolver sus diferencias de forma discreta. Por otro lado, cuando la controversia versa sobre objetos sagrados, la confidencialidad también puede ser esencial. En algunos casos, las partes pueden establecer un equilibrio entre la confidencialidad y el interés público.

Cuestiones previas

Algunos aspectos de la solución alternativa de controversias sobre patrimonio artístico y cultural, que no pueden exponerse con detalle en este artículo, deben ser examinados atendiendo a las circunstancias particulares de cada caso.

Aunque, por lo general, no hay inconveniente en someter a arbitraje las controversias sobre patrimonio artístico y cultural, hay algunas cuestiones de política pública, o relativas a derechos inalienables, que, en algunas jurisdicciones, resultaría difícil poner en manos de un árbitro.

En la solución alternativa de controversias, al igual que en otros ámbitos, puede ser necesario preguntarse quién ostenta la representación de un organismo cultural público en un procedimiento de esta naturaleza, y si ese organismo está facultado para disponer de los objetos culturales en litigio.

En las controversias en que intervengan comunidades indígenas también debe atenderse debidamente a su identificación y representación.

El Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI

El Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI establece las normas de la OMPI para la mediación, el arbitraje (acelerado) y las determinaciones de expertos, así como modelos de cláusulas y acuerdos de solución alternativa que se han empleado y pueden emplearse en controversias sobre patrimonio artístico y cultural.³ El Centro mantiene una lista especial de “personas neutrales,” que comprende mediadores, árbitros y expertos con conocimientos especializados sobre Derecho del patrimonio cultural y artístico y con experiencia en solución de controversias.

Además de los procedimientos ordinarios, el Centro formula procedimientos de solución alternativa de controversias adaptados especialmente. Por ejemplo, recientemente, a petición de la Asociación Internacional de Gestión Colectiva de Obras Audiovisuales, elaboró un procedimiento acelerado de arbitraje para controversias entre titulares de derechos pertenecientes a la Asociación (véase, www.wipo.int/amc/es/arbitration/agicoa/).

Atento a las particularidades de las controversias sobre patrimonio artístico y cultural, el Centro, en colaboración con las divisiones de la OMPI encargadas de los CC.TT. y del derecho de autor, estudia el establecimiento de servicios de solución alternativa de controversias adaptados especialmente a este sector.

³ Más información en: www.wipo.int/amc/es/

TECNOLOGÍA INNOVADORA CONTRA LOS INCENDIOS FORESTALES

NICK HUNTER, el abogado especializado en patentes autor de este artículo, es miembro del Grupo sobre P.I. e Incendios Forestales del despacho *Griffith Hack*, dirigido por Robert Wulff. El Grupo está formado por abogados de Griffith Hack de Melbourne, Sydney, Perth y Brisbane expertos en la protección y comercialización de tecnologías contra incendios.

Para los australianos, el 7 de febrero de 2009 será durante mucho tiempo "el Sábado Negro": el día en que casi 200 personas murieron y miles quedaron sin hogar

a causa de los incendios forestales descontrolados que asolaron las afueras de Melbourne. Se cree que la tragedia del Sábado Negro se debió a las altísimas temperaturas registradas ese día (en torno a los 46 °C), al fuerte

descenso de la pluviosidad – significativamente inferior al promedio en los cinco años anteriores – y a la negativa de muchos vecinos de las zonas rurales a abandonar sus propiedades.

Los veranos son más calurosos y durante el resto del año el clima es más seco, por lo que es probable que las condiciones que propician el aumento de la frecuencia y la intensidad de los incendios persistan durante algún tiempo en Australia. Los australianos buscan ahora tecnologías que los ayuden a reducir la incidencia de los incendios forestales en las zonas rurales.

Los incendios forestales son, por su propia naturaleza, difíciles de predecir y controlar, más allá de variables como el terreno y los vientos dominantes. Su extinción es una tarea formidable. Sin embargo, en el mundo de las iPod con videojuegos, de las células solares de película delgada de polímeros que pueden imprimirse masivamente, de las nanopartículas diseñadas para tratar el cáncer, ¿qué tecnologías se están ideando para luchar contra los incendios forestales?

