



2



## UN ROMPECABEZAS AROMÁTICO

12

## LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA UNIVERSIDAD

LAS POLÍTICAS Y SU APLICACIÓN

## SENSIBILIZACIÓN

4



DEL BRASIL A  
BELARÚS

Pirata:  
tô fora!  
Só uso original

## Nuevo sitio Web de la OMPI

La OMPI ha inaugurado a finales de agosto su nuevo sitio web, con un nuevo diseño y una nueva estructura. Los cambios introducidos, que obedecen a la necesidad de mantenerse a la vanguardia de la tecnología, permitirán a los usuarios encontrar con más facilidad la información que necesitan.



Entre los nuevos elementos del sitio cabe destacar los siguientes:

- una interfaz dinámica para la presentación de noticias, en la que se destacan las últimas novedades y los próximos acontecimientos de la OMPI;
- una nueva sección, IP LIVE (la P.I. en directo), donde se puede apreciar cómo funciona la propiedad intelectual en la práctica;
- una barra ampliada con menús desplegables que permiten el acceso a las principales esferas de la labor de la OMPI;
- accesos directos a todas las actividades de la OMPI e informaciones sobre patentes, marcas, diseños industriales y derecho de autor;
- un nuevo acceso integrado a información y actividades relacionadas con el uso de la propiedad intelectual en aras del desarrollo;
- una nueva sección titulada "Recursos para..." con información de interés para grupos específicos de usuarios;
- un contenido simplificado y actualizado para la sección titulada "La OMPI";
- un diseño más avanzado.

Visite el nuevo sitio en [www.wipo.int](http://www.wipo.int) y no dude en comunicarnos sus comentarios.

### REVISTA DE LA OMPI 2006/5

#### La Redacción

John Tarpey  
Elizabeth March  
Sylvie Castonguay

#### Articlistas de la OMPI

Cynthia Cannady: *Transferencia de tecnología en la OMPI*

Yumiko Hamano: *Iniciativa Universitaria*

Anja Von Der Ropp,

Tony Taubman: *Bioética y derecho de patentes*

Christopher Kalanje: *Gestión del costo de las patentes*

#### Expresión de agradecimiento

– Consejo Nacional para Combatir la Piratería y los Delitos contra la Propiedad Intelectual (CNCP), Brasil

– National Center of Intellectual Property, Belarus

– IP Australia

#### Diseño gráfico

Sheyda Navab

© Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

# ÍNDICE

- 2 **JURISPRUDENCIA**  
EL DERECHO DE AUTOR ANTE LOS TRIBUNALES:  
**¿EL PERFUME COMO EXPRESIÓN ARTÍSTICA?**
- 4 **SENSIBILIZACIÓN**  
CÓMO PLANIFICAR UNA CAMPAÑA DE  
**SENSIBILIZACIÓN - LAS MINIGUÍAS DE LA OMPI**
- 5 **EJEMPLOS NACIONALES**  
LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA: EL **BRASIL** CONTRA ATACA  
EDUCACIÓN EN PROPIEDAD INTELECTUAL EN **BELARÚS**
- 10 **TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Y DESARROLLO**
- 12 **LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA UNIVERSIDAD:**  
APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS -  
PROFESOR TOM OGADA
- 15 **LA INICIATIVA UNIVERSITARIA DE LA OMPI**
- 16 **BIOÉTICA Y DERECHO DE PATENTES**  
Los casos de Moore y del pueblo hagahai
- 18 **RETRATOS DEL PCT**  
**ECOINVENTORES**
- 20 **LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LAS EMPRESAS**  
GESTIÓN DEL COSTO DE LAS PATENTES
- 23 ¿CUÁL ES LA MARCA FAVORITA EN **AUSTRALIA?**
- 24 **RESUMEN DE NOTICIAS**  
El G8 se compromete a luchar contra la falsificación  
Google: el nombre de una empresa, no un verbo  
El arreglo extrajudicial de Kazaa  
IDEA 2006: los diseñadores industriales asiáticos descuellan  
La trama del Derecho de propiedad intelectual
- 26 **CARTAS Y COMENTARIOS**
- 27 **GALARDONES DE LA OMPI**  
**CALENDARIO** DE REUNIONES  
NUEVOS **PRODUCTOS**

# El derecho de autor ante los tribunales

## ¿EL PERFUME COMO EXPRESIÓN ARTÍSTICA?

Profesor Kamiel Koelman

*En un caso que sentará precedente, el Tribunal Supremo de los Países Bajos dictaminó en junio que la fragancia de un perfume puede, en principio, ser objeto de protección mediante el derecho de autor. El relato que sigue a continuación del caso y de sus posibles repercusiones ha sido escrito por Kamiel Koelman, profesor asociado de la Vrije Universiteit de Amsterdam (Países Bajos), para la Revista de la OMPI. El profesor Koelman, especializado en el área donde confluyen tecnología y derecho de propiedad intelectual, forma parte del consejo editorial de las principales revistas neerlandesas de derecho de autor y derecho de informática.*



**Según la publicidad de Lancôme, la fragancia de Trésor "evoca irresistiblemente la imagen de una sonrisa y la idea misma del romanticismo".**

### Tesoros en litigio

La empresa francesa de cosmética Lancôme vende un perfume exclusivo con el nombre de *Trésor* (Tesoro). Kecofa, una pequeña empresa de los Países Bajos, vende un perfume, *Female Treasure*, a un precio diez veces inferior. Lancôme había tratado de impedir a Kecofa invocar su derecho de marca sobre la palabra *Trésor*, aunque sin éxito, ya que los tribunales estimaron que era poco probable que los consumidores confundieran las marcas. En 2000, tras la reforma de la ley de marcas de los Países Bajos, Lancôme volvió a intentarlo, aunque esta vez reclamó también la infracción de sus derechos de autor sobre el perfume. La demanda sobre la marca fracasó de nuevo, pero, probablemente para sorpresa de Lancôme, la demanda sobre los derechos de autor prosperó, y fue sancionada posteriormente por el Tribunal Supremo de los Países Bajos<sup>1</sup>.

Casualmente, solo tres días antes, el Tribunal Supremo francés había sentenciado que un perfume, *Dune*, de Dior, no podía ser objeto de protección por derecho de autor. El tribunal fran-

cés consideró que los perfumistas son meros artesanos, como los carpinteros o los fontaneros, y no artistas, y que, como tales, sus obras no cumplen los requisitos para ser protegidas por derecho de autor<sup>2</sup>.

### Licencia para perfumar

La ley de derecho de autor de los Países Bajos no recoge una lista exhaustiva de materias susceptibles de protección. En esencia, cualquier cosa puede ser objeto de protección siempre y cuando pueda percibirse y sea original. El Tribunal Supremo dictaminó que el olor de un perfume puede cumplir estos criterios, pese a que sólo pueda percibirse a través del olfato. El Tribunal distinguió entre la fragancia de un perfume y su fórmula y el líquido que la contiene, comparando este último con el papel de las páginas de un libro, que no es materia de protección por derecho de autor, en tanto que el contenido del libro sí que lo es. Esta diferenciación significa que la elaboración de un perfume a partir de ingredientes completamente distintos pero que transmite la misma fragancia que otro perfume puede constituir una infracción, en tanto que no sería el caso de dos perfumes con formulaciones similares pero con fragancias diferentes.

El Tribunal Supremo reconoció que la protección de los olores puede tener algunas consecuencias poco prácticas. Por un lado, el derecho de autor permite al titular de los derechos impedir la "puesta a disposición del público" no autorizada de su obra. Esto podría suponer que cualquiera que llevara puesto un perfume en público, por ejemplo en un teatro o en el trabajo, necesitaría una licencia con el fin de no incurrir en una infracción. No obstante, el Tribunal Supremo añadió que, aun siendo esto cierto, no puede negarse a un usuario el uso habitual de un perfume. La fiscalía general, que ejerce labores de asesoramiento al Tribunal Supremo, propuso la incorporación de algunas excepciones a la ley de derecho de autor de los Países Bajos con el fin de poder tratar este tipo de cuestiones, en el caso de que el Tribunal Supremo considerara que las fragancias son susceptibles de protección mediante derecho de autor.

1. HR, 16 de junio de 2006, LJN AU8940, Kecofa/Lancôme.  
2. CdC, Arrêt No.1006, 13 de junio de 2006, Nejlá X c. Soc. Haarmann & Reimer.

## El Tribunal Supremo reconoció que la protección de los olores puede tener algunas consecuencias poco prácticas.

El hecho de que los olores apenas encajaran en el sistema de derecho de autor y que el Poder Legislativo de los Países Bajos claramente no pensara en los olores cuando elaboró la ley de derecho de autor, no fue suficiente para que el Tribunal Supremo decidiera negar la protección. El Tribunal se centró sencillamente en los requisitos incondicionales necesarios para obtener la protección: como cualquier otra expresión perceptible, si un olor es original puede en principio ser objeto de protección por derecho de autor. El requisito de originalidad supone que no puede otorgarse protección a un perfume que reproduce con exactitud, por ejemplo, la fragancia de las rosas, del mismo modo que se negaría la protección a un modelo exacto en tres dimensiones del monte Cervino. Por la misma razón, una fragancia que se asemeje a un perfume clásico puede que no cumpla los requisitos. Sin embargo, si un perfumista le da su propio toque personal a una fragancia, ésta sí que podría reunir los criterios para ser protegida.

