

OMPI | REVISTA

Nº 1 – FEBRERO – 2012



RUGBY, DERECHOS E INGRESOS pág. 2 | **WIPO LEX: TODA LA LEGISLACIÓN SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL EN SUS MANOS** pág. 14
LOS NUEVOS PARÁMETROS DE LA INNOVACIÓN pág. 18

Mensaje del Director General sobre el nuevo diseño de la Revista

Tengo el agrado de presentar el nuevo diseño actualizado de la Revista de la OMPI.

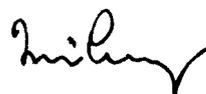
Estoy muy satisfecho de dar a conocer ese diseño puesto que muchos de ustedes, en la encuesta realizada recientemente entre los lectores de la Revista de la OMPI, mencionaban concretamente que el anterior diseño gráfico era uno de los aspectos que más les gustaría ver mejorados. Nuestro equipo de diseño ha estado a la altura del reto planteado y confío en que el nuevo diseño les resulte atractivo.

Me gustaría dar las gracias a todos los lectores por el interés que ha suscitado la Revista de la OMPI, y especialmente a quienes se han tomado el tiempo necesario para participar en la encuesta. Gracias a sus comentarios podremos seguir mejorando la Revista y dando cuenta de las nuevas tendencias en la P.I. y de historias ejemplares que tienen lugar en dicho ámbito y que resultan de interés para todos.

En concordancia con los comentarios recibidos en la encuesta, vamos a ampliar la cobertura de determinadas cuestiones de P.I.; por ejemplo, la manera en que se utiliza la P.I. en la práctica y el modo en que los tribunales tratan las cuestiones relativas a la P.I. en diversas jurisdicciones. En este primer ejemplar hemos introducido dos nuevas series de artículos, una sobre la P.I. y el deporte y otra sobre las tendencias de la innovación. Por supuesto, seguiremos tratando las cuestiones candentes que ocupan la mente de los responsables de las políticas, así como los proyectos pioneros en los que trabaja la OMPI.

A fin de satisfacer el interés manifestado por la publicación de contenido de manera más regular en Internet, estamos trabajando para ampliar la presencia de la Revista en ese medio y en las redes sociales. En breve, se dispondrá de una interfaz más dinámica que permita a los lectores compartir opiniones acerca de los artículos publicados, así como intercambiar experiencias entre ellos.

Espero que tengamos un año apasionante, y deseo que disfruten de los artículos.



ÍNDICE

- pág. 2 Rugby, derechos e ingresos
- pág. 6 WIPO Lex: toda la legislación sobre propiedad intelectual en sus manos
- pág. 8 Promover la innovación ecológica:
Entrevista con General Electric
- pág. 14 El enfoque británico sobre la protección del valor del diseño
- pág. 18 Los nuevos parámetros de la innovación
- pág. 22 Una editorial gana una demanda de derechos de autor sobre información de carreras de caballos
- pág. 27 Celebrar la cultura: La propiedad intelectual y los festivales de artes
- pág. 31 Resumen de noticias

Redacción: **Catherine Jewell**
Diseño gráfico: **Annick Demierre**
Traducción: **Eduardo Miño**
Fotografía de portada: **Getty Images**

Agradecimientos:
pág. 2: **Paolo Lanteri**
pág. 6: **Jessamyn Honculada**
pág. 8: **Anatole Krattiger**
pág. 14: **Grégoire Bisson**

RUGBY,

derechos e ingresos

Por **Jonathan Taylor**, Asesor Jurídico de Six Nations Rugby Limited (SNRL), Bird & Bird LLP

El presente artículo es el primero de una serie de estudios sobre la confluencia entre la propiedad intelectual y el deporte. Tras la Copa del Mundo de Rugby disputada en 2011 y al tiempo que el Torneo de las Seis Naciones de 2012 se juega en febrero y marzo del presente año, la Revista de la OMPI inicia esta serie de artículos desde la perspectiva del Torneo de las Seis Naciones para explicar cómo el sistema de propiedad intelectual contribuye a salvaguardar el valor comercial del rugby.

El Torneo de las Seis Naciones es el máximo exponente del rugby federado no profesional del hemisferio norte y genera considerables ingresos comerciales que permiten financiar la labor de las federaciones participantes. Las leyes de propiedad intelectual protegen el valor comercial que SNRL y las federaciones participantes han creado en torno al Seis Naciones, al tiempo que brindan mecanismos robustos y eficaces para luchar contra la piratería en Internet de la retransmisión oficial del Torneo. Sin una legislación eficaz en materia de propiedad intelectual, el rugby federado vería truncado su desarrollo, y se pondrían en peligro los beneficios de interés público que aporta claramente: una cobertura deportiva de máxima calidad y la promoción de la salud, la inclusión social y la igualdad racial y de género.

EL RUGBY FEDERADO Y EL INTERÉS PÚBLICO

El rugby federado se juega en más de 100 países de los cinco continentes. La reciente inclusión del rugby a siete como deporte olímpico promete además acrecentar el interés por este deporte. Escocia, Francia, Gales, Inglaterra, Irlanda e Italia (conocidas colectivamente como las Seis Naciones) son las potencias tradicionales del rugby del hemisferio norte, en tanto que Australia, Nueva Zelandia y Sudáfrica son las del hemisferio sur. La demanda popular de este deporte y, por tanto, su valor comercial alcanzan sus mayores cotas en esos países.

Además de regular y proteger la integridad del deporte, los órganos rectores del rugby federado (las federaciones) organizan y celebran partidos, giras y torneos internacionales en los que participan sus respectivas selecciones nacionales. Los derechos de estos eventos (principalmente los derechos de radiodifusión y de patrocinio) se venden para obtener ingresos comerciales. Sin embargo, el objetivo principal de las federaciones es el de actuar como custodios del deporte, con vistas a su expansión y desarrollo a todos los niveles. Los ingresos generados por encima de los costos de organización se reinvierten en el deporte, tanto para mejorarlo a nivel profesional como para crear instalaciones y ofrecer posibilidades de



Foto: Getty Images



Foto: Getty Images

Chris Ashton, de la selección inglesa, corre hacia la línea de ensayo en el partido contra Gales del Torneo de 2011.

Partido entre Escocia e Irlanda, Torneo de 2011.

Partido entre Irlanda e Inglaterra, Torneo de 2010.



entrenarse a nivel comunitario. Este tipo de inversiones de base permite a los jugadores aficionados disfrutar de los beneficios sociales, recreativos y para la salud de este deporte y facilita el descubrimiento y preparación de nuevos talentos para su incorporación a la élite profesional. La competición profesional impulsa a su vez la popularidad del deporte y genera ingresos adicionales para nuevas inversiones. Este “círculo virtuoso” permite a las federaciones generar beneficios para el consumidor, oportunidades de empleo e ingresos fiscales en la práctica profesional del deporte, así como beneficios de orden público en el ámbito comunitario, en términos de una mejor salud y una mayor inclusión social e igualdad racial y de género.

PROTEGER EL VALOR COMERCIAL

El derecho de propiedad intelectual permite a SNRL aprovechar el valor comercial que han creado las federaciones en torno al Seis Naciones. Si bien hay muchas jurisdicciones donde la ley no reconoce la exclusividad de los derechos sobre un espectáculo deportivo en sí, las señales en directo y las grabaciones realizadas por los organismos de radiodifusión encargados del evento gozan de la protección del derecho de autor. Mediante el control del acceso a los recintos deportivos (por medio de entradas en cuyas cláusulas y condiciones se prohíbe la fotografía comercial no autorizada) y la imposición de condiciones contractuales a los organismos de radiodifusión encargados del evento (que incluyen la cesión de los derechos de autor sobre la señal de emisión y las grabaciones de la misma a SNRL), pueden crearse paquetes de derechos “exclusivos” de radiodifusión, protegidos y de fuerza ejecutoria, que pueden ser explotados a través de diversas plataformas de comunicación, con distintos horizontes temporales y en diferentes territorios, de acuerdo con la demanda de los consumidores.

SNRL vende los derechos de radiodifusión del Torneo en cada uno de los países organizadores bajo un régimen territorial y con independencia de la plataforma. En el caso del Reino Unido, Francia e Irlanda, siempre ha concedido los derechos a los principales organismos públicos de radiodifusión de esos países (es decir, la BBC, France Télévision y RTÉ), en tanto que en Italia ha concedido más recientemente los derechos de radiodifusión en directo del Torneo a Sky Italia y los derechos del diferido a La7.

Estos organismos de radiodifusión con licencia oficial transmiten íntegramente todos los partidos del torneo en directo, a través de sus canales más prestigiosos, a vastas audiencias. En 2010, más de 124 millones de espectadores vieron el torneo en los seis países organizadores. La transmisión en directo o en diferido del torneo también puede ser vista en más de 80 países de fuera de las seis naciones participantes, gracias a diversos acuerdos internacionales de distribución.

De este modo, la flexibilidad que brindan las leyes de derecho de autor permite, y de hecho alienta, a SNRL y a los organismos de radiodifusión asociados crear una programación que se adecue a cada mercado local, con programación de apoyo y formatos tales como entrevistas y comentarios que reflejen los intereses culturales y las consideraciones lingüísticas locales. Asimismo, permite a SNRL ofrecer la exclusividad que demandan los organismos de radiodifusión y que los lleva a invertir no sólo en la actividad deportiva (a través de las tasas pagadas por los derechos a SNRL), sino también en técnicas de producción innovadoras (como la alta definición y las imágenes en tres dimensiones) que intensifican la experiencia visual de los aficionados.





Foto: Getty Images

DESTINO DE LOS INGRESOS COMERCIALES DEL TORNEO DE LAS SEIS NACIONES

Las decenas de millones de euros obtenidos a partir de estos acuerdos de radiodifusión representan más del 80% de la totalidad de los ingresos que genera SNRL en relación con el Torneo. Estos ingresos se distribuyen entre las seis federaciones participantes, de acuerdo con una fórmula previamente convenida (el 75% se distribuye por igual, para proteger el equilibrio competitivo; un 15%, en función de la clasificación en el Torneo, con vistas a promover el rendimiento en el juego; y el 10% se asigna en función del tamaño de cada federación) y constituyen una parte vital de sus ingresos de explotación.

Entre 2010 y 2013, SNRL habrá distribuido a cada federación participante un promedio de 14 millones de euros cada año. Esto permite a las federaciones aumentar su inversión, no sólo en la rama profesional del deporte, sino también en el deporte comunitario, que incluye el rugby juvenil y el femenino. Por ejemplo, entre 1999 y 2010, la inversión de la federación galesa de rugby en proyectos comunitarios en Gales aumentó en un 154%, es decir, pasó de 2,6 millones a 6 millones de euros al año. Durante el mismo período, la inversión de la federación irlandesa de rugby en proyectos comunitarios aumentó en un 131%, pasando de 4,8 a 11,1 millones de euros al año.

AMENAZAS PRESENTES

El derecho de propiedad intelectual reconoce y protege el valor que las seis federaciones participantes han creado sobre el torneo. Al conferir derechos legales exclusivos, SNRL puede explotar activamente el valor de su marca, y protegerla contra las infracciones de terceros. Esta exclusividad es lo que demandan los organismos de radiodifusión con licencia oficial de SNRL, y por la que pagan millones de euros anuales.

Sin embargo, la capacidad de SNRL de ofrecer esa exclusividad y aprovechar su valor está expuesta a dos serias amenazas.

Nick Easter, capitán del equipo de Inglaterra, ganador del Torneo de 2011, levanta el trofeo de campeones del Seis Naciones

LA EXCLUSIVIDAD TERRITORIAL

La primera amenaza tiene su origen en una interpretación y aplicación errónea de la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el asunto Murphy en octubre de 2011. En este caso (tal como han sugerido algunos analistas), el Tribunal de Justicia de la Unión Europea no declara ilegal la concesión de licencias de derechos de radiodifusión de un encuentro deportivo de acuerdo con un régimen territorial. Por el contrario, el Tribunal de Justicia reconoce explícitamente que la venta de una licencia territorial “exclusiva”, por una “prima”, puede estar justificada con el fin de remunerar adecuadamente a los organizadores del evento por el valor que han creado. Lo que el Tribunal de Justicia dijo que no está justificado es la creación de una “exclusividad territorial absoluta”, que se traduzca en “diferencias de precios artificiales”, al prohibir el suministro transfronterizo de descodificadores de satélite que pondrían a disposición en ese territorio las retransmisiones de otros titulares de otras licencias del evento.

Resultará crucial para avanzar en este terreno la forma en que se interprete y aplique la distinción entre una prima “adecuada” por la “exclusividad territorial”, y una prima inadmisibles por “una exclusividad territorial absoluta”. En concreto, ¿en qué categoría se hallarán otras restricciones habituales de las licencias, como las relativas al idioma, los requisitos de bloqueo geográfico en Internet y los requisitos relacionados con las barreras de pago en Internet? Si la línea divisoria se traza en el lugar equivocado, socavando así la capacidad de obtener una prima por la exclusividad territorial, se vendría abajo el modelo de negocio actual de SNRL, y se impediría al Seis Naciones avanzar de manera eficaz en los programas de interés público que promueve, descritos anteriormente.