"Elvis" al rescate

Son muy pocas las ideas surgidas tras un incendio forestal que han llegado a convertirse en tecnologías de protección. Incluso cuando llegan a ser patentadas, frecuentemente son abandonadas. No obstante, algunas de ellas llegan a dar frutos tangibles. Por ejemplo, un helicóptero de bombardeo con agua actualmente patentado en Australia y otros países, popularmente llamado "Elvis." Fabricado por la empresa estadounidense Erickson Air-Crane Inc., está en la vanguardia de la lucha contra los incendios forestales y los Gobiernos estatales de Australia lo utilizan cada verano en sus actividades de extinción.

El Centro de Investigación Cooperativa contra Incendios Forestales

En Australia, el Centro de Investigación Cooperativa contra Incendios Forestales (Bushfire CRC) es una pieza clave en la investigación de soluciones para la protección contra los incendios forestales. Colabora con más de 30 organismos de gestión del territorio y lucha contra incendios de Australia y Nueva Zelanda, así como con la Organización de Investigación Científica e Industrial del Commonwealth (CSIRO), financiada por el Gobierno australiano.

Las investigaciones del Centro giran en torno a tres áreas principales: 1) el comportamiento de los incendios; 2) el comportamiento de las personas y las cuestiones de seguridad; y 3) la edificación (infraestructura) y la planificación. Se trabaja con el objetivo de que estas investigaciones, en particular las de la tercer área, generen tecnologías contra incendios forestales que puedan aplicarse al diseño arquitectónico y los materiales de construcción, dando paso a una nueva generación de viviendas, más seguras.

La bomba de niebla

Pero las actividades de investigación y desarrollo no son privativas de los organismos públicos o financiados por el Gobierno. Son muchos los par-



Photos.com

Tecnologías de extinción para detectar y controlar rápidamente los incendios

En lugares de Norteamérica como California, los incendios forestales están en primera plana cada verano. En Europa, suelen llegar terribles noticias de incendios en zonas rurales de países como Portugal, España o Francia. En Sudáfrica, los incendios forestales son el azote de Zululandia. En todos estos lugares, y en muchos otros, se aplican nuevas tecnologías para luchar contra los incendios que cada año asolan millones de hectáreas y se cobran numerosas vidas.

La mejor defensa contra los incendios es la detección temprana, por eso Firehawk™, un sistema de cámaras controladas informáticamente que detecta el humo durante el día y el calor durante la noche, está siendo de gran utilidad para los equipos de extinción. Fue ideado, patentado y comercializado en Sudáfrica por la empresa Digital Imaging Systems en el año 2000. Las cámaras de Firehawk giran 360° cada cuatro minutos y pueden detectar un fuego a una distancia de hasta 20km si el día es claro. Instalado y probado en Zululandia, el sistema emite alertas tempranas que permiten a los equipos de extinción llegar al incendio antes de que sea demasiado grande para controlarlo. El sistema Firehawk se está extendiendo a otras zonas de Sudáfrica y se emplea en California desde 2006.

Controlar un gran incendio forestal es una tarea formidable. Un cambio de viento puede modificar la dirección de las llamas en cuestión de segundos. En el Canadá, que tiene el 10% de los bosques del mundo y sufre cada año un promedio de 9.500 incendios forestales que arrasan 3 millones de hectáreas, se ha establecido un Sistema Espacial de Gestión de Incendios (SFMS) que vigila y predice el comportamiento de los incendios forestales basándose en datos reunidos durante 50 años de investigación por el Servicio Forestal del Canadá, junto con información sobre las condiciones meteorológicas, la vegetación, la topografía, la temperatura, la humedad relativa, la velocidad y la dirección del viento, la precipitación, etcétera. La información se obtiene de una red de bases de datos y se analiza con modelos de predicción meteorológica para determinar el riesgo de incendio y el comportamiento de los fuegos. El sistema genera predicciones cuantitativas que los servicios de extinción pueden usar para decidir las medidas de prevención o las estrategias y tácticas de extinción. Actualmente se aplica en Indonesia, Malasia, México y Nueva Zelanda. No se cobra ninguna licencia por uso, y se facilitan gratuitamente claves de usuario para actualizarlo y resolver problemas de manejo.