### Implicaciones

Un aspecto preocupante de la protección de los perfumes es el riesgo de que pueda llevar a monopolios injustificados. La mayoría de los seres humanos no cuenta con un sentido del olfato muy desarrollado, y sólo puede distinguir una gama limitada de olores. Por tanto, es muy fácil que pueda considerarse qué perfumes diferentes son similares, e inmediatamente plantearse infracciones. Propiamente dicho, la protección de perfumes puede socavar la competencia hasta un grado indeseable, de manera que desde el punto de vista legal sólo lleguen a existir unos pocos perfumes.

Dicho esto, de igual modo que puede encontrarse fácilmente similitud entre la fragancia de un derechohabiente y una fragancia presuntamente infractora, puede encontrarse similitud entre la fragancia de un derechohabiente y fragancias ya existentes. De hecho, en la práctica, esto puede desembocar en la pérdida del sentido de la protección de fragancias, ya que la mayoría de las fragancias fabricadas podrían considerarse en cualquier caso no originales. En este contexto, cabe señalar que el Tribunal Supremo neerlandés no dictaminó que *Trésor* pueda protegerse mediante derecho de autor, ya que ese tribunal no decide respecto de los hechos de un caso, sino que dictaminó que los olores, en principio y en general, pueden considerarse materia susceptible de protección.

### Demostrar la originalidad

Kecofa trató de cuestionar la originalidad de *Trésor* basándose en que sencillamente había sido obtenido a partir de una larga tradición de perfumes y, por tanto, que era similar a algunos perfumes ya existentes. En respuesta a esto, el Tribunal Supremo dijo en concreto que el requisito de originalidad no significa que un producto tenga que ser absolutamente nuevo, sino que el fabricante debe haber aplicado su propia creatividad al mismo. Puesto que Lancôme había aportado gran cantidad de documentación sobre el proceso de creación de *Trésor*, quedaba de la mano de Kecofa demostrar que Lancôme había copiado realmente un producto existente y que, por tanto, el perfume carecía de originalidad.

Además, el demandado tiene otra desventaja de carácter procesal. La legislación de derecho de autor de los Países Bajos protege solamente frente a la imitación directa. Pero si existe un alto grado de similitud, se presume que el presunto infractor ha copiado el original, y recae sobre él la carga de la prueba para demostrar que ha creado su producto de forma independiente. Por tanto, si el producto del demandado se parece al del demandante, entra en juego la *presunción de imitación*, mientras que esto no sucede cuando existe semejanza entre el producto del demandante y productos ya existentes. Este factor puede inclinar la balanza hacia la aparición de grandes monopolios.

### Algunos consejos

Para terminar, algunos consejos gratuitos: documente abundantemente el proceso de creación de su perfume, por si da la casualidad de que huele como alguna fragancia ya existente en el mercado. Esa documentación puede contribuir a demostrar que la similitud es casual, y si se encuentra del otro lado y entabla un pleito por infracción a alguien, le asegurará que la otra parte tendrá que soportar la carga de demostrar que usted ha copiado una fragancia existente. Esto mismo valdría si se dedicase a la elaboración de vinos o a la dirección de un restaurante. Esté preparado ante la demanda de un competidor que reclame que usted ha infringido sus derechos sobre el *bouquet* de su *Grand Cru* o sobre los exquisitos aromas de sus creaciones culinarias. Naturalmente, de momento, esto es sólo necesario en los Países Bajos.



# PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN

## Las miniguías de la OMPI



*Me están escuchando ?*

Si, pero ¿entienden lo que digo ?

La sensibilización engloba incontables formas de actividad cuyo propósito es concienciar a la población sobre diferentes aspectos de la propiedad intelectual y ayudarla a entenderlos: anuncios contra la piratería concebidos para meter miedo a adolescentes que se dedican a descargar material de Internet; premios para promocionar a los aspirantes a inventores; publicaciones en papel satinado para orientar a las pequeñas empresas en el laberinto del patentamiento. En el Día Mundial de la Propiedad Intelectual, las oficinas de propiedad intelectual celebran certámenes y conferencias. Y a lo largo de todo el año, los grupos sectoriales dedican enormes sumas de dinero a disuadir a los consumidores de que compren marcas falsificadas. Ahora bien, ¿cuáles de estos recursos suponen una buena inversión? ¿Qué tipo de actividades de sensibilización tienen la mayor incidencia?

Existe relativamente poca información disponible sobre la forma de planificar una campaña eficaz de sensibilización sobre propiedad intelectual. Así pues, en respuesta a las reiteradas peticiones de orientación por parte de las oficinas y organizaciones de propiedad intelectual, la OMPI ha creado una colección de guías concisas en línea. Disponibles en la nueva sección de Sensibilización del público del sitio web de la OMPI, estas guías ofrecen información que ayudará a los

responsables del área de la propiedad intelectual a planificar y llevar a cabo campañas de sensibilización.

Obviamente, este tipo de guías no puede suplir los servicios de los profesionales de la comunicación. Además, las costumbres y cultura locales tienen una enorme incidencia en la forma de redactar los mensajes y en la manera de promoverlos a través de campañas publicitarias en todo el mundo. Teniendo esto presente, las guías de la OMPI se han destilado hasta su esencia.

### Hacer llegar el mensaje apropiado a la audiencia adecuada

Una campaña o actividad de sensibilización eficaz es la que consigue hacer llegar un mensaje a una audiencia en particular, e influye en el comportamiento de dicha audiencia. Esto es más fácil en teoría que en la práctica. Hablar a gritos no basta para conseguir que la gente escuche. La investigación, la reflexión y una cuidadosa planificación aumentarán la probabilidad de conectar con la audiencia prevista y lograr un efecto.

Las guías de la OMPI están divididas en dos secciones principales. Cada una de estas secciones se desglosa en cuestiones que deben plantearse en cada momento y en una serie de pasos posteriores para poner en práctica las respuestas a tales cuestiones.

*La primera parte, denominada Planning a Public Outreach Campaign (planificación de una campaña de sensibilización pública), se ocupa de cómo:*

- establecer los objetivos estratégicos,
- determinar la audiencia destinataria,
- utilizar la investigación en la formulación de un mensaje efectivo, teniendo en cuenta también la investigación previa, y
- elaborar un programa de comunicación.

*La segunda parte, denominada Using Communication Tools Effectively (utilización eficaz de los instrumentos de comunicación), ofrece una introducción al uso de diferentes medios de comunicación, como Internet, el cine, la televisión, folletos, personajes famosos que actúan como portavoces, la prensa y acontecimientos especiales.*

Estas guías se ampliarán en breve para incluir una base de datos de enlaces con material interesante de sensibilización sobre la propiedad intelectual procedente de todo el mundo. Contendrá ejemplos de campañas bien planificadas, como la campaña de lucha contra la piratería del Brasil (véase la página 5), carteles llamativos, sitios web eficaces y más cosas. Se anima a los lectores a que recomienden sus ejemplos favoritos para que sean incluidos en última instancia en este recurso.

Las guías de sensibilización de la OMPI se encuentran en: [www.wipo.int/ip-outreach](http://www.wipo.int/ip-outreach)

Si desea recomendar campañas o materiales de sensibilización para la base de datos *Outreach Examples* (ejemplos de sensibilización), envíe un mensaje a: [outreach@wipo.int](mailto:outreach@wipo.int)

# LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA: EL BRASIL CONTRAATAACA

El Brasil le está haciendo la guerra a la piratería en muchos frentes. Se han formado alianzas, se han elegido las armas y han comenzado las batallas. El Consejo Nacional para Combatir la Piratería y los Delitos contra la Propiedad Intelectual (CNCPI), organismo mixto público-privado creado en octubre de 2004 en el seno del Ministerio de Justicia brasileño, está al frente de la contienda. La estrategia y las tácticas del Consejo quedan recogidas en el Plan Nacional de Lucha contra la Piratería, y las operaciones abarcan cuatro frentes de medidas, a saber: represivas, educativas, económicas e institucionales.

Fotos: CNCPI



**El lema original de la campaña, “Lo barato sale caro”, se descartó cuando una investigación de mercado puso de manifiesto que el lema “Pirata: ¡basta ya!” tenía un mayor efecto sobre los consumidores.**

## Estrategia y tácticas

El plan nacional de lucha contra la piratería contiene 99 directrices sobre actuaciones a corto, mediano y largo plazo. El Consejo evalúa periódicamente las actividades en curso con el fin de determinar qué es lo que funciona y lo que no funciona, a fin de modificar correspondientemente las directrices.

Una comunicación eficaz es fundamental para asegurarse de que la estrategia del Consejo es entendida por todos los sectores de la sociedad y para potenciar al máximo sus efectos. La comunicación es bidireccional, de manera que cualquier parte interesada puede hacer oír sus opiniones en talleres, reuniones y a través de líneas telefónicas e Internet. Así, por ejemplo, *Cliquedenúncia* es una línea abierta para que la población registre quejas, transmita información sobre productos piratas o nuevos métodos de falsificación, informe de nuevas tiendas donde se venden productos falsificados, y así sucesivamente.