LA PIRATERÍA EN INTERNET

La segunda amenaza es el creciente desafío de la piratería digital. Impulsada por los avances tecnológicos que permiten transmitir fácilmente contenidos audiovisuales por flujo continuo de secuencias a través de Internet, en la actualidad hay un centenar o más de operadores no autorizados que toman las emisiones de los partidos del torneo de los titulares de licencias oficiales de SNRL y las retransmiten en directo y de forma íntegra en sitios de distribución de transmisiones por flujo continuo, como myp2p.ue y rojadirecta.com, o a través de sitios de intercambio entre particulares, como sopcast.com y synacast.com. Estos sitios suelen atraer a un público considerable, y generan importantes ingresos por suscripción y publicidad.

En el deporte, el valor de la emisión radica en la incertidumbre del resultado, lo que (a diferencia de otros contenidos audiovisuales) da una importancia primordial a la ventana de transmisión en directo. La transmisión por flujo continuo de los partidos del torneo es, por tanto, una preocupación importante para los organismos de radiodifusión oficiales de SNRL. Estos

exigen a SNRL garantías de que cualquier material audiovisual del Torneo puesto a disposición a través de Internet por SNRL u otro organismo de radiodifusión con licencia estará bloqueado geográficamente y no podrá ser visto en su territorio, del mismo modo que tampoco desean emisiones no autorizadas en línea por parte de operadores sin licencia.

Emprender acciones legales una vez que se ha consumado tal actividad no sólo resulta caro y oneroso, sino que también es una solución que suele llegar tarde y se revela ineficaz para reparar el robo en cuestión. SNRL cree que la ley tiene que ofrecer un mecanismo robusto que permita detener instantáneamente las transmisiones ilícitas por flujo continuo, así como recursos más enérgicos para cerrar estos sitios e impedir la infracción reiterada.

Los proveedores de servicios de Internet desempeñan un papel determinante a este respecto, dado que muchos de los infractores eluden hábilmente la detección, por ejemplo, al proporcionar datos de registro falsos u ocultar la identidad. La concesión de medidas cautelares contra los proveedores de servicios de Internet (según lo que permite la Directiva relativa al respeto de los derechos de propiedad intelectual) para bloquear el acceso a los sitios infractores ayudaría a remediar la situación. Los tribunales de toda Europa se encuentran actualmente lidiando con los particulares de estas medidas cautelares. SNRL confía en que se les reconozca la necesidad de disponer de un recurso robusto y práctico para los titulares de derechos y en última instancia el público.

EN CONCLUSIÓN

SNRL, tanto a título individual y como miembro de Sports Rights Owners Coalition (www.sroc.info), piensa que es fundamental que los responsables políticos de todo el mundo reconozcan y apoyen sus esfuerzos por proteger y explotar el valor comercial del Torneo de las Seis Naciones. Esto es por el bien del consumidor, que quiere ver un producto de calidad, y de los muchos millones de personas que quieren jugar y entrenarse o que se benefician de otro modo de la enorme inversión que las federaciones de rugby pueden hacer gracias a los ingresos obtenidos por la venta de derechos de radiodifusión del Torneo.

Internet es un medio maravilloso para el deporte, y SNRL y los organismos de radiodifusión asociados lo están utilizando para llevar el Torneo a millones de aficionados. Ahora bien, no debe permitirse que se convierta en un paraíso de ladrones, en un medio para que los piratas digitales exploten el esfuerzo de quienes invierten en el espectáculo deportivo y crean su valor. Si no se reduce la piratería digital, los organismos oficiales de radiodifusión reducirán su inversión en el deporte, se dañará la calidad del torneo como producto de consumo, y se verá minada la capacidad del deporte para mantener su programa de interés público. ♦

WIPO LEX:

toda la legislación sobre propiedad intelectual en sus manos

POR EL EQUIPO DE WIPO LEX

Si usted es inventor, creador, emprendedor o inversor y desea introducirse en nuevos mercados, disponer de un acceso rápido, fácil y gratuito a la información acerca de cómo la ley protege su trabajo, su propiedad intelectual, o su libertad para actuar en diferentes países ofrece claras ventajas. Por este motivo, la OMPI lidera el desarrollo de WIPO Lex, una base de datos en línea de uso público que ofrece acceso fácil a información sobre el estado actual de las leyes y los tratados de propiedad intelectual de 197 países y jurisdicciones.

El panorama internacional del derecho de propiedad intelectual está en constante evolución, debido a que los países aprueban nuevas leyes, normas y reglamentos para estimular la innovación y la creatividad y favorecer el crecimiento económico, hacer frente a las necesidades prioritarias, y cumplir con los compromisos internacionales. WIPO Lex permite a todos los interesados, desde usuarios del sistema de propiedad intelectual, responsables políticos y juristas, a investigadores y estudiantes, mantenerse al corriente de las últimas novedades en materia de legislación sobre propiedad intelectual en todo el mundo. Acceder a esta información permite a los empresarios adaptar mejor sus operaciones a las nuevas iniciativas legislativas y evitar consecuencias no deseadas, mientras que los responsables políticos pueden descubrir y subsanar fácilmente las deficiencias de los sistemas vigentes, y los investigadores y estudiantes pueden acceder a una auténtica mina de datos a los fines del análisis y la investigación.

WIPO Lex contiene más de 10.000 documentos de carácter jurídico. “Supone una labor constante, ya que la base se está ampliando cada día”, señala la responsable del proyecto, Jessamyn Honculada. “WIPO Lex abre la puerta a todo un universo de sistemas jurídicos de propiedad intelectual”, señala, “lo que permite comparar los ordenamientos nacionales en materia de propiedad intelectual y descubrir sus características comunes y singulares desde el teclado de la computadora”. Otro miembro del equipo añade que “la base de datos proporciona mucha información útil sobre los fundamentos jurídicos que dan forma a los sistemas de propiedad intelectual y que protegen y promueven los derechos de propiedad intelectual, tanto a nivel nacional como internacional”.

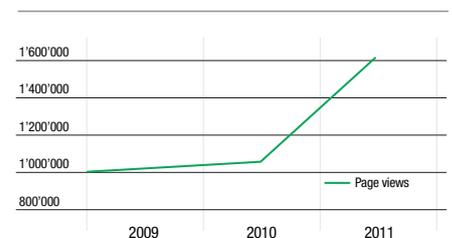
CREACIÓN DEL RECURSO

WIPO Lex se puso en marcha en 2010 en el contexto de una ofensiva más amplia de la Organización dirigida a reducir los desfases de conocimiento en el mundo, al proporcionar un acceso rápido y fácil a su extensa colección de datos y herramientas de búsqueda. La inauguración, en junio de 2010, de la plataforma WIPO GOLD (www.wipo.int/wipogold/es/) supuso un avance importante hacia el cumplimiento de este objetivo. Esta plataforma facilita el acceso universal a una gran diversidad de información valiosa, no sólo relativa a las leyes y los tratados de propiedad

Los 10 países que más utilizaron WIPO Lex en 2011.

	2010	2011
1	EE.UU.	EE.UU.
2	Francia	Francia
3	España	España
4	Reino Unido	México
5	México	India
6	Alemania	Reino Unido
7	India	China
8	Colombia	Perú
9	Suiza	Colombia
10	Canadá	Alemania

Las visitas a la página de WIPO Lex aumentaron notablemente en 2011



intelectual (a través de WIPO Lex), sino también a tecnología, marcas, diseños, estadísticas y mucho más.

La colaboración entusiasta de cientos de personas de todo el mundo ha nutrido la ampliación de los recursos de datos de WIPO Lex, que con el tiempo contendrá todos los tratados, estatutos, leyes y reglamentos pertinentes relativos a la propiedad intelectual. “La voluntad y el deseo de quienes han aportado toda esta información de que WIPO Lex cumpla su objetivo han sido palpables”, señala el equipo. “La idea que comparten, a saber, que disponer de datos fiables, completos y fidedignos favorece la creación de un entorno de conocimiento que puede mejorar la innovación y la creatividad, nos ha permitido crear una fuente de referencia jurídica completa y fiable sobre propiedad intelectual al alcance de todos”, añaden.

La lista de todos quienes han ayudado a hacer realidad WIPO Lex es larga. Las instituciones nacionales, incluidas las oficinas de propiedad intelectual, las imprentas y las bibliotecas nacionales han sido decisivas a la hora de seleccionar y verificar las fuentes de datos pertinentes. Los usuarios también han desempeñado un papel fundamental. Sus comentarios ayudan a asegurar la calidad y exactitud de los contenidos. Por último, pero no por ello menos importante, cabe señalar que la contribución de los grupos de pasantes de distintos países que han trabajado en WIPO Lex ha dejado una huella perdurable. Abogados jóvenes, desde Azerbaiyán a Viet Nam, de China a Colombia, o del Perú a Portugal, han trabajado afanosamente durante meses en los aspectos jurídicos y técnicos necesarios para poner a punto WIPO Lex.

“WIPO Lex sigue desarrollándose, y todavía queda mucho por hacer”, señala el equipo. Las oficinas nacionales de propiedad intelectual se encuentran actualmente revisando el contenido que les atañe y formulando observaciones. “Esta dinámica

WIPO | GOLD

The Global IP Reference Resource



WIPO GOLD es un portal centralizado que permite acceder a las colecciones de la OMPI de datos de P.I., incluida WIPO Lex, en las que se pueden efectuar búsquedas. Se trata de un recurso público gratuito que tiene por fin facilitar el acceso universal a la información sobre P.I.
www.wipo.int/wipogold/es

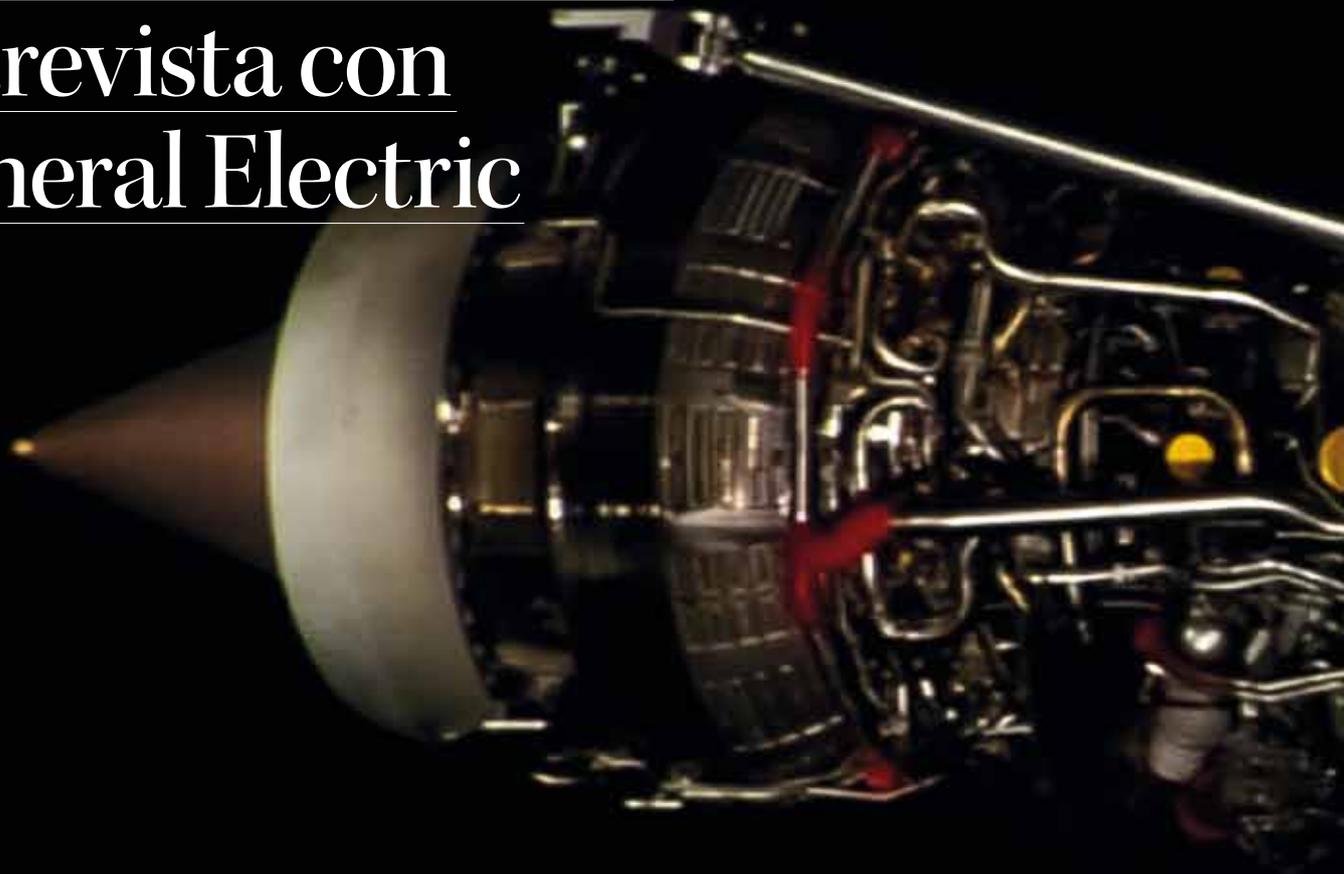
WIPO LEX ES UNA BASE PÚBLICA DE DATOS EN LÍNEA QUE PERMITE ACCEDER A LAS LEYES Y LOS TRATADOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE 197 PAÍSES Y JURISDICCIONES

ayuda a asegurar la calidad de los contenidos que se han incorporado y genera confianza en el recurso”, explican. Incluso después de que se hayan incorporado todos los ordenamientos jurídicos nacionales en materia de propiedad intelectual, WIPO Lex seguirá siendo una obra en curso de realización que cambiará constantemente para reflejar la incesante evolución de los ordenamientos jurídicos.