ticulares y empresas que buscan soluciones para luchar contra los incendios forestales. Marc Hartmann y Derrick Yap, investigadores residentes en Sydney, asumieron el reto y han ideado una "bomba" de dispersión de agua que extingue el fuego robándole el calor.

Se trata de un recipiente del tamaño de una pelota de fútbol, relleno de agua, que puede lanzarse desde un helicóptero o una avioneta. Está provisto de un detonador que se activa en el momento del impacto con el suelo, o inmediatamente antes. Con la explosión, el agua se transforma en una fina niebla que se extiende rápidamente alrededor. Las gotículas de niebla tienen una superficie considerablemente mayor que las generadas por las técnicas de bombardeo con agua tradicionales. Su capacidad de absorber grandes cantidades de energía del frente del incendio hace de la bomba de niebla un método de extinción de incendios extremadamente eficaz.

Conscientes de que los incendios forestales suelen ocurrir en lugares remotos, Hartmann y Yap diseñaron la bomba con materiales biodegradables, para que los bombardeos no sean contaminantes. La combinación de la tecnología de generación de niebla con el uso de materiales ecológicos hace que este método de extinción sea singularmente ventajoso.

Con ayuda del despacho de abogados Griffith Hack, los inventores presentaron una solicitud de patente internacional PCT (WO 2008/12884). También fundaron la empresa Wildfire Suppression P/L para comercializar su invención y exportar la



Ensayo de explosión de una bomba de dispersión de agua.

Cortesía de Marc Hartmann y Derrick Yap

Ilustración de la bomba de agua, del tamaño de una pelota de fútbol, diseñada por Marc Hartmann y Derrick Yap para ser lanzada desde un helicóptero o una avioneta.

tecnología. Algunos aspectos técnicos de la bomba de niebla aún se están ultimando, pero los inventores prevén llevar a cabo ensayos de extinción este mismo año. Pretenden que el Centro de Investigación Cooperativa contra Incendios Forestales y la CSIRO participen en los ensayos, ya que su aprobación de la tecnología sería de gran ayuda para su comercialización.

Entretanto, los inventores negocian con un proveedor de servicios aéreos de extinción para que introduzca la tecnología de bomba de niebla. Están convencidos de que es idónea para luchar contra los incendios en zonas remotas o montañosas de Australia, Norteamérica y Europa.

Es de esperar que éxitos como el de Hartmann y Yap, así como las avanzadas investigaciones que tienen lugar en el Centro de Investigación Cooperativa contra Incendios Forestales, unidos al recuerdo aún reciente de la tragedia del Sábado Negro, inspiren a otros particulares, empresas e instituciones de investigación tecnológicas innovadoras de lucha contra los incendios forestales. La población de las zonas con alto riesgo de incendio forestal, en Australia y el resto del mundo, se lo agradecerá.

Para obtener más información sobre Wildfire Suppression P/L visite:

www.wildfiresuppression.com.au

REUNIONES DE COMITÉS

El SCCR acelera su labor en favor de las personas con dificultades para leer

El máximo foro de la OMPI para la negociación de cuestiones relacionadas con el derecho de autor ha decidido "continuar sin dilación" su labor para facilitar a los ciegos, las personas con discapacidad visual y otras personas con impedimentos para leer el acceso a las obras protegidas por derecho de autor. Este asunto, al igual que cuestiones de alcance más amplio, como las limitaciones y excepciones en beneficio de actividades educativas y de las bibliotecas y archivos, es un elemento central de la labor que se lleva a cabo actualmente en el Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos (SCCR).

