



4

LAS MARCAS NO TRADICIONALES

10



CÓMO VOLAR MÁS CON MENOS EMISIONES



18



SECRETOS DE LAS PROFUNDIDADES

Los nuevos medicamentos
vienen del mar

Calendario de reuniones

24 DE FEBRERO ■ GINEBRA

■ *Reunión informal de consulta para examinar la pertinencia del Acta de Londres (1934) del Arreglo de La Haya relativo al depósito internacional de dibujos y modelos industriales*

En la reunión se examinará la cuestión de la obsolescencia del Acta de 1934 del Arreglo de La Haya, y se estudiarán las opciones disponibles para reducir la complejidad del Sistema de La Haya, en particular, la eventual extinción del Acta de 1934.

Invitaciones: Los 15 países contratantes del Acta de 1934 del Arreglo de La Haya relativo al depósito internacional de dibujos y modelos industriales.

10 DE MARZO ■ GINEBRA

■ *Reunión de información de la OMPI sobre la financiación con garantías de activos de propiedad intelectual*

El propósito de la reunión de información es sensibilizar a las oficinas de derecho de autor y de propiedad industrial de los Estados miembros, así como a la comunidad de la P.I. en general, acerca de las oportunidades y desafíos que presenta la financiación con garantías de activos de P.I. (el uso de activos de P.I. para acceder a la financiación), haciendo hincapié en las prácticas vigentes en distintos países y sectores, como los del derecho de autor, las patentes y las marcas, y en la evolución actual de las políticas internacionales en la materia.

Invitaciones: Todos los Estados miembros de la OMPI o de la Unión de París; en calidad de observador, otros Estados; y en calidad de observador permanente y observador *ad hoc*, determinadas organizaciones. La reunión de información está también abierta al público.

16 A 20 DE MARZO ■ GINEBRA

■ *Unión CIP – Comité de Expertos, cuadragésima primera sesión*

El Comité examinará en particular el informe del Grupo de Trabajo especial sobre los proyectos CE 404 (Procedimientos de revisión y publicación de la CIP) y CE 405 (Política de revisión de la CIP y aplicación coherente) y proseguirá su labor ordinaria, es decir, la adopción de los resultados del Grupo de Trabajo sobre la Revisión de la CIP y del Subcomité de Nivel Avanzado de la CIP.

Invitaciones: En calidad de miembro, los Estados miembros de la Unión CIP y las organizaciones miembros del Comité; en calidad de observador, los Estados miembros de la Unión de París; y en calidad de observador permanente y observador *ad hoc*, determinadas organizaciones.

17 A 20 DE MARZO ■ GINEBRA

■ *Grupo de Trabajo sobre el Desarrollo del Sistema de Lisboa (denominaciones de origen)*

Conforme a lo solicitado por la Asamblea de la Unión de Lisboa en su vigésimo tercero (6º extraordinario) período de sesiones, el Grupo de Trabajo se reunirá para examinar la forma de mejorar los procedimientos previstos en el Arreglo de Lisboa.

Invitaciones: En calidad de miembro, los Estados miembros de la Unión de Lisboa; en calidad de observador, otros Estados miembros de la Unión de París o de la OMPI; y en calidad de observador permanente y observador *ad hoc*, determinadas organizaciones.

23 A 27 DE MARZO ■ GINEBRA

■ *Comité Permanente sobre el Derecho de Patentes, decimotercera sesión*

El Comité proseguirá la labor sobre diversas cuestiones relativas al Derecho de patentes y al sistema internacional de patentes, tal como se acordó en la duodécima sesión del Comité, celebrada en junio de 2008.

Invitaciones: En calidad de miembro, los Estados miembros de la OMPI o de la Unión de París; en calidad de observador, otros Estados; y en calidad de observador permanente y observador *ad hoc*, determinadas organizaciones.

27 DE ABRIL A 1 DE MAYO ■ GINEBRA

■ *Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP), tercera sesión*

Según lo decidido por los Estados miembros, esta sesión se dedicará a aprobar el informe de la segunda sesión, y a seguir elaborando un programa de trabajo para la aplicación de las recomendaciones aprobadas; además, el Comité se encargará de supervisar, evaluar y examinar la aplicación de todas las recomendaciones aprobadas y de informar al respecto, y de examinar las cuestiones de propiedad intelectual y desarrollo convenidas por el Comité así como las decididas por la Asamblea General.

Invitaciones: En calidad de miembro, los Estados miembros de la OMPI; en calidad de observador, otros Estados; y en calidad de observador permanente y observador *ad hoc*, determinadas organizaciones.

ÍNDICE

- 2 CONVERSACIÓN CON EL **DIRECTOR GENERAL**
- 4 **MARCAS NO TRADICIONALES**
EL **TRATADO DE SINGAPUR** ENTRA EN VIGOR
- 5 **OLFATO, OÍDO, GUSTO** - LOS SENTIDOS DE
LAS MARCAS NO TRADICIONALES
- 7 **LAS MARCAS TRIDIMENSIONALES** EN LA PRÁCTICA
FRANCESA Y COMUNITARIA
- 10 **INNOVACIÓN VERDE**
CÓMO VOLAR **MÁS CON MENOS EMISIONES**
- 13 **CREADOR, ARTISTA, ESCULTOR**
NICOLAS LAVARENNE
- 16 **EL DERECHO DE AUTOR EN EL AULA**
MÍO, TUYO, SUYO
- 18 **SECRETOS DE LAS PROFUNDIDADES**
LOS NUEVOS MEDICAMENTOS VIENEN DEL MAR
- 20 **EL MUSEO DE LA FALSIFICACIÓN DE PARÍS -**
EL REVÉS DE LA TRAMA
- 21 EL PADRE DEL **KARAOKE**
- 22 BIENVENIDOS AL DOMINIO PÚBLICO
- 24 **RESEÑA DE LIBROS**
- 25 **CARTAS** Y COMENTARIOS
- 26 RESUMEN DE NOTICIAS
- 28 **ADHESIONES**

CONVERSACIÓN CON EL DIRECTOR GENERAL

FRANCIS GURRY asumió el cargo de Director General de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual el 1 de octubre de 2008, tras su elección por los Estados miembros de la OMPI. En un paréntesis entre sus numerosas actividades, el Director General habló con la *Revista de la OMPI* sobre sus primeros meses como piloto de la Organización.

¿Cuál ha sido su máxima prioridad en sus tres primeros meses en el cargo?

La prioridad más urgente era acordar con nuestros Estados miembros un nuevo marco estratégico y un Presupuesto por programas sustancialmente revisado para 2009. Hemos trabajado intensivamente. Hemos redefinido las metas estratégicas de la Organización para tener en cuenta los cambios en el entorno tecnológico, cultural y geoeconómico, y luego hemos comenzado a alinear todos nuestros programas y recursos con esas metas.

Ahora tenemos nueve metas estratégicas. Además de nuestra labor dirigida a promover una evolución equilibrada del marco normativo internacional de la P.I., prestar servicios de P.I. de calidad, y facilitar el uso de la P.I. en aras del desarrollo, tenemos ahora metas nuevas, centradas en cultivar el respeto por la P.I.; establecer una comunicación fluida con los sectores interesados; desarrollar la infraestructura internacional de P.I.; hacer de la OMPI la fuente de referencia mundial para la información sobre P.I.; y ver el modo en que la P.I. puede contribuir a la superación de los desafíos mundiales que afronta la política pública, como el cambio climático, la salud pública y la seguridad alimentaria.

Lo siguiente que hemos de hacer es adecuar la estructura de la Organización a este nuevo marco estratégico. Se trata de un proceso sistemático de alineación estratégica que iniciamos en octubre y continuará durante todo el año. La reestructuración, que supone el traslado de buena parte del personal a programas diferentes, está avanzando rápidamente gracias a la impresionante flexibilidad y la amplitud de miras del personal en todos los niveles de la Organización.

Ha destacado que establecer una comunicación más fluida con los sectores interesados es una prioridad inmediata.

Sí. Creo que establecer una comunicación fluida con los sectores interesados en la P.I. es primordial. Además de aumentar la transparencia en las consultas con nuestros Estados miembros, hemos reorganizado nuestra División de Comunicaciones y hemos puesto en marcha una nueva gran iniciativa de servicio al cliente. El objetivo es que la OMPI sea

capaz de responder más eficazmente a las numerosas peticiones de información y de servicios que recibimos cada día.

Acaba de mencionar el cambio climático, ¿qué puede hacer la OMPI a este respecto?

En primer lugar, es evidente que para neutralizar la amenaza del calentamiento del planeta es necesario invertir de un modo significativo en innovación, con el fin de elaborar tecnologías que no alteren las condiciones climáticas. Es igualmente necesario que esas tecnologías se difundan rápidamente a toda la economía. Por ello, una contribución eficaz que podría hacer la OMPI es ofrecer una plataforma para la innovación colectiva, que permita a las empresas divulgar sus tecnologías ecológicas con el fin de establecer una colaboración comercial y de investigación, o con objeto de conceder licencias para el uso de esas tecnologías en condiciones justas, equitativas y no discriminatorias. La innovación colectiva puede ser muy útil en el campo de las tecnologías respetuosas con el clima, porque son tecnologías complejas que con frecuencia deben combinarse entre sí para fabricar un mismo producto, y porque una economía interconectada, como la actual, ofrece más oportunidades para la colaboración. Por eso estamos comenzando a estudiar con los Estados miembros y con la industria cuál puede ser el papel de la OMPI a este respecto.

¿Qué espera haber logrado para fines de 2009?

Dentro de la Organización, espero haber completado las primeras grandes etapas de la alineación estratégica. También espero haber podido gestionar adecuadamente la repercusión de la crisis económica en la OMPI.

En nuestra actividad externa, quiero que seamos capaces de lograr progresos tangibles en la aplicación de la Agenda de la OMPI para el Desarrollo. Las 45 recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo son un conjunto de aspiraciones y principios. Ahora estamos trabajando para traducir esas aspiraciones en proyectos claros, con objetivos y calendarios bien definidos.

También tenemos que ocuparnos de las patentes. No podemos esperar haber resuelto para el final de



Foto: OMPI/Samar Shamoon

El Director General de la OMPI, Francis Gurry, en Ginebra.

2009 los problemas del sistema internacional de patentes, que está teniendo dificultades para tramitar el gran número de solicitudes recibidas. Pero estoy convencido de que el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), como sistema mundial único para la solicitud de patentes, será parte de la futura solución. Por lo tanto, en 2009 mi objetivo es acordar una hoja de ruta sobre la evolución que ha de seguir el sistema PCT en el futuro.

Hay un objetivo concreto en el que la comunidad mundial de la P.I. puede lograr un resultado muy positivo, que es el de facilitar a las personas con discapacidad visual el acceso a las obras publicadas. Trabajaremos con la Unión Mundial de Ciegos, la Unión Internacional de Editores y los Estados miembros para alcanzar un consenso sobre el modo de lograr ese fin.

Desde una perspectiva más general, necesitamos iniciar un proceso para llevar a cabo un "chequeo médico" del sistema de derecho de autor y examinar las múltiples amenazas que afronta.

¿Cómo cree que repercutirá la crisis económica en la propiedad intelectual?

Estamos siguiendo atentamente esta cuestión, entre otros motivos porque la OMPI se financia casi exclusivamente con los ingresos derivados de nuestros sistemas de registro y solicitud de títulos de P.I. Ha habido una cierta desaceleración en las tasas de crecimiento de las solicitudes de patentes y marcas en 2008, aunque por ahora siguen siendo positivas.

Normalmente, en períodos de dificultad económica tiende a disminuir el número de solicitudes de patente que se presentan, por la sencilla razón de que hay menos recursos para invertir en innovación. Cuando el ciclo económico mejora, también tiende a repuntar la actividad de patentamiento. Dicho esto, en el pasado las crisis económicas han incentivado la innovación, porque en tiempos de dificultad es necesario aumentar la eficiencia, para obtener mejores resultados con menos recursos, y han de idearse soluciones empresariales más inteligentes. Como dijo el Presidente Obama en su discurso inaugural: "hoy no somos menos inventivos, ni nuestros bienes y servicios son menos necesarios, que la semana pasada, el mes pasado, o hace un año." Una crisis económica puede ser también una oportunidad para sacar partido de la propiedad intelectual.

¿Cómo es un día normal en la vida del Director General?

No ha habido dos días iguales desde que asumí el cargo, aunque todos han sido igualmente intensos.

En un día normal, si no estoy en el avión, de regreso a Ginebra tras una visita oficial, comienzo por leer el correo electrónico. El desayuno no es mi mejor momento, por eso trato de evitar los desayunos de trabajo cuando es posible. Al llegar a la oficina, repaso con mi secretaria el programa del día y veo cuáles son las llamadas de teléfono más urgentes. Por la mañana puede haber una reunión con embajadores, o con delegaciones de visita en Ginebra, para tratar, por ejemplo, de las actividades de fortalecimiento de capacidades que la OMPI esté realizando en sus países, o una reunión con una ONG para examinar campos en los que podríamos cooperar. Luego puede haber una reunión de planificación estratégica con el equipo directivo superior de la Organización para examinar la dirección, las actividades y la estructura de sus respectivas esferas de competencia, en el marco del proceso de alineación estratégica.

Si no tengo que pronunciar una alocución a la hora del almuerzo, suelo encerrarme en mi despacho durante una hora para responder a la montaña de expedientes que contienen todas las solicitudes, informes y propuestas que se me envían. Por la tarde mantengo una breve conversación con miembros de mi gabinete para repasar las prioridades de la semana y ver qué avances se han hecho. También pueden informarme, por ejemplo, de las preocupaciones que hayan planteado el personal o representantes de los Estados miembros. Después, puedo tener reuniones internas o externas sobre cuestiones financieras o de recursos humanos, o sobre los preparativos para el próximo Comité Permanente. Entre una actividad y otra, puedo encontrar tiempo para conceder una entrevista telefónica a un periodista, y luego tal vez para hacer una llamada a algún otro Director General de un organismo de Naciones Unidas en Ginebra y hablar de cuestiones de interés común.

¿Y por la noche?

Las noches en que no tengo ningún compromiso oficial, o no voy camino del aeropuerto, ceno en casa con la familia, y por último consulto de nuevo los mensajes de correo electrónico.

MARCAS NO TRADICIONALES ENTRA EN VIGOR EL TRATADO DE SINGAPUR

En nuestra moderna sociedad de consumo las características técnicas de los productos y servicios son cada vez más parecidas, por lo que el consumidor tiende a atender a otros factores al tomar la decisión de compra. Las marcas que confieren al producto o servicio una cualidad emocional tienen un notable poder de seducción. Para lograr que los consumidores potenciales se habitúen a la idea de que una determinada marca está representada por un color, una forma, un sonido, una imagen animada, o incluso un sabor o un olor, se requiere una importante inversión en mercadotecnia y comunicación. El registro de las marcas "nuevas" o "no tradicionales" confiere a las empresas derechos exclusivos sobre esos signos y les permite adoptar decisiones estratégicas sobre su uso y sobre la promoción de la marca.