WIPO Lex contiene documentos en unos 69 idiomas, entre ellos el dzhongkha (Bhután), el romanche (Suiza) y el tetum (Timor Leste), y actualmente ofrece interfaces de búsqueda fáciles de utilizar en español, francés e inglés. Están creándose interfaces en árabe y chino, cuya finalización está prevista para mediados de 2012. Los documentos engloban la legislación principal sobre propiedad intelectual de 197 países y jurisdicciones. WIPO Lex es una fuente de referencia jurídica única y gratuita sobre propiedad intelectual y, como tal, cada vez hay más bibliotecas universitarias que la incluyen en su colección de fuentes de referencia jurídica.

A medida que WIPO Lex siga evolucionando y se acreciente su uso, también se multiplicarán los beneficios que ofrece. Al fin y al cabo, compartir la información es multiplicar el poder. Los responsables políticos podrán disfrutar de la oportunidad sin precedentes de captar los matices del panorama internacional de la propiedad intelectual y velar por que ésta sirva a los objetivos de creación de riqueza y desarrollo económico. Los investigadores y estudiantes tendrán acceso a una herramienta de referencia dinámica y rica que ayudará a los futuros abogados y responsables políticos. WIPO Lex también ahorrará a las empresas tiempo y dinero, y les permitirá evitar costosas responsabilidades jurídicas. Así favorece un desarrollo empresarial robusto basado en el respeto de la propiedad intelectual. En resumen, WIPO Lex es una brújula que nos guía por el laberinto de las normas y los reglamentos que rigen la propiedad intelectual en las jurisdicciones de todo el mundo. Se trata de un bien público gratuito y singular que pone la legislación sobre propiedad intelectual al alcance del teclado de nuestras computadoras. ♦

PROMOVER LA INNOVACIÓN ECOLÓGICA: Entrevista con General Electric



El GE90-115B es el motor comercial más potente en servicio, y está diseñado para hacer un uso más eficiente del combustible que su competidor más cercano, lo que se traduce en menores emisiones y costos de combustible.

Una flota de treinta aviones Boeing 777 con motor GE90-115B está diseñada para emitir 389.000 toneladas menos de dióxido de carbono (CO₂) al año que su competidor más cercano. Esto es el equivalente a las emisiones anuales de CO₂ de más de 76.000 automóviles.



El conglomerado estadounidense General Electric (GE), que hunde sus raíces en uno de los inventores más famosos del mundo, Thomas Edison, se asienta sobre la innovación. Con un tamaño considerable en muchos mercados, la empresa está creando nuevas tendencias en la innovación y aplicando nuevos métodos de gestión de la propiedad intelectual. La Revista de la OMPI se reunió con Carl Horton, Asesor Jurídico Principal en Propiedad Intelectual de la empresa, para conocer mejor el compromiso de GE con la innovación ecológica y las razones por las que considera que los derechos de propiedad intelectual son una fuerza positiva en el desarrollo y la implantación de estas tecnologías.

¿Por qué es importante la innovación para GE?

GE se creó sobre la innovación, y creemos que la inversión en tecnología es lo que nos diferencia de nuestros competidores. Esto nos coloca en una posición que nos permite contribuir a resolver los grandes problemas de la humanidad y aportar valor a nuestros clientes. La innovación es lo único que puede ofrecer soluciones viables desde el punto de vista económico. A largo plazo, en la medida en que estas tecnologías sean más asequibles, los gobiernos conseguirán mayores ahorros, lo que liberará fondos para otros objetivos de desarrollo.

¿Tiene sentido comercial la innovación ecológica?

Sí. Tal como vimos con nuestra campaña de 2004, Ecomagination, una empresa puede desarrollar una función cívica responsable al tiempo que obtiene beneficios económicos. De acuerdo con esta iniciativa, nos comprometemos a:

- impulsar la inversión en investigación y desarrollo (I+D) —por una suma de 1.500 millones de dólares de los EE.UU.— para producir bienes con un beneficio ecológico claro;
- aumentar los ingresos por ventas de estos productos — hasta 20 mil millones de dólares de los EE.UU.;
- reducir nuestras propias emisiones y consumo de energía; y
- ser transparentes y mantener informados a nuestros grupos de interés sobre los progresos, ya que creemos que el hecho de rendir cuentas fomenta comportamientos adecuados.

¿Qué papel desempeñan los gobiernos en la transición hacia una economía de bajo carbono?

Los gobiernos desempeñan un papel determinante a la hora de facilitar la transición hacia una economía de bajo carbono. Por ejemplo, el día en que se introduzca un impuesto sobre las emisiones de carbono, las empresas tomarán todas sus decisiones teniendo en mente su huella de carbono. Somos fervientes partidarios de un impuesto sobre las emisiones de carbono, y creo que este es el factor que mayor influencia va a tener sobre las empresas.



Fotos: © 2012 General Electric Company

El GE WattStationMR es un llamativo distribuidor de electricidad de líneas elegantes y fácil de usar que supone una nueva forma de suministrar energía para los vehículos eléctricos.

Los vehículos eléctricos tienen potencial para revolucionar el transporte. El uso generalizado requiere una red eléctrica de estaciones de carga modernas, accesibles, rápidas y fáciles de usar. La GE WattStationMR está concebida para ayudar a solucionar este problema.

Por cada 10.000 conductores que se pasen a la energía eléctrica, se reducirán las emisiones de CO₂ en 33.000 toneladas métricas por año, equivalente a las emisiones anuales de CO₂ de 6.500 vehículos tradicionales.

“La innovación inversa” constituye en este momento una parte importante del modelo operativo de GE. ¿Puede explicar en qué consiste?

Durante la última década, GE ha tenido una importante proyección en muchos países. La innovación inversa se produce cuando innovamos en un mercado en desarrollo en respuesta a una necesidad local específica (por ejemplo, una atención sanitaria asequible o un producto para potabilizar el agua) antes de adaptar y lanzar el producto en mercados más grandes y maduros. Nunca habíamos imaginado la enorme demanda que existe de productos creados de este modo. Al responder a las necesidades locales, hemos visto que muchas personas de otros lugares buscaban productos similares. Ahora desarrollamos estos productos en las regiones donde se ha producido la innovación y luego los exportamos a todo el mundo. Es una dinámica interesante y una de las ventajas de tener una presencia verdaderamente mundial.

¿Qué consecuencias tiene esto en la gestión de su propiedad intelectual?

Esto nos ha obligado a adoptar una infraestructura mundial de propiedad intelectual que se ajusta a la distribución geográfica de nuestras actividades. Mientras que en muchas empresas el personal de propiedad intelectual se encuentra en la sede central, en GE nuestros especialistas en propiedad intelectual están dispersos por unos 30 países. Debido a que nuestra infraestructura de propiedad intelectual coincide con nuestra actividad empresarial, podemos aprovechar la innovación que se lleva a cabo en determinadas regiones y adaptar nuestra estrategia de propiedad intelectual a la coyuntura local. Esto es más complicado y difícil de gestionar, pero creemos que es un modelo más eficiente para gestionar la propiedad intelectual de nuestra empresa.

¿Qué cambios le gustaría ver en el sistema de patentes?

Con una mayor armonización, veríamos rápidamente enormes aumentos de la eficiencia. Realmente tiene sentido: si tenemos un producto ya probado, no hacemos varias versiones para cada uno de los mercados. Los componentes básicos funcionan en todas partes, y lo demás ya no sería rentable. Lo mismo vale para el sistema de propiedad intelectual. No veo ninguna razón por la que queramos tener múltiples variaciones de un mismo sistema. Una mayor armonización y normalización supondría menores costos y una mayor rapidez del sistema. Todos saldríamos beneficiados.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta GE en materia de propiedad intelectual?

Hacer valer los derechos de manera adecuada es el primer reto al que nos enfrentamos desde el punto de vista de la propiedad intelectual. ¿Qué sentido tiene invertir millones de dólares en una cartera de propiedad intelectual y emprender costosas acciones judiciales contra empresas que, con bastante certeza, están infringiendo nuestros derechos, cuando

no hay ninguna garantía de obtener una compensación justa? Confiamos en que la reciente reforma de las patentes en los Estados Unidos ayude a paliar algunos de los problemas a que nos enfrentamos. Lo que no se esperaba son los progresos que están teniendo lugar en los países en desarrollo. No pasará mucho tiempo antes de que las empresas de los países en desarrollo pidan las mismas cosas que pedimos nosotros. Cuando eso suceda, se acelerará el ritmo del cambio.

¿Por qué es importante la propiedad intelectual para la innovación ecológica?

Hay diferentes tipos de innovación tecnológica ecológica. Cuando se trata de mejoras progresivas —veremos avances marginales en la tecnología de combustión hasta el final de los tiempos— los derechos de propiedad intelectual ayudan a recompensar a la empresa que invierte más y con mayor rapidez y que tiene los empleados más avisados. Este tipo de innovación conlleva un costo, y el sistema de propiedad intelectual ofrece algunas ventajas y beneficios para compensar ese costo.

Cuando hablamos de grandes avances, la propiedad intelectual es esencial. Por ejemplo, llevamos más de 10 años invirtiendo en la energía del hidrógeno, y hemos gastado millones de dólares a sabiendas de que no vamos a encontrar una solución en años. La primera hornada de patentes sobre cualquier cosa que inventemos nunca verá la luz del día, son costos no recuperables. Pero, sin la promesa de la protección mediante patente de verdaderas tecnologías innovadoras, probablemente no habríamos hecho esa inversión. Esperamos que la riqueza de conocimientos y experiencia técnica que estamos acumulando dé lugar con el tiempo a un avance decisivo que podamos comercializar con eficacia, porque estará protegido por derechos de propiedad intelectual. Si la propiedad intelectual no forma parte de las reglas del juego, las empresas se cerrarán en banda. Habrá menos colaboración, y el capital se desviará a otros sectores que ofrezcan un rendimiento más seguro a las inversiones.

Algunos analistas sostienen que la propiedad intelectual es un obstáculo para la innovación ecológica. No veo ninguna prueba de ello. Muchas de las tecnologías ecológicas, como las que pueden encontrarse en los automóviles, los motores a reacción o las turbinas de gas y eólicas, han estado en el mercado durante años. La mayoría de las tecnologías fundamentales llevan décadas exentas de patentes. Eso significa que hay varias empresas que hacen el producto, todas compitiendo por conseguir la mejora incremental. El simple hecho de que la empresa A tenga la patente de una turbina de gas no quiere decir que pueda impedir a la empresa B desarrollar su propia tecnología de turbina de gas más de lo que la empresa B puede impedir a la empresa A crear una turbina eólica. En el mercado de la tecnología ecológica, las empresas tienen que disputarse los clientes en base al precio y al rendimiento. Para mantener la ventaja competitiva, tienen que innovar más y con mayor rapidez. Si podemos, protegemos la innovación a través del sistema de propiedad intelectual, pero el hecho es que las cantidades desembolsadas al tratar de proteger la



Foto: © 2012 General Electric Company

propiedad intelectual del producto suponen un porcentaje muy pequeño del costo total, que viene a ser sobre todo el precio de los materiales y la mano de obra.

En general, el sector privado promueve alrededor del 70% de la innovación en todo el mundo. En el área de la tecnología ecológica, esta proporción se eleva al 80%, lo que significa que las empresas privadas financian 4 de cada 5 dólares de los EE.UU. que se invierten en I+D. Las empresas privadas están motivadas por el rendimiento de la inversión. Esa es la razón por la que la propiedad intelectual resulta tan esencial para impulsar la inversión en tecnología ecológica.

¿Qué papel desempeña la propiedad intelectual en la implantación de tecnologías?

Lo primero que un inversor de capital riesgo busca en una nueva empresa tecnológica es que la tecnología sea viable o esté acreditada, y que se encuentre protegida por derechos de propiedad intelectual. Los inversores quieren saber que cuando gastan 50 millones de dólares de los EE.UU. para sacar la tecnología al mercado no habrá otra empresa que pueda hacer una copia idéntica al día siguiente. La propiedad intelectual proporciona un incentivo importante para que empresas como GE inviertan en esas nuevas empresas tecnológicas y les ayuden a comercializar sus tecnologías. Muchas empresas tecnológicas de este tipo fracasan debido a que no disponen de los recursos para desarrollar e introducir un producto que funcione en el mercado. La propiedad intelectual ayuda a subsanar esa carencia.

¿Está GE adoptando un modelo de innovación colectiva?

Estamos experimentando con la innovación colectiva y, en la medida de lo posible, la estamos adoptando. Ahora bien, algunas tecnologías se prestan más fácilmente a un modelo de colaboración abierta que otras. En muchos de los sectores en los que innovamos no resulta tan sencillo de adoptar ese modelo. Por ejemplo, hay muchas personas inteligentes que pueden encontrar la manera de diseñar una infraestructura eléctrica mejorada, pero no hay tantas con quienes se pueda conversar a través de Internet acerca de los motores a reacción.

Un parque eólico de 100 MW tiene capacidad para generar más de 219.000 MWh de electricidad al año, evitando la emisión de más de 72.000 toneladas métricas de CO₂ de las redes eléctricas tradicionales de la UE. Esto es el equivalente a las emisiones anuales de CO₂ de más de 36.000 automóviles.

A veces existe la percepción errónea de que la innovación colectiva está exenta de derechos de propiedad intelectual, cosa que no es cierta en absoluto. La propiedad intelectual facilita la colaboración abierta y es parte importante de la ecuación. Pienso en la propiedad intelectual como un derecho de propiedad de fuerza ejecutoria. No es algo que se compre para no hacer nada al respecto. Se compra porque se tiene la intención de hacer algo con ello, y al ser su propietario se obtiene un rendimiento comercial. En última instancia, la propiedad intelectual estimula el proceso de comercialización.