Las deliberaciones mantenidas en el SCCR los días 25 a 29 de mayo se centraron en una serie de medidas prácticas encaminadas a facilitar a las personas con impedimentos para leer el acceso a las obras protegidas, así como en el establecimiento de una plataforma para los sectores interesados, que tiene entre sus principales objetivos hallar el modo de poner las obras publicadas a disposición de los usuarios, en formatos accesibles y en un plazo prudencial. Todos los participantes estuvieron de acuerdo en proseguir esta labor.

Por otro lado, el Brasil, el Ecuador y el Paraguay presentaron una propuesta relativa a un proyecto de tratado elaborada por la Unión Mundial de Ciegos (UMC). El SCCR decidió seguir examinando este asunto en su próxima sesión, que tendrá lugar este mismo año, a fin de dar a los Estados miembros tiempo suficiente para reflexionar sobre el modo de avanzar.

El Comité observó que se habían hecho progresos en lo que respecta a la plataforma de sectores interesados y alentó a la OMPI a seguir avanzando en esta iniciativa. La plataforma fue concebida para contribuir al objetivo de lograr el acceso de las personas con discapacidades a las obras protegidas por derecho de autor. En enero y abril de 2009 se convocaron, bajo los auspicios de la OMPI, dos reuniones de los principales sectores interesados, entre los que figuran representantes de los titulares de derecho de autor y de las personas con impedimentos para leer, con el fin de estudiar sus necesidades y preocupaciones, así como posibles formas de facilitar el acceso a las obras en formatos accesibles.

El Comité examinó también la cuestión de la protección de los organismos de radiodifusión y solicitó a la OMPI que organizara una serie de reuniones nacionales y regionales. Esas reuniones deberán centrarse en los objetivos, el alcance específico y el objeto de la protección estipulados en un posible nuevo instrumento internacional que actualizaría la protección internacional de los organismos de radiodifusión con un enfoque centrado en la señal. Por su parte, la Secretaría encargará un estudio sobre la dimensión socioeconómica del uso no autorizado de la señal.

Por otro lado, el SCCR instó a que se celebren consultas para encontrar una solución que permita salir del punto muerto en el que se encuentran las negociaciones sobre la protección internacional de las ejecuciones e interpretaciones audiovisuales. La Secretaría organizará una serie de reuniones nacionales y regionales sobre este tema, y preparará documentos de antecedentes al respecto.

Los Estados miembros ratifican el nombramiento de los nuevos directivos

El Comité de Coordinación de la OMPI, reunido los días 15 y 16 de junio, ratificó las propuestas formuladas por el Director General de la Organización, Sr. Francis Gurry, para el nuevo equipo directivo, integrado por cuatro Directores Generales Adjuntos y tres Subdirectores Generales. El mandato de los nuevos Directores Generales Adjuntos y Subdirectores Generales entra en vigor el 1 de diciembre de este año, cuando vence el de los actuales directivos, y expira el 30 de noviembre de 2014. El Comité de Coordinación apoyó por consenso la composición del nuevo equipo directivo, integrado por:

- el Sr. Geoffrey Onyema (Nigeria), Director General Adjunto encargado del sector de Cooperación para el Desarrollo;
- el Sr. James Pooley (Estados Unidos de América), Director General Adjunto encargado del sector de Patentes;
- la Sra. Binying Wang (China), Directora General Adjunta encargada del sector de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas;
- el Sr. Johannes Christian Wichard (Alemania), Director General Adjunto encargado del sector de Cuestiones Mundiales;
- el Sr. Trevor C. Clarke (Barbados), Subdirector General encargado del sector de Derecho de Autor y Derechos Conexos;
- el Sr. Ramanathan Ambi Sundaram (Sri Lanka), Subdirector General encargado del sector de Administración y Gestión;
- el Sr. Yoshiyuki Takagi (Japón), Subdirector General encargado de cuestiones de Infraestructura Mundial de PI.

El Director General y el Comité de Coordinación rindieron un cálido homenaje a los Directores Generales Adjuntos y Subdirectores Generales salientes.