## Información confidencial al servicio de la observancia

Bajo el título de medidas represivas, en el Plan Nacional se define la estrategia de ampliar y coordinar las labores de inteligencia de todos los departamentos públicos que participan en la lucha contra la piratería, la falsificación y otros delitos relacionados con la propiedad intelectual. El gobierno ha destinado importantes recursos a esta área, y las acciones resultantes han recibido una gran cobertura por parte de los medios informativos.

La primera prioridad fue cerrar las rutas de entrada al país de productos falsificados redoblando los controles en puntos fronterizos estratégicos, como el Ponte da Amizade que une el Brasil y el Paraguay. Solamente esta intervención llevó a la incautación de 33 millones de CD y DVD ilegales en 2005, casi el doble de las aprehensiones efectuadas en 2004. En el puerto marítimo de Santos, en São Paulo, las autoridades se incautaron de más de 120 contenedores de mercancía ilegal. En otra operación, una investigación de seis meses desembocó en la

incautación de 204 millones de guantes quirúrgicos falsificados, que infringían las normas sanitarias y de seguridad. Con todo, los delincuentes no han dejado ni un instante de exprimir su creatividad para hallar nuevas formas de burlar la vigilancia.

Entre las actividades dirigidas a intensificar las medidas de represión en los puntos de venta que han dado sus frutos se encuentra la *Operación Sagitario*, que se llevó a cabo en comercios populares de venta al por menor de productos de bajo precio de São Paulo, Belo Horizonte, Pernambuco, Río de Janeiro y Brasília.

Estas incautaciones de productos ilegales, que no dejaron de saltar a los titulares, supusieron meses de meticulosas investigaciones y operaciones conjuntas de la Policía Federal, la Policía Federal de Carreteras, la Secretaría de la Renta Federal y los órganos regionales encargados del cumplimiento de la ley. Las operaciones de represión no sólo se limitaron a las incautaciones. En 2005, fueron detenidas aproximadamente 1.200 personas por contrabando, comercio ilegal y otros delitos relacionados con la propiedad intelectual, lo que supuso un aumento del 3.076 por ciento con relación a 2004, en que solamente fueron detenidos 39 contrabandistas. Entre éstas también hubo detenciones por ciberdelitos, como la publicación en Internet de programas informáticos, música y películas piratas.

## La campaña “Pirata: ¡basta ya!”

En tanto que las medidas represivas se centran en el aspecto de la oferta de falsificaciones, las actividades educativas del Consejo van destinadas al sector de la demanda. El programa educativo está concebido no sólo para alertar a la población sobre los riesgos que conlleva la compra de productos piratas, sino también, en general, para fomentar una cultura de la propiedad intelectual en el Brasil, animando a los consumidores a preferir productos genuinos.



Una de las principales campañas de sensibilización ha sido la denominada *"Pirata: ibasta ya! Sólo utilizo originales"*, emprendida conjuntamente con el Sindicato de los Funcionarios Técnicos de la Renta Federal (SINDIRECEITA). Lanzada en febrero en el carnaval de San Salvador de Bahía, el lema de la campaña aparecía por todas partes: en carteles, gorras, camisetas, bolígrafos y demás. El Consejo llegó incluso a distribuir programas de bolsillo de la Copa Mundial 2006, un medio pu-

bilización mencionadas, se decidieron a abordar la cuestión de los precios. La solución a la que llegaron fue la de promover la creación de líneas alternativas de productos originales a precios más asequibles. El Consejo animó a la población y al sector privado a presentar iniciativas en este sentido, y ofreció a los productores y a la industria publicidad gratuita e incentivos públicos para crear productos de marca económicos.

Fotos: CNCP



### La cobertura de las incursiones policiales por la prensa refuerza el mensaje de que no hay piratería sin castigo

blicitario decisivo en un Brasil chiflado por el fútbol. Los programas llevaban el lema contra la piratería y los colores de marca amarillo y verde del equipo nacional. La campaña continúa ahora en ferias y acontecimientos populares de todo el país, y pronto se extenderá a las escuelas primarias y secundarias, a los institutos y a las universidades.

La respuesta fue positiva:

- Algunos grandes almacenes y cadenas de supermercados comenzaron a vender CD y DVD al precio de 8,90 reales (4 dólares estadounidenses).
- Una nueva tecnología, el disco semi-metálico (SMD, Semi-Metallic Disc)<sup>1</sup>, inventada por el cantante brasileño Ralf, brindó una alternativa de bajo costo a los CD. Con un precio final de venta de 4,50 reales (2 dólares estadounidenses), se dio la oportunidad a los vendedores ambulantes de vender legalmente SMD a precios comparables a los de los CD piratas, de los que podían obtener beneficios similares.
- NIKE, que ostenta los derechos de propiedad intelectual sobre las camisetas oficiales de la selección nacional de fútbol brasileña, comenzó a fabricar una versión simplificada de las camisetas con un precio de venta al público de 39,90 reales (18 dólares estadounidenses), en lugar de los 170 reales (78 dólares estadounidenses) de las originales. Pese a que todavía cuestan el doble que la versión falsificada media, la extraordinaria cifra de ventas alcanzada muestra que los consumidores optarán por la calidad cuando el precio esté al alcance de su bolsillo.
- El Club Atlético Paranense adoptó la política de integrar a los vendedores ambulantes en su programa de comercialización y creó productos específicamente para ellos con el fin de que los vendieran entre los segmentos con menores niveles de ingresos.

1. [www.portalsmd.com.br/espanhol/](http://www.portalsmd.com.br/espanhol/)

La participación activa del Consejo en más de 30 acontecimientos de sensibilización durante 2005 contribuyó a estimular la participación de muchas instituciones del sector privado. El resultado fue que periódicos, revistas, canales de televisión y emisoras de radio comenzaron espontáneamente a divulgar noticias relacionadas con la propiedad intelectual.

### Intervenciones económicas: abordar el problema de los precios

A través de una campaña permanente se aconseja a los consumidores que no se dejen deslumbrar por los bajos precios para comprar productos de muy baja calidad. El mensaje es que solamente merece la pena comprar un producto barato si ese producto es legítimo y tiene una calidad decente. Sin embargo, mientras elaboraban el plan nacional, los miembros del Consejo reconocieron que la diferencia de precios es la verdadera razón por la que los consumidores compran productos falsificados. Así pues, paralelamente a las campañas de sensi-

### Razones del Brasil para luchar contra la piratería

- La piratería supone una competencia desleal, y perjudica la industria y el comercio nacionales;
- deteriora la imagen del país, lo que lleva a la pérdida de inversiones y puestos de trabajo;
- mengua la recaudación tributaria;
- alimenta la delincuencia internacional organizada y contribuye al blanqueo de dinero;
- burla la protección de los conocimientos tradicionales y de los recursos naturales;
- socava el respeto por los derechos laborales, al crear empleo ilegal y explotar la mano de obra de menores;
- amenaza la salud y la seguridad de los consumidores;
- plantea cuestiones medioambientales y socava el desarrollo sostenible.

## El Consejo Nacional para Combatir la Piratería y los Delitos contra la Propiedad Intelectual (CNCP)

El CNCP es una iniciativa gubernamental en la que los representantes del sector público y del sector privado tienen igual peso.

### Ministerios:

- Justicia
- Hacienda
- Relaciones Exteriores
- Ciencia y Tecnología
- Cultura
- Desarrollo, Industria y Comercio Exterior
- Trabajo y Empleo

### Sociedad civil:

- Sector audiovisual (cinematográfico)
- Sector fonográfico (musical)
- Sector de software
- Sector literario
- Sector del tabaco, las bebidas y los combustibles
- Asociación Brasileña de Propiedad Intelectual
- Confederación Nacional de Industria

El Consejo también está integrado por representantes del Senado Federal, la Cámara de Diputados, la Policía Federal, la Policía Federal de Carreteras y la Secretaría de la Renta Federal.



Foto: CNCP

Foto: CNCP



**La campaña iniciada en el Carnaval de Bahía ha sido todo un éxito.**

Al mismo tiempo, el gobierno redujo la carga tributaria en varios sectores. Así, por ejemplo, la ley que entró en vigor el 21 de noviembre de 2005 otorga beneficios fiscales sobre los productos informáticos que se vendan a precios asequibles.