¿Qué conclusiones ha extraído de GE de su experiencia con la tecnología ecológica?

En el ámbito de la propiedad intelectual, hemos extraído varias conclusiones, entre otras:

- La importancia de la formación en materia de propiedad intelectual. En el área de las tecnologías medioambientales, por ejemplo, muy pocas personas conocen cómo funciona el sistema de propiedad intelectual o han pensado sobre su papel en la promoción del desarrollo y la implantación de tecnologías ecológicas.
- Hemos demostrado empíricamente que la propiedad intelectual es una fuerza positiva y motivadora en el sector de la tecnología ecológica y que el sector privado tiene un papel importante y positivo que desempeñar en el desarrollo de mejores productos a precios más atractivos. Hemos demostrado que hay una manera más adecuada, más limpia y más fácil de llegar a una solución.
- También hemos aprendido lo frustrante que puede llegar a ser cuando uno se queda atascado, debido a consideraciones políticas; es realmente muy duro. Gran parte de los beneficios que estamos buscando en el debate sobre el cambio climático requieren una solución política.

¿Cuándo será realidad la reducción del uso del carbono?

Creo que hay dos situaciones posibles. En primer lugar, eso se producirá cuando la tecnología le tome la delantera a la política y nos lleve a un punto donde la gente vea que, con la inversión adecuada, podemos comprometernos con un enfoque de bajo consumo de carbono sin hacer saltar la banca, y que es la manera adecuada de proceder. Por otra parte, ese día llegará cuando haya pruebas irrefutables de que el cambio climático es una realidad. En ese momento, la gente tendrá que aceptar dicha realidad y la política hará lo que le corresponda. En cualquiera de los casos, estoy seguro de que con el tiempo esos objetivos se harán realidad. ♦



Foto: © 2012 General Electric Company

Las bombillas fluorescentes compactas con casquillo de rosca de GE, Energy Smart,[™] tienen una vida más larga y consumen menos electricidad que las bombillas incandescentes a las que sustituyen, lo que da lugar a menores emisiones de CO₂ de la red eléctrica. Por ejemplo, GE estima que si todos los hogares de los EE.UU. sustituyeran tan sólo una bombilla incandescente de 60 vatios por una bombilla fluorescente compacta de 13 vatios, se evitarían aproximadamente 1,8 millones de toneladas métricas de emisiones de CO₂ por año de la red eléctrica, equivalente a las emisiones anuales de CO₂ de 349.000 automóviles.

El enfoque británico sobre la protección del VALOR DEL DISEÑO

Por **Dids MacDonald**,
Directora General de ACID
(Anti-Copying in Design)



Foto: ACID

El diseño, ya sea icónico o “cotidiano”, está en todas partes. Se estima que en el Reino Unido hay 232.000 diseñadores que trabajan en unas 55 disciplinas del diseño. El diseño es un elemento que contribuye de manera importante a la economía de ese país. Las numerosas microempresas y pequeñas empresas que conforman este sector altamente productivo generan unos 33 mil millones de libras esterlinas al año, lo que supone alrededor del 2,4% de la economía del Reino Unido.

Estas empresas constituyen una parte importante del pujante sector de las industrias creativas, que representa un 8,2% del producto interno bruto (PIB) del Reino Unido y experimenta una expansión anual del 4% aproximadamente. Los diseñadores profesionales forman el hilo conector de todos los sectores de la industria creativa. Tanto en la publicidad, los juegos de ordenador y vídeo, como en la artesanía y la moda, la música y las artes escénicas, así como en los programas de computadora y la ingeniería, el diseño es un elemento fundamental. El país obtiene cada vez más ingresos del diseño de productos de éxito que de su fabricación. Teniendo en cuenta la contribución decisiva que aportan los diseñadores a la economía del Reino Unido, es muy importante que dispongan de los medios necesarios para proteger fácilmente su trabajo creativo, en especial sabiendo el daño que provoca la copia no autorizada de sus diseños.

MANTENER LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

El Reino Unido goza de fama mundial por su excelencia en el diseño y la innovación, y los diseñadores británicos están en vanguardia de la innovación responsable desde las perspectivas sociales y sostenible desde el punto de vista ecológico. El diseño de comunicación sigue siendo la disciplina dominante en el país, seguido del diseño digital y de multimedia. El diseño es un catalizador de la innovación y un ingrediente esencial para lograr y mantener ventajas competitivas. La excelencia en el diseño es uno de los sellos distintivos de la “marca británica”. Mejorar el conocimiento de la propiedad intelectual entre los dos millones de organizaciones que forman el sector de la industria creativa del Reino Unido resulta indispensable si se quiere mantener la competitividad de los diseñadores del país.

También resulta prioritario hacer comprender y dar a conocer más adecuadamente el potencial económico del diseño y la creatividad entre los responsables políticos y los usuarios, tanto organizaciones públicas como privadas. Actualmente existe la tendencia preocupante a subestimar a los diseñadores profesionales, tal como demuestra la práctica de la “apropiación no remunerada”, es decir, la obtención de servicios de diseño sin pagar por ello, en la contratación pública y en la privada.

La empresa Temple Island Collection ganó una acción judicial contra la empresa English Teas para proteger su famoso diseño del autobús rojo con la ayuda del banco de datos de diseños de ACID.

Las infracciones de la propiedad intelectual van en aumento, pero las microempresas o las pequeñas y medianas empresas (Pymes) tienen pocas posibilidades de hacer valer sus derechos.

ACID acoge con satisfacción la evaluación que ha llevado a cabo recientemente el gobierno del Reino Unido de la necesidad de reformar el marco regulatorio de la propiedad intelectual del Reino Unido con relación al diseño, que es excesivamente complejo, a partir del informe del profesor Hargreaves titulado "Digital Opportunity: A Review of Intellectual Property and Growth" (véase www.wipo.int/wipo_magazine/es/2011/06/article_0004.html). Este informe subraya la necesidad de "reexaminar en profundidad la propiedad intelectual y el diseño", habida cuenta de su importancia económica como "la mayor fuente de inversiones inmateriales de la economía".

LA LEGISLACIÓN VIGENTE

En el Reino Unido, la protección del diseño es un complejo mosaico de derechos que se solapan entre sí. Existen distintos derechos sobre diferentes formas de diseño, con niveles desiguales de protección, que difieren en los requisitos para demostrar la infracción y en las sanciones impuestas. Esto hace que a los diseñadores les resulte difícil proteger eficazmente sus intereses.

La mayoría de los diseñadores confían en los derechos de propiedad intelectual que surgen de forma automática (derechos de autor, en el Reino Unido y la UE, los derechos sobre diseños no registrados y la reputación de un nombre comercial o presentación distintiva), si bien existen otros derechos formalmente registrados (patentes, diseños o marcas registradas).

En el Reino Unido y la Unión Europea, los derechos sobre los diseños, estén o no registrados, ofrecen protección a la apariencia de un producto en su conjunto y no sólo a sus elementos tridimensionales. Pueden protegerse tanto los colores, como los materiales, los diseños de superficie y la forma.

Sin embargo, los diseñadores no gozan de las mismas ventajas que otros creadores. En el Reino Unido, quienes se valen únicamente de los derechos sobre diseños no registrados gozan de 10 años de protección (durante los últimos cinco años de vida del derecho sobre el diseño las licencias pueden obtenerse de oficio) y de tres en Europa, en tanto que las obras sujetas a derechos de autor están protegidas durante toda la vida del autor, a lo que se suman otros 70 años. La Digital Economy Act (Ley sobre la economía digital) de 2010 ofrece recursos ante la infracción de los derechos de autor en Internet y obliga a los proveedores de servicios de Internet a advertir a quienes utilicen sus servicios de que no infrinjan los derechos de autor (como descargar música ilegalmente) y a comunicar los pormenores de la infracción a los titulares de los derechos de autor, si así se solicita. El Ministro del Interior del Reino Unido también puede ordenar a los proveedores de



Foto: Atelier Areti



Foto: Stuart Melrose, Ltd.

Ejemplos de diseños de miembros de ACID:

Lámpara *Black Bird*, diseñada por Atelier Areti: www.atelierareti.com

La mesa *Apollo*, diseñada por Stuart Melrose, Ltd.: www.stuartmelrose.com

servicios de Internet que, por ejemplo, suspendan los servicios a los infractores. Parece que sería adecuado disponer de medidas similares para proteger los intereses de los diseñadores.

PROBLEMAS FRENTE A LA OBSERVANCIA

A tenor de la legislación vigente en el Reino Unido, la copia no autorizada de un diseño no se considera delito penal. Por tanto, el único recurso del diseñador es iniciar un procedimiento civil, algo que no sucede en el caso de la infracción del derecho de autor.

El mayor problema que afrontan los diseñadores (tanto del Reino Unido como de todo el mundo) es que las pequeñas empresas de diseño no disponen ni del tiempo ni de los recursos financieros necesarios para emprender acciones judiciales. Además, la mayoría de los diseñadores dependen de derechos no registrados o informales. Esta situación de David contra Goliat se ve agravada por los bajos niveles de sensibilización que existen sobre la propiedad intelectual, por lo

Acerca de ACID

ACID es una organización de afiliados que representa a más de mil empresas, fundamentalmente microempresas y Pymes procedentes de 25 sectores industriales. Está comprometida con la sensibilización sobre la propiedad intelectual y el fomento del respeto de los derechos de propiedad intelectual como parte de la responsabilidad social corporativa. Su logotipo se ha convertido en un férreo símbolo de la protección del diseño. ACID ayuda a proteger a sus miembros de los daños financieros de consecuencias nefastas que puede causar la infracción de los derechos de propiedad intelectual, y trabaja para influir en la política de diseño con el fin de crear un entorno comercial seguro que permita el crecimiento sostenido del sector. La organización procura fomentar la creación de propiedad intelectual como fuerza positiva para el crecimiento económico y el empleo.

Apoyo práctico

En términos prácticos, ACID ayuda a los diseñadores proporcionando acceso gratuito a un banco de datos de diseño, que actualmente contiene alrededor de 300.000 copias de diseños de los miembros. Si bien el uso del banco de datos no añade ningún derecho a los derechos de propiedad intelectual vigentes, y nunca sustituirá al registro oficial, su uso sí que sienta una base de prueba independiente de la existencia de un diseño en una fecha determinada. Esto puede ser útil para demostrar que se goza de derechos de propiedad en caso de infracción.

Recientemente, un miembro de ACID, Temple Island Collection, interpuso una demanda contra New English Teas por la copia no autorizada de su icónica imagen "Red Bus". El banco de datos de diseño fue utilizado como parte de una auditoría de diseño para fundamentar las pretensiones de propiedad de Temple Island sobre el diseño. ACID presentó ante el tribunal una declaración escrita que confirmaba que la imagen había sido registrada en el banco de datos de diseño en una fecha determinada.

Los bufetes de abogados acreditados por ACID han recuperado para sus miembros más de 3 millones de libras esterlinas en costas y daños y perjuicios en más de 450 transacciones extrajudiciales. Estas transacciones son publicadas en la prensa especializada del sector (www.acid.eu.com/news/) como parte de una campaña permanente de sensibilización pública.

El rastreador de propiedad intelectual de ACID, IP Tracker, ofrece a los diseñadores un método de seguimiento sencillo y rentable del envío por correo electrónico a terceros de información confidencial relacionada con la propiedad intelectual. Con harta frecuencia, las ideas de diseño corren peligro de ser robadas en esta fase. El diseñador Sebastian Conran señala que "una consecuencia no deseada de la tecnología digital es la difusión y el robo de identidades, ideas y diseños... Demostrar la titularidad de la propiedad intelectual es el fundamento de su protección, y el rastreador de propiedad intelectual de ACID constituye una prueba inequívoca de la transferencia digital de archivos de manera sencilla, eficaz y efectiva".

Los profesionales del diseño pueden beneficiarse del asesoramiento de un especialista en propiedad intelectual al que puede accederse a través de los seminarios de propiedad intelectual de ACID. Las empresas asociadas a ACID pueden disfrutar de un examen de su estrategia de propiedad intelectual, junto con asesoramiento sobre la forma de mejorar las comunicaciones sobre propiedad intelectual en toda la cadena de producción y distribución.

Reconociendo que las ferias y exposiciones son uno de los medios más valiosos, aunque vulnerables, para el lanzamiento de nuevos productos, hace unos 15 años la organización puso en marcha la iniciativa denominada "organizador acreditado de exposiciones". Hasta la fecha, se han resuelto satisfactoriamente más de 2.500 mediaciones. Cuando se detecta una imitación, ACID interviene con un protocolo de mediación efectivo. Más del 70% de las controversias se resuelven en el acto y en muchos de los demás casos se pacta una transacción por escrito antes de iniciar cualquier procedimiento judicial. Esta es una prueba clara de que existen alternativas eficaces a las costosas acciones judiciales.

Foto: Temple Island Collection



Dids Macdonald, Directora General de ACID, cree que “es muy importante que los diseñadores dispongan de los medios para proteger fácilmente su trabajo creativo, en especial sabiendo el daño que provoca la copia no autorizada de sus diseños”.

que resulta absolutamente indispensable mejorar la formación en materia de propiedad intelectual, así como el conocimiento de los derechos de propiedad intelectual.