GALERÍA DE ENCUENTROS

MADRID, 18 de junio

AISGE (*Artistas Intérpretes Sociedad de Gestión*) agasajó en Madrid al Director General de la OMPI, Sr. Francis Gurry, en la primera visita de éste a la sede central de la sociedad de gestión colectiva, que representa a artistas intérpretes audiovisuales españoles (actrices, actores, bailarines, directores de teatro). AISGE colabora con la OMPI desde hace largo tiempo y ha participado en numerosas actividades

de la Organización en África, Asia, Europa y América Latina, en países como Argentina, el Brasil, Chile y Colombia. Muchos de los principales artistas intérpretes del mundo pertenecen al bloque cultural iberoamericano, formado por América Latina, España y Portugal, y hacen uso intensivo del sistema de P.I. para proteger sus derechos. ■



El Representante Permanente de España en Ginebra, Embajador Javier Garrigues, el Director General de AISGE, Sr. Abel Martín, la Presidenta de AISGE, Sra. Pilar Bardem, el Director General de la OMPI, Sr. Francis Gurry, y el Sr. Marcelo di Pietro Peralta, Asesor Principal de la OMPI.

SOFÍA, 10 a 12 de junio



El Director General de la OMPI, Sr. Francis Gurry, el Presidente de la Oficina de Patentes de Bulgaria, Sr. Kostadin Manev, el Profesor Borislav Borisov y el Sr. Marcus Höpferger, Director interino de una División de la OMPI.

Las cuestiones jurídicas, económicas y comerciales fueron el núcleo de los debates en el Simposio Mundial de la OMPI sobre Indicaciones Geográficas, organizado conjuntamente por la Oficina de Patentes de Bulgaria y la OMPI. Asistieron al encuentro oradores de 16 países de los 5 continentes, participantes de más de 40 países, y seis organizaciones internacionales, entre ellas, la Organización Mundial del Comercio y la Unión Europea. El Director General de la OMPI, Sr. Francis Gurry, puso de relieve en el Simposio la importancia de ampliar los objetivos de política en la esfera de las indicaciones geográficas, para contemplar, por ejemplo, la posibilidad de utilizarlas para promover el desarrollo rural y la preservación de los conocimientos tradicionales. Los oradores explicaron con detalle los procedimientos administrativos para la protección de las indicaciones geográficas. También se examinó su

dimensión geográfica y un grupo representativo de destacados expertos debatió el futuro de las indicaciones geográficas desde varias perspectivas. ■

PRETORIA, 26 y 27 de mayo

En un encuentro de dirigentes políticos y encargados de la administración de la P.I. de 36 países africanos se puso en marcha un programa para promover el uso de la P.I. en África y en los países menos adelantados (PMA). La reunión, organizada por la OMPI en cooperación con los Gobiernos de Sudáfrica y el Japón, forma parte del programa para África y los PMA financiado por los Fondos Fiduciarios del Japón que administra la OMPI. Durante dos días los participantes tuvieron ocasión de reflexionar sobre las distintas opciones de

política para establecer un entorno que propicie una utilización y administración eficaces de los activos de P.I. Expertos en P.I. de Etiopía, el Japón, Kenya, Malasia, Sudáfrica, la Organización Regional Africana de la Propiedad Intelectual (ARIPO), la OMPI y el Banco Mundial trataron una amplia variedad de temas. Los participantes también examinaron propuestas concretas sobre actividades que podrían ponerse en marcha en el futuro en el marco del programa de Fondos Fiduciarios del Japón.