La inmensa mayoría de las solicitudes de registro de marcas se refieren a marcas que consisten en una o varias palabras (marcas verbales), o en un dibujo, fotografía o imagen (marcas figurativas). Pero el moderno Derecho de marcas admite el uso y la protección como marca de fábrica o de comercio de otros signos, siempre que se satisfagan determinadas condiciones. Este cambio obedece simplemente al hecho de que los signos que pueden emplearse en el comercio para distinguir los bienes y servicios no son sólo necesariamente palabras o imágenes. En mercadotecnia se utilizan cada

vez más los diseños tridimensionales – por ejemplo, la forma del producto o su embalaje – el color *per se*, las imágenes animadas, o determinados sonidos u olores, para singularizar un producto o servicio. Esta novedad no ha pasado desapercibida a la OMPI.

El Tratado de Singapur

El Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas se adoptó en marzo de 2006 en una conferencia diplomática que reunió en Singapur a 147 Estados miembros de la OMPI. Sin establecer la obligación internacional de registrar y proteger las marcas no tradicionales, el Tratado establece un marco multilateral para la definición de criterios sobre el modo en que deben reproducirse en las solicitudes de marca y en los registros de marcas los hologramas, las marcas animadas, de color y de posición, y las marcas que consistan en signos no visibles. El Tratado de Singapur entrará en vigor el 16 de marzo de 2009. La Asamblea de las Partes Contratantes del Tratado está facultada para especificar el contenido detallado de las normas relativas a las marcas no tradicionales.

La labor preparatoria a este respecto ya ha comenzado en el Comité Permanente de la OMPI sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT). En sus dos últimas sesiones, el SCT, que está constituido por representantes

de los Estados miembros de la OMPI y de organizaciones observadoras, ha definido una serie de ámbitos de convergencia en relación con la representación y descripción de determinadas marcas no tradicionales, como las marcas tridimensionales, los hologramas, las marcas de posición, las marcas multimedia, o las marcas sonoras. En los ámbitos de convergencia se establece un enfoque común a todos los miembros de la OMPI en lo que respecta a la representación y descripción de las marcas no tradicionales; ese enfoque unitario es el primer punto de referencia internacional en esta materia.

Por el momento, el número de marcas no tradicionales registradas sigue siendo muy pequeño y está constituido en su mayor parte por marcas tridimensionales. Los signos no visibles, en particular las marcas gustativas y las olfativas, están aún muy lejos de tener una aceptación general. No obstante, si pensamos en la rápida evolución de las técnicas de mercadotecnia creativa, el aumento del número de solicitudes de registro de estos signos es sólo cuestión de tiempo. Con la labor del SCT y la entrada en vigor del Tratado de Singapur, los sectores interesados en las marcas – fundamentalmente, los propietarios de marcas y las autoridades encargadas del registro – estarán mejor preparados para afrontar los problemas jurídicos y administrativos que rodean a este tipo de marcas.

OLFATO, OÍDO, GUSTO

Los sentidos de las marcas no tradicionales

Si oyera un sonido familiar y tranquilizador asociado a un determinado tipo de té, ¿estaría más inclinado a elegirlo? ¿Le sería más fácil dar el golpe ganador jugando al tenis con pelotas que olieran a hierba recién cortada? ¿O preferiría pelotas con aroma a menta, que refrescaran el aliento de su perro al mordisquearlas? Los especialistas en mercadotecnia quieren que respondamos afirmativamente a estas preguntas, y éstos son sólo algunos de los sutiles mecanismos que los fabricantes quieren emplear para que reconozcamos sus productos. ¿Pero hasta qué punto es posible registrar como marcas estos signos innovadores?

Se dice que los recuerdos olfativos figuran entre los más evocadores, y los fabricantes están cada vez más interesados en que asociemos sus productos con aromas agradables. Para obtener el registro de una marca olfativa el solicitante ha de poder representar visualmente el aroma del producto y, además, debe demostrar que el aroma no es el producto mismo, sino únicamente su signo. El aroma tiene que representarse visualmente porque una muestra física – conservada, por ejemplo, en un frasco – perdería sus propiedades con el tiempo y por lo tanto no serviría para comparar la marca. ¿Pero cómo se representa visualmente un olor? La fórmula química tampoco se considera una representación válida, ya que se entiende que representa la sustancia, y no el olor. Por otra parte, una descripción verbal del olor tendría que ser tan exacta que no permitiera su confusión con ningún otro.

El otro requisito que debe satisfacerse para registrar una marca olfativa es que el olor no se derive de la propia naturaleza del producto. Por ejemplo, la solicitud formulada por *Chanel* para registrar su conocido perfume Nº 5 como marca olfativa en el Reino Unido fue rechazada por ese motivo: la fragancia del perfume es la esencia misma del producto. No obstante, algunas descripciones de marcas olfativas han superado este criterio y han podido ser registradas; así ha sucedido, por ejemplo, con las pelotas de tenis con olor a hierba recién cortada fabricadas por una empresa holandesa, o con los neumáticos con “un aroma o fragancia floral que recuerda al de las rosas” y los dardos “con el olor acre de la cerveza amarga” registrados en el Reino Unido. La Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI), sin embargo, no está conforme con el registro de las dos marcas británicas.

Representación de las marcas sonoras

En el caso de las marcas sonoras han aparecido medios que permiten su representación gráfica, como el oscilograma, el espectro sonoro, el espectrograma y el sonograma, que actualmente están siendo aceptados. Es necesario ser cuidadoso con este tipo de representaciones a fin de que cumplan los requisitos de las distintas oficinas de marcas.

En 2003 el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas resolvió, en el asunto Nº C-283/01, que una marca sólo puede consistir en un sonido representado gráficamente – por ejemplo, mediante imágenes, líneas o caracteres – y que su representación ha de ser clara, exacta, autónoma, fácilmente accesible, inteligible, duradera y objetiva. El Tribunal excluyó específicamente las descripciones escritas en las que se indique que el sonido consiste en las notas que forman una obra musical, o que es la voz de un animal, o una onomatopeya, o, simplemente, una secuencia de notas musicales. Esta resolución ha generado cierta confusión respecto de cuáles son los modos de representación alternativos posibles.

En los ámbitos de convergencia definidos recientemente en relación con la representación y descripción de las marcas no tradicionales, el Comité Permanente de la OMPI sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT) ha acordado que “las oficinas podrán exigir que la representación de [las marcas sonoras] consista en la notación musical en un pentagrama, en una descripción del sonido que constituye la marca, en una grabación analógica o digital de ese sonido, o en una combinación de todo lo anterior. Cuando esté disponible la presentación electrónica, podrá presentarse un fichero electrónico junto con la solicitud. Sin embargo, en algunas jurisdicciones se considerará que únicamente la notación musical en un pentagrama representa de manera adecuada la marca.”

La OAMI determinó en 2005 (asunto Nº EX-05-3) que los solicitantes podían adjuntar un archivo de sonido a los formularios de solicitud electrónicos o presentados por Internet, y esa resolución sigue en vigor. El

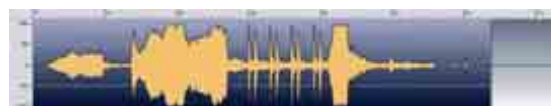


Foto: OHIM

Tal vez sobre el papel esta marca sonora registrada por INLEX IP Expertise (CTM 004901658) no parezca muy interesante, pero merece la pena visitar la base de datos de la OAMI para oírla.

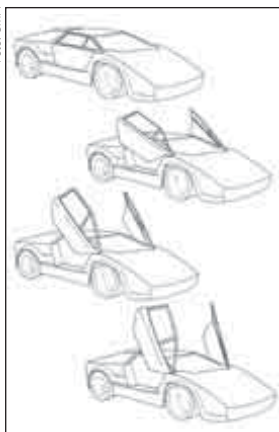


Imágenes animadas, hologramas y gestos

Las técnicas de comunicación multimedia han hecho posibles nuevos tipos de marcas no tradicionales, como los hologramas, los gestos y las imágenes animadas o en movimiento, para cuyo registro se exige normalmente una secuencia de imágenes que permita ver en qué consiste la marca.

Las marcas animadas son probablemente las marcas multimedia más comunes. Los aficionados al cine reconocen sin dificultad el logotipo de la 20th Century Fox Film Corporation rodeado de haces de luz que atraviesan el cielo, pero pocos saben que es una marca registrada (USPTO 1.928.424). El tenista australiano Lleyton Hewitt trató de registrar como marca su gesto "C'mon," pero resultó no ser tan singular como creía, ya que había constancia documental de su uso por otro deportista en la década de 1980.

Foto: OMIPI



La UE ha registrado una marca animada de Lamborghini (CTM 1400092) en la que las puertas del vehículo se abren girando hacia arriba.

Foto: Oficina Británica de Propiedad Intelectual



Kraft Foods UK Ltd. registró esta marca animada (UK 228003) para chocolate y artículos de bombonería.

Foto: OHHM



Marca holográfica de VF – Video Future (CTM 2117034) registrada por GDS Video.

archivo adjunto ha de estar en formato MP3, su tamaño no ha de superar 1Mb, y no se admite la ejecución repetitiva (loop) ni la transferencia ininterrumpida de datos (streaming). La finalidad del archivo adjunto es aclarar y apoyar la solicitud. INLEX IP Expertise fue el primer solicitante que logró obtener el registro de una marca sonora comunitaria por este procedimiento. Deutsche Telekom también ha registrado su sintonía como marca sonora conforme al Protocolo de Madrid.

Marcas gustativas

En el caso de las marcas gustativas tal vez resulte más fácil la representación gráfica – según el SCT, “en un caso concreto, el requisito de representación gráfica se satisfizo por medio de una descripción por escrito del sabor e indicando que corresponde a una marca gustativa” – pero cumplir el requisito de carácter distintivo y probar la ausencia de funcionalidad resulta aún más problemático que en los otros tipos de marcas.

En la resolución del asunto R 120/2001-2, la OAMI rechazó la solicitud de registro del aroma a fresa arti-

ficial formulada por la compañía farmacéutica Eli Lilly, fundándose en que cualquier fabricante tiene derecho a añadir el aroma a fresa artificial a sus productos para disimular el sabor desagradable que puedan tener, o simplemente para hacerlos agradables al gusto, y en que, por otro lado, es improbable que el sabor sea percibido por el consumidor como una marca: es mucho más probable que presuma que su finalidad es disimular el sabor desagradable del producto. La Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (USPTO) rechazó una solicitud similar, presentada por N.V. Organon para registrar el sabor a naranja como marca de productos farmacéuticos.¹ Como señaló el Tribunal de Primera Instancia y de Apelación de Marcas, es difícil que un sabor actúe como marca cuando los consumidores sólo lo experimentan después de haber comprado el producto.

La labor en el campo de las marcas no tradicionales continúa, y los fabricantes crean y comercializan constantemente nuevos tipos de productos, por lo que es muy posible que asistamos a una fascinante transformación en el mundo de las marcas.

¹ USPTO, asunto *In re N.V. Organon*, 14 de junio de 2006.

LAS MARCAS TRIDIMENSIONALES

en la práctica francesa y comunitaria

En este artículo, los abogados especialistas en marcas europeas **FRANCK SOUTOUL** y **JEAN-PHILIPPE BRESSON**,¹ comparan la interpretación de los requisitos de carácter distintivo y función técnica establecidos para el registro de las marcas tridimensionales en Francia y en la Unión Europea.

En comparación con otros tipos de marcas más tradicionales, las marcas tridimensionales están infrutilizadas en el comercio y son objeto de un número muy pequeño de solicitudes. El rápido aumento del número de Estados adheridos al sistema de Madrid, que ahora cuenta con 84 miembros, hace que éste sea un momento oportuno para examinar las diferencias entre los requisitos para el registro de marcas tridimensionales.

La forma y el embalaje de un producto pueden registrarse como marcas de fábrica o de comercio. En la legislación francesa y en la comunitaria ambos signos están contemplados como signos figurativos que pueden constituir una marca, aunque estas marcas tridimensionales han de satisfacer requisitos adicionales además de los exigidos para las marcas tradicionales. El incumplimiento de los requisitos de carácter distintivo y función técnica sigue siendo el motivo más frecuente para la denegación de marcas tridimensionales. En este artículo se describe en líneas generales la aplicación de estos dos criterios en la práctica y se evalúa el alcance del monopolio que confieren las marcas tridimensionales registradas.

El criterio de carácter distintivo

La falta de carácter distintivo es el primer motivo para el rechazo de las marcas tridimensionales, en particular cuando se trata de formas o embalajes "puros," es decir, sin signos verbales o motivos gráficos. Los examinadores comunitarios de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) son mucho más estrictos a este respecto que los franceses.

A juicio de la OAMI, la forma o embalaje no bastan para que el consumidor medio identifique un producto o un fabricante. Cuanto más se aproxima la forma cuyo registro se solicita a la forma típica o natural del producto, menor será su carácter distintivo para los examinadores de la OAMI. Esto hace que resulte mucho más difícil probar el carácter distintivo de las marcas tridimensionales.

El número de marcas tridimensionales comunitarias es muy pequeño, ya que la mayor parte de las solicitudes son rechazadas por falta de carácter distintivo,

obstáculo que pocos solicitantes han superado. Quienes lo han logrado, han registrado marcas que tienen un carácter distintivo extraordinariamente acentuado o que han venido siendo usadas ampliamente y durante largo tiempo, por lo que han adquirido un carácter distintivo claro en el mercado. Por ejemplo, el Tribunal Europeo de Primera Instancia dictaminó (Asunto N° T-305/02) que la botella transparente utilizada por Contrex® para su agua mineral tiene carácter distintivo por varios motivos: su aspecto estético general se estimó atractivo y se consideró que los consumidores distinguen fácilmente su forma de la de otros productos similares, lo que le confiere un carácter específico.

El altavoz de Bang & Olufsen modelo BEOLAB 8000 también pudo ser registrado (Asunto N° T-460/05) gracias a su forma insólita, la singularidad de su diseño y la facilidad con que los consumidores pueden reconocer una forma que se aparta considerablemente de lo normal. En su sentencia, el Tribunal estableció que "la forma de la marca es verdaderamente específica y no puede considerarse en absoluto común." "Así – continúa el Tribunal – el cuerpo del altavoz está formado por un cono que parece un lápiz o un tubo de órgano cuya parte puntiaguda toca una base cuadrada. Además, un largo panel rectangular está fijado a un solo lado de dicho cono y acentúa la impresión de que el peso de este conjunto descansa solamente sobre la punta que apenas toca la base cuadrada. De este modo, este conjunto forma un diseño notable y que puede memorizarse fácilmente."