Los diseñadores tienen facilidad para establecer nuevas tendencias y crear el “espíritu de la época”, razón por la que las buenas ideas siempre se copian. En una encuesta realizada recientemente por ACID, se indica que el 89% de los diseñadores de productos cree que las infracciones se producen de forma flagrante y deliberada, y sin duda de manera no accidental, como a veces se sugiere.

EL FUTURO DEL DISEÑO

La erosión continua de los mercados de diseño industrial debido a la copia ilícita tendrá un efecto devastador sobre las economías de todo el mundo a menos de que se actúe inmediatamente. Si bien los gobiernos son cada vez más conscientes de la importancia económica de la propiedad intelectual, todavía queda mucho por hacer para que los diseñadores de todo el mundo puedan hacer lo que mejor saben hacer, es decir, diseñar e innovar, y recibir un rendimiento por su inversión, de manera que puedan continuar su trabajo y generar crecimiento y desarrollo.

ACID cree que, además de velar por el desarrollo favorable del ordenamiento jurídico en materia de propiedad intelectual, hay mucho que ganar al desarrollar un enfoque más práctico y aplicado para abordar los problemas que afrontan las pequeñas empresas creativas. Así, por ejemplo, este año ACID está relanzando su campaña “Commission it, Don’t copy it” (encárgalo, no lo copies) para animar a los departamentos de compras al por menor a apoyar el diseño del Reino Unido mediante el encargo de trabajos directamente a los diseñadores. En esta situación beneficiosa para todas las partes,

el diseñador recibe una regalía, el minorista utiliza su poder de compra para producir el producto encargado de manera rentable, al tiempo que se crea una serie única de firmas de diseño del Reino Unido, y los consumidores hacen un excelente negocio sabiendo que están comprando un diseño original y apoyando a los diseñadores británicos.

Mejorar la educación y la divulgación en materia de propiedad intelectual, así como las campañas de comunicación, para alentar a las empresas a fortalecer las estrategias de responsabilidad social corporativa y aumentar la sensibilidad respecto de la propiedad intelectual son áreas en las que ya se puede actuar. Al fin y al cabo, un mayor conocimiento de los derechos de propiedad intelectual es un elemento clave para impedir el robo de diseños.

La innovación a través del diseño y la creatividad se produce a un ritmo increíblemente rápido. Si queremos aprovechar todo el potencial económico y de empleo del sector creativo, es preciso subrayar el papel que desempeña la creatividad en la innovación, las empresas y la comercialización. Esto permite traducir el diseño en propiedad intelectual comercializable. Para ello, los diseñadores deben poder acceder a un marco jurídico de propiedad intelectual fácil de usar, los daños y perjuicios deben fijarse a niveles que disuadan a los infractores reincidentes, y los intermediarios de propiedad intelectual deben estar capacitados para apoyar a las pequeñas empresas en la implantación de estrategias dinámicas de propiedad intelectual. Con estas tres medidas podría avanzarse un largo trecho para estimular el crecimiento y hacer más seguros los puestos de trabajo. Si bien el diseño sigue siendo un héroe anónimo en el dinámico sector de las industrias creativas, ACID sigue aprovechando cualquier oportunidad de poner de relieve la contribución económica decisiva que hacen los diseñadores, tanto en el Reino Unido como en el resto del mundo. ♦

LOS NUEVOS PARÁMETROS DE LA INNOVACIÓN

La innovación constituye un motor central del crecimiento, del desarrollo económico y de la creación de mejores puestos de trabajo. Asimismo, permite a las empresas competir en el mercado mundial y encontrar soluciones a los problemas tecnológicos y económicos. Tras la publicación del Informe mundial de propiedad intelectual de la OMPI en noviembre de 2011, la Revista de la OMPI inicia una nueva serie de artículos donde se examinan las nuevas tendencias de la innovación desde una perspectiva económica. En este primer artículo, el autor analiza los nuevos parámetros de la innovación y la evolución del uso de la propiedad intelectual para abrirse paso por el terreno de la innovación.

CAMBIOS EN LA GEOGRAFÍA DE LA INNOVACIÓN

A lo largo de la historia, no han dejado de evolucionar los parámetros de la innovación, es decir, “quiénes innovan”, “cómo innovan” y “para qué innovan”. Comprender esos cambios es sumamente importante para garantizar un entorno normativo favorable.

En algunos estudios se estima que en los países de ingresos altos, la innovación, es decir, el acto de crear nuevos productos o procesos, representa hasta el 80% del crecimiento de la productividad de la economía en su conjunto. En el ámbito empresarial, las empresas que innovan obtienen mejores resultados que las empresas que no lo hacen, e impulsan el crecimiento económico.

Los datos relativos a la investigación y el desarrollo (I+D) y los modelos de inversión ofrecen algunas ideas interesantes sobre las nuevas tendencias en la innovación. Si bien los países de ingresos altos siguen dominando el gasto mundial en I+D, se está estrechando la brecha tecnológica entre países ricos y pobres, y cada vez se está internacionalizando más la innovación.

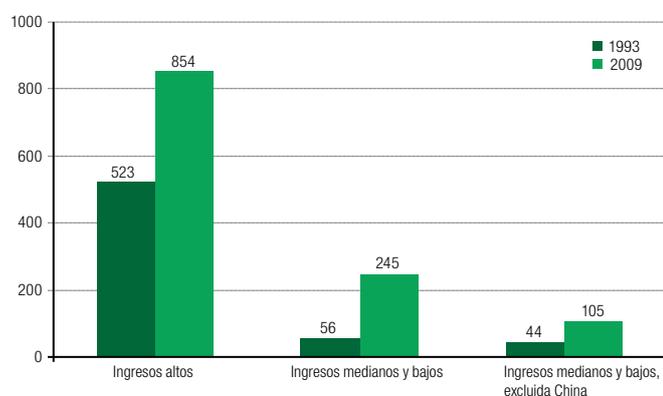
Entre 1993 y 2009, el gasto mundial en I+D prácticamente se duplicó en términos reales. Puesto que durante este mismo período también se produjo un fuerte crecimiento de la economía mundial, el porcentaje de producto interno bruto mundial dedicado a la I+D se incrementó más modestamente, del 1,7% en 1993 al 1,9% en 2009.

Los datos sobre I+D también ponen de manifiesto que la proporción del gasto del PIB destinado a I+D en países de ingresos altos —alrededor del 2,5%— es más del doble que la de los países de ingresos medios, y representa aproximadamente un 70% del gasto mundial en I+D. También indican que los países de ingresos bajos y medianos aumentaron su participación en el gasto mundial en I+D en un 13% entre 1993 y 2009. China representa más del 10% de este aumento, lo que sitúa a este país como el segundo país del mundo que más dinero destinó a I+D en 2009, superando al Japón por primera vez.

COMPLEMENTARY RESEARCH-BASED MARKET VALUATIONS OF FIRMS IN STANDARD & POOR'S 500 INDEX INDICATE THAT INTANGIBLE ASSETS ACCOUNT FOR AROUND 80 PERCENT OF THE AVERAGE FIRM'S VALUE.

Figura 1: El gasto en I+D está concentrado principalmente en los países de ingresos altos

Gasto mundial en I+D en 1993 y 2009, por grupos de ingresos, en dólares equiparados al poder adquisitivo de 2005



Nota: Los datos sobre I+D se refieren al gasto interno bruto en I+D. El grupo de ingresos altos comprende 39 países, y el grupo de ingresos medianos y bajos, 40 países. La paridad del poder adquisitivo se obtiene mediante las tasas de conversión de divisas que se convierten a una moneda común e igualan el poder adquisitivo de diferentes monedas.

Fuente: Estimaciones de la OMPI, a partir de datos del Instituto de Estadística de la UNESCO, Eurostat y la OCDE, septiembre de 2011.

Sin embargo, el gasto en I+D es sólo una cara de la moneda. El rendimiento de la innovación en las economías depende de una inversión más general en los conocimientos, más allá del gasto formal en I+D, en la que figura especialmente la inversión en la educación y la introducción de nuevos equipos.

La innovación no tecnológica, es decir, la innovación en materia de organización, comercialización, diseño y logística, es también un importante potenciador de la productividad. La creciente importancia del conocimiento como fuente de valor —y la propiedad intelectual como medio de aprovechamiento de ese valor— se refleja en el rápido crecimiento de la inversión de las empresas en activos intangibles, que en algunos países está superando a la inversión en activos tangibles. La evaluación complementaria (basada en investigaciones) del valor de mercado de las empresas del índice Standard & Poor's 500 indica que los activos intangibles representan alrededor del 80% del valor medio de una empresa.

LA CRECIENTE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA INNOVACIÓN

La creciente movilidad de los estudiantes, de trabajadores especializados y de científicos fomenta el intercambio internacional de conocimientos. El elevado aumento del porcentaje de artículos científicos y técnicos que entrañan la colaboración de autores de países distintos, así como la proporción cada vez mayor de patentes de invenciones en las que figuran inventores de más de un país, son una prueba más de esta tendencia.

Cada vez hay más empresas multinacionales que crean instalaciones de I+D en diferentes países, y determinados países de ingresos medianos experimentan un crecimiento muy rápido. Entre las mil empresas que más gasto destinan a I+D en el mundo hay un pequeño número de multinacionales de países de ingresos medianos, principalmente de China y la India, que llevan a cabo una I+D comparable a la de las multinacionales de países de ingresos altos. La creciente influencia económica de esos países está dando lugar a la denominada innovación "frugal", "inversa" o "por goteo", que hace hincapié en el desarrollo de productos destinados a satisfacer las necesidades de los consumidores en estos mercados. Si bien sus efectos económicos todavía no están claros, esta nueva tendencia ya está influyendo en las estrategias de gestión de la propiedad intelectual de las empresas (véase el artículo de la página 8).

¿Está aumentando la innovación colectiva y en colaboración?

Un elemento muy debatido del nuevo paradigma de la innovación es que los procesos de innovación son cada vez más colaborativos. Si bien se ha hecho hincapié en que la innovación tiene un carácter cada vez más "colectivo", evaluar la verdadera magnitud e importancia de la innovación colectiva no es tarea exenta de dificultades. Por un lado, resulta difícil establecer una clara distinción entre las estrategias de innovación colectiva y las alianzas de colaboración ya aplicadas en el pasado. Asimismo, resulta difícil seguir el rastro de la implantación de las estrategias de innovación "colectiva" dentro de las propias empresas.

Si bien algunos hechos parecen demostrar que se produce una mayor colaboración, como la creciente tendencia al copatentamiento a nivel internacional y a la formación de alianzas de I+D en algunos sectores, está claro que la colaboración formalizada está lejos de ser la norma.

Abundan ejemplos de nuevos enfoques, principalmente las iniciativas de tercerización masiva, los premios y concursos, y las plataformas de Internet en las que las empresas plantean problemas. La innovación colectiva y la propiedad intelectual a menudo son complementarias en estos contextos, en el sentido de que las plataformas de innovación colectiva por lo general comparten reglas similares sobre la cesión de la propiedad intelectual y la propiedad de las ideas generadas. La propiedad intelectual puede ser asumida por la empresa que plantea la iniciativa como parte del premio en metálico, o bien estar sujeta a un acuerdo contractual de concesión de licencias o de otra índole.

LA TITULARIDAD DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

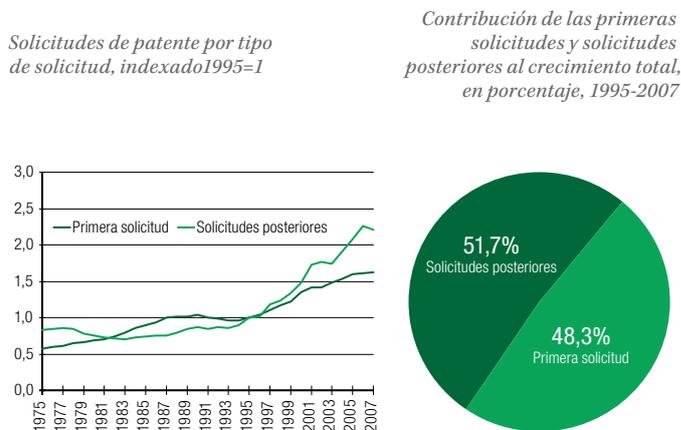
En los últimos años, a medida que la titularidad de activos de propiedad intelectual ha pasado a adquirir mayor importancia en las estrategias de las empresas innovadoras, la política de propiedad intelectual se ha convertido en uno de los ejes de toda política de innovación.

Las últimas estadísticas sobre propiedad intelectual publicadas por la OMPI en diciembre de 2011 apuntan a una creciente demanda de solicitudes de patente, que ha pasado de 800 mil solicitudes en todo el mundo a principios de 1980 a una estimación cercana a los 2 millones en 2010. Este aumento se ha producido en diferentes oleadas, impulsado por el Japón en la década de 1980, después por los Estados Unidos de América, Europa y la República de Corea en la década de 1990 y, más recientemente, por parte de China.