CARTAS Y COMENTARIOS

Exoneran a eBay del cargo de falsificación



**Franck Soutoul
y Jean-Philippe Bresson,
Inlex IP Expertise,
www.inlex.com
Francia**

Posiblemente interese a sus lectores saber que la resolución del Tribunal de Primera Instancia de París sobre la demanda interpuesta por L'Oréal contra eBay, largamente esperada por los sectores interesados, se dictó finalmente el pasado 13 de mayo, tras varios aplazamientos. Este asunto se mencionó en la conclusión del artículo "Primicia jurídica en el ámbito de la subasta en línea," publicado en el N° 3/2009 de la *Revista de la OMPI*. A diferencia de lo sucedido en el pleito al que se refiere principalmente dicho artículo, así como en otros que en él se mencionan, el Tribunal parisiense dictaminó que sólo puede exigirse responsabilidad a eBay, un hospedador de Internet, cuando se acrediten el conocimiento de la infracción y el incumplimiento de la obligación de subsanarla.

En el pleito iniciado por L'Oréal en 2007, la empresa de cosmética alegó que eBay había infringido sus derechos de marca y atentado contra sus redes de distribución. L'Oréal adujo que eBay es un editor de sitio Web que ejerce actividades de corretaje, por lo que, conforme a la práctica francesa, es plenamente responsable del contenido de su sitio Web. Sostuvo que el sitio de subastas interviene activamente en la promoción de productos de cosmética y perfumería y que obtiene dinero de su venta. L'Oréal reclamó una indemnización de 3,5 millones de euros.

eBay se opuso a las alegaciones de la demandante, afirmando ser un intermediario que ofrece únicamente servicios de hospedaje en Internet y no ejerce control sobre sus usuarios ni sobre el contenido de sus anuncios. Añadió que los programas

de ventas como PowerSeller, las tiendas de eBay o la protección mediante el sistema Paypal tienen por único objetivo facilitar las subastas de los vendedores. Al ser una empresa de hospedaje, eBay no está sujeta a una obligación general de supervisar el contenido de su sitio Web.

El Tribunal admitió los argumentos de eBay y sentenció que ésta actuó de buena fe, puesto que estableció sólidos mecanismos de lucha contra la falsificación. Dada la disparidad entre los criterios de los tribunales de primera instancia, sería deseable conocer la resolución de un tribunal de apelación.

No obstante, esta nueva sentencia está en consonancia con la dictada por un Tribunal de Distrito estadounidense (sentencia de 14 de julio de 2008 del Tribunal de Distrito Meridional de Nueva York), que establece que el hecho de que eBay tenga un conocimiento general de que en algunas subastas se venden artículos falsificados no basta para hacerla responsable de infracción del derecho de marca. En agosto de 2008 un Tribunal belga también exoneró a eBay de los cargos formulados por L'Oréal, dictaminando que el sitio Web de subastas no está obligado a supervisar sistemáticamente cuáles son los productos que se ofrecen en venta. El pasado 22 de mayo un tribunal británico adoptó el mismo criterio (la sentencia ha sido apelada ante el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas). El criterio de L'Oréal se ha impuesto únicamente en los Tribunales alemanes. Hay aún pendiente una resolución de los tribunales españoles.

RESEÑA DE LIBROS

The Economics of Intellectual Property



**A la venta en la Librería
electrónica de la OMPI
ISBN:
978-92-805-1791-0
Precio: 30 francos suizos**

Las investigaciones empíricas sobre la propiedad intelectual en los países en desarrollo y los países con economía en transición son escasas, y por ello los dirigentes carecen de información suficiente para tomar decisiones en esta esfera. Ésta es la principal conclusión de una reciente publicación de la OMPI titulada: *The Economics of Intellectual Property: Suggestions for Further Research in Developing Countries and Countries with Economies in Transition* (La economía de la propiedad intelectual: Sugerencias para intensificar la investigación en los países en desarrollo y los países con economía en transición, Publicación de la OMPI N° 1012).

La publicación, que contiene estudios de economistas internacionales de renombre, se centra en seis temas: 1) innovación y estrategias de apropiación; 2) propiedad intelectual y transferencia internacional de tecnología; 3) la economía del derecho de autor; 4) la economía de las indicaciones geográficas; 5) derechos de propiedad intelectual y productos farmacéuticos; y 6) derechos de propiedad intelectual y transferencia de conocimientos de las universidades y las instituciones de investigación públicas.