Para sortear el rigor que la OAMI aplica a los signos tridimensionales que consisten en una forma "pura," puede añadirse un elemento gráfico o verbal a la forma o el embalaje tridimensionales. No obstante, hay países en los que las normas son aún más estrictas que en la OAMI. El Japón permitió la protección de las marcas tridimensionales en 1997, pero la empresa Coca-Cola hubo de librar una larguísima batalla jurídica ante la Oficina Japonesa de Patentes para obtener finalmente el registro de su botella.



Foto: Bang & Olufsen / Mikkel Hagstrom

El altavoz de Bang & Olufsen modelo BEOLAB 8000, marca tridimensional registrada por la OAMI, tiene una forma marcadamente diferente que los consumidores recuerdan con facilidad.

¹ Ambos son colaboradores de INLEX IP EXPERTISE (www.inlex.com), donde supervisan los departamentos LEXVALUE y PHARMINLEX, y escriben también para IP TALK (www.ip-talk.eu), Francia.



El criterio de función técnica

Tanto la legislación francesa como la comunitaria prohíben el registro de signos tridimensionales cuyas características esenciales cumplan una función técnica. El motivo es simple: el monopolio de marca sobre esos signos impediría injustamente a los competidores comercializar productos idénticos o similares que cumplieran esa función. Tanto en la jurisprudencia francesa como en la comunitaria se estima que la función técnica ha de determinarse atendiendo exclusivamente al signo tridimensional en cuestión, sin analizar si podría obtenerse el mismo resultado con signos tridimensionales de forma diferente; no obstante, las resoluciones dictadas a este respecto en ambas jurisdicciones varían ampliamente. El trato dado a las formas de las píldoras es particularmente ilustrativo.

Foto: OHIM



Nestlé ha registrado la botella Contrex como marca comunitaria N° 000922179.

En 2004 el Tribunal Supremo de Francia se pronunció en contra del registro de la forma de la píldora LEXOMIL, que facilitaba partir la píldora, porque la misma función podía cumplirse con otras formas de píldora. Sin embargo, en 2005 el Tribunal de Apelación de Versalles anuló la resolución, dictaminando que la forma de la píldora LEXOMIL no cumplía una función técnica, con lo que se abrió la vía para el registro de otras formas de píldora como marcas en Francia. Por su parte, la OAMI ha estimado repetidamente² que los surcos de una píldora cumplen una función útil para su ingestión y no confieren a la píldora una identidad comercial específica, por lo que no ha lugar a su registro.

Al evaluar este criterio, la Oficina de Marcas y los tribunales de Francia emplean, como la OAMI, un concepto amplio de la función técnica. Así, el Tribunal Europeo de Justicia, por ejemplo, confirmó una decisión anterior de la OAMI relativa a la anulación parcial de una marca tridimensional que consistía en la pieza básica del juego de construcción Lego, dictaminando que la adición de características no esenciales sin función técnica (Asunto N° T-270/06) era irrelevante mientras la forma considerada globalmente siguiera cumpliendo una función técnica, es decir: la forma de la pieza tridimensional de Lego cumple la función técnica de la construcción con independencia de cuánto se altere la altura o el diámetro de sus dientes o la proyección de éstos en el interior de las piezas. En cualquier caso, aunque podría aducirse que esos parámetros no son los únicos empleados para lograr el resultado deseado, es evidente que la pieza está diseñada para facilitar su acoplamiento.

El monopolio de marca

Al ejercer sus derechos frente a terceros, los titulares de derechos que han logrado registrar marcas tridimensionales suelen ser objeto de un trato que podría calificarse de "especial." Un examen de la jurisprudencia podría llevar al convencimiento de que el alcance de la protección de esas marcas es restringido y sólo impide la reproducción del signo en forma idéntica o casi idéntica. Sin embargo, el alcance de la protección resulta en realidad del equilibrio entre varios factores, a saber: la oficina en la que se haya efectuado el registro; la oficina o tribunal ante la que se formule la reclamación; y el grado de singularidad o elaboración de la marca – y/o su resultado estético – en comparación con productos similares.

Una marca tridimensional francesa que sea claramente diferente de la forma natural del producto tiene más posibilidades de prevalecer contra una oposición o una acción de nulidad entabladas ante un tribunal francés que una marca comunitaria de las mismas características impugnada ante la OAMI. El rigor que aplica la OAMI en la fase de examen explica las resoluciones adoptadas en fases posteriores por instancias comunitarias superiores al evaluar la probabilidad de confusión entre marcas tridimensionales. En un asunto, la Sala de Recurso de la OAMI negó que hubiera probabilidad de confusión entre dos marcas que consistían en la forma de la botella, dictaminando que había diferencias suficientes entre ellas para situar a la marca del solicitante fuera del alcance de la protección que ofrecía el derecho previo del oponente.³

En un asunto similar, en el que la Sala determinó que las formas de las dos botellas en litigio no eran similares hasta el punto de inducir a confusión, se estudiaron visualmente las dos botellas atendiendo al carácter distintivo medio de sus respectivas formas y a la existencia de diferencias significativas entre las marcas.⁴ La primera marca tenía un aspecto más alargado, ligero y afligado, mientras que la marca del oponente tenía una silueta más gruesa y corpulenta y daba una impresión de mayor robustez. La parte inferior de la botella de la primera marca tenía una forma regular, mientras que la del oponente era irregular y tenía una forma curva característica, con la parte media más estrecha. En la marca impugnada figuraba la palabra "snipp," mientras que en la marca anterior no había ningún elemento verbal.

Por otro lado, algunos tribunales franceses se niegan a conceder una marca cuando ello supone la protección de un género. Aun reconociendo el carácter distintivo de una marca tridimensional que consistía en la forma de una piruleta cilíndrica de *foie gras*, el Tribunal de Apelación de París desestimó, el 25 de junio de 2008, la reclamación

² Véase, por ejemplo, el asunto N° R 804/2008-4 de la Cuarta Sala de Recurso de la OAMI, de 19 de noviembre de 2008.

³ Asunto N° R 1145/2006-2 de la Segunda Sala de Recurso de la OAMI, 14 de mayo de 2007.

⁴ Asunto N° R 1096/2006-4 de la Cuarta Sala de Recurso de la OAMI, 15 de noviembre de 2007.

La protección de las formas en la India

Ofrecemos a continuación un resumen del artículo "Protection of Shapes Under Indian Law" (La protección de las formas en la legislación de la India), de **ABHISHEK MALHOTRA**, del despacho de abogados DSK Legal de la India, publicado por primera vez el 15 de julio de 2008 en el *Boletín de la INTA* (volumen 63, Nº 13).

Según la definición del concepto de marca de fábrica o de comercio establecida en la Ley de Marcas de la India, la forma del producto es parte de la marca, aunque el alcance de la protección jurídica de la forma de los productos, que data sólo de 2003, aún no está claramente delimitado. Tal vez sea más interesante preguntarse si la legislación sobre diseños es más eficaz para proteger la forma del producto que la legislación sobre marcas, particularmente en la India, donde el concepto de diseño, según la Ley de Diseños Industriales de 2000, es incompatible con el de marca.

Una resolución del Tribunal Superior de Delhi, pese a haber sido pronunciada antes de la entrada en vigor de la Ley, ayuda a aclarar el alcance de estos ámbitos de protección que, en apariencia, son parcialmente coincidentes. En el asunto *Corning Inc. & Ors. contra Raj Kumar Garg & Ors.* (2004 (28) PTC 257), el juez del Tribunal Superior de Delhi trazó la distinción fundamental entre la marca y el diseño:

*Una marca señala al intelecto la fuente del producto o la identidad de su productor o fabricante, mientras que el diseño complace al sentido de la vista, atrayendo al consumidor o comprador. Una marca también puede ser atractiva y grata a la vista, pero ha de poder relacionarse directamente con el productor o fabricante del producto, mientras que el diseño puede ser **meramente** atractivo o grato a la vista, sin tener por qué dar al consumidor o comprador indicación alguna de la identidad del fabricante o productor del artículo.*

El Tribunal determinó también que el diseño protege sólo los *rasgos característicos* de la forma y la configuración. Esta distinción resulta importante cuando se tiene en cuenta que, según la Ley, las formas están incluidas en el concepto de marca, ya que puede concluirse que, mientras la Ley de Marcas protege la forma de los productos, la Ley de Diseños protege únicamente los rasgos característicos de esas formas.

En relación con la cuestión del carácter distintivo, no hay en la India jurisprudencia que se refiera específicamente a las marcas de forma. Sin embargo, los pronunciamientos sobre el embalaje o el acondicionamiento comercial del producto pueden permitir formarse una idea de las líneas que seguirán los tribunales cuando deban resolver cuestiones de este tipo. Se ha venido dictaminando sistemáticamente que el acondicionamiento comercial no puede ser inherentemente distintivo, y aunque existe una acción por suplantación de marca que protege incluso los diseños no registrados, el reclamante ha de probar que el acondicionamiento comercial ha adquirido un significado secundario o ha ganado reputación en el mercado. No es preciso que esa reputación descansa únicamente en el uso del producto en la India, ya que también se protegen las marcas que han adquirido su reputación en el extranjero y se han introducido en la India. En estos asuntos también se ha puesto de manifiesto que la prueba de la reputación de una marca de forma tiende a ser más difícil que cuando se trata de una marca verbal.

por falsificación de marca presentada contra un producto formado por medias bolas de *foie gras* colocadas sobre un palito que sirve de mango. A juicio del tribunal, la aplicación del derecho de marca hubiera supuesto la protección de un género y, por otro lado, la forma y el aspecto de los productos en litigio, considerados globalmente, eran suficientemente diferentes para evitar cualquier posible confusión.

Una elección estratégica

Los criterios que aplican las instituciones comunitarias y francesas a las marcas tridimensionales

dictan la estrategia de marcas de los titulares de derechos. Según cuáles sean los elementos y características de un determinado signo, la elección entre la marca nacional o la comunitaria, ya sea obtenida directamente o por medio del sistema de Madrid, repercutirá tanto en la posibilidad de obtener el registro como en el alcance de la protección que, en su caso, se conceda al entablar una acción por infracción. Cabe observar que, en ese tipo de acciones, la competencia desleal es un fundamento complementario de la demanda útil para el reclamante.

CÓMO VOLAR MÁS CON MENOS EMISIONES

Parece exagerado, casi inconcebible, que un simple arbusto – la *Jatropha curcas*, llamada medicinero, ricino de América o jatropa – y meras algas pudieran ofrecer una alternativa viable al petróleo, ese oro negro del que tanto hemos llegado a depender. Pero en

pocos años podría ser una realidad en el sector del transporte aéreo. Ante la volatilidad de los mercados de energía y la necesidad urgente de reducir las emisiones de gases causantes de efecto invernadero, el sector aeronáutico

se ha embarcado resueltamente en la búsqueda de combustibles alternativos viables, y son muchos quienes creen que en 3 ó 5 años podrían empezar a utilizarse combustibles producidos a partir de jatropa, y en 10 años combustibles obtenidos de algas.

El transporte aéreo es un ejemplo interesante por ser un sector que ha apostado por la innovación en las tecnologías y el diseño para lograr un futuro económicamente sostenible y sin emisiones de dióxido de carbono (CO₂).

Un enfoque unitario

El transporte aéreo es esencial para el sistema mundial de comercio: más del 35 por ciento (en valor) de las mercancías que son objeto de comercio internacional, y más del 40 por ciento de los turistas internacionales, viajan en avión. El sector da empleo en todo el mundo: genera directamente 5,5 millones de puestos de trabajo y aporta aproximadamente USD408.000 millones al PIB mundial. La aviación produce aproximadamente el 13 por ciento de las emisiones mundiales generadas por actividades de transporte, lo que equivale al 2 por ciento de las emisiones mundiales de CO₂.

A juicio de Giovanni Bisignani, Director General de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional, "ningún otro sector enfoca de un modo unitario" la reducción de las emisiones. El sector tiene un compromiso "firme y sólido" con la responsabilidad ambiental, y la IATA aspira a lograr que el sector crezca manteniendo un saldo nulo de emisiones de CO₂, con el objetivo de eliminar por completo las emisio-

nes para 2050. El sector de la aviación es el primer sector mundial de transporte que comprendió la repercusión medioambiental de sus actividades, por lo que en 1999 encargó al Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) un informe sobre la aviación y la atmósfera terrestre.

Las medidas que ha adoptado el sector para paliar el impacto que tiene en el medio ambiente han dado lugar a reducciones significativas de las emisiones y se han traducido en considerables ahorros de costos. Desde 2004 el conjunto del sector ha ahorrado en torno a 59 millones de toneladas métricas de CO₂, lo que equivale a un ahorro de USD12.200 millones en combustible. Sólo en 2008 se ahorraron 15 millones de toneladas de CO₂.

Avance de la eficiencia en el uso del combustible

- La eficiencia en el uso del combustible en las aeronaves actuales es un 70 por ciento mayor que en la década de 1970.
- Desde finales de la década de 1990, la eficiencia en el uso del combustible en las operaciones aeronáuticas (aterrizaje, itinerario, etc.) es un 20 por ciento mayor, y está previsto que aumente un 1,3 por ciento anual.
- Las emisiones de hidrocarburos se han reducido un 90 por ciento y las de óxidos de nitrógeno un 50 por ciento.

Pruebas de vuelo con biocombustibles

Tener acceso a un combustible que sea asequible, limpio y eficiente es importante para reducir las emisiones de gases causantes de efecto invernadero. El sector aeronáutico está decidido a identificar y poner a punto alternativas viables que, siendo equivalentes al combustible normal para reactores, o incluso mejores que éste, sean también renovables y tengan una repercusión mínima en la biodiversidad. La IATA se ha comprometido a utilizar un 10 por ciento de combustibles alternativos para 2017 y cree que los biocombustibles son la opción más prometedora para reducir las emisiones de CO₂ del sector de transporte aéreo.

En diciembre de 2008 la aerolínea nacional de Nueva Zelanda, Air New Zealand, escribió una nueva pági-



Una planta de jatropa.

na en la historia de la aviación al hacer una prueba de vuelo de un reactor de pasajeros propulsado con biocombustible obtenido a partir de los pequeños frutos, del tamaño de una ciruela, de la jatrofa. En enero de 2009 Continental Airlines y Japan Airlines también realizaron pruebas de vuelo con biocombustibles obtenidos a partir de jatrofa. Estas pruebas de vuelo forman parte de un esfuerzo conjunto emprendido por el sector, bajo la dirección del Grupo de Usuarios de Combustibles Aeronáuticos Sostenibles, para acelerar la puesta a punto de combustibles sostenibles y demostrar su viabilidad.