Aunque existen muchas explicaciones para este rápido crecimiento, algunas de las cuales son específicas de los países y los sectores, cabe destacar dos tendencias principales, a saber:

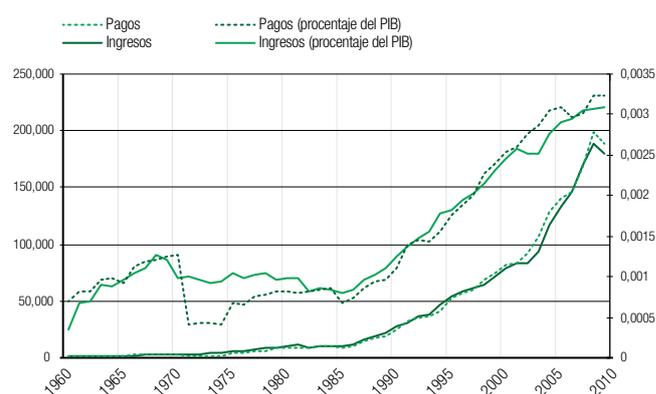
- La creciente integración económica y una tendencia entre los solicitantes a buscar la protección por patente en el extranjero. El análisis de la actividad de patentamiento en todo el mundo en función de las denominadas primeras solicitudes (la primera vez que se presenta una solicitud de patente en cualquier parte del mundo) y las solicitudes posteriores de la misma invención en otros países indica que éstas últimas representan algo más de la mitad de ese crecimiento en los últimos 15 años.
- El crecimiento de la inversión de fondo en conocimientos. La comparación del crecimiento en el número de primeras solicitudes con el aumento en el gasto real en I+D indica que, para el mundo en su conjunto, ha crecido más rápido el gasto que las solicitudes. Esto da a entender que el crecimiento del patentamiento se

Figura 2: El patentamiento en otros países es el principal motor del aumento de las solicitudes de patente en todo el mundo



Fuente: OMPI (2011). The Surge in Worldwide Patent Applications, PCT/WG/4/4. Estudio preparado para el Grupo de Trabajo del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT). Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Figura 3: Pagos e ingresos en concepto de regalías y licencias en alza en el plano internacional



Pagos e ingresos en concepto de tasas por regalías y licencias, en millones de dólares EE.UU. (izquierda) y como porcentaje del PIB (derecha), 1960-2009

Nota: Los datos del PIB proceden del Banco Mundial.

Fuente: OMPI, a partir de datos publicados en Athreye, S. y Yang, Y. (2011). Disembodied Knowledge Flows in the World Economy. Working Paper Series of the Economics and Statistics Division. Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

basa en la inversión de fondo en conocimientos. Dicho esto, las pautas de patentamiento y de I+D varían considerablemente entre países y sectores, con importantes repercusiones sobre cómo innovan las empresas.

La demanda de otros derechos de propiedad intelectual también ha experimentado un crecimiento notable. Las solicitudes de registro de marca en todo el mundo aumentaron de un millón por año a mediados de la década de 1980 a cerca de 3,7 millones en 2010. Del mismo modo, las solicitudes de registro de diseños industriales de todo el mundo aumentaron a más del doble, desde alrededor de 290.000 en 2000 a 650.000 en 2010.

AUMENTO DE LOS MERCADOS DE CONOCIMIENTOS BASADOS EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL

La cada vez más frecuente concesión de licencias de derechos de propiedad intelectual y la aparición de nuevos intermediarios en los mercados de tecnología apuntan a un incremento de los mercados de conocimientos basados en la propiedad intelectual y a un aumento en el comercio de la propiedad intelectual en las últimas décadas. En términos nominales, los ingresos internacionales en concepto de tasas por regalías y licencias aumentaron de 2.800 millones de dólares de los EE.UU. en 1970 a 27.000 millones de dólares en 1990, y aproximadamente a 180.000 millones de dólares en 2009, lo que supera el crecimiento del PIB mundial.

Los intermediarios de los mercados de tecnología llevan existiendo muchos años, pero están aumentando los nuevos "creadores de mercados", como las cámaras de compensación, los intercambios, las subastas y las empresas de corretaje de propiedad intelectual. Las universidades y los organismos públicos de investigación también están creando cada vez más oficinas de transferencia de tecnología para aprovechar su propiedad intelectual.

Sin embargo, siguen estando en estado embrionario las dimensiones y el alcance del comercio de la propiedad intelectual. Los datos disponibles indican que en la mayoría de los países las empresas suelen conceder licencias sobre menos del 10% de sus patentes, y que los ingresos en concepto de tasas por regalías y licencias oscilan entre el 1% y el 3% de los ingresos totales. Si bien los mercados de tecnología son pequeños con relación a los ingresos de las empresas o de la producción económica general, cada vez influyen más en la forma en que se lleva a cabo la innovación, y, por tanto, merecen una atención especial.

LAS NUEVAS POLÍTICAS Y PRÁCTICAS EN MATERIA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

El cambio en el panorama de la innovación está poniendo en tela de juicio antiguas prácticas empresariales. Las empresas tienen que adaptarse para seguir siendo competitivas. Más allá del aumento del uso de los mercados de los conocimientos y de los nuevos intermediarios de propiedad intelectual, las empresas y otras organizaciones también están experimentando con nuevas políticas y prácticas de propiedad intelectual. Entre ellas figuran las siguientes:

- Comunicación pública sin patentes: Algunas empresas optan por publicar los pormenores de las invenciones que no tienen intención de patentar. La publicación defensiva de las divulgaciones técnicas levanta el velo del secreto sobre tecnologías potencialmente importantes y evita asimismo que otros traten de obtener patentes basadas en esas ideas (véase, por ejemplo, la base de datos Prior Art Database de IP.com (<http://priorartdatabase.com/>)).

- Las donaciones de propiedad intelectual: Una empresa puede dar a conocer parte de su propiedad intelectual al público, a otras empresas o a innovadores. Esto puede suceder cuando la empresa donante no considera valiosa económicamente la propiedad intelectual o si la invención requiere una mayor labor de desarrollo que no está dispuesta a asumir. Estas donaciones también pueden tener por fin obtener beneficios sociales más generales. Así, por ejemplo, en el marco de la iniciativa de la OMPI WIPO Re.search, varias empresas decidieron poner determinados activos de propiedad intelectual a disposición de los investigadores para acelerar el desarrollo de terapias para las enfermedades tropicales desatendidas, el paludismo y la tuberculosis (véase www.wipo.int/wipo_magazine/es/2011/06/article_0001.html).
- Colaboración con las universidades: Cuando tratan con las universidades, las empresas aplican cada vez más su creatividad en la formulación y la aplicación de sus políticas de propiedad intelectual, tratando de fomentar la cooperación y de asegurar el control (piénsese, por ejemplo, en las alianzas de Philips con hospitales universitarios para desarrollar diversas soluciones sanitarias. Véase www.healthcare.philips.com/main/about/Company/partners/university_hospitals/index.wpd).
- Los consorcios de patentes: Recientemente, se han creado diversos consorcios de patentes para hacer frente a problemas de salud, medioambientales y otro tipo de problemas sociales que están demostrando ser beneficiosos para los titulares de patentes y el conjunto de la sociedad. Estos acuerdos permiten la introducción de nuevas tecnologías y promueven la compatibilidad de diferentes tecnologías. Por ejemplo, varias empresas de tecnologías de la información han creado el consorcio Eco-Patent Commons para poner a disposición pública patentes relacionadas con el medio ambiente.

Mientras que algunas tendencias de la innovación se conocen bien, merece la pena seguir examinando otras. No cabe duda de que los parámetros de la innovación seguirán evolucionando en los próximos años. Algunas de las tendencias es probable que se mantengan, y otras aparecerán por sorpresa. Por consiguiente, resulta indispensable que los responsables políticos, los empresarios y los investigadores permanezcan vigilantes ante las arenas movedizas de la innovación, a fin de velar por la evolución constante de un marco normativo favorable y la aplicación de estrategias eficaces de gestión de la propiedad intelectual. ♦

El Informe mundial de la propiedad intelectual 2011 - Los nuevos parámetros de la innovación está disponible en www.wipo.int/econ_stat/en/economics/wipr.

UNA EDITORIAL

gana una demanda de derechos
de autor sobre información
de carreras de caballos

*Por el Dr. Stanley Lai,
Asesor principal de Allen &
Gledhill LLP, Singapur*





El pasado verano, en una decisión histórica, el Tribunal de Apelación de Singapur, instancia suprema del país formada por tres magistrados, dictaminó que los derechos de autor sólo pueden conferirse a una persona y no a una sociedad mercantil. La decisión se produjo tras una larga batalla legal entre los editores de dos revistas de Singapur dedicadas a las carreras de caballos, Racing Guide, publicada por Asia Pacific Publishing (el apelante) y Punters' Way, publicada por Pioneers and Leaders (el apelado). El autor, que trabajó en el caso, explica la decisión y sus posibles repercusiones para casos similares de derechos de autor en el futuro.

ANTECEDENTES

En 2007 y 2008, Pioneers and Leaders (P&L) interpuso una demanda contra Asia Pacific Publishing (APP) por infracción de derechos de autor e imitación fraudulenta. En julio de 2010, el Tribunal Superior dictaminó que APP había infringido los derechos de autor en relación con la selección y organización de unas tablas de datos que aparecían en Punters' Way. Ambas revistas obtenían la información de las carreras del Singapore Turf Club. Desde junio de 2007, y durante cerca de un año, cada una de ellas reproducía la información sobre las carreras de la misma manera, es decir, en cuatro tablas, una para el programa de la carrera, otra para los resultados, otra para el trabajo de pista y otra para los resultados anteriores. Si bien Racing Guide inicialmente rechazó una carta de intimación de Punters' Way para el cese de esa práctica, dos meses más tarde modificó sus tablas. Sin embargo, el Tribunal Supremo estimó que APP era responsable de fraude de imitación al haber adoptado un código de color y un aspecto en su guía similares a los utilizados por su competidora. Avaló la pretensión de P&L de que estas similitudes habían confundido y engañado al público y que Racing Guide estaba tratando de imitar a Punters' Way. En lo que resultó más polémico, el Tribunal Superior dictaminó que una empresa podía ser la autora de una obra original susceptible de ser protegida por derechos de autor. APP apeló la decisión del Tribunal Supremo y obtuvo un fallo favorable.

EL TRIBUNAL DE APELACIÓN REVOCA EL FALLO

En agosto de 2011, el Tribunal de Apelación revocó la decisión del Tribunal Supremo. En sus deliberaciones, valoró si P&L era la autora de las tablas que aparecían en Punters' Way y si tenía derecho a reclamar la protección de los derechos de autor. P&L no había declarado que las tablas de las carreras eran una obra de colaboración entre sus empleados, sino que la propia empresa era la autora de la obra. Había afirmado ser la única autora de las tablas, no la propietaria de los derechos de autor sobre las tablas.

El Tribunal de Apelación estableció una distinción entre la autoría y la propiedad. Consideró que no son sinónimos, en el sentido de que la autoría se refiere al acto de creación, en tanto que la propiedad se refiere a la posesión de los derechos de propiedad. Un autor no es necesariamente el propietario, y el propietario no es necesariamente el autor. El Tribunal de Apelación dijo que, en definitiva, a los efectos de la Ley de derecho de autor, los autores tenían que ser personas vivas. Sostener lo contrario iría en contra de otros artículos de la Ley de derecho de autor, en particular la duración de la protección. El Tribunal dijo que las empresas no pueden pretender un monopolio perpetuo de la propiedad de los derechos de autor sobre la base de una afirmación de la autoría. Esto, señaló, se ve reforzado por la decisión del Tribunal Federal de Apelación de Australia en el asunto de Telstra Corporation Limited contra Phone Directories Company Pty Ltd [2010] FCAFC 149 en [100], [134], en el que dos miembros del tribunal declararon de manera inequívoca que, según el derecho australiano, un autor tenía que ser un autor humano.



Foto: courtesy Asia Pacific Publishing

El Tribunal de Apelación de Singapur concluyó que los editores de Racing Guide no eran culpables de una infracción del derecho de autor o de imitación fraudulenta.



Foto: iStock © Charles Mann

¿EXISTE UN AUTOR IDENTIFICABLE?

El Tribunal examinó si, de acuerdo con los hechos presentados, podía identificarse un autor natural. Era evidente que la recogida de datos sobre las carreras de caballos (los nombres de los caballos y los jockeys, su historial en pista), y su organización y selección, estaba informatizada o compilada por distintas personas. La responsabilidad y la contribución de cada persona (que no se habían descrito en este caso) no eran suficientes para considerar a cada persona en cuestión autora de las tablas. Esas contribuciones habían facilitado la elaboración de los datos, pero eso no equivalía a una colaboración creativa.

El Tribunal también dijo que, en los casos en los que existe un alto grado de automatización, no puede decirse que se haya producido una obra original, por la sencilla razón de que no hay ningún autor humano identificable. La proposición fundamental estaba clara: el apelante no había podido identificar a un autor o autores, y los derechos de autor no pueden protegerse sin un autor humano. El Tribunal continuó diciendo que aun suponiendo, a efectos de la argumentación, que los empleados del apelado tuviesen un papel de autoría en las compilaciones, las pruebas no demostraban satisfactoriamente en qué punto surgía la protección por derechos de autor.

REFUTACIÓN DE LA PRESUNCIÓN

El Tribunal de Apelación también consideró la aplicación de la presunción legal del artículo 132 de la Ley de Derecho de Autor de Singapur, que establece lo siguiente:

“Presunciones con relación al editor de la obra

132 Cuando, en un procedimiento iniciado en virtud de esta Parte con relación a una obra literaria, una obra dramática, una obra musical o una obra artística, no se aplique el artículo 131, pero se haya establecido

- a) que la obra ha sido publicada por primera vez en Singapur y que se ha publicado durante el período de 70

- b) años que finaliza inmediatamente antes del inicio del año natural en que se interponga el recurso; y
- b) que en los ejemplares de la obra tal como ha sido publicada por primera vez aparece un nombre que supuestamente es el de la editorial, entonces, salvo que se establezca lo contrario, se presumirá que puede protegerse la obra mediante derechos de autor y que la persona cuyo nombre aparece en la obra era la dueña de esos derechos de autor en el momento de la publicación.”