### Medidas institucionales

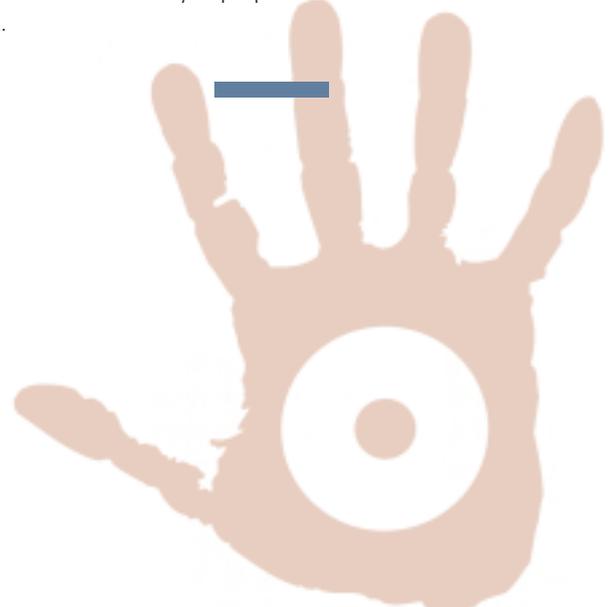
Si bien el Brasil cuenta con una legislación moderna en materia de protección de la propiedad intelectual, los textos jurídicos relacionados con la aparición de las nuevas tecnologías requieren su actualización periódica. Además, existe un debate permanente sobre la modificación del aspecto procesal de la legislación brasileña con el fin de facilitar los trámites. Esto exige un alto grado de coordinación entre las instancias ejecutivas, legislativas y judiciales que intervienen en el proceso.

Un proyecto de ley que está tramitándose actualmente en el Congreso brasileño atañe a la destrucción de productos piratas. Esta ley se ha concebido para solucionar un problema originado por la legislación vigente, que exige el almacenaje de los productos falsificados en depósitos hasta que se haya juzgado el caso. Solamente el volumen de productos piratas confiscados ha hecho que esto se convierta en una carga financiera tanto para las autoridades como para las empresas legítimas. Están

debatándose intensamente diversas propuestas de modificación de la legislación en el seno del grupo de trabajo sobre cuestiones jurídicas del Consejo, a fin de velar por que las enmiendas propuestas tengan en cuenta los intereses de todos los sectores y ofrezcan la mejor solución para el Brasil.

### Comunicación eficaz

En los cuatro frentes, la eficacia de la comunicación es decisiva para aplicar satisfactoriamente las estrategias de lucha contra la piratería en el Brasil. La cobertura informativa de las operaciones de represión transmite al público la idea de que la piratería no merece la pena y que no quedará impune. El programa educativo del Consejo refuerza este mensaje, al tiempo que anima a los consumidores a elegir la calidad por encima de imitaciones baratas. La divulgación de las medidas económicas permite dar a conocer alternativas legales de bajo costo. Y una buena comunicación entre las instancias judiciales, legislativas y ejecutivas contribuye a la elaboración de leyes que permitan hacer frente al problema.



# EDUCACIÓN EN PROPIEDAD INTELECTUAL EN **BELARÚS**

“Las estadísticas muestran que hasta el 80 por ciento del incremento del producto interno bruto de los países en desarrollo durante los últimos años se debe a la innovación y el uso efectivo de la propiedad intelectual”, dice el Sr. Leonid Voronetsky, Director General del Centro Nacional de Propiedad Intelectual (NCIP) de Belarús. Teniendo esto presente, Belarús ha acometido un conjunto de iniciativas educativas relacionadas con la propiedad intelectual, destinadas a potenciar el rendimiento económico de la innovación basada en la investigación.

Durante los últimos cinco años, los estudios efectuados por el Ministerio de Educación han puesto de manifiesto un aumento sostenido en el volumen de investigaciones realizadas en universidades financiadas públicamente. Cada año salen de las instituciones de educación superior de Belarús entre 700 y 800 innovaciones tecnológicas, que tocan todos los sectores principales de la economía, y una de cada cuatro del conjunto de las solicitudes nacionales relativas a invenciones y modelos de utilidad está presentada por instituciones docentes. Sin embargo, estas esta-

dísticas camuflan un problema, a saber, la falta comparativa de una innovación pujante en el sector empresarial.

El análisis de los centros de producción y de investigación de Belarús ha dejado ver que los problemas relativos a la protección jurídica y, en particular, a la gestión de la propiedad intelectual en el ámbito empresarial estaban socavando las ventajas competitivas de las empresas de Belarús. Así pues, el gobierno se ha centrado en la formación de recursos humanos en el área de la propiedad intelectual como un elemento decisivo de su esfuerzo por estimular las actividades de innovación.

## Apertura de un centro de formación

En 2004, por mandato del Presidente de la República, se creó un centro de formación en propiedad intelectual en el seno de la estructura del NCIP. Desde su inicio, el centro de formación ha trabajado en estrecha colaboración con la Academia Mundial de la OMPI. En noviembre de 2004, el Director General Adjunto de la OMPI, Philippe Petit, y el Director General del NCIP, Leonid Voronetsky, firmaron un protocolo de cooperación en el que se establecían los pormenores de la asistencia técnica que prestaría la OMPI. Esta incluía computadoras y programas informáticos modernos, materiales y métodos docentes sobre propiedad intelectual y acceso gratuito a cursos de enseñanza a distancia.

Solamente en 2005, participaron unas 2.000 personas en los cursos, seminarios y talleres ofrecidos por el centro de formación. A través de un servicio de consulta, el Centro atiende además la creciente demanda de cursos más especializados, y ofrece a los solicitantes información y el consejo de especialistas. El servicio de consulta, que también utilizan usuarios de países vecinos como Letonia, Polonia, Rusia y Ucrania, ha resultado tener tal éxito que el NCIP acaba de poner en marcha otro servicio similar en las instalaciones de la Biblioteca Científica y Técnica. Durante los próximos años, se establecerá una red de servicios de consulta entre las principales regiones de Belarús.

Con vistas a abordar los problemas relacionados con la gestión de la propiedad intelectual en el sector empresarial, durante el curso académico 2006/2007 están introduciéndose en instituciones de enseñanza superior y de educación secundaria cursos sobre los fundamentos de la gestión de la propiedad intelectual. El programa, pensado para completar la competencia profesional de los alumnos, engloba tanto los aspectos teóricos como prácticos relacionados en especial con la legislación nacional e internacional en materia de propiedad intelectual; cómo obtener los derechos de propiedad intelectual en Belarús y en el extranjero; información sobre patentes y métodos de búsqueda; la

Fotos: Cortesía de NCIP



**La nueva Biblioteca Nacional simboliza la motivación de Belarús por innovar en la enseñanza, el diseño y la tecnología.**

## Belarús

**Superficie:** 207.600 km<sup>2</sup>

**Capital:** Minsk

**Población:** 10,3 millones

**Idiomas oficiales:** belaruso y ruso

**Industrias principales:** maquinaria y herramientas pesadas, motocicletas, televisores, fibras químicas, textiles.

Belarús es una república independiente sin salida al mar. La economía del país creció un 8 por ciento en 2005, y el gobierno ha conseguido reducir la inflación durante los últimos años. Actualmente, Belarús está negociando con Rusia, su principal

socio comercial, la forma de integrar mejor las economías de las dos naciones.

(Fuente: [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

## Atraer a los jóvenes hacia la investigación científica

Belarús puso en marcha un programa a mediados del decenio de 1990 con vistas a atraer a los jóvenes hacia la investigación científica. Alexey Kolos, un joven entusiasta de la astronomía de Minsk, es uno de los beneficiarios de este programa. Alexey tuvo la oportunidad de dedicar varios años a colaborar con el astrónomo Evgeniy Tchaykovky en una idea básica de nuevo telescopio, que comenzó a desarrollar durante su cuarto año de estudios.

En un telescopio normal, solamente se necesita un 5 por ciento del instrumento para realizar observaciones. El resto no es más que un tubo y una barra elevadora, que garantizan los finos movimientos necesarios para observar objetos en el espacio. Alexey había descubierto previamente características desconocidas de un espejo que podía funcionar simultáneamente como telescopio y como celostato, dispositivo óptico utilizado para seguir la trayectoria de los cuerpos celestes y reflejar su luz en el telescopio.

En colaboración, diseñaron el telescopio-celostato Kolos-Tchaykovky. Este nuevo telescopio no necesita ni barra de suspensión ni tubo, y pesa cien veces menos que un telescopio convencional de la misma potencia. Se presentó una solicitud de patente (BY20030032) en Belarús para el nuevo instrumento, que puede utilizarse para observar tanto objetos astronómicos como terrestres desde cualquier latitud geográfica. El telescopio fue puesto a prueba por especialistas del Observatorio Pulkovo de Rusia, quienes señalaron que el descubrimiento de Alexey permitirá la creación de una gama de telescopios multifuncionales sencillos y económicos, que puedan utilizar del mismo modo aficionados e investigadores científicos.

infracción y observancia de los derechos de propiedad intelectual; y la valoración de la propiedad intelectual y la concesión de licencias.

## Coordinación de esfuerzos entre sectores

Con el fin de asegurar la coordinación de esfuerzos dirigidos a mejorar la formación en propiedad intelectual, el gobierno creó en 2005 la Junta Asesora Interinstitucional sobre educación en propiedad intelectual. Está formada por representantes de diversos organismos estatales, instituciones docentes, la Academia Nacional de Ciencias, investigadores de renombre y profesionales de la propiedad intelectual. Los objetivos principales de la Junta Asesora son mejorar el programa sobre los fundamentos de la gestión de la propiedad intelectual, crear mejores métodos y materiales para la enseñanza de la propiedad intelectual, y coordinar las actividades de todas las partes interesadas para solucionar los problemas relacionados con la enseñanza y capacitación en materia de propiedad intelectual.