En los estudios se pasa revista a las investigaciones empíricas publicadas sobre cada tema, señalando las carencias de la bibliografía y sugiriendo temas para futuras investigaciones. El primer borrador de los estudios fue objeto de debate en la Mesa Redonda Internacional sobre la Economía de la P.I. celebrada en la OMPI en noviembre de 2007. La publicación contiene una versión revisada de los estudios, así como comentarios formulados en la mesa redonda, y trata de ofrecer una amplia variedad de perspectivas sobre los modos en que podrían seguir investigándose estas cuestiones en los países en desarrollo y los países con economía en transición.

Los estudios pueden descargarse gratuitamente desde: www.wipo.int/ip-development/en/economics/index.html.

NUEVOS PRODUCTOS



Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas, Reglamento del Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas y Resolución de la Conferencia Diplomática suplementaria al Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas y a su Reglamento, hechos en Singapur el 27 de marzo de 2006

Ruso N° 259R

20 francos suizos (más gastos de envío)



Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) y Reglamento del PCT (texto en vigor el 1 de julio de 2009)

Aléman N° 274G, Español N° 274S, Portugués N° 274P

20 francos suizos (más gastos de envío)



Summaries of Conventions, Treaties and Agreements administered by WIPO - 2009

Inglés N° 442E

Gratuito



WIPO Arbitration, Mediation, and Expert Determination Rules and Clauses

Inglés N° 446E

Gratuito



El sistema internacional de patentes en 2008 - PCT Reseña anual

Español N° 901S

Gratuito

Compre publicaciones por Internet en: www.wipo.int/ebookshop

Descargue productos de información gratuitos en: www.wipo.int/publications/

Para obtener esas publicaciones, también puede dirigirse a: Dependencia de Distribución y Comercialización de Productos, 34 chemin des Colombettes, CP 18, CH-1211 Ginebra 20 (Suiza) | Fax: +41 22 740 18 12 | Correo-e: publications.mail@wipo.int

En los pedidos deberán constar las siguientes informaciones:

- el número o código de letra de la publicación deseada, el idioma, el número de ejemplares;
- la dirección completa para el envío;
- el modo de envío (superficie o aéreo).

Para más información, póngase en contacto con la **OMPI**:

Dirección:

34 chemin des Colombettes
C.P. 18
CH-1211 Ginebra 20
Suiza

Teléfono:

+41 22 338 91 11

Fax:

+41 22 733 54 28

Visite el sitio Web de la OMPI en:

www.wipo.int

y la Librería Electrónica de la OMPI en:

www.wipo.int/ebookshop

o con su Oficina de Nueva York:

Dirección:

2, United Nations Plaza
Suite 2525
Nueva York, N.Y. 10017
Estados Unidos de América

Teléfono:

+1 212 963 6813

Fax:

+1 212 963 4801

La *Revista de la OMPI* es una publicación bimestral de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Ginebra (Suiza), destinada a mejorar la comprensión del público sobre la propiedad intelectual y el trabajo de la OMPI y no constituye un documento oficial de la OMPI. Las opiniones expresadas en los artículos y en las cartas de articulistas externos no son necesariamente las de la OMPI.

La Revista se distribuye gratuitamente.

Si está interesado en recibir ejemplares, diríjase a:

Dependencia de Distribución y Comercialización
de Productos

OMPI

34 chemin des Colombettes

C.P. 18

CH-1211 Ginebra 20 (Suiza)

Fax: +41 22 740 18 12

Correo-e: publications.mail@wipo.int

Para formular comentarios o preguntas, diríjase a:

Jefe de Redacción, Revista de la OMPI

WipoMagazine@wipo.int

Copyright © 2009 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

Derechos reservados. Los artículos que figuran en la presente publicación pueden reproducirse con fines educativos. Sin embargo, ninguna parte puede reproducirse con fines comerciales sin el consentimiento expreso por escrito de la División de Comunicaciones de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, C.P. 18, CH-1211 Ginebra 20 (Suiza).