P&L argumentó que puesto que estaba identificada como editora de Punters' Way, debía presumirse que era el propietario de los derechos de autor que protegían las tablas. El Tribunal adoptó una postura diferente. Sostuvo que la presunción era sólo una guía para que los tribunales pudiesen llegar a una conclusión adecuada en ausencia de pruebas en contrario. Si un adversario presentase pruebas en descargo, podría refutarse tal presunción. Puesto que en este caso estaba en disputa la autoría, y el apelante había aportado pruebas de que las tablas no estaban protegidas por derechos de autor y no había un autor identificable, la presunción legal fue refutada.

LOS DERECHOS DE AUTOR SOBRE LAS RECOPILACIONES EN SINGAPUR

El Tribunal consideró el artículo 7A de la Ley de Derecho de Autor, que establece, entre otras cosas, que cualquier derecho de autor que proteja una compilación se limitará a la selección o disposición de sus contenidos que constituyan “creaciones de carácter intelectual”. La información contenida en las tablas de Punters' Way constituye claramente una compilación. Según el Tribunal, el concepto de “creación de carácter intelectual” coincide con el principio básico del derecho de autor de que sólo las compilaciones “originales” están protegidas por derechos de autor. El Tribunal afirmó que el criterio de prueba para las compilaciones seguía siendo el mismo que el criterio general de prueba para una obra literaria, a saber, el de la originalidad, es decir, si el proceso creativo conlleva una cantidad suficiente de destreza, trabajo y juicio.



El Tribunal observó que el requisito anglo-australiano de la originalidad, al tiempo que tenía en cuenta el esfuerzo intelectual del autor, tradicionalmente había otorgado más importancia al tiempo, al trabajo y al esfuerzo invertidos. Señaló que en varias decisiones anteriores se habían concedido derechos de autor a compilaciones aparentemente triviales (como guías de calles y calendarios de partidos de fútbol). Estas decisiones se habían tomado fundamentalmente antes de la era digital. Con la proliferación de las computadoras y los programas informáticos, el Tribunal señaló que la ley de derecho de autor debía evolucionar para tener en cuenta la facilidad y la comodidad que aportan las computadoras al proceso de recopilación de datos en el siglo XXI. El Tribunal dijo que “quizá sea necesario, por tanto, volver a examinar las antiguas decisiones que se han centrado en la recopilación de información como criterio fundamental, en lugar del esfuerzo productivo invertido en la expresión” (en [35]). Asimismo, el Tribunal dijo que la expresión de los datos, por ejemplo, mediante una lista en orden alfabético, entrañaba poco ingenio o destreza más allá de la mano de obra mecánica o la programación de rutina. En estos casos, puede ser difícil sostener que se apele a la protección de los derechos de autor. Esto da a entender que es probable que la protección de los derechos de autor sobre las compilaciones en Singapur evolucione de tal manera que se otorgará un ámbito de protección más restringido de derechos de autor, o ninguna protección en absoluto, a las compilaciones creadas “con el sudor de la frente” o que entrañen una actividad muy mecánica o rutinaria.

Esto se vio apoyado por la observación complementaria del Tribunal de que, a la hora de evaluar los derechos de autor, deben considerarse los cuatro principios fundamentales que se resumen en la sentencia de *Feist Publications Inc contra Rural Telephone Service Company Inc* 499 US 340 (1991). En primer lugar, los datos no pueden protegerse mediante derechos de autor. En segundo lugar, las compilaciones de datos son por lo general susceptibles de protección mediante derechos de autor. En tercer lugar, la condición sine qua non del derecho de autor es la originalidad. En cuarto lugar, la originalidad simplemente significa que la obra ha sido creada de forma independiente por el autor y posee un grado mínimo de creatividad, cuyo nivel requerido es sumamente bajo.

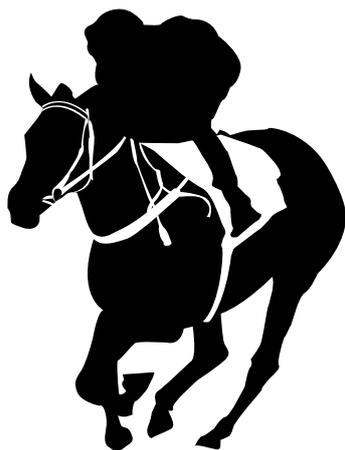


Foto: istock © 4x6

IMITACIÓN FRAUDULENTA

Además, el Tribunal admitió el recurso basándose en que la demanda de P&L fallaba con relación a la impostura o imitación al considerar que la prueba de daños y perjuicios había sido mal aplicada por el Tribunal Superior. Puesto que ya había pasado el período de la presunta infracción (del 30 de junio de 2007 al 5 de junio de 2008), la prueba adecuada era la del “daño real”, y no la de “la probabilidad de daño”. Además, sostuvo que los apelados no habían aportado ninguna prueba de daños en términos de una disminución de las ventas de su publicación. El Tribunal dio poca credibilidad al estudio de mercado presentado como prueba por el apelado, debido a la falta de objetividad en la forma en que se había llevado a cabo. Por ejemplo, el Tribunal estimó que la pregunta “¿Con qué probabilidad confundiría estas dos revistas si tuviese prisa y escogiese rápidamente una de ellas?” podía dar lugar a una conclusión inexacta de impostura. El juez también dijo que no se sostenía la hipotética situación según la cual los aficionados a las carreras con “menos formación o que llegasen tarde o tuviesen prisa por llegar al hipódromo” podían confundirse y pensar que estaban comprando *Punters’ Way*, cuando en realidad habían escogido *Racing Guide*. Dijo que la prueba correcta que había que aplicar era la del recuerdo imperfecto. Esta prueba debía tener en cuenta el hecho de que la “confusión que podría producirse tendría lugar cuando el cliente tuviese en su mente el recuerdo de la marca del demandante, que bien podría ser solamente una idea de la marca real o de la marca completa”. El Tribunal sostuvo que no había ninguna impostura que pudiese haber llevado a la confusión del público, debido a que las portadas de las dos publicaciones eran suficientemente diferentes y era poco probable que fuesen confundidas por el sector del público en cuestión.

La decisión del Tribunal de Apelación reafirma las normas básicas y los principios fundamentales de la protección de los derechos de autor en Singapur, en línea con su razón de ser y sus fundamentos históricos. La decisión afirma que debe demostrarse que una obra es la creación original de un autor humano para ser susceptible de protección mediante el derecho de autor, y que en el caso de que una empresa reclame la propiedad de los derechos de autor, debe ser capaz de señalar a un autor o autores humanos para reclamar dicha protección. Aparte de esto, también ofrece una idea de cómo es probable que los tribunales de Singapur aborden en el futuro los casos de derechos de autor relacionados con las compilaciones de datos. ♦

CELEBRAR LA CULTURA:

La propiedad intelectual y los festivales de artes

Por **Brigitte Vézina**, Jurista,
División de Conocimientos Tradicionales,
Departamento de Conocimientos
Tradicionales y Desafíos Mundiales, OMPI

Los festivales de artes constituyen un acontecimiento cultural en muchos pueblos, ciudades y países de todo el mundo. Como celebración de la riqueza y la diversidad de la cultura y la creatividad, a menudo engloban diversas formas de arte contemporáneo y tradicional: danza, música, teatro y artes y oficios. Desde el punto de vista cultural, ofrecen una instantánea única de la identidad de una comunidad, brindan la oportunidad de revitalizar y conservar las prácticas culturales, y a menudo sirven como laboratorio creativo para los artistas contemporáneos. Desde el punto de vista social, sirven para reforzar el diálogo intercultural, promoviendo un entendimiento más profundo a través de la experiencia compartida; y desde el punto de vista económico pueden generar considerables beneficios financieros a largo plazo y muchas oportunidades laborales y comerciales. Por ejemplo, el Festival de Edimburgo, el mayor festival de las artes del mundo, inyecta anualmente a la economía de Escocia unos 269 millones de dólares de los EE.UU. Un aspecto importante del proceso de planificación del que los organizadores deben ocuparse es la gestión eficaz de la propiedad intelectual con el fin de salvaguardar y promover los intereses del evento y de los participantes en el festival.

La OMPI colabora con organizadores de eventos, como el Festival de las Artes del Pacífico que se celebrará en las Islas Salomón en julio de 2012, para ayudarlos a crear estrategias e instrumentos adecuados de gestión de la propiedad intelectual que les permitan abordar las cuestiones que puedan surgir en esta esfera antes y después de tales eventos, y en el transcurso de ellos. En este artículo se describen los principales retos a los que se enfrentan los organizadores de festivales en materia de propiedad intelectual, así como algunas formas prácticas de afrontarlos.

EL RIESGO DE NO DISPONER DE UNA ESTRATEGIA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Las muestras y actuaciones culturales singulares de los artistas, artistas intérpretes o ejecutantes y artesanos participantes atraen el interés del público y forjan la reputación de un acontecimiento cultural. Sin las garantías adecuadas, estas obras son vulnerables a la explotación no autorizada por personas ajenas. Con las cámaras digitales al alcance de la mano, por ejemplo, el público puede capturar fácilmente grabaciones de alta calidad de estas actuaciones. Muchos artistas intérpretes o ejecutantes, sin ser conscientes de sus derechos de propiedad intelectual, a menudo se enteran de que otras personas han utilizado copias no autorizadas de sus obras, muchas de las cuales contienen material sensible desde el punto de vista cultural, sin su consentimiento y de manera inadecuada.

Además, si no se establece una estrategia integral de propiedad intelectual se expone al público del festival al riesgo de ser engañados y comprar objetos falsos. Este tipo de prácticas comerciales oportunistas dañan los intereses, la reputación y la popularidad del propio acontecimiento.



Foto: Secretariat of the Pacific Community

Participantes del Festival de las Artes del Pacífico. Estos acontecimientos son celebraciones de la riqueza y la diversidad de la cultura y la creatividad.



Foto: Secretariat of the Pacific Community

GESTIÓN PRÁCTICA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Utilizada estratégicamente, la propiedad intelectual puede ayudar a generar importantes ingresos, por ejemplo, a través de la venta de derechos de radiodifusión y de la conclusión de contratos de patrocinio y de comercialización. Disponer de una estrategia positiva de propiedad intelectual, con visión de futuro, permite a los organizadores ejercer mayor control sobre los intereses culturales y de propiedad intelectual de un festival. Una combinación de instrumentos de propiedad intelectual, en particular los derechos de autor y los derechos de marca, utilizados junto con contratos, protocolos, directrices, avisos, acreditaciones y condiciones de acceso, puede proporcionar un marco general de protección de la propiedad intelectual que sirva para defenderse ante el uso indebido de los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales.

MOTIVOS PRINCIPALES DE PREOCUPACIÓN EN MATERIA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

DERECHOS DE AUTOR

La amenaza principal es la grabación y distribución no autorizada de expresiones culturales, por ejemplo, grabaciones sonoras, clips de película o vídeo y fotografías. En términos generales, el derecho de autor ofrece cierta protección a los creadores de “obras de arte originales”. Sin embargo, puede ser necesario que los organizadores de festivales adopten medidas complementarias para proteger los intereses culturales de los participantes cuyas obras no reúnen los requisitos para ser protegidos mediante derechos de autor debido a su carácter tradicional. Por ejemplo, en muchas jurisdicciones,

es muy probable que la artesanía y los diseños tradicionales no cumplan los criterios necesarios para la protección de la propiedad intelectual. Por otra parte, si bien el derecho de autor confiere el derecho a autorizar o impedir la adaptación de una obra protegida, no puede impedir que otros creadores se inspiren en ella. Trazar la línea divisoria entre la copia y la inspiración es una tarea difícil.

Las medidas para controlar la grabación y distribución no autorizadas de las expresiones culturales contemplan el uso de:

- Avisos tales como “no se permite el uso de aparatos de filmación, fotografía o grabación”. Estos avisos, generalmente ubicados en los puntos de venta y en el lugar de celebración, impresos en las entradas y en el programa oficial del festival, o publicados en el sitio Web, pueden ayudar a proteger los intereses de propiedad intelectual, los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como restringir las grabaciones no autorizadas. Asimismo, pueden hacerse advertencias de viva voz antes del inicio de una actuación.
- Directrices y protocolos que contengan las condiciones de uso de las grabaciones oficiales del festival y advertencias a los miembros de los medios de comunicación

La OMPI colabora con los organizadores del Festival de las Artes del Pacífico para ayudarlos a crear estrategias e instrumentos adecuados de gestión de la propiedad intelectual que les permitan abordar las cuestiones que puedan surgir en esta área antes y después de esas actividades, así como en el transcurso de ellas.

y al público en general acerca de la necesidad de respetar los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales de los participantes del festival.

- Un sistema de acreditación de los medios de comunicación para velar por que los periodistas expliquen con detalle el uso propuesto de las grabaciones del festival.
- Medidas para vigilar el uso de las emisiones de los medios de comunicación y para poner freno a los contenidos infractores. Los organismos de radiodifusión pagan grandes cantidades de dinero para tener una cobertura exclusiva del evento. Si los organizadores quieren aprovechar al máximo la venta de los derechos de emisión, deben garantizar esa exclusividad.
- Pueden utilizarse protocolos para velar por la correcta atribución a los custodios de los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales, o para promover el respeto del carácter sagrado de determinadas representaciones.