## Un renovado impulso

Los programas conjuntos de educación sobre propiedad intelectual elaborados por la OMPI y el NCIP recibieron un nuevo impulso en mayo, cuando la OMPI y la Organización Eurasiática de Patentes celebraron una conferencia internacional sobre educación y capacitación en propiedad intelectual en Minsk. Este acontecimiento congregó a 300 participantes de más de 20 países para debatir el perfeccionamiento de los recursos humanos como medio de estimular la actividad innovadora y la situación actual de la educación y capacitación en propiedad intelectual. En la conferencia se definieron los nuevos criterios que precisan la enseñanza y la capacitación en materia de propiedad intelectual para garantizar la calidad, accesibilidad y eficacia. Asimismo, se destacó la necesidad de divulgar la propie-



**Reunión de mesa redonda durante la Conferencia Internacional sobre enseñanza y formación en P.I., celebrada en mayo.**

dad intelectual a través de actividades de sensibilización, como por ejemplo mediante certámenes nacionales para jóvenes. Se adoptaron otras medidas con vistas a aumentar la cooperación entre el NCIP y el Instituto Estatal de Educación en Propiedad Intelectual de Rusia, en coordinación con la Academia Mundial de la OMPI, para crear en Belarús un centro regional de formación en propiedad intelectual.

La demanda que se produce desde un creciente número de sectores, tanto del mundo empresarial como del académico, da fe de la necesidad de que los programas de capacitación en propiedad intelectual de Belarús se mantengan al día con el mercado y las actividades económicas mundiales. En colaboración con la Junta Interinstitucional, el centro de formación del NCIP organizará más cursos y seminarios destinados a grupos específicos, así como nuevos servicios para cualquiera interesado en la propiedad intelectual.

# TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Y DESARROLLO

*Dale a un hombre un pescado y se alimentará un día.  
Dale a un hombre una red de pesca y se alimentarán él y su familia mientras dure la red.  
Ayuda a un hombre a desarrollar los conocimientos y los medios necesarios para mejorar la red de pesca y diseñar y fabricar nuevas redes, y podrán alimentarse él y su comunidad durante años. – Versión moderna de un antiguo proverbio*

Aunque la transferencia tecnológica es un tema muy debatido, su definición es muy diferente dependiendo del contexto. El presente artículo se centra en la transferencia tecnológica en las universidades e instituciones de investigación y describe el enfoque práctico de la OMPI con relación a la transferencia de tecnología en el contexto de la labor de la Organización de fomento del uso estratégico de la propiedad intelectual en aras del desarrollo económico.

Para la mayoría de las universidades y centros de investigación, la transferencia tecnológica se define, según la *Association of University Technology Managers (AUTM)*, como el proceso de transferir de una organización a otra los descubrimientos científicos, con el fin de promover el desarrollo y la comercialización. Esta transferencia se lleva a cabo por lo general a través de la firma de acuerdos (o contratos) de concesión de licencias entre las universidades y las empresas privadas o entidades comerciales de capital público.

En los acuerdos de licencia, la universidad o el centro de investigación concede permiso (licencia) para utilizar la propiedad intelectual de una tecnología de nueva creación a un licenciataria del sector privado o a una "empresa derivada" a cambio de regalías u otro tipo de retribuciones. Los derechos de propiedad intelectual permiten a las universidades ser titulares de los resultados de sus investigaciones y controlar el uso de los mismos, y, por tanto, en este sentido, son el fundamento de la transferencia de tecnología.

Las universidades reciben un caudal de ingresos por estas transferencias tecnológicas que, según el estudio anual de concesión de licencias de la AUTM, asciende a más de mil millones de dólares estadounidenses anuales solamente en lo que se refiere a las instituciones estadounidenses. Durante los últimos años, se ha presenciado una rápida expansión en el número de oficinas de transferencia tecnológica establecidas por universidades con vistas a canalizar este proceso. En algunos casos, la transferencia tecnológica es recíproca, y el centro de investigación y el licenciataria intercambian y desarrollan tecnologías en colaboración.

## El contexto multilateral

En 2003, había más de 80 instrumentos internacionales que contenían disposiciones sobre transferencia de tecnología,<sup>1</sup> y esta cifra va en aumento. En el contexto de las Naciones Unidas y de otros acuerdos multilaterales, la transferencia de tecnología se ha considerado con frecuencia como un proceso de "adquisición" mediante el cual los países en desarrollo tratan de tener acceso a productos y conocimientos técnicos importados del mundo desarrollado. Con frecuencia, no se aborda la idea de conceder licencias sobre activos intangibles como la propiedad intelectual, así como tampoco las posibilidades que brinda el intercambio recíproco. Sin embargo, este activo intangible, como el diseño de la red de pesca del proverbio mencionado al principio, puede ser decisivo para la sostenibilidad.

Ahora bien, esta perspectiva unidireccional de la "mera recepción" de la transferencia tecnológica está cambiando. Puesto que los países en desarrollo están introduciendo sistemas para estimular la innovación y estrategias de propiedad intelectual con vistas a dar apoyo a sus actividades de investigación, con frecuencia combinando investigaciones nuevas con conocimientos tradicionales, este enfoque está complementándose con un nuevo punto de vista del crecimiento basado en el desarrollo, en el que en la propiedad intelectual cumple un cometido fundamental.

Atención a la negociación satisfactoria de licencias tecnológicas  
La OMPI viene elaborando materiales para uso de los Estados miembros sobre la aplicación práctica de la transferencia de tecnología desde 1979, cuando la Organización publicó su primera guía pormenorizada sobre la negociación de licencias. Desde el año 2000 hasta el día de hoy, la OMPI, a petición de sus Estados miembros, ha centrado su labor en materia de transferencia tecnológica en programas concebidos para ayudar a los países en desarrollo a crear capacidad en la creación de activos de propiedad intelectual y en la negociación de licencias tecnológicas.

El taller de la OMPI sobre negociación de licencias tecnológicas se ha celebrado en el Brasil, el Camerún, Colombia, la India, Indonesia, Jordania, Malasia, el Senegal, Serbia, Singapur y Zimbabue. Asimismo, este año tendrán lugar sesiones de formación en Túnez y en Ghana.

La sostenibilidad y el seguimiento son elementos fundamentales del curso sobre negociación de licencias tecnológicas. Los Estados miembros participantes reciben una carpeta de forma-

1. Compendium of International Arrangements on Transfer of Technology UNCTAD/ITE/IPC/Misc.5 (2003).

ción sobre la negociación de licencias tecnológicas (disponible en francés, español, inglés, portugués y serbio), que contiene un conjunto de materiales que permite a cada país reproducir y mejorar el programa de formación. Así, por ejemplo, el Brasil ya ha formado a 20 formadores con el fin de que puedan impartir el curso sin intervención de la OMPI.

La carpeta contiene un manual, presentaciones, casos hipotéticos de simulación, una guía de procedimiento, formularios de instrucción y formularios de prueba. Las situaciones se basan en casos hipotéticos pero realistas de investigadores de países en desarrollo: el caso del anansi atañe a los conocimientos tradicionales y las tecnologías farmacéuticas; el del Ziggurat se centra en la informática; el de la nanolina se basa en la biotecnología y la nanotecnología; y el de la turbina inteligente, en las energías renovables.

Los participantes dedican los dos primeros días a recibir formación por parte de especialistas en licencias y técnicas de negociación, tras la cual utilizan los "juegos" de simulación para poner en práctica sus recién adquiridas habilidades.

Fotos: OMPI



**Dos equipos examinan el acuerdo de licencia que han alcanzado durante el curso de formación sobre negociación de licencias tecnológicas. Negociaciones en progreso durante un curso de negociación de licencias en Ginebra y Dakar (Senegal).**

tente para rellenar las lagunas de competencias esenciales; y estudios, como los encargados por la OMPI en siete países asiáticos, para ayudar a analizar el modo en que las cuestiones relativas a la transferencia de tecnología y a las alianzas entre la Universidad y la industria pueden abordarse en la práctica de forma satisfactoria.

## Normalización de políticas de propiedad intelectual en las universidades malayas

El Gobierno de Malasia ha ordenado que la totalidad de las 17 universidades públicas establezcan una unidad de investigación, desarrollo y comercialización. El cometido de estas unidades es gestionar la asignación de fondos destinados a I+D y a la solicitud de patentes sobre los resultados de las actividades de I+D. Las universidades dispondrán de un procedimiento normalizado con relación a la titularidad de los resultados de la investigación y a la participación en los beneficios de la comercialización de tales resultados. Normalmente, se dividirán al 50 por ciento entre la Universidad y los investigadores y, en el caso de algunas universidades, el investigador recibirá hasta un 75 por ciento de los beneficios.

El seguimiento del programa de formación sobre negociación de licencias tecnológicas incluirá una red basada en Internet que estará en funcionamiento a finales de 2006. La OMPI colabora estrechamente con la *Licensing Executives Society* (LES) International, así como con las secciones locales de la LES en el Brasil, la Comunidad Andina, Malasia y Sudáfrica, con el fin de dar apoyo local al seguimiento y la continuidad.