El procedimiento tecnológico empleado para transformar los aceites vegetales en combustible fue ideado por Universal Oil Products (UOP), una filial de Honeywell. UOP investiga tecnologías para la producción de combustibles desde hace 95 años y es titular de más de 2.600 patentes; la empresa se sirve del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) para proteger su tecnología en el ámbito internacional. La tecnología de transformación de los biocombustibles está basada en la tecnología de hidrotatamiento tradicional empleada en las refinerías de todo el mundo desde hace más de 40 años. Por ello, la integración del nuevo procedimiento en las refinerías actuales será rápida, sencilla y rentable. UOP proyecta comenzar a conceder licencias de su tecnología a los productores de combustibles en el primer semestre de 2009, dando un paso más hacia su producción comercial.

Ventajas del biocombustible de jatrofa

El gran contenido de energía de este biocombustible hace que se necesite menos combustible por vuelo, y su menor gravedad específica lo hace preferible a muchos de los combustibles para reactores empleados habitualmente. Es un combustible excelente como sustituto inmediato del combustible para reactores ordinario, ya que no hace necesario introducir modificaciones costosas en la flota actual.

Los combustibles de origen vegetal de segunda generación no compiten con la producción de alimentos ni detraen recursos de agua dulce, y tampoco contribuyen a la deforestación. A diferencia de otros cultivos utilizados para producir biocombustibles, como la soja y el maíz, la jatrofa consume poca agua y fertilizantes, puede cultivarse en lugares inhóspitos y suelos pobres y resiste a la sequía y las plagas. Cada semilla rinde entre el 30 y el 40 por ciento de su masa en aceite, por lo que el cultivo tiene una productividad por hectárea mayor que la de muchas otras plantas oleaginosas (una hectárea de jatrofa produce aproximadamente 600 galones (2.271 litros) de aceite). Se considera que estos biocombustibles de origen vegetal tienen un saldo nulo de emisiones, ya que el CO₂ que se emite durante su producción y uso se compensa con el absorbido por las plantas en su crecimiento.

Los resultados muestran que una mezcla al 50 por ciento de combustible para reactores normal y combustible de jatrofa y otros aceites de origen vegetal, cumple, y en ocasiones supera, las especificaciones técnicas del sector. UOP explica: "el combustible que produce nuestra tecnología es prácticamente indistinguible del combustible de queroseno para reactores. Ambos son hidrocarburos. La única diferencia es su origen." El objetivo de UOP es producir combustibles que tengan un rendimiento igual o mejor que el de los combustibles derivados del petróleo y que sean compatibles con la infraestructura de producción de combustibles y la tecnología mecánica de las aeronaves actuales, a fin de reducir los costos de adaptación y simplificar su introducción. UOP prevé que el volumen de producción alcance los centenares de millones de galones al año para 2012.



Foto: Carbon Capture Corporation

Viveros de algas de Carbon Capture Corporation. La empresa cree que los grandes avances tecnológicos aumentarán la eficiencia de los viveros y de las técnicas de elaboración, reduciendo los costos de producción.

Fitomejoramiento

El aceite de jatrofa empleado en la prueba de vuelo de Continental procedía de la empresa neoyorquina Terasol Energy, cuyo presidente reconoce que la investigación está en sus primeras etapas: "Queda muchísimo por hacer para mejorar el rendimiento y la resistencia a las enfermedades y para sincronizar la floración y la fructificación." También es consciente de "la necesidad de vigilar que el cultivo de plantas para la producción combustibles sea sostenible." "No podemos permitir – añade – que estos cultivos ocupen tierra dedicada a cultivos alimenticios, o que sean una causa de deforestación."

Terasol Energy trabaja con empresas de fitomejoramiento para obtener variedades de semillas que luego adapta y mejora para lograr sus objetivos. Según el Sr. Pingle, "con el tiempo, si los ensayos tienen buenos resultados, registraremos nuevas variedades de jatrofa que podremos utilizar como materia prima en Terasol." Actualmente cerca de 1.000 hectáreas de jatrofa se cultivan en Brasil en tierras que, de no estar destinadas a este fin, no se utilizarían con fines agrícolas.

"La propiedad intelectual es importante en la estrategia empresarial de Terasol Energy. La actividad de la empresa sería imposible si los obtentores no contarán con una firme protección de su propiedad intelectual. En etapas posteriores de la investigación y puesta a punto de las variedades, es importante que podamos mantener nuestra ventaja competitiva mediante la propiedad intelectual generada al adaptar y mejorar estas plantas para su cultivo." Las actividades de elaboración de P.I. de Terasol Energy se centran principalmente en "las variedades e híbridos de



las plantas empleadas y en los procedimientos ideales para su cultivo sostenible y eficiente."

El Sr. Pingle cree que el aceite de jatrofa puede cambiar radicalmente el panorama de la energía y es una solución con la que todos salen ganando, ya que puede ayudar a luchar contra el cambio climático, reducir la dependencia de los combustibles fósiles y generar beneficios económicos y sociales. "La lucha contra el cambio climático resulta cada vez más difícil. Aunque no hay soluciones mágicas, todo lo que podamos hacer para reducir nuestras emisiones de gases causantes de efecto invernadero nos ayuda a estabilizar la calidad del medio ambiente. Con el cultivo sostenible de fuentes de combustible no sólo reduciremos el consumo de combustibles fósiles, también daremos a las economías de los países en desarrollo nuevas oportunidades para crear empleo en zonas rurales y reducir su dependencia de las exportaciones."

Las algas como combustible ecológico

Las algas son otra prometedora fuente de combustibles alternativos. Bernard Raemy, vicepresidente ejecutivo de Carbon Capture Corporation (CCC), está convencido de que en diez años los biocombustibles obtenidos de algas

pueden llegar a ser una parte muy importante de los combustibles utilizados en todos los medios de transporte, incluido el transporte por avión.

Las algas tienen un potencial enorme como fuente de biocombustible. Se conocen en torno a 100.000 especies de algas, y cada año se identifican cientos de especies nuevas. Las algas producen el 50 por ciento del oxígeno del planeta y están considerados como los organismos más eficientes de la biosfera, por su rápida tasa de crecimiento (algunas especies de algas pueden duplicar su biomasa en un día) y su abundante contenido de aceites, que en algunas especies supera el 50 por ciento de su masa. "Las algas pueden producir más biomasa y muchas más moléculas de biocombustible que cualquier planta terrestre, y con más eficiencia en el uso del tiempo y el espacio," afirma Greg Mitchell, del Instituto Scripps de Oceanografía de la Universidad de California en San Diego (UCSD). "Por ejemplo – añade – las algas pueden producir 100 veces más aceite vegetal por hectárea y año que la soja, y 10 veces más que la palma aceitera."

CCC, que cultiva algas en viveros en el desierto de Imperial Valley (California), ha encargado un estudio¹ sobre el uso de algas en la producción de biocom-

bustibles, en el que se concluye que "la producción de biomasa de microalgas presenta muchas ventajas respecto de las tecnologías tradicionales de producción de biomasa, en particular por los mayores rendimientos, el uso de tierra improductiva, la reutilización y reciclaje de nutrientes procedentes de residuos, el uso de aguas salinas o salobres, y la reutilización de CO₂ [...], además [esta tecnología] ofrece oportunidades para evitar la emisión de gases causantes del efecto invernadero."

El Sr. Raemy reconoce que tienen por delante todo un rosario de desafíos, como "la recolección, deshidratación, secado, extracción de lípidos y transformación de las algas," y que "se necesitan esfuerzos de investigación coordinados [...] para llevar a la práctica los resultados de laboratorio." Está convencido de que habrá grandes avances tecnológicos que aumentarán la eficiencia de los viveros y de las técnicas de elaboración, reduciendo los costos de producción. Se prevé que la protección de la PI. tenga una importancia creciente en la estrategia empresarial de CCC: "Hasta ahora hemos optado por ser muy abiertos en nuestras actividades y hemos usado la protección por patente en una medida limitada. En el futuro prevemos centrarnos más en la creación de propiedad intelectual para crear valor." De este modo, CCC obtendrá las inversiones necesarias para seguir investigando los biocombustibles.

Ante el desafío

Aunque la producción mundial de biocombustibles se ha triplicado entre 2000 y 2007, aumentando de 18.000 a aproximadamente 60.500 millones de litros, sigue representando sólo el 3 por ciento de la oferta mundial de combustible para el transporte. Queda mucho por hacer para que el combustible "verde" alcance una implantación plena, pero el redoblado interés por identificar, elaborar y probar estas alternativas demuestra el empeño en combatir las causas del cambio climático.

Hace falta una inversión considerable para financiar las investigaciones que deben llevarse a cabo para hacer de los cultivos de biocombustibles una realidad comercialmente viable. Un sistema de PI. equilibrado es un instrumento útil y de eficacia demostrada. La PI. puede contribuir de forma importante a la obtención de los avances tecnológicos y las inversiones que necesita la investigación en biocombustibles, y al mismo tiempo facilitará la difusión de esas nuevas tecnologías.

El cambio climático y su repercusión en la sociedad son, quizá, el mayor reto del siglo XXI, y la tecnología, la innovación y la creatividad serán decisivas para lograr superarlo. La respuesta del sector aeronáutico – su apoyo decidido a la innovación y su empeño en reducir las emisiones nocivas y lograr un saldo nulo de emisiones de CO₂ – es un ejemplo alentador de lo que se está haciendo para alcanzar ese fin, y abre una ventana de esperanza.



Foto: Carbon Capture Corporation

Las algas pueden producir 100 veces más aceite vegetal por hectárea y año que la soja y 10 veces más que la palma aceitera.

¹ Autores: D. E. Brune (Universidad Clemson), T. J. Lundquist (CalPoly), J. R. Benemann (de Benemann and associates).

CREADOR, ARTISTA, ESCULTOR



Fotos: OMPI's, Castonguay

Datos biográficos - Nicolas Lavarenne

Nacido en: octubre de 1953, Chamelières (Francia)

Estudios: Bachillerato técnico en Diseño Mecánico

Exposiciones: Decenas de muestras en Europa, Oriente Medio y Norteamérica

Premios: 1998 – Premio del público en Antibes; 1993 – Primer premio de Escultura en Tende; 1993 – Primer premio de Escultura en Beaulieu sur Mer; 1990 – Premio del público en Niza; 1987 – Primer premio de Escultura en Brignoles; 1984 – Premio del público en Niz

A finales del pasado verano, el equipo de la *Revista de la OMPI* y de la Sección de la OMPI de Cortometrajes, Multimedia e Internet, tomó sus cámaras e instrumentos de trabajo y viajó a Seyssel – una remota aldea de montaña francesa que antaño marcaba la frontera con Italia – para entrevistar al escultor Nicolas Lavarenne. Nos resultó difícil dar con su taller: tan desapercibido pasa el baqueteado edificio, oculto tras el estacionamiento de una tienda de comestibles.

Pero, al traspasar el umbral, fue como entrar en la cueva de Alí Babá. La obra del Sr. Lavarenne – esculturas de madera, de escayola, de cera y de bronce en distintas etapas de desarrollo – estaba en todas partes: en el suelo, en las mesas y estantes, incluso colgando del techo, las paredes y las escaleras. Había siete esculturas que colgaban de otras esculturas. Dispersos por la nave podían verse una motocicleta, láminas con bocetos, carteles de exposiciones y mil objetos sin nombre. No sabíamos hacia dónde volver la mirada ni qué mirar primero. Íbamos fascinados de un objeto a otro, ávidos por descubrir cómo un hombre tan delgado y modesto podía haber creado tales obras. Ante nuestras cámaras, el artista desgranó el relato de su vida.

“La escultura me sobrevino”

El Sr. Lavarenne lo cuenta así: andaba pensando en sus cosas y de pronto la escultura le sobrevino, “le cayó encima.” No puede explicarlo de otro modo. Su padre era pintor al óleo, pero Nicolas no sintió esa vocación. Estudió diseño mecánico y trabajó unos años en el sector de las motocicletas, aunque acabó por aburrirse. “Un día – cuenta – me pregunté: ¿qué se me da bien? ¿qué me gusta hacer? Echando la vista atrás, me di cuenta de que sabía dibujar, de que podía hacer lo que quisiera con las manos.”



“Decidí hacer un trabajo manual. Durante siete años me dediqué a hacer la talla ornamental de muebles de ebanista. Una vez, mientras garabateaba, como solía, hice un pequeño dibujo, y decidí tallarlo en madera. Cuando terminé, lo miré y pensé: ¿qué es esto? ¿para qué sirve?” Hasta entonces, el Sr. Lavarenne siempre había esculpido por encargo, siguiendo con exactitud las instrucciones recibidas. Nunca pasó por su mente la idea de elaborar diseños propios, y menos aún de tallarlos. La palabra creación no estaba en su vocabulario. “Aquel día comencé a hacerme preguntas sobre el arte. Aquello me trastornó completamente. Me cambió la vida: me reconcilié con ella. Comencé a esculpir cuando tenía 23 años, pero hasta cumplir los 33 no fui realmente escultor.”

Aquel fue el día en que la escultura le “cayó encima” al Sr. Lavarenne, y no fue una carga liviana. Aprendió sin maestro, sin tener una idea clara de a dónde quería llegar, avanzando por el método de la prueba y el error. “Hubo momentos de desesperación y soledad.” Seguía esculpiendo en madera, pero los resultados no le satisfacían. La madera necesitaba ensambles, era densa, y había que mantener su grosor en lugares donde él quería líneas largas y delgadas. Para redondear sus ingresos, hacía maniqués para tiendas de moda, lo que le llevó a descubrir la escayola y la cera. De este modo fue perfeccionando su técnica, encontrando nuevos soportes. Al hacer sus primeras obras en bronce, comprendió que había hallado su elemento.



“Trato de ser un escultor, y a veces me reprocho no ser más que eso.”

Fotos: OMP/US, Castonguay



“La escultura es una presencia”

Al Sr. Lavarenne no le resulta difícil decir qué es la escultura. “Para mí, una escultura es un objeto que trata de habitar un espacio, no sólo de ocupar el vacío. Cuando uno llega a un lugar donde hay una escultura, ésta tiene que estar presente. Es esa presencia lo que importa. La escultura es una presencia y, si es posible, una presencia con expresión.”

“Suelo identificarme con mis esculturas. Expresan mi sensibilidad. Soy parte de ellas, me cuentan mi historia. Pero el arte es un espejo y cada espectador encontrará en una expresión artística lo que él mismo aporte. El espectador se identifica con la obra de un modo u otro. Si no lo hace, es que la obra no se corresponde con su sensibilidad.”

Cuando los espectadores cuentan al Sr. Lavarenne las emociones o experiencias que les evocan sus obras, raramente coinciden con las sentidas por el artista en el proceso de la creación. Sin embargo, “a veces – dice el escultor – cuando alguien me cuenta exactamente la misma historia que la escultura me cuenta a mí, me digo que nuestra sensibilidad es idéntica. Tengo la sensación de haber encontrado a mi *alter ego*, y siento un escalofrío.”