MARCAS

El uso abusivo del material gráfico o del logotipo del festival y la venta de objetos de arte y artesanía falsos suponen una grave amenaza para su reputación y su viabilidad financiera. Estos problemas pueden resolverse, en gran parte, mediante el registro de una marca para el festival. La protección de la marca en general confiere el derecho exclusivo a impedir que terceros comercialicen productos idénticos o similares con una marca idéntica o similar hasta el punto de causar confusión. Las marcas relacionadas con los festivales de arte pueden registrarse bajo diversas clases de productos (véase www.wipo.int/classifications/nice/es/classifications.html), incluidos festivales, grabaciones, publicaciones y mercancías (tales como artes plásticas, artesanía, libros y otros productos) en cada país en el que se celebre el festival. El registro de la marca abre la puerta a la elaboración de una estrategia de comercialización eficaz y a la conclusión de acuerdos de patrocinio y comercialización que pueden ser rentables.

Como titular de una marca registrada, el organizador es quien está en mejores condiciones de promover la venta de productos auténticos, generando, de este modo, ingresos para los artistas y para el festival, tanto en el propio lugar de celebración como en los mercados de Internet. También está mejor equipado para defenderse contra la ciberocupación (el registro abusivo de su marca como nombre de dominio), salvaguardando así su presencia en Internet, que constituye una herramienta fundamental de comercialización.



Council of Pacific Arts and Culture

Algunos ejemplos de uso no autorizado de grabaciones de actuaciones:

- La utilización de una fotografía de una actuación para ilustrar una recopilación de "música indígena" completamente ajena a los artistas intérpretes o ejecutantes de su comunidad y para la venta en Internet.
- La venta al por menor en establecimientos turísticos de tarjetas postales donde se reproducen imágenes de un espectáculo de danza sagrada.
- La venta en una galería de arte local de reproducciones en miniatura de la pintura de un decorado.
- La utilización de un clip de video de una actuación para un anuncio de televisión o en un sitio de Internet para compartir videos con el fin de promover el turismo.
- La venta en otros festivales y en tiendas de discos de un CD de canciones contemporáneas y originales inspiradas en la música tradicional de una comunidad, grabada ilegalmente durante una actuación.
- Las reproducciones de trajes de baile complejos con un diseño tradicional realizados utilizando métodos ancestrales de tejido, para su venta en la tienda de un diseñador de modas.
- La utilización de las complejas pinturas faciales de los artistas del festival por bailarines de danza contemporánea fuera de contexto y de manera inadecuada.

Festival de las Artes del Pacífico

La OMPI presta apoyo a la Secretaría de la Comunidad del Pacífico, el Consejo de las Artes del Pacífico y las Islas Salomón en la formulación de una estrategia de propiedad intelectual eficaz para el Festival de las Artes del Pacífico. El festival, que se celebra cada cuatro años en uno de los 27 países que forman la región, pretende luchar contra la erosión de las prácticas culturales y constituye una celebración de la rica diversidad de las artes, la cultura y los conocimientos del Pacífico.

El apoyo de la OMPI comprende asesoramiento sobre el uso y la aplicación del derecho de propiedad intelectual convencional, así como otras medidas prácticas destinadas a proteger los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales en consonancia con el Marco Regional para el Pacífico relativo a la protección de los conocimientos tradicionales y las expresiones de la cultura (2002) y la labor del Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (véase www.wipo.int/tk/es/).

Entre las medidas que pueden adoptarse para salvaguardar la marca de un festival figuran las siguientes:

- registrar la marca;
- obtener un nombre de dominio;
- elaborar un programa de comercialización en el que se defina la cartera de productos del festival;
- establecer un programa de patrocinio, con la definición de los niveles de patrocinio y los derechos asociados;
- establecer puntos de venta oficiales y en Internet; y
- vigilar el mercado en línea para localizar productos infractores.

LLEVARLO A LA PRÁCTICA

Para asegurarse de que la política de propiedad intelectual de un festival y sus directrices, protocolos y avisos conexos se aplican efectivamente, lo más aconsejable es que los organizadores celebren un contrato por escrito con todas las partes interesadas, incluidos los miembros del público, los medios de comunicación (fotógrafos y periodistas de prensa escrita, radio y televisión), los artistas y los expositores. Los organizadores suelen valerse con tal fin de licencias, formularios de cesión de artistas y acuerdos de acreditación, cuyas condiciones están fácilmente accesibles. Estos acuerdos pueden contemplar cuestiones relacionadas con:

- Los derechos de propiedad intelectual, incluidos los derechos de marca, los derechos de autor y los derechos conexos;
- los intereses relacionados con los conocimientos tradicionales (reconocimiento, protección y salvaguarda de los intereses de los titulares de conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales); y
- la compensación, monetaria o en especie (por ejemplo, el reparto de los beneficios derivados de la explotación de las grabaciones con la comunidad o con organizaciones benéficas, recurrir a un fotógrafo comercial para crear el cartel con el fin de promocionar el festival, la donación de copias de las grabaciones para los archivos del festival con fines de conservación cultural, etc.).

Organizar un festival de las artes es una tarea compleja que engloba muchos elementos de gestión y de comercialización. Para que un festival tenga éxito a largo plazo es fundamental que disponga de una estrategia efectiva ideada para defender los intereses culturales y de propiedad intelectual de todas las partes. Si bien los instrumentos convencionales de propiedad intelectual ofrecen cierto grado de protección, también son necesarias otras medidas complementarias, tales como contratos, protocolos, directrices, avisos, sistemas de acreditación y condiciones de acceso, especialmente en lo que atañe a muestras de conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales. Una estrategia dirigida a proteger los intereses culturales y de propiedad intelectual de todas las partes ayuda a fomentar el respeto cultural y genera oportunidades económicas para seguir celebrando la singularidad y la diversidad de las culturas de todo el planeta. ♦



Foto: Secretariat of the Pacific Community

En la antigua sociedad polinesia, los tatuajes tribales eran un medio de expresión de la identidad y la personalidad. El creciente interés y orgullo por su patrimonio cultural ha impulsado un renacimiento del arte del tatuaje entre los polinesios.

LA UNIÓN EUROPEA PROTEGE A DARJEELING

Darjeeling, el té negro procedente de la región india de Bengala occidental, se ha convertido en el primer producto de la India que obtiene la certificación de indicación geográfica protegida en Europa. Se trata del séptimo producto de fuera de la UE al que se le reconoce esta protección, tras el café de Colombia y cinco productos chinos.

De acuerdo con la Asociación de Té Darjeeling, cada año se producen unos 10 millones de kilos de té Darjeeling procedentes de 86 plantaciones (que abarcan más de 7.000 hectáreas). Ahora bien, representantes del sector estiman que la cantidad de té Darjeeling que se vende como tal en mercados internacionales es significativamente mayor, dado que muchos envases contienen mezclas de tés procedentes de muchos lugares.

En la Unión Europea, las mezclas existentes de té Darjeeling con otras variedades de té podrán seguir utilizando la denominación durante un período transitorio de cinco años, a partir del que tendrán que cambiar su nombre. La Unión Europea representa el 60% de las exportaciones de té Darjeeling.

REINVENTAR LA EXPERIENCIA DE LOS PASAJEROS

¡Se acabó el aburrimiento de los pasajeros del asiento trasero! General Motors (GM) ha anunciado recientemente un nuevo concepto que promete reinventar la experiencia de los pasajeros del asiento trasero. GM Investigación y Desarrollo está trabajando con los alumnos del Laboratorio para el Futuro de la prestigiosa Academia Bezalel de Arte y Diseño de Israel en un proyecto denominado Windows of Opportunity, cuyo fin es transformar las ventanillas de los automóviles en pantallas interactivas, “capaces de estimular la percepción, alimentar la curiosidad y promover una mayor conexión con el mundo exterior.



Foto: istock © Maxwell Aterborough

“Tradicionalmente, el uso de pantallas interactivas en los automóviles se ha limitado al conductor y al pasajero del asiento delantero, pero nosotros vemos una oportunidad en proporcionar una interfaz tecnológica específicamente concebida para los pasajeros del asiento trasero”, afirmó en un comunicado de prensa de la empresa Tom Seder, Jefe del grupo de laboratorio de I+D de GM para la interfaz ser humano-máquina. “Ventanillas avanzadas, capaces de responder a la velocidad y la ubicación del vehículo podrían aumentar las vistas del mundo real con mejoras interactivas que aporten entretenimiento y valor educativo”, agregó.

Las aplicaciones que ofrece son las siguientes:

- Otto, un personaje animado proyectado sobre un paisaje en movimiento que responde en tiempo real a la conducción del coche, la climatología y el paisaje. Este dispositivo ofrece a los pasajeros una forma lúdica de conocer el paraje por el que están viajando.
- Spindow ofrece a los pasajeros la posibilidad de mirar por las ventanillas de otros usuarios de todo el mundo en tiempo real.

Cada año se producen unos 10 millones de kilos de Darjeeling en un área de más de 7.000 hectáreas en las colinas de la región de Bengala occidental de la India.

- Pond permite a los pasajeros transmitir y recibir música y mensajes con otros automóviles y pasajeros de la carretera.

General Motors no tiene planes inmediatos de pasar a fabricar estas ventanas de visualización interactiva.

YOUTUBE BUSCA LOS MEJORES NARRADORES DEL MUNDO

En un intento por encontrar a los mejores narradores del mundo, YouTube, el sitio Web para compartir videos, ha puesto en marcha un concurso internacional de cine en línea el 2 de febrero de 2012. El primer premio consiste en una beca de 500.000 dólares de los EE.UU. para hacer una película con el director de cine británico Sir Ridley Scott. El plazo de presentación de los trabajos finaliza el 31 de marzo de 2012. La productora de Ridley Scott seleccionará 50 semifinalistas. Las películas pueden pertenecer a cualquier género, pero no deben tener una duración superior a 15 minutos y no pueden haber sido distribuidas antes del 1 de enero de 2010. En junio, espectadores de todo el mundo seleccionarán las diez mejores películas, que serán proyectadas en el Festival de Cine de Venecia a finales de agosto.

EL PERÚ ESTÁ DISPUESTO A IMPULSAR EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

De acuerdo con los planes para impulsar la ciencia adoptados por el recién elegido presidente del Perú Ollanta Humala Tasso, el Gobierno peruano ha presentado recientemente su proyecto de Innovación para la competitividad. Se destinarán 100 millones de dólares de los EE.UU. a financiar y promover el desarrollo de la ciencia y la tecnología, los vínculos entre el sector privado, las universidades y los centros de investigación públicos y privados. Otros 36 millones de dólares serán aportados por el Banco Interamericano de Desarrollo, según un artículo publicado en SciDev.Net. El proyecto tendrá una duración de siete años. El Gobierno también anunció que en 2016 se concederán 1.000 nuevas becas de posgrado en ciencia y tecnología para estudiar en el Perú y otras 1.500 para estudiar en universidades extranjeras.

JORDANIA SE CONVIERTE EN UN CENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

A finales de 2011, la Comisión Económica y Social para Asia Occidental (CESPAO) anunció el establecimiento en Jordania de un centro para supervisar y apoyar la investigación tecnológica y las oportunidades de innovación en sus 14 países miembros. El papel del Centro, de acuerdo con su Director Ejecutivo, el Sr. Fouad Mrad, citado en un artículo de SciDev.Net, es “contribuir al fortalecimiento de las políticas nacionales en materia de ciencia, tecnología e innovación en los países miembros de la CESPAO, y contribuir al desarrollo de capacidades para solucionar problemas y formular políticas en la región”. Según el informe “el Centro también ayudará a definir y desarrollar las mejores tecnologías para las condiciones locales en el ámbito de la construcción, la tecnología industrial, la energía, la agricultura, el agua y las telecomunicaciones. Otras funciones del Centro son crear redes entre los investigadores y científicos locales e internacionales, establecer vínculos con la industria y promover la transferencia eficaz de tecnología a la región.

Jordania también está convirtiéndose en el centro de nuevas colaboraciones científicas regionales tras el lanzamiento de una iniciativa para integrar las actuales infraestructuras electrónicas árabes.

La plataforma conectará todas las redes nacionales de investigación y educación del mundo árabe. Eso no sólo facilitará la colaboración entre los científicos de la región, sino que también permitirá disminuir los costos de investigación gracias al intercambio de recursos y una menor duplicación de esfuerzos. La puesta en marcha de la plataforma fue anunciada en la primera reunión anual de la Red de Investigación de los Estados Árabes (ASREN), celebrada en Amán en diciembre de 2011.

DÍA MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL 2012

“INNOVADORES VISIONARIOS”

Este año, la OMPI celebra el ingenio y la capacidad artística de las personas que abren nuevos horizontes y dejan una huella duradera en nuestras vidas.

Puede seguir el evento de este año a través de la página de Facebook del Día Mundial de la Propiedad Intelectual 2012 en:

www.facebook.com/WorldIPDay.

Puede encontrar más información y distintos materiales de promoción en:

www.wipo.int/ip-outreach/es/ipday/.

Para más información, póngase en contacto con equipo de comunicaciones del Día Mundial de la propiedad intelectual en:

worldipday@wipo.int



ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA **PROPIEDAD**
INTELECTUAL

Para más información,
visite el sitio Web de la OMPI
en www.wipo.int

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

Teléfono:
+4122 338 91 11

Fax:
+4122 733 54 28

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.

Para formular comentarios o preguntas, diríjase a:
Jefe de Redacción, Revista de la OMPI
WipoMagazine@wipo.int

Copyright © 2011 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).