### Diversidad de programas

Los cursos ofrecidos por la Academia Mundial de la OMPI también comprenden sesiones sobre transferencia de tecnología, y la OMPI imparte varios talleres y seminarios de interés para instituciones de investigación, a menudo en colaboración con pequeñas y medianas empresas. Este abanico de programas de formación sobre transferencia tecnológica se completa con otros programas nuevos, todos los cuales sitúan la transferencia tecnológica en el contexto del fomento y la explotación de las innovaciones. Estos programas prevén la asistencia a las universidades de países en desarrollo que deseen establecer marcos políticos en materia de propiedad intelectual (véase la entrevista con el profesor Ogada de la Universidad Moi en las páginas 12 a 14); formación en redacción de solicitudes de pa-

### Un enfoque práctico

Cada vez un mayor número de Estados miembros están solicitando programas que faciliten la transferencia de tecnología. La labor de la OMPI en esta área se basa en el planteamiento práctico de utilizar la propiedad intelectual en aras del desarrollo económico, lo que requiere financiación, proyectos piloto y creación de capacidades para poder convertirse en realidad. Además, la OMPI está empeñada en colaborar con otros organismos de las Naciones Unidas cuyos mandatos comprenden elementos relacionados con la transferencia tecnológica, como la UNESCO, la UNCTAD y la ONUDI, a fin de optimizar la eficacia de esos programas.

Para más información sobre el programa de negociación de licencias tecnológicas de la OMPI, la formulación de políticas de propiedad intelectual y otros programas de formación relacionados con la transferencia de tecnología, véase [www.wipo.int/ip-development/en/strategies/technology.html](http://www.wipo.int/ip-development/en/strategies/technology.html), o póngase en contacto con la División de Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías

# LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA UNIVERSIDAD: APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS

Foto: T. Ogada



*Tom Ogada es profesor asociado de energía e ingeniería medioambiental en la Universidad Moi, en Kenya, y ha sido director de la oficina de transferencia tecnológica de la Universidad hasta su nombramiento este año como director del Instituto de Investigación y Desarrollo Industrial de Kenya. Ha colaborado estrechamente con la OMPI en varias publicaciones, además de como formador en talleres sobre estrategia de propiedad intelectual y como coordinador en el marco de la Iniciativa Universitaria de la OMPI. En 2004, dirigió el equipo keniano encargado de la evaluación nacional de la propiedad intelectual patrocinada por la OMPI.*

*En esta entrevista, describe cómo se afrontó en la Universidad Moi la necesidad de contar con un marco político para tratar las cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual y habla sobre el patentamiento en los institutos de investigación africanos.*

**Profesor Ogada, usted desempeñó un papel decisivo en la puesta en marcha de una política oficial destinada a abordar las cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual en la Universidad Moi. ¿Cuál es su alcance?**

Cualquier política proporciona a sus usuarios directrices y medios para tomar decisiones. En una universidad o en una institución investigadora, la política institucional en materia de propiedad intelectual sirve para promover la generación, protección y comercialización de los derechos de propiedad intelectual. Las universidades y las entidades dedicadas a la investigación y el desarrollo son creadores fundamentales de activos de propiedad intelectual, si bien existen muchas partes interesadas que intervienen en el proceso: investigadores, estudiantes, patrocinadores privados, unidades de transferencia de tecnología, oficinas nacionales de patentes, el público, y otros. La política de propiedad intelectual es importante para armonizar los intereses en conflicto de las diversas partes.

**¿Cuál cree usted que debe ser la finalidad de la política de propiedad intelectual de una universidad?**

Muchas cosas. Debe propiciar un entorno que fomente y agilice la difusión de nuevos conocimientos en beneficio de la población, al tiempo que protege los derechos tradicionales de los investigadores para controlar los productos de su actividad especializada. Debe velar por que los beneficios económicos o de otro tipo derivados de la comercialización se distribuyan de forma justa y equitativa, reconociéndose las contribuciones de los inventores y de la institución, así como las de otras partes interesadas. Debe fomentar, preservar, estimular y ayudar a la investigación científica. Debe sensibilizar a los estudiantes respecto de la propiedad intelectual y no olvidar la creatividad de los jóvenes. Debe crear incentivos para que los investigadores investiguen y ofrecer recompensas por la creación de capital in-

tellectual. En las universidades de los países en desarrollo, también debe estimular las actividades de investigación encaminadas a encontrar soluciones a problemas acuciantes, como el de los medicamentos, el agua potable y la energía.

**¿Por dónde empezaron?**

Empezamos en 2002, a raíz de una reunión en la que los vicerrectores de las universidades de todo el país solicitaron la creación de políticas en materia de propiedad intelectual. Nombramos un comité, que yo presidí, con el fin de conducir el proceso. Estábamos respaldados por un equipo de especialistas del Instituto de Propiedad Industrial de Kenya. Empezamos por concienciar al cuerpo docente y sensibilizarlo sobre el tema de la propiedad intelectual.

**¿Con qué tipo de reacciones se encontraron por parte del personal investigador y docente?**

Al principio, los investigadores no mostraron mucho entusiasmo por la política de propiedad intelectual. La mayoría de los científicos asocia los derechos de propiedad intelectual con el Derecho y el derecho de autor, y no son capaces de ver la pertinencia para sus actividades de investigación y desarrollo. Algunos consideraron que la iniciativa tenía como fin hacerse con el control de su propiedad intelectual. En particular, la cuestión de retrasar la publicación de los resultados de la investigación en favor del patentamiento no recibió muy buena acogida entre muchos investigadores. También estaban preocupados por cuestiones relacionadas con la titularidad, la distribución de beneficios y el conflicto de intereses y de compromisos. Con el fin de superar estos escollos, organizamos ejercicios y debates de sensibilización sobre propiedad intelectual en diversas facultades. La creación de consenso fue muy importante.

**Sin duda, una tarea no exenta de dificultades. Por tanto, desde su punto de vista, ¿cuál es la clave para asegurar la aceptación de una política de propiedad intelectual por parte de las personas a quienes va destinada?**

Yo aprendí mucho durante el proceso. Por ejemplo, la elección del equipo adecuado y del jefe de equipo encargados de redactar la política es decisiva, ya que deben inspirar confianza en las facultades. El equipo debe incluir miembros respetados del personal y expertos de fuera. El equipo debe dedicar tiempo a entender el porqué de la necesidad de una política de propiedad intelectual, de modo que puedan definir los objetivos y las cuestiones que habrán de tratarse. La política debe estar redactada en un lenguaje sencillo, fácil de entender. Esto es así debido a que sus principales usuarios son científicos, y fácilmente reaccionan con rechazo ante el lenguaje jurídico.

Todas las partes interesadas deben sentir que han contribuido a la formulación de la política. Por tanto, es importante que el proyecto se presente para ser debatido a todos los niveles de gestión, en sentido ascendente. En cada una de las etapas, siempre que se lleve a cabo una revisión tras el debate correspondiente, debe volverse a presentar el proyecto para su aprobación antes de que pase al siguiente nivel superior. Esta estrategia de marcha adelante y marcha atrás puede parecer tediosa, pero aumentará el sentido de pertenencia del documento final, además de sensibilizar sobre el tema de la propiedad intelectual.

**¿Ve usted alguna diferencia entre las universidades de los países en desarrollo y sus equivalentes de, digamos, los Estados Unidos de América o el Japón?**

En general, el proceso debería ser el mismo en lo que se refiere a la necesidad de educar, de sensibilizar al cuerpo docente respecto de la propiedad intelectual y de crear consenso en cuestiones fundamentales relacionadas con las políticas de propiedad intelectual. Además, los objetivos de la política de propiedad intelectual deben ser también más o menos los mismos. Sin embargo, las universidades de los países desarrollados a menudo cuentan con más experiencia en la interacción con la industria. Y es muy probable que ya dispongan de otras políticas y marcos jurídicos para canalizar las cuestiones relacionadas con la consultoría y la investigación bajo contrato, que constituyen instrumentos importantes a tener en cuenta en este tipo de políticas. Por tanto, el proceso de formulación de políticas de propiedad intelectual puede ser más breve.

Cortesía de Moi University Holdings Ltd.



**El proyecto Biogás de Moi University Holdings Ltd. tiene como finalidad tratar los residuos y las aguas residuales del sector agrícola para generar energía destinada a calefacción e iluminación. El agua tratada también puede utilizarse para irrigación.**

Asimismo, el interés de las políticas de propiedad intelectual de los países en desarrollo puede que se centre en cuestiones que tienen menos importancia para las universidades de los países desarrollados, como, por ejemplo, prever incentivos para los investigadores de I+D como forma de reducir la fuga de cerebros.

**Háblenos de la primera solicitud de patente presentada por la Universidad Moi en 2004.**

La patente fue desarrollada por un profesor del departamento de ciencia y tecnología de la madera. Se refiere a una tecnología de eliminación del color en aguas residuales que tiene posibilidades de aplicación en varias industrias, como la del té, el café y la industria papelera. La presentación de esta primera patente generó un gran interés y entusiasmo en la Universidad, lo que condujo a una mayor conciencia por parte del personal respecto de los derechos de propiedad intelectual. Lamentablemente, el proceso ha sido muy lento, y la comunicación entre las oficinas pertinentes encargadas del procedimiento y la Universidad Moi no ha sido muy buena, lo que ha dado lugar al descontento del inventor y de varios posibles solicitantes.