“La inspiración es una forma de ausencia”

Al preguntarle de dónde viene su inspiración, el Sr. Lavarenne señala un rincón donde hay una pequeña habitación con ventanas al taller. En ella hallamos cientos de dibujos de los más diversos tipos. El Sr. Lavarenne dice que puede pasar allí sentado dibujando horas, días, semanas, sin llegar a encontrar nada. De pronto, un día suena el teléfono, y mientras está hablando traza unos garabatos. No es

consciente de hacerlo: los trazos fluyen sin más mientras su mente atiende a otra cosa. Después de colgar, se queda mirando el resultado. Podría ser un simple garabato, pero se convierte en una escultura de bronce de dos metros que se proyecta hacia el cielo. Para el Sr. Lavarenne, “la inspiración es una forma de ausencia.”

En una caseta situada al fondo del jardín, rodeados de una nube de polvo blanco, observamos trabajar al Sr. Lavarenne en el torso de una escultura. “Esculpir es laborioso. Busco algo que no existe. Trato de construir en el espacio un volumen que sólo existe en mi mente y en un pedazo de papel. Ese volumen ha de poder verse desde todos los ángulos, y ha de ser interesante desde cada uno de ellos. A veces estoy trabajando en un rostro y veo surgir en él algo que me parece interesante. Lo giro un poco y veo que el perfil es un desastre. Rehago el perfil, lo giro para verlo en tres cuartos, y me espanta. Rehago ese ángulo y vuelvo a mirarlo de frente, y me horroriza.”

“Cuando por fin lo termino, acabo hastiado. He trabajado tanto en la escultura que sólo veo sus defectos. Necesito un mes o dos para digerirlo y admitir que no es perfecta. Me gusta verlas marcharse, para poder crear otras y hacer realidad otros sueños. La única escultura que me interesa es la que aún no he creado.”

“No puedo tomar la distancia necesaria para juzgar mi propia obra. Cuando miro mis esculturas veo un cuerpo humano bastante realista, correcto desde el punto de vista anatómico; un cuerpo que se lanza al aire, que emprende el vuelo por medio de pértigas que, para mí, son como esos trazos que indican el movimiento del cuerpo en los dibujos de los cómics. Las pértigas levantan del suelo a la escultura, elevándola simbólicamente de la tierra y de la

“Esculpo ante todo para mí, aunque espero llegar a los demás, comunicarme con ellos. Mi mayor placer es que alguien se sienta conmovido por mis esculturas.”

materia, haciéndola más ligera, casi virtual, imposible de tocar. Es la paradoja del escultor: el bronce es pesado, pero echa a volar.”

“¿Es usted quien hizo esto?”

Cuando el Sr. Lavarenne comenzó a exhibir su obra, sus admiradores se sorprendían al conocerlo. “Solían exclamar: ‘¿Es usted quien hizo esto?!’” Es él, sin la menor duda. El autor marca cada obra para garantizar el reconocimiento de su paternidad, y las numera para que pueda detectarse cualquier copia. Aunque el Sr. Lavarenne no está particularmente interesado en el aspecto burocrático del derecho de autor, le preocupa ver su obra en la televisión, en libros o en revistas sin que se haga referencia a su autoría. “Creo que como mínimo debe mencionarse el nombre del autor.”

Una sociedad de gestión colectiva del derecho de autor le envía periódicamente cheques, aunque él no sabe con exactitud a qué obra corresponden. Le basta con que el sistema funcione, y aunque cree que probablemente debería involucrarse más, la escultura le deja poco tiempo para otras actividades. Su energía está centrada en la creación. Nos hace ver la evidente dificultad de copiar su obra: por su tamaño, su peso, su voluminosidad, y el costo de la materia prima. El bronce es caro. También explica en rasgos generales la estricta legislación francesa al respecto (véase el recuadro).

Critica el hecho de que en el sistema educativo no se enseñe lo que es el derecho de autor y cómo utilizarlo para ganarse la vida. Cuenta que a veces pasan estudiantes frente al taller y se quedan mirando por las ventanas. Le gustaría que entraran y comprendieran que ellos también pueden hacer algo así. “¿Por qué nadie me dijo cuando iba al colegio que uno puede vivir de sus creaciones?”



Foto: Pierre Bondier / Autorisation: Nicolas Lavarenne

“Nadie me pidió que hiciera esto”

“Soy un artista, tengo la suerte de poder vivir de mi obra. Me encanta la parte creativa, pero hay también una parte administrativa muy pesada. Si no salgo y cuento a los demás lo que estoy haciendo, nadie sabría que estoy encerrado en el taller, porque nadie me pidió que hiciera esto.”

Mientras nuestras cámaras lo seguían por su taller, el Sr. Lavarenne se quedó mirando cara a cara la figura de una mujer nubia. Estudió sus rasgos perfectos. Luego, con un rápido movimiento de las manos, le arrancó la cabeza. Nos quedamos sin aliento... hasta que recordamos que no era una mujer real, sino un boceto de cera, una de sus creaciones. Así terminó nuestra entrevista. Cerrando la puerta del taller tras de nosotros, el Sr. Lavarenne montó en una vieja motocicleta e hizo un gesto de despedida, gritando que iba a darse una zambullida en el lago antes de que se pusiera el sol.

*** Ver el vídeo sobre Nicolas Lavarenne en la dirección siguiente:**
www.wipo.int/multimedia/es/public_outreach/webcast/

¿Es un original?

La legislación francesa sólo permite a los escultores que trabajan el bronce, como Nicolas Lavarenne, hacer 12 originales de cada escultura. Cada original debe estar numerado: ocho en cifras arábigas y cuatro, las llamadas *épreuves d'artiste* (pruebas de artista), en números romanos. Se considera que las fundiciones que no se atengan a estas estrictas normas no producen originales, sino reproducciones, ya se trate de 13 copias o de 300.

El Sr. Lavarenne numera sus obras conforme a lo estipulado. Trabaja con una fundición de confianza que destruye los moldes después de producir los originales. El Sr. Lavarenne ha rechazado categóricamente varias ofertas para hacer copias.

EL DERECHO DE AUTOR EN EL AULA

Mío, tuyo, suyo

¿Están interesados en el derecho de autor los alumnos de enseñanza elemental? ¿Cuál es la edad adecuada para explicarles estas cuestiones? ¿Hay algún modo entretenido y educativo de introducirles en esta materia? Para responder a estas preguntas, la División de Comunicaciones de la OMPI visitó la Escuela Internacional de Ginebra con el propósito de dar a conocer a los alumnos la importancia del derecho de autor. El programa *El derecho de autor en el aula* se impartió por primera vez en 2007 a alumnos de 8 y 9 años y posteriormente, en diciembre de 2008, a alumnos de 11 y 12 años.

El derecho de autor en el aula es un programa educativo preparado en consulta con los profesores y el bibliotecario del centro docente y está basado en la publicación de la OMPI *Las creaciones artísticas y el derecho de autor*, de la serie *Aprender del pasado para crear el futuro*. En la clase se tratan principalmente los conceptos básicos de creación artística, autor, derechos morales y derechos patrimoniales, así como los distintos símbolos y menciones que indican que una obra está protegida por derecho de autor u otro tipo de propiedad intelectual. En respuesta a preguntas de los alumnos, también se trataron cuestiones relacionadas con la piratería. El uso de tecnología didáctica moderna (una pizarra inteligente) hizo que la exposición fuera ágil e interactiva.

En el aula

El día anterior a la clase, los profesores hablaron a los alumnos de las creaciones artísticas y de su importancia y les pidieron que al día siguiente llevaran al colegio sus obras preferidas (libros, DVD, CD, etc.). Al comienzo de la clase se repasaron las distintas formas de expresión artística y sus respectivos soportes y se pidió a los alumnos que indicaran cuáles eran las diferentes formas de expresión artística que podían identificar en las obras que habían traído y que nombraran a sus autores. De este modo, los alumnos comprendieron que un mismo soporte puede contener varias creaciones artísticas: por ejemplo, un libro contiene la obra literaria, pero también las ilustraciones de la portada y el interior, cada una de ellas obra de su respectivo autor. Los libros, los DVD, e incluso un cuadro, fueron pasando de mano en mano mientras los alumnos identificaban animadamente las obras y sus autores.

Respondiendo a una serie de preguntas dirigidas, los propios alumnos enumeraron todos los tipos de derechos que un autor puede tener respecto de sus obras. Se expuso concisamente a los alumnos el vocabulario oficial de los derechos morales y patrimoniales y se les propuso un ejercicio interactivo para afianzar su comprensión de los términos. Por medio de la pizarra inteligente, se pidió a los alumnos que hicieran corresponder imágenes de portadas de libros, de DVD, de videojuegos, etc. de una obra bien

conocida con el respectivo derecho patrimonial del autor (traducción, adaptación, interpretación, etc.).

Los alumnos, que en ese momento estaban aprendiendo a redactar ensayos con bibliografía, establecieron la conexión entre el derecho de autor y el reconocimiento que se hace de la paternidad de los autores al citarlos en la bibliografía.

Tras identificar los derechos de los autores de sus obras favoritas, los alumnos aprendieron a reconocer que ellos mismos son autores que producen creaciones artísticas respecto de las que tienen los mismos derechos que cualquier otro autor. Se les enseñó el modo de firmar y fechar sus obras, así como a usar el símbolo de derecho de autor.

En el curso de las clases los alumnos plantearon muchas preguntas:

- ¿Se puede modificar la música?
- ¿Se pueden vender libros de segunda mano?
- ¿Cómo se pide permiso cuando el autor ha muerto?
- ¿Quién recibe el dinero cuando el autor ha muerto?
- ¿Qué sucede cuando se acaba el derecho de autor?

No resulta fácil ofrecer una introducción al derecho de autor, aun tan sucinta como ésta, en sólo una hora. ¿Qué sería lo que retendrían los alumnos de la materia impartida?

Lo que nos enseñó esta experiencia

La respuesta de los profesores y los alumnos dejó claro que los niños están interesados en las cuestiones relacionadas con el derecho de autor. También se puso de manifiesto que la mejor edad para aprender los conceptos básicos (el autor y sus derechos, el fundamento del derecho de autor) son los 8 y 9 años. A los 11 y 12 años los alumnos ya pueden – y quieren – aprender cuestiones más complejas, relacionadas, por ejemplo, con las descargas, la piratería y el dominio público.

Según indicaron profesores, los alumnos opinaban que la información recibida era importante y útil, en particular la relativa a la descarga de canciones y pelí-

Material didáctico de la OMPI para la enseñanza de la P.I. en el aula

Los profesores han indicado que las historietas de la OMPI son “divertidas y útiles” para explicar los conceptos de la P.I. en el aula y que sus propios conocimientos de la materia se basan en lo aprendido de los cómics. Además de éstos, el material didáctico de la OMPI incluye, entre otras publicaciones, las siguientes:



culas de Internet. Los alumnos estimaban que los argumentos contra la descarga ilegal desde Internet eran convincentes. Algunos comentaron estos temas con sus padres y hermanos al volver a casa. Para los profesores fue importante que los alumnos establecieran la conexión entre lo que habían aprendido y la inclusión de bibliografía y notas a pie de página en sus ensayos, ya que uno de sus objetivos es inculcar a los alumnos el espíritu de integridad académica.

Los alumnos también hicieron comentarios sobre las clases: dijeron que les había gustado la interacción y que hubieran preferido un método aún más interactivo; también pensaban que el símbolo del derecho de autor es una gran idea. No obstante, algunos de los alumnos de 11 y 12 años dijeron que el lenguaje y el contenido de la clase parecían pensados para niños más pequeños.

Una red internacional

De las observaciones del escultor Nicolas Lavarenne (véase la página 13) se desprende que la enseñanza del derecho de autor en las aulas es manifiestamente

mejorable. Hay que enseñar a los niños por qué deben respetar los derechos de los demás, y hacerles comprender, asimismo, que es una cuestión que también les concierne a ellos, ya que un día podrían ser ellos quienes se ganen la vida gracias al derecho de autor.

La Escuela Internacional de Ginebra proyecta distribuir y promover el programa de estudio *El derecho de autor en el aula* entre los docentes de todo el mundo, por medio del sitio Web y las conferencias internacionales del *Programa de Educación Primaria del Bachillerato Internacional*, un programa transdisciplinario de educación internacional (www.ibo.org/).

Con actividades de divulgación como *El derecho de autor en el aula*, perfeccionadas y ajustadas tras cada nueva experiencia, la OMPI espera establecer una red de docentes que elaboren, compartan y adapten los programas de estudio en sus clases. Esta experiencia muestra que el material didáctico ha de adecuarse a cada grupo de edad para poder transmitir los contenidos a niños de diferentes edades y procedencias.

SECRETOS DE LAS PROFUNDIDADES

Los nuevos medicamentos vienen del mar

Científicos de todo el mundo buscan nuevos medicamentos capaces de curar el cáncer o tratar la tuberculosis. **DOLORES GARCÍA GRÁVALOS**, autora de este artículo, es inventora de la patente estadounidense del Kahalalido F,¹ un compuesto obtenido de un alga marina que actualmente se experimenta en ensayos clínicos de fase II para la detección del cáncer de próstata



Colonias de *Ecteinascidia turbinata*, la especie de la que se ha obtenido el medicamento Yondelis®.

El descubrimiento de la penicilina en 1928 desencadenó la búsqueda sistemática de otros antibióticos a partir de microorganismos del suelo, lo que condujo al descubrimiento de la estreptomina, la neomicina, el cloranfenicol y la

clorotetraciclina. Durante muchos años, la investigación se centró en las plantas y microorganismos terrestres, principalmente porque sus especímenes son fáciles de obtener. Sin embargo, una parte cada vez mayor de la investigación farmacéutica más prometedora se centra actualmente en el mar, porque la evolución de los organismos marinos ha dado lugar a moléculas de gran interés biológico.

La vida comenzó en los océanos: tres cuartas partes de la superficie terrestre están cubiertas por el mar. Innumerables organismos, con una abundante biodiversidad, habitan las profundidades oceánicas. Existen las más diversas especies de invertebrados, fijos o sésiles, muchas de ellas con aspecto de plantas y otras dotadas de un movimiento lento, heredado de ancestros muy primitivos. Al no poseer defensas físicas, como conchas o espinas protectoras, y carecer de agilidad para la huida, estas especies generan sustancias con actividad biológica – los llamados “metabolitos secundarios” – que emplean para atacar a sus presas o defenderse de sus depredadores. La fascinante variedad de los organismos marinos ofrece grandes oportunidades para el descubrimiento de nuevos fármacos.

La exploración del mar y de sus organismos se encuentra todavía en una etapa relativamente temprana. Aunque la biodiversidad de los océanos es mucho mayor que la de los ecosistemas terrestres, su aprovechamiento para identificar nuevos compuestos químicos apenas ha comenzado: actualmente se obtienen de fuentes marinas aproximadamente

11.000 sustancias naturales, mientras que las sustancias naturales de origen terrestre son más de 155.000.

Las esponjas fueron objeto de numerosos estudios tras el descubrimiento, en 1959, de que algunas de ellas producían sustancias con actividad antimicrobiana. Los investigadores no tardaron en descubrir que otros invertebrados, como los tunicados, las ascidias, los equinodermos, los briozoos, los corales y los moluscos producían sustancias similares. Biólogos y químicos de todo el mundo se lanzaron al estudio de los productos de origen marino, dando lugar a la eclosión de la bioprospección marina: la búsqueda de organismos acuáticos para la investigación y el desarrollo de nuevos productos terapéuticos. En la década de 1980, el descubrimiento de varios compuestos de origen marino capaces de inhibir el crecimiento de cultivos celulares estimuló el interés del sector farmacéutico.

La investigación de productos naturales marinos comprende varias etapas, como son la recolección de especímenes, su taxonomía, la extracción de las posibles moléculas activas, la evaluación de la actividad terapéutica mediante técnicas de *screening*, la determinación y aislamiento de la estructura responsable de la actividad, y el estudio de la posibilidad de obtener las sustancias por síntesis orgánica. Inmediatamente se solicita la patente de las moléculas prometedoras. A continuación, las moléculas se estudian en ensayos en animales y, si los resultados son positivos, su estudio continúa en seres humanos o en fase clínica. Superada esta última fase, se procede a la solicitud de registro del nuevo fármaco y a su comercialización.

Tratamiento de los sarcomas de tejidos blandos

Yondelis®, el primer fármaco para el tratamiento de los sarcomas de tejidos blandos que se comercializa en los tres últimos decenios, es un ejemplo excelente del tipo de medicamentos que pueden obtenerse de la investigación de los organismos marinos. PharmaMar, una biofarmacéutica española subsidiaria del Grupo Zeltia, se fundó en 1986 con el

¹ Patente estadounidense Nº 6011010.

objetivo principal de investigar los recursos marinos como fuente de nuevos principios activos para el tratamiento del cáncer. Es una empresa pionera en este campo y su labor fue recompensada en 2007 cuando la Agencia Europea del Medicamento (EMA) y la Comisión Europea autorizaron la comercialización de Yondelis (trabectedina). Yondelis es el primer fármaco antitumoral de origen marino elaborado por una empresa española. Su aprobación viene a confirmar el potencial del mar como fuente de nuevos medicamentos.

El producto se obtuvo por extracción de la ascidia *Ecteinascidia turbinata*. La necesidad de extraer grandes cantidades de la ascidia para aislar los ingredientes activos hizo que se elaboraran técnicas de maricultura, así como de síntesis orgánica del producto. En la actualidad se obtiene por semisíntesis a partir de la cianosafracina, un metabolito de la bacteria *Pseudomonas fluorescens*.

Las Ascidias (*Ascidacea*) son invertebrados marinos bentónicos, que crecen sobre el fondo marino en formas solitarias o coloniales. Pertenecen al grupo de los Tunicados, llamados así porque la pared de su cuerpo segrega una túnica constituida por una sustancia celulosa llamada tunicina. La ascidia *Ecteinascidia turbinata* vive en las zonas tropicales y subtropicales del Atlántico, desde las costas mediterráneas hasta el norte del Brasil y la región caribeña. La especie se encuentra en todos los ecosistemas litorales, desde la zona de las mareas hasta los arrecifes exteriores.

Otros productos de origen marino

Otras compañías farmacéuticas, como Novartis, Aventis, Eli Lilly, Inflazyme Abbott, Wyeth, y Taiho Pharmaceuticals Co, están poniendo a punto productos terapéuticos de origen marino. A continuación mencionaremos algunos de los que se encuentran actualmente en fase de investigación clínica.

El primer compuesto marino que fue objeto de ensayos clínicos de fase II en seres humanos fue la didemnina, aislada por el grupo de Rinehart en la Universidad de Illinois a partir del tunicado *Trididemnum solidum*. Resultó demasiado tóxica, por lo que fue abandonada como fuente de medicamentos. No obstante, la obtención de este compuesto sentó las bases para la puesta a punto de métodos de cultivo y extracción a gran escala que han resultado esenciales para la puesta a punto de otros fármacos marinos. Actualmente, la didemnina ha sido reemplazada por la aplidina, fabricada por PharmaMar. La aplidina se obtiene del tunicado *Aplidium albicans* y es estructuralmente muy similar a la didemnina, pero menos tóxica. La aplidina se encuentra actualmente en la fase II de su estudio clínico y en 2004 fue designada medicamento huérfano* por la Administración de Productos Alimenticios

y Farmacéuticos de los Estados Unidos (FDA) para el tratamiento del mieloma múltiple y la leucemia linfoblástica aguda.

La briostatina fue descubierta en la Universidad del Estado de Arizona, cuyos investigadores la aislaron del briozoo *Bugula neritina*. Su primer ensayo clínico se llevó a cabo en el Instituto Nacional del Cáncer (NCI) de los Estados Unidos. Fue necesario recolectar 13 toneladas métricas del organismo para obtener 18 gramos de compuesto. La briostatina, que está siendo puesta a punto por la empresa alemana GPC Biotech, se encuentra en la fase II de su estudio clínico como tratamiento para el cáncer de esófago y fue designada medicamento huérfano por la FDA en 2001. Además, ha servido de modelo para la elaboración de numerosos análogos de síntesis.

Se han aislado numerosos péptidos bioactivos de la babosa marina *Dolabella auricularia*, en particular el antitumoral dolastina 10, descubierto en la Universidad Estatal de Arizona. Aunque este compuesto, que actualmente es objeto de ensayos clínicos de fase II, mostró una actividad insuficiente frente a varios tumores, ha servido de modelo para la preparación de numerosos análogos de síntesis que están siendo elaborados por diferentes compañías y centros de investigación, varios de los cuales ya están siendo objeto de ensayos clínicos.

El *Kahalalido F* es un depsipéptido cíclico producido por algas del género *Bryopsis*, aunque en cantidades muy pequeñas (se obtienen 5mg de 3kg de algas). Una fuente más adecuada es la babosa marina *Elyisia rufescens*, que se alimenta de algas y concentra el compuesto (se obtienen 2,1g de 216g de molusco). Este compuesto, que ya ha sido patentado, se encuentra en la fase II de su estudio clínico para la indicación de cáncer de próstata.

Aunque los organismos marinos encierran un gran potencial como fuente de compuestos bioactivos, para su explotación deben superarse varias dificultades. El marco jurídico que rige el acceso y el uso de los recursos genéticos marinos procedentes de aguas internacionales no es claro. Casos como el de Yondelis y la briostatina muestran que la dificultad de trabajar con estos organismos radica en las enormes cantidades de materia prima necesarias para obtener cantidades útiles de compuesto. Este problema ha propiciado avances en las técnicas de maricultura y de síntesis orgánica.



Foto: PharmaMar, SA

Ecteinascidia turbinata

* La designación de un producto como medicamento huérfano confiere a la compañía farmacéutica el derecho exclusivo de comercialización del medicamento en los Estados Unidos para el tratamiento indicado durante los siete años siguientes a la concesión por la FDA de la aprobación para la comercialización. También faculta a la compañía para solicitar financiación para la investigación, bonificaciones fiscales por determinados gastos de investigación, y una exención de la tasa de solicitud para usuarios de la FDA.

EL MUSEO DE LA FALSIFICACIÓN DE PARÍS

El revés de la trama



Original (izquierda) y falsificación (derecha) de un bronce de Giacometti.

Los falsificadores alargaron el vientre, las garras y el rabo para compensar la reducción del volumen causada al fundir las copias falsificadas.

¿Ya ha visto la Torre Eiffel, navegado por el Sena y visitado el Louvre, y busca ahora una atracción parisina menos trillada? ¿Por qué no una breve visita al Museo de la Falsificación, instalado en un edificio singular? El Museo, que ocupa la planta baja de un elegante inmueble del siglo XIX en el que se han rodado numerosas películas y programas de televisión – entre ellas, *La gran juerga*, una de las películas francesas más famosas de todos los tiempos – exhibe productos para todos los gustos. Desde perfumes, juguetes y productos de limpieza hasta memorias USB, piezas de automóvil, artículos deportivos o productos farmacéuticos, e incluso agua embotellada, salsa *ketchup* y gas líquido: el Museo ofrece una muestra extraordinariamente variada, sugerente, y un tanto inquietante, del vasto alcance de la falsificación.

Una irónica casualidad ha querido que el Museo se ubique en la rue de la Faisanderie, ya que en francés un *faisan* es también un sinvergüenza. El visitante no tarda en descubrir que los pillos y la falsificación existen desde hace largo tiempo. Los productos falsificados más antiguos de la muestra datan del año 200 antes de Cristo y son tapones utilizados para sellar ánforas de vino que se transportaban de Italia a la Galia. Puede verse un tapón auténtico, con la marca del tratante de vinos, junto a otro falsificado, utilizado por un ventajista de la antigua Roma para aprovecharse del éxito comercial ajeno. Más de 2000 años después, el problema sigue existiendo. Se calcula¹ que entre el 7 y el 10 por ciento del comer-

cio mundial se nutre de falsificaciones, con un costo para la economía mundial de aproximadamente USD492.000 millones al año.

En todo el Museo se exhiben los productos auténticos junto a los falsificados, cedidos por las autoridades aduaneras o judiciales, o por particulares. De este modo se ponen de relieve las diferencias entre los productos legítimos y sus réplicas imperfectas e ilegales.

La exposición está concebida para hacer hincapié en las amplias repercusiones negativas de la falsificación y el peligro que entraña para los fabricantes, los consumidores y la economía. Esta práctica, además de desalentar la innovación, hurtar ingresos a los titulares de derechos y alimentar la delincuencia organizada, pone en peligro la salud y la seguridad.

Se constata que, en el mejor de los casos, los juguetes falsificados de mala calidad se rompen pronto – “las falsas Barbies pierden pelo,” advierte un letrero – pero lo peor es que también pueden contener sustancias inflamables o tóxicas, como pintura al plomo, o tener piezas frágiles que podrían ser causa de asfixia. Los peligros son muchos y muy variados, ya que, por su propia naturaleza, los productos falsificados eluden cualquier control sanitario o de inocuidad. El Museo exhibe artículos de todo tipo, desde gafas de sol de imitación que no protegen adecuadamente los ojos hasta piezas de automóvil y de avión falsificadas que pueden fallar y originar una catástrofe, o electrodomésticos de mala calidad que son un peligro real en el hogar. Los medicamentos falsificados son un problema perenne y especialmente grave, ya que con frecuencia no contienen ingredientes activos, o los contienen sólo en cantidad insuficiente, y en

ocasiones en su composición hay sustancias tóxicas. Se calcula² que constituyen entre el 10 y más del 30 por ciento de los productos farmacéuticos comercializados en los países en desarrollo.

El Museo ha inaugurado recientemente un ala nueva dedicada a los delitos contra el derecho de autor. En ella se exhiben desde DVD y CD piratas hasta falsas estatuillas de Rodin, Dalí y Giacometti, y en muchos casos se explican las diferentes técnicas de falsificación, como la aplicación de ácido seguido de cera teñida para dar al bronce una pátina de antigüedad. También se destaca el espectacular aumento de los delitos contra la P.I. que ha propiciado el uso de Internet, y se explica el profundo impacto que ello ha tenido en el sector de la creación artística.

En una de las salas del Museo se indica que cada año se fabrican 40 millones de relojes suizos falsos, cifra que duplica la producción anual de relojes suizos auténticos. Una obra creada por el artista Maât con miles de relojes falsificados decomisados por la aduana francesa y triturados por una prensa hidráulica – titulada *L'art dans le collimateur des faussaires* (El arte en el punto de mira de los falsificadores) – es una penetrante reflexión sobre este tema. Los pedazos de reloj han sido introducidos en cuatro bloques de resina traslúcida montados sobre un pedestal con dos hornacinas de vidrio en las que pueden verse sendos relojes auténticos. La escultura, que habla del contraste entre lo verdadero y lo falso, lo único y lo múltiple, la calidad y la chapucería, se exhibió por primera vez, como pedía su tema, en el Museo de la Falsificación, que ahora expone una reproducción a tamaño reducido.

1 Según estimaciones de la Organización Mundial de Aduanas y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE).

2 Datos del Grupo de Trabajo Internacional contra la falsificación de productos médicos (IMPACT) establecido por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 2006.

EL PADRE DEL KARAOKE

Alguna vez ha proclamado que iba a la escuela para dormir y que la pereza fue lo que más le ayudó a dar con la idea del karaoke. Daisuke Inoue nunca estudió solfeo: tocaba de oído, a fuerza de repetición. En una entrevista concedida a la revista *Time* aseguró que en sus años escolares en Osaka (Japón) eligió como instrumento la batería "porque sólo hay que golpearla."

A principios de la década de 1970, Daisuke formaba parte de un grupo que tocaba en bares y clubes en la vecina Kobe. En el Japón era habitual que el público acompañara cantando a los grupos encargados de la amenización musical de los locales nocturnos. El Sr. Inoue tuvo la idea de grabar una serie de bases musicales (baking tracks) y alentar a los clientes a que, olvidando sus carencias musicales y su timidez, cantaran siguiendo la música. Por medio de artificios técnicos se obviaban o atenuaban las voces más discordantes.

El karaoke propiamente dicho nació en 1971, cuando el presidente de una siderúrgica propuso a Daisuke que se hiciera cargo de la amenización musical en un viaje de empresa de un fin de semana a un complejo vacacional. El Sr. Inoue no pudo asistir, pero entregó la música grabada en una cinta. Los resultados fueron sensacionales. Daisuke podría haberse hecho millonario si hubiera pasado por su mente la idea de patentar el invento, pero, como declaró al diario *The Independent*, no lo lamenta: "No soy un inventor. Simplemente combiné cosas que ya existían, lo que es muy distinto. Hice el karaoke con el equipo de música de un automóvil, una caja de monedas, y un pequeño amplificador. ¿A quién se le hubiera ocurrido patentar eso?"

Otros sí lo hicieron y elaboraron, por supuesto, modelos mucho más perfeccionados. Al principio, sin embargo, el Sr. Inoue alquilaba sus aparatos de karaoke con cintas de música a un precio relativamente barato: 100 yenes por canción, lo que valían un par de copas en 1971. Pronto comenzaron a surgir competidores que ponían en peligro su negocio, en especial cuando aparecieron los aparatos para discos láser en la década de 1980. Daisuke reaccionó rápidamente ofreciendo sus servicios a uno de sus principales competidores, la Daiichikoshō Company.