**Por entonces, usted era director de Moi University Holdings Ltd. ¿Cuál fue su función?**

Moi University Holdings Ltd. funciona como brazo comercial de la Universidad. Fue decisiva durante la presentación de la primera patente. La empresa ofreció un entorno que permitió al inventor divulgar libremente su invención. Llevó a cabo el examen preliminar, redactó la solicitud de patente, presentó la solicitud, abonó las tasas de solicitud y se mantuvo en contacto





**La política de propiedad intelectual de la Universidad Moi tiene como fin crear incentivos para los investigadores científicos y velar por la distribución equitativa de los ingresos derivados de la comercialización.**

con las diversas oficinas para vigilar el progreso. Estas son actividades que no pueden emprender los investigadores por sí mismos ya que requieren tiempo y pueden resultar desesperantes.

**Todavía existe una relativa escasa actividad de patentamiento en las universidades africanas. ¿Por qué cree que sucede esto?**

Las reducidas cifras de patentes presentadas en los países africanos comparadas con otros países no deben interpretarse co-

mo una indicación de unos bajos niveles de innovación y de actividad pionera investigadora y técnica. Es mucho lo que están innovando los científicos e ingenieros africanos en las instituciones dedicadas a la investigación y el desarrollo y en las universidades. La mayoría de estas innovaciones pasan desapercibidas debido a la falta de sensibilidad sobre la propiedad intelectual. Entre los obstáculos al patentamiento se encuentran la escasa financiación de las actividades de I+D por parte de los gobiernos africanos (en la actualidad, menos del uno por ciento del PIB); la falta de fondos para financiar las solicitudes y el mantenimiento de las patentes; la ausencia de profesionales en el ámbito de la propiedad intelectual, como los agentes de patentes; la ausencia de un marco institucional, como las oficinas de gestión tecnológica en universidades e instituciones de I+D; y un escaso nivel de conocimientos sobre propiedad intelectual.

**¿Cambiará esta situación?**

La situación está cambiando a medida que las universidades y las instituciones dedicadas a la investigación y el desarrollo de África toman una mayor conciencia de la propiedad intelectual, y a medida que los responsables de tomar las decisiones empiezan a ver la necesidad de aumentar la financiación de la investigación y el desarrollo en los campos científico, tecnológico y de la innovación.

## Políticas de propiedad intelectual: diez preguntas

El profesor Ogada colabora actualmente con la OMPI en una guía breve titulada *Choices in Developing IP Policies*, destinada a los administradores de universidades y centros de investigación. Se basa en las preguntas fundamentales siguientes que las políticas de propiedad intelectual deben abordar.

- ¿Quién ostentará la titularidad de la propiedad intelectual generada a partir de actividades de investigación financiadas públicamente?
- ¿Cómo se repartirán los **ingresos** o beneficios derivados de la comercialización de la propiedad intelectual, por ejemplo entre los investigadores o inventores, el departamento, la institución, los organismos públicos de financiación y otros?
- ¿Existe algún **derecho o estipulación oficial** vinculada a la comercialización de la propiedad intelectual generada a partir de investigaciones financiadas públicamente?
- ¿En el caso de **investigaciones financiadas por entidades privadas**, ¿quién ostentará la titularidad de la propiedad intelectual generada?
- ¿Se utilizarán **empresas derivadas** o contratos de licencias para transferir tecnologías al sector privado con el fin de comercializarlas?
- ¿Quién **gestionará los activos de propiedad intelectual**, especialmente la negociación de licencias y el reparto de regalías?
- ¿En qué medida fomentará la institución la **comercialización de los resultados de la investigación** a través de la actividad empresarial?
- ¿Cómo se abordarán los **costos** de la protección de la propiedad intelectual y de su mantenimiento?
- ¿Cómo debe canalizarse el **procedimiento de divulgación de la invención**?
- ¿Cómo se abordarán los **conflictos de intereses** entre las tareas docentes e investigadoras y los proyectos de carácter comercial?

# LA INICIATIVA UNIVERSITARIA DE LA OMPI

Foto: PROINNOVA



**Cartel de la campaña de la oficina PROINNOVA de la Universidad de Costa Rica, que participa en el programa de la Iniciativa Universitaria de la OMPI, donde se alienta a los investigadores a pensar en la propiedad intelectual.**

La Iniciativa Universitaria de la OMPI es uno de los diversos programas de la Organización destinados a alentar a las universidades y entidades de I+D de los países en desarrollo a crear, proteger y explotar los activos de propiedad intelectual. Las instituciones participantes reciben un conjunto de materiales de referencia sobre propiedad intelectual y se designa un coordinador universitario de propiedad intelectual en cada institución para que divulgue información y asesore en esta materia a los alumnos y al personal docente. Los coordinadores actúan

de enlaces con la OMPI y con la oficina nacional de propiedad intelectual, y reciben acceso a formación.

El programa cuenta actualmente con la participación de casi 90 universidades e instituciones de I+D de todo el mundo. Esto permite a los coordinadores formar parte de una red que facilita el intercambio de información y experiencia.

## El caso de Croacia

Las universidades de Croacia han acogido el programa con entusiasmo. Tres organismos de investigación, la Universidad de Zagreb, el Instituto Rudjer Boskovic y el Instituto Brodarski, nombraron respectivamente en 2005 un coordinador de propiedad intelectual. Los tres coordinadores, asistidos por la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual de la República de Croacia (SIPO), trabajan en colaboración para mejorar en sus departamentos de ciencia y tecnología el conocimiento sobre la forma de utilizar la propiedad intelectual para sacar provecho de los resultados de la investigación.

Los coordinadores han participado en talleres regionales organizados por la OMPI en colaboración con el programa regional de propiedad intelectual CARDS (Asistencia Comunitaria para la Reconstrucción, el Desarrollo y la Estabilización) de la Oficina Europea de Patentes. Han recibido formación sobre la gestión de la propiedad intelectual en las universidades y cómo buscar información sobre propiedad intelectual en bases de datos en línea. Junto con la SI-

PO, dos de los institutos han organizado otros talleres este año, y los tres participarán este mismo año en un seminario nacional sobre infraestructura de propiedad intelectual para el sector de I+D de Croacia en el marco del programa CARDS.

Los coordinadores han trabajado conjuntamente para reunir una serie de materiales docentes y directrices sobre propiedad intelectual a partir de la carpeta de información facilitada por la OMPI. En el Instituto Rudjer Boskovic se ha establecido un mecanismo de coordinación entre las escuelas técnicas y los departamentos comerciales y jurídicos con el fin de mejorar la información y la asistencia al alcance del personal científico.

En mayo de 2006, el Instituto Rudjer Boskovic fundó Rudjer Innovations Ltd. Este organismo gestiona la evaluación, protección y explotación de la propiedad intelectual generada por los investigadores del Instituto y su propósito es convertirse en un centro de excelencia de la propiedad intelectual en Croacia. Se ha



**En un taller celebrado en Skopje, coordinadores universitarios de propiedad intelectual de la ex República Yugoslava de Macedonia, Albania, Bosnia y Herzegovina, Croacia, Serbia y Montenegro descubren cómo utilizar bases de datos en línea gratuitas para realizar búsquedas básicas sobre patentes.**

previsto el establecimiento de mecanismos similares en otros institutos de I+D y universidades de Croacia.

Para más información sobre la Iniciativa Universitaria de la OMPI, véase [www.wipo.int/uipc/es/](http://www.wipo.int/uipc/es/)

# BIOÉTICA Y DERECHO DE PATENTES

## Los casos de Moore y del pueblo hagueh

*Éste es el último artículo de la serie que ha dedicado la Revista de la OMPI a la propiedad intelectual y la bioética. En él se examinan cuestiones planteadas por los casos de Moore y de los hagueh, en los que se cuestionaron las patentes resultantes de investigaciones basadas en material genético humano debido a que no se había solicitado el consentimiento fundamentado previo de los donantes.*

### Consentimiento fundamentado

La doctrina del consentimiento fundamentado previo tiene su origen en la ética médica, en donde se entiende que el paciente tiene el derecho a aceptar o rechazar un tratamiento médico determinado tras haber sido informado por el médico de los riesgos y beneficios del mismo. Este concepto se ha ido extendiendo cada vez más a otras áreas, fundamentalmente a la investigación médica en la que se utilizan tejidos humanos. La Declaración Universal sobre Bioética y Derechos Humanos de la UNESCO de 2005 establece que tanto la investigación científica como las intervenciones médicas "sólo habrá[n] de llevarse a cabo previo consentimiento libre e informado de la persona interesada". De acuerdo con esto, parece necesario solicitar el consentimiento expreso de un paciente en el caso de que se utilicen muestras obtenidas en el transcurso de una intervención médica con fines de investigación.

Sin embargo, de aquí surge otra cuestión. ¿Qué es lo que pasa si un material genético, obtenido de un organismo humano y utilizado en la investigación da lugar posteriormente a invenciones biotecnológicas que se patentan? ¿Debe extenderse el consentimiento sobre el uso de material para investigación también al patentamiento de los resultados de la investigación? ¿Debe obtenerse entonces un consentimiento independiente para cada una de las distintas fases?