Hoy la palabra "karaoke" se ha naturalizado en todas las lenguas del mundo. Su significado en japonés es "sin orquesta." Un ciudadano filipino, Roberto del Rosario, obtuvo en 1983 y 1986 patentes por un dispositivo denominado "aparato de karaoke."

Actualmente, el aparato de karaoke más básico contiene un micrófono, un dispositivo para modificar el tono de la música y altavoces. En los hoteles, bares, clubes, salas de espera, restaurantes y locales nocturnos, se encuentran modelos cada vez más sofisticados, como las salas de karaoke, que son pequeñas habitaciones o espacios aislados que se alquilan por horas o medias horas. Sin embargo, lo que más complace a Daisuke Inoue es oír que el karaoke tiene efectos terapéuticos en las residencias de ancianos y los hospitales y que ayuda a las personas solitarias o deprimidas. Es una forma de liberar las tensiones que hace que uno se sienta mejor. O un modo de realizar el anhelo secreto de ser un artista, por mal que uno cante.

Recientemente, el Sr. Inoue inventó y vendió un dispositivo que libera productos químicos para matar a las cucarachas que entran en los aparatos de karaoke, anidan en ellos y roen sus cables. Su última invención es una cuba de electrólisis para lavar la ropa o la vajilla, o incluso para lavarse la boca, sin utilizar detergentes o productos químicos, respetando el medio ambiente. Esta vez sí ha hecho uso de los sistemas nacional e internacional de patentes.



FOTOS: AFP



BIENVENIDOS AL DOMINIO PÚBLICO

En los países en los que se aplica a las obras protegidas por derecho de autor un período de protección de 70 años tras la muerte del autor, este año pasarán al dominio público numerosas obras de autores, artistas y músicos fallecidos en 1938.* Como el pasado año (véase el N° 1/2008 de la *Revista de la OMP*), **MIRIAM PHILIPS**, estudiante de música de la Universidad de Cambridge, ha elaborado para el blog *IPKat* una selección, que se reproduce a continuación.

Búho Gris (Grey owl, 1888-1938). Archibald Belaney, nacido en Inglaterra y criado en Hastings por su abuela y sus tías, abandonó la escuela a los 16 años y se fue al Canadá. Allí adoptó el nombre de Búho Gris, afirmando ser el hijo de una mujer apache que había huido de los Estados Unidos para unirse a la tribu ojibwa. Tras pasar varios años trabajando como guía y guardabosques, Búho Gris comenzó a publicar sus escritos sobre la vida en los bosques, en los que promovía la protección y preservación de la naturaleza. Búho Gris llegó incluso a hacer una gira por Inglaterra vestido con atuendo ojibwa para promocionar sus obras y hablar sobre el conservacionismo. Sus tías le reconocieron, pero guardaron el secreto. Sólo después de su muerte, en 1938, comenzaron a surgir dudas sobre su identidad. El descubrimiento de su engaño dio lugar a la retirada de algunos de sus libros y al descrédito de su defensa de la causa conservacionista.

Ben Harney (1872-1938). Benjamin Robertson (Ben) Harney fue músico y compositor y un pionero de la música *ragtime*, cuyas primeras canciones alcanzaron ya una gran popularidad. Su obra *Cake Walk in the Sky* fue la primera partitura escrita para *ragtime* cantado. En 1897 publicó *Ben Harney's Rag Time Instructor*, el primer manual de instrucciones para improvisar *ragtime* adaptando melodías populares al ritmo sincopado de este estilo musical. En 1924 el *New York Times* afirmó: "Probablemente, Ben Harney es la persona que más ha hecho por popularizar el *ragtime*."



C.J. Dennis (1876-1938). El australiano Clarence James Dennis publicó su primer poema a los 19 años. Se vendieron más de 65.000 ejemplares de su obra más famosa, *The Sentimental Bloke* (Un tipo sentimental), en el primer año de su publicación (1916). En *The Songs of a Sentimental Bloke* (Canciones de un tipo sentimental), una de las numerosas obras basadas en el personaje de su primer libro, se narran las aventuras cotidianas del pro-

tagonista, su amada Doreen y su amigo Ginger Mick. *The Sentimental Bloke* fue adaptado para el teatro, el cine mudo, el cine sonoro, y para un musical; su protagonista apareció incluso en una serie de sellos de Australia en la década de 1980.



Sir Muhammed Iqbal (1877-1938). Muhammed Iqbal nació en lo que hoy es el Pakistán, en una familia de hondas convicciones religiosas. Viajó y estudió extensamente, graduándose en Filosofía, Literatura Inglesa, Árabe y Derecho en diversas institu-

ciones docentes europeas. Es conocido popularmente con el nombre de Allama (el erudito) Iqbal y está considerado el máximo poeta en urdú y persa de la era moderna. El aniversario de su nacimiento es fiesta nacional en el Pakistán.

Sir Henry Newbolt (1862-1938). Henry Newbolt nació en Inglaterra, se graduó en Oxford y ejerció la abogacía hasta 1899. Publicó sus primeras novelas a principios de la década de 1890, pero no se consagró como literato hasta la publicación de *Admirals All* (Todos los almirantes), una serie de romances escrita en 1897. El más conocido de ellos es *Vitai Lampada*, sobre un soldado que aprende las virtudes del estoicismo jugando al *cricket*. El poema fue muy estimado en la Primera Guerra Mundial, pero al volver del frente los soldados lo sometieron a feroces sátiras. Newbolt fue nombrado Caballero en 1915 y siete años después se le concedió la Orden de "Compañero de Honor."

E.C. Segar (1894-1938). El dibujante estadounidense Elzie Crisler Segar, creador de Popeye el Marino, se hizo humorista gráfico gracias a su empeño y tenacidad. A los 18 años invirtió 20 dólares en un curso de dibujo de historietas y, después de trabajar todo el día como proyccionista en una sala



de cine, por la noche encendía las candilejas y se enfrascaba en el estudio del curso hasta la madrugada. Su primera tira cómica, *Charlie Chaplin's Comedy Capers*, basada en las películas de Charles Chaplin que veía en el trabajo, se

publicó en 1916. Posteriormente se trasladó a la costa este y dibujó para el *New York Journal* la tira cómica *Thimble Theatre*, protagonizada por Olive Oyl (aceite de oliva), Castor Oyl (aceite de ricino) y Ham Gravy (salsa de jamón). Hubieron de pasar 10 años para que, en 1929, se uniera a ellos el archiconocido Popeye. Tras la prematura muerte de Segar a los 43 años, su ayudante Bud Sagendor continuó dibujando la tira cómica.

Kasym Tynystanov (1901-1938). Cuando Kasym Tynystanov nació, sólo el dos por ciento de los nómadas kirguises sabían leer, y la cultura kirguisa era exclusivamente oral. No obstante, su padre le enseñó a leer y escribir en árabe. Tras la revolución soviética, Kasym estudió en Almaty. Continuó estudiando en Tashkent, donde ideó el primer alfabeto kirguís. Los primeros periódicos kazajos publicaban sus poemas y escritos en el alfabeto que él había creado, y sus canciones se hicieron muy populares entre los jóvenes kirguises. En 1924, tras la adopción oficial del alfabeto, escribió los primeros libros de lectura en kirguís para la enseñanza primaria. Aproximadamente el 90 por ciento de los vocablos creados por Kasym siguen en uso en la actualidad. Kasym Tynystanov fue el primer Ministro de Educación kirguís y estableció el sistema de enseñanza del país.

César Vallejo (1892-1938). César Vallejo sólo publicó tres libros de poemas, pero se le considera uno de los poetas más influyentes del siglo XX. Nació en una aldea de los Andes peruanos y era el menor de 10 hermanos. La conmoción que le causó la explotación de que eran objeto los trabajadores de una plantación de caña de azúcar en la que trabajó, marcó el rumbo de sus opiniones políticas. En 1916 se trasladó a Lima, donde trabajó de maestro y conoció a la vanguardia artística y política. Su primera colección de poemas se publicó en 1918, en una época de honda crisis personal: tuvo un desengaño amoroso, perdió su empleo, su madre murió y estuvo 105 días encarcelado injustamente.



En 1922, superada la crisis, publicó *Trilce*, que sigue siendo uno de los libros más radicalmente vanguardistas de la literatura en español. La Guerra Civil española originó su último brote de creación poética, a finales de la década de 1930.

Wang Zhen (1867-1938). Wang Zhen fue un artista moderno chino de la Escuela de Shanghai, discípulo del pintor Wu Changshuo, quien lo apadrinó. Hay quien afirma que algunos cuadros atribuidos a Wu Changshuo son en realidad de Wang Zhen. Wang Zhen pasó la mayor parte de su vida en Shanghai. Era un consumado calígrafo además de pintor. Se especializó en la pintura de flores, pájaros y temas budistas. La obra de Wang Zhen fue muy apreciada en Japón, donde tuvo más éxito que en China.

Zitkala-Sa (m. 1938). Zitkala-Sa, cuyo nombre significa Pájaro Rojo, fue una escritora, editora, música, maestra y activista política nativa americana. Se crió en Dakota del Sur, en la reserva sioux de Yankton, hasta los ocho años, cuando la enviaron a estudiar en un internado de Indiana. En 1913, después de estudiar en el Conservatorio de Boston, compuso la primera gran ópera nativo-americana, *La danza del sol*. Mientras ejercía de maestra en Boston comenzó a publicar relatos y notas autobiográficas en series de artículos que luego se reunieron en una colección titulada *American Indian Stories* (Relatos de los indios americanos). En sus últimos años sus obras tomaron un cariz más político. Escribía artículos mensuales y publicó varios libros en los que relató el trauma que le supuso el ser obligada a dejar su hogar para asistir al internado y acabar sintiéndose ajena a ambos mundos.

*** Nota. La duración de la protección puede resultar afectada por otras normas en algunos países. En varios países, por ejemplo, la duración se ha prolongado temporalmente porque las obras no pudieron ser explotadas en tiempo de guerra. La duración también será más larga en el caso de las obras conjuntas cuando la protección otorgada al coautor no haya expirado. Siempre es preferible comprobar la situación de una obra conforme a la legislación nacional antes de usarla sin autorización.**

LES ENJEUX DE LA PROTECTION DES DESSINS ET MODÈLES INDUSTRIELS DANS LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

De **Stéphanie Ngo Mbem**

Reseña de François Curchod* Se publican menos libros sobre diseños industriales que sobre cualquier otra rama de la propiedad industrial. La publicación de un libro sobre el Derecho africano es aún más insólita, de ahí que la aparición de una obra como la de Stéphanie Ngo Mbem, que versa sobre ambas cuestiones, sea digna de aplauso.



Editorial: L'Harmattan
ISBN:
978-2-296-06284-9
Precio: 34 Euros

Es bien sabido que el Derecho de los diseños industriales, pese a las fascinantes complejidades que derivan de su ubicación fronteriza entre la propiedad industrial y el derecho de autor, es el más desatendido de los miembros de la familia de la PI. No es tan consabida, sin embargo, la importancia fundamental de esta rama del Derecho para el desarrollo de los países africanos. Estos países generan, en efecto, numerosas creaciones estéticas, pero pocas invenciones patentables. Aunque es comprensible que se hable, a veces hasta la náusea, de los efectos que tienen las patentes en el desarrollo de estos países desde la perspectiva de la transferencia de tecnología, se olvida con demasiada frecuencia que el sistema de patentes apenas contribuye, al menos en las actuales circunstancias, a estimular la actividad innovadora local en África. Señalar a nuestra atención este punto no es uno de los menores méritos de este libro. Ciertamente, esta oportuna obra se centra en el caso de los dieciséis países del África Subsahariana que son miembros de la Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI), pero muchas de sus constataciones son válidas para todo el continente africano, cuando no para el conjunto del mundo en desarrollo.

Quien busque información general sobre el sistema de la OAPI hallará muy útil la primera parte de la obra, que contiene también análisis jurídicos muy interesantes sobre la evolución de la protección de los diseños industriales en el sistema regional de la propiedad intelectual y acerca de su funcionamiento en la práctica. A este último respecto, la autora analiza en particular las razones que pueden explicar el escaso grado de utilización del sistema de registro establecido por la OAPI, que son la ignorancia de la existencia de la protección de los diseños industriales y la falta de medios financieros para el pago de las tasas de presentación.

Una vez formulado el diagnóstico acerca del Derecho de la OAPI en materia de diseños industriales y su aplicación, conviene proponer soluciones. A ello se consagra la segunda parte de la obra, con una perspectiva de largo plazo, pero atendiendo también al futuro más próximo. En las últimas páginas de la obra se estudia el papel del Derecho internacional y el de los Estados miembros de la OAPI. En el plano internacional, la autora sugiere, además de la necesidad de una mayor armonización de las legislaciones sobre diseños industriales, la aplicación de un trato especial y diferenciado a los países en desarrollo, en particular a los países africanos, especialmente en lo que respecta a la asistencia y al acceso a los mercados para los productos que incorporen diseños industriales. En cuanto a los Estados miembros de la OAPI, es preciso que se impliquen directamente, mediante actividades de sensibilización, de promoción de las realizaciones de los creadores, y de asistencia a los sectores interesados en la explotación de los diseños industriales; por último, dichos Estados deben hacer que sus sistemas jurisdiccionales sean más fiables y han de intensificar la lucha contra la falsificación.

* El Sr. Curchod fue Director General Adjunto de la OMPI y profesor asociado en la Universidad Robert Schuman, institución que pasó a formar parte de la Universidad de Estrasburgo el 1 de enero de 2009.

En sus conclusiones generales, la autora pregunta si el sistema de diseños industriales de la OAPI está al servicio del desarrollo de los Estados miembros de la Organización. La respuesta no es categórica, ya que la evolución de los textos muestra que la preocupación por el desarrollo está cada vez más presente, aunque queda aún mucho por hacer a este respecto. Por ello, las numerosas propuestas formuladas por Stéphanie Ngo Mbem son extraordinariamente valiosas con vistas a una próxima revisión de los textos legales de la OAPI. Cabe esperar que sean tenidas en cuenta plenamente en el marco de esa revisión, de modo que esta obra no quede en un esfuerzo teórico y tenga un efecto tangible en la evolución del Derecho de los diseños industriales en el ámbito de la OAPI, contribuyendo de forma concreta a acrecentar la aportación que esta rama del Derecho puede y debe hacer al desarrollo económico y social de esos países.

CARTAS Y COMENTARIOS

Klientel: ¡por la música y la P.I.!



Foto: NCC

Con motivo de la publicación del artículo "Amarrar y apretar – La Comisión de Derecho de Autor de Nigeria en acción" en el N° 5/2008 de la *Revista de la OMPI*, escribo para dar a conocer una iniciativa emprendida por De-Klientel Music, una compañía discográfica de Abuja. Se trata de un programa radiofónico que emitirá la popular cadena *Wazobia 95.5 FM*, de Lagos. El objetivo del programa es ofrecer una plataforma de apoyo a la Comisión de Derecho de Autor de Nigeria (NCC) y el programa STRAP para la erradicación de la piratería.

El programa radiofónico, de una hora de duración, se titulará *9ja (Naija) Top 10* y hará promoción de los músicos y artistas nigerianos emitiendo reportajes, nuestra lista de éxitos, y un segmento con un artista invitado y un artista consagrado elegido por el público. El segmento principal será un espacio de 20 minutos dedicado a entrevistas en directo con

funcionarios de la NCC y el programa STRAP, representantes de sellos discográficos, abogados especializados en la industria del entretenimiento, expertos en mercadotecnia, distribuidores y miembros de otros sectores interesados.

El programa impulsará la lucha contra la piratería y la infracción de los derechos de P.I., realizará una labor educativa dirigida al público en general, y advertirá que la ignorancia de las normas contra la piratería no exime de su cumplimiento. También dará a conocer las actividades del NCC y el programa STRAP, pondrá al descubierto a los piratas y sus tácticas, y contribuirá a mejorar la calidad de los productos comercializados, proteger los intereses de los sectores interesados y lograr el crecimiento de la industria del entretenimiento.

Esta iniciativa, organizada en colaboración con el NCC, el programa STRAP y los sectores interesados de la industria del entretenimiento, favorecerá la creación de riqueza y oportunidades en este sector.

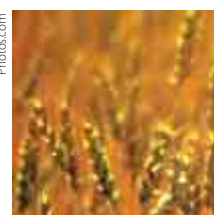
Adans Osilama,
De-Klientel Music,
Nigeria

Información sobre el número de patente y el inventor

Ante todo, nuestra felicitación por la calidad y la claridad de la información de la revista que Vd. dirige. Con frecuencia, los temas que en ella se abordan son comentados en nuestras reuniones semanales, en las que se observó que en su Revista suelen mencionarse invenciones de diferentes autores y países, aunque sin indicar los números de la patente ni el nombre del inventor. Con este motivo, sugerimos que se indique esa información al final de cada artículo; de este modo se contribuiría a la difusión de la invención y se incrementarían sus posibilidades de explotación comercial.

Aníbal R. Cabrera,
Asociación Argentina
de Inventores,
Argentina

Síntesis de amoníaco



Photos.com

Mi felicitación por su excelente artículo titulado "Síntesis de amoníaco – Un arma de doble filo" (*Revista de la OMPI* N° 6/2008). La conclusión era interesante: la síntesis de amoníaco es "un arma de doble filo," ya que salva vidas al aumentar la producción de alimentos, pero también acelera la producción de TNT, que es un arma mortífera. Me resulta difícil imaginar dónde nos encontraríamos hoy si no dispusiéramos de este proceso de síntesis, incluso teniendo en cuenta sus efectos en el medio ambiente.

Shiva R. Maharaj,
Oficina de Propiedad
Intelectual,
Ministerio de Justicia,
Trinidad y Tabago

RESUMEN DE NOTICIAS

El juego de la P.I.



Si jugamos a *Monopoly*, al parchís, a las damas... ¿por qué no a la P.I.? Pravin Anand, abogado del despacho de Anand & Anand de Nueva Delhi (India), ha creado *Anaryst™ – El juego de la Propiedad Intelectual*, pensado para niños de 12 a 99 años. Admite de 2 a 4 jugadores, quienes, al comenzar la partida, reciben una misma cantidad de *ana*, la moneda del juego. En el tablero están representados cuatro sectores industriales: automóvil, bebidas, informática y productos farmacéuticos. Cada jugador elige un sector y recibe cartas en las que se indica la cartera de P.I. del sector, que el jugador deberá adquirir durante la partida. Cuando un jugador cae en una casilla que no corresponde a su sector debe pagar una multa. Un jugador puede comprar P.I. de un sector que no sea el suyo, pero, si lo hace, ¡se convierte en un *troll* de patentes! ■

El Rey de Tailandia recibe un premio de la OMPI

Su Majestad el Rey Bhumibol Adulyadej de Tailandia, recibió el día 14 de enero el premio "Líder Mundial" de la OMPI en reconocimiento a su excepcional compromiso en favor de la promoción de la propiedad intelectual y su valiosa contribución a la sociedad como prolífico inventor. Le hizo entrega del galardón el Sr. Francis Gurry, Director General de la OMPI, en una ceremonia celebrada en el Palacio de Klai Kangwon, en Hua Hin (Tailandia).



Su Majestad el Rey Bhumibol Adulyadej de Tailandia recibe el Premio "Líder Mundial" de la OMPI de manos del Director General de la Organización, Francis Gurry.

El Rey de Tailandia es un celebrado artista, con una producción que supera las mil obras, entre pinturas, fotografías y obras literarias. Además, es un consumado inventor que tiene a su nombre más de 20 patentes y 19 marcas. Muchos de sus inventos – entre los que figuran un aireador de agua y tecnología para la generación de lluvia artificial – han aportado beneficios concretos y tangibles a las comunidades rurales de Tailandia. ■

La desaceleración de la economía mundial afecta al PCT

El número de solicitudes internacionales de patente presentadas en virtud del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) aumentó un 2,4 por ciento en 2008, alcanzando aproximadamente las 164.000 solicitudes, según una estimación provisional. Aunque la tasa de crecimiento ha sido pequeña en comparación con el 9,3 por ciento de los tres años precedentes, el número total de solicitudes PCT recibidas ha sido el mayor registrado en un solo año. ■

Nanotecnología La ficción científica se hace realidad

La Universidad Monash de Clayton (Australia) ha producido un nano-robot de 250 nanómetros de diámetro, lo que equivale al grosor de 2 ó 3 cabellos. El Proteus – bautizado así en homenaje al submarino de miniatura de la película *Viaje alucinante* – podría inyectarse en el cuerpo y ser dirigido por control remoto para realizar operaciones quirúrgicas en el cerebro o desobstruir vasos sanguíneos. El reto es ahora motorizar el robot para que resista las corrientes del torrente sanguíneo y realice cortes o incisiones, como requiere su misión. Los investigadores creen que será posible controlar a distancia el Proteus con ondas de una potencia de 2 a 3 vatios. ■

¡Feliz cumpleaños, Barbie™!

El 9 de marzo se cumplirá el 50º aniversario de la inauguración de la Feria Internacional Americana del Juguete celebrada en Nueva York en 1959, en la que Barbie fue presentada. La figurilla estaba inspirada en la muñeca alemana Bild Lilli, que derivaba, a su vez, de un personaje de una tira cómica publicada en un periódico alemán. Ruth Handler, esposa de uno de los cofundadores de Mattel Inc., compró varias muñecas Bild Lilli en un viaje de vacaciones por Europa en 1956. Al volver a casa dio una de ellas a su hija Bárbara, y las otras dos a la empresa Mattel, donde se adaptó su diseño y se creó la muñeca Barbie, bautizada con el nombre de la hija de Ruth.

Como Bild Lilli, Barbie era alta y delgada, con largas piernas y talle de avispa. No había en el mercado estadounidense ninguna muñeca

como aquella. Su éxito fue inmediato: Mattel vendió cerca de 350.000 unidades en el primer año de producción. Desde entonces se han vendido más de 1.000 millones de *barbies* en 150 países: ¡Mattel asegura que se venden tres cada segundo!

En 1964 Mattel adquirió los derechos de Bild Lilli y puso fin a la producción de la muñeca alemana. No obstante, Barbie ha seguido siendo motivo de polémica – actualmente se censura en particular que su estilizada figura presenta a las niñas un ideal inalcanzable – así como materia de pleitos. El más reciente de éstos lo entabló Mattel contra MGA Entertainment Inc, el fabricante de las muñecas Bratz. El 3 de diciembre de 2008, Mattel obtuvo un mandamiento judicial por el que se prohibía a MGA la venta de la

muñeca Bratz. MGA anunció que apelaría la resolución.



El éxito comercial de Barbie es innegable y la muñeca sigue siendo la preferida por las niñas. Con todo, es posible que Barbie necesite una actualización en su 50º aniversario: en el cuarto trimestre del pasado año las ventas mundiales de la muñeca disminuyeron un 21 por ciento. ■

La danza *Ka Mate*, protegida por derechos de P.I.

El 12 de febrero el Gobierno de Nueva Zelanda y la comunidad tribal (*iwi*) de los Ngati Toa firmaron un acuerdo por el que se resolvía la reclamación formulada por la *iwi* de conformidad con el histórico Tratado de Waitangi. El acuerdo alcanzado contiene una disposición especial relativa a la *haka* (danza tradicional) y expresión cultural maorí llamada *Ka Mate*. Un antepasado de los Nagati Toa, Te Rauparaha, fue el creador de la danza. La *iwi* está preocupada por el uso inadecuado y la explotación comercial de la *haka*, que apareció en un anuncio publicitario de Fiat en 2006 y, más recientemente, en una película de Hollywood sobre el rugby, *Forever Strong* (2008). En el pacto, que aún no ha sido transpuesto a la legislación, se hace constar “la significación de la *haka*.”

Blacks, ni a su uso por los neozelandeses. “Sólo pretendemos tener algún tipo de capacidad de decisión cuando la danza sea objeto de apropiación con fines claros de explotación comercial,” explica un portavoz de la *iwi*.

El Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore está examinando la dimensión internacional de cuestiones análogas a las contempladas en ese acuerdo. En 1998 la OMPI llevó a cabo una misión de estudio en Nueva Zelanda y celebró reuniones con los reclamantes para oír sus preocupaciones y aspiraciones.

El acuerdo no afecta a la ejecución de la *haka* por el equipo nacional de rugby de Nueva Zelanda, el *All*

Fuente www.nzherald.co.nz

PARTES CONTRATANTES ADHERIDAS A LOS TRATADOS ADMINISTRADOS POR LA OMPI EN 2008

En 2008 se depositaron ante el Director General de la OMPI 51 instrumentos de adhesión o ratificación de tratados administrados por la Organización. Las nuevas partes contratantes de los respectivos tratados son las siguientes:

En materia de propiedad industrial

Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883): Tailandia (1), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 173.

Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) (1970): Santo Tomé y Príncipe (1), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 139.

El sistema de Madrid para el registro internacional de marcas (Arreglo de Madrid (1891) **y Protocolo de Madrid** (1989)): Bosnia y Herzegovina, Ghana, Madagascar y Santo Tomé y Príncipe (4) se adhirieron al Protocolo de Madrid, con lo que el número total de Estados u organizaciones intergubernamentales firmantes asciende a 78.

Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT) (1994): Honduras, Costa Rica y El Salvador (3), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 42.

Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas (2006): Australia, Bulgaria, Dinamarca, Estados Unidos de América, Kirguistán, Letonia, República de Moldova, y Rumania (8), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 10. *El Tratado de Singapur entrará en vigor el 16 de marzo de 2009.*

Arreglo de Estrasburgo relativo a la Clasificación Internacional de Patentes (1971): Bosnia y Herzegovina (1), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 59.

Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas (1957): Jordania (1), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 83.

Acuerdo de Viena por el que se establece una Clasificación Internacional de los elementos figurativos de las marcas (1973): Jordania (1), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 25.

Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los fines del Procedimiento en Materia de Patentes (1977): Bosnia y Herzegovina, Costa Rica, Perú y Jordania (4), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 72.

Arreglo de La Haya relativo al registro internacional de dibujos y modelos industriales (1925): Bosnia y Herzegovina, Bulgaria, Dinamarca, Ghana, Lituania, Omán, Santo Tomé y Príncipe, República Árabe Siria y la Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI) (9) se adhirieron al Acta de Ginebra de 1999 del Arreglo de La Haya, con lo que el número total de partes contratantes (entre Estados y organizaciones intergubernamentales) asciende a 34.

Tratado sobre el Derecho de Patentes (PLT) (2000): Australia y Suiza (2), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 19.

En materia de derecho de autor y derechos conexos

Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886): Yemen (1), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 164.

Convención de Roma sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión (1961): Tayikistán (1), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 87.

Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT) (1996): Federación de Rusia, Suiza, Trinidad y Tabago y Turquía (4), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 68.

Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT) (1996): Federación de Rusia, República de Corea, Trinidad y Tabago, Turquía, Uruguay y Suiza (6), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 68.

Convenio de Bruselas sobre la distribución de señales portadoras de programas transmitidas por satélite (1974): Honduras, República de Moldova y Omán (3), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 33.

Tratado de Nairobi sobre la protección del Símbolo Olímpico (1981): Hungría (1), con lo que el número total de Estados firmantes asciende a 47.

NUEVOS PRODUCTOS



Patent Cooperation Treaty (PCT) and Regulations under the PCT (as in force from January 1, 2009)

Inglés N° 274E, Francés N° 274F
20 francos suizos (más gastos de envío)



The Enforcement of Intellectual Property Rights: A Case Book - 2nd Edition

Inglés N° 791E
70 francos suizos (más gastos de envío)



The Economics of Intellectual Property - Suggestions for Further Research in Developing Countries and Countries with Economies in Transition

Inglés N° 1012E
30 francos suizos (más gastos de envío)



El sistema internacional de patentes en 2007 - PCT Reseña anual

Aléman N° 901G
Gratuito



Guía del Arbitraje de la OMPI

Chino N° 449C
Gratuito



Aprender del pasado para crear el futuro: invenciones y patentes

Chino N° 925C
Gratuito

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

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

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

En los pedidos deberán constar las siguientes informaciones:

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

NUEVOS PRODUCTOS



Informe de la OMPI Sobre Patentes - Estudio Estadístico - 2008

Español N° 931S, Francés N° 931F

Gratuito



Hacer oír las voces de las comunidades indígenas y locales en la labor de la OMPI relativa a los conocimientos tradicionales, las expresiones culturales tradicionales y los recursos genéticos: El fondo de contribuciones voluntarias de la OMPI - Folleto N°3

Español N° 936S

Gratuito

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

Dirección:

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

Teléfono:

+41 22 338 91 11

Fax:

+41 22 733 54 28

Correo-e:

wipo.mail@wipo.int

o con su Oficina de Coordinación:

Dirección:

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

Teléfono:

+1 212 963 6813

Fax:

+1 212 963 4801

Correo-e:

wipo@un.org

Visite el sitio Web de la OMPI en:

www.wipo.int

y la Librería Electrónica de la OMPI en:

www.wipo.int/ebookshop

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

La Revista se distribuye gratuitamente.

Si está interesado en recibir ejemplares, diríjase a:

Dependencia de Distribución y Comercialización de Productos

OMPI

34 chemin des Colombettes

C.P. 18

CH-1211 Ginebra 20 (Suiza)

Fax: +41 22 740 18 12

Correo-e: publications.mail@wipo.int

Para formular comentarios o preguntas, diríjase a:

Jefe de Redacción, Revista de la OMPI

WipoMagazine@wipo.int

Copyright © 2009 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

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