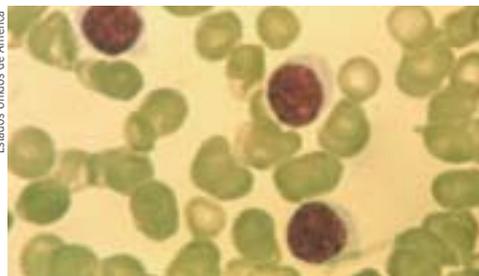
### El bazo de John Moore

El Sr. John Moore padecía tricoleucemia. En 1976, el doctor David Golde, del Centro Médico de la Universidad de California, recomendó la extirpación de su bazo con el fin de frenar el avance de la enfermedad. El Sr. Moore firmó un consentimiento escrito por el que autorizaba una esplenectomía, y los cirujanos le extirparon el bazo. El Dr. Golde y sus investigadores ayudantes extrajeron

investigación en el desarrollo de posibles tratamientos contra el cáncer. En los tres años siguientes, crearon una línea celular a partir de los linfocitos T extraídos. Al Sr. Moore no se le informó sobre esta investigación o de las posibilidades de la estirpe celular. En 1984, se concedió la patente estadounidense número 4438032 al Dr. Golde sobre la estirpe celular, que originó ingresos sustanciales a raíz de acuerdos comerciales con dos empresas de biotecnología.

John Moore entabló una demanda en la que reclamaba una participación en la titularidad de la patente, así como una compensación del Dr. Golde por incumplimiento de sus obligaciones profesionales. En la instancia de apelación, el Tribunal Supremo de California desestimó la reclamación del Sr. Moore sobre la participación en la titularidad de la patente, ya que no había sido uno de los inventores. También dictaminó que un paciente no puede ejercer derechos de propiedad sobre tejidos orgánicos desechados. Sin embargo, el Tribunal sentenció que un médico tiene la "obligación fiduciaria" de informar al paciente acerca de cualquier interés económico o personal en la utilización o el estudio de sus tejidos; y que si se rompe el vínculo fiduciario de confianza, el paciente puede demandarlo por incumplimiento de esa obligación. Esta decisión estableció especialmente una distinción entre el contexto jurídico del acceso al material genético y el contexto jurídico del patentamiento de una invención subsiguiente en la que se ha utilizado ese material.

Sin embargo, sigue candente el debate sobre los vínculos jurídicos y bioéticos que existen entre el acceso a los recursos genéticos y el patentamiento posterior de los resultados de la investigación realizada a partir de éstos. Si una persona consiente en la realización de investigación básica, ¿puede darse por sentado que ese consentimiento se extiende al patentamiento y la actividad de comercialización a que pueda dar lugar la investigación? ¿Debe exigirse información concreta previa en lo que respecta a las invenciones futuras del investigador? ¿Y, exactamente, quién debe tener la facultad de conceder o negar el consentimiento? Esta última cuestión se torna incluso más compleja cuando los miembros de una familia o de una comunidad, o incluso de países vecinos comparten los mismos recursos genéticos (por ejemplo, una mutación genética concreta).



**El Dr. Golde patentó una estirpe celular obtenida a partir de tejido desechado del bazo del Sr. Moore. ¿Debería haber solicitado su consentimiento?**

tejido del bazo eliminado, al ser conscientes de su valor para la

## El caso de los hagahai – recursos genéticos de pueblos indígenas

El pueblo hagahai es un grupo indígena de Papua Nueva Guinea. Vivió aisladamente hasta 1984, cuando buscó ayuda debido a que una enfermedad estaba afectando a la comunidad. Los investigadores hallaron que los miembros de la tribu portaban un gen que predispone al organismo humano a padecer leucemia, si bien los propios miembros de la tribu no manifestaban los síntomas de la enfermedad. El análisis posterior de las muestras de sangre puso de manifiesto la existencia de un virus linfotrófico T, que abría la posibilidad de desarro-

nocimientos tradicionales en poder de las comunidades. Entre los instrumentos jurídicos internacionales que vienen al caso se encuentra el *Convenio sobre la Diversidad Biológica* (CDB), en virtud del cual el consentimiento fundamentado es un requisito para poder acceder a material genético de origen animal o vegetal. Varios países han introducido medidas jurídicas concretas en las que se establece un vínculo directo entre el consentimiento fundamentado previo y las actividades de patentamiento subsiguientes. La Comunidad Andina ha elaborado normas regionales en este mismo sentido. Algunos países han propuesto la revisión del Acuerdo sobre los ADPIC de la OMC para que se exija el establecimiento de un nexo entre el consentimiento y el sistema de patentes. Estas medidas suelen

## *Si una persona consiente en la realización de investigación básica, ¿puede darse por sentado que ese consentimiento se extiende al patentamiento y la actividad de comercialización a que pueda dar lugar la investigación?*

llar una vacuna para determinados tipos de leucemia. En 1991, los Institutos Nacionales de la Salud de los Estados Unidos de América solicitaron la protección mediante patente de una línea celular obtenida a partir del ADN de un donante hagahai (patente estadounidense número 5397696). La invención se refería a una línea celular infectada con una variante de virus linfotrófico T humano (HTLV) de Papua Nueva Guinea y a vacunas humanas contra infecciones y enfermedades provocadas por el HTLV-I y virus afines.

La patente, a la que posteriormente se renunció, levantó una controversia sobre si se había obtenido o debía haberse obtenido el consentimiento del donante antes de patentarse la línea celular resultante. Los relatos sobre lo que sucedió realmente varían considerablemente. Sin embargo, el hecho de que el material genético proviniera de un grupo étnico hizo que el caso resultara particularmente delicado, y dio lugar a acusaciones de biopiratería. Nunca ha llegado a determinarse si en este caso debía haberse obtenido solamente el consentimiento de esa persona, del pueblo hagahai, o del país en cuestión.

### Procesos internacionales

Las cuestiones bioéticas relativas al consentimiento están actualmente siendo sometidas a examen en varios foros y contextos jurídicos diferentes. El debate va más allá del uso de material genético de origen humano para abarcar los recursos vegetales y animales y los recursos biológicos vinculados a co-

centrarse en recursos genéticos relacionados con la biodiversidad más que con material genético de origen humano.

El consentimiento fundamentado libre previo constituye una cuestión transversal que afecta a la innovación biotecnológica, desde la investigación médica hasta la bioprospección. En tanto que la declaración de la UNESCO establece el consentimiento fundamentado previo en el contexto de la dignidad y la autonomía humanas, el CDB lo vincula a la soberanía de las naciones sobre sus recursos y a los intereses de las comunidades indígenas y locales. El tema de qué tipo de vínculos son los adecuados entre los acuerdos de consentimiento y el sistema de patentes es objeto de un intenso debate y materia de varios procesos internacionales.

Como en el caso de las demás cuestiones examinadas en esta serie de artículos, las instancias normativas están sopesando los límites y los vínculos que existen entre las cuestiones bioéticas y las medidas jurídicas, especialmente en lo tocante a la legislación en materia de propiedad intelectual. Esta serie de artículos ha tratado de airear algunas de estas cuestiones tan debatidas, al tiempo que ha tratado de reconocer la diversidad de puntos de vista que se han planteado en estos importantes y constantes debates.



**El CDB ha encargado a la OMPI dos estudios detallados.**

# RETRATOS DEL PCT

## Ecoinventores

Desde la entrada en vigor del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) en 1978, se han presentado más de 1,2 millones de solicitudes de patentes internacionales que abarcan todo tipo de nuevas tecnologías. Continuando con nuestra serie de retratos, la Revista de la OMPI sigue buscando a las personas que se encuentran detrás de las patentes. En esta edición, las invenciones de un ingeniero químico sino-canadiense, de un trabajador estadounidense de la construcción y de dos hermanos noruegos del sector de los supermercados ponen a trabajar los residuos por un planeta más verde.

### ¿Quién teme al lobo feroz?



**La cosechadora StrawJet produce como "material de desecho" un cable de paja, que se teje en esteras y se comprime para fabricar robustos paneles de construcción.**

La gente reacciona de forma distinta ante las malas noticias. Cuando a David Ward, antiguo trabajador de la construcción de Oregón, Estados Unidos de América, le dijo su médico que la exposición a materiales de construcción había hecho que el "análisis químico de su sangre pareciera una lista de disolventes industriales", no se jubiló ni trató de que le resarcieran, sino que se puso a buscar una forma menos nociva de construir casas.

Sabiendo que los ladrillos tradicionales de barro mezclados con fibras vegetales son un material de construcción muy

efectivo, comenzó a investigar formas de utilizar la paja, un producto agrícola de desecho, para fabricar paneles de construcción. En sí mismo, esto no era nada nuevo. Ya existían procedimientos industriales para fabricar ladrillos de paja comprimida. La visión creativa de David Ward fue trasladar el proceso de la fábrica a los campos. Con esto no sólo conseguía recortar los gastos generales de la fábrica sino que, al utilizar directamente del campo paja íntegra y sin aplastar, aumentaba considerablemente la resistencia de la amalgama resultante.

En diciembre de 2002, con la ayuda de la Universidad Estatal de Oregón y una subvención de la Agencia para la Protección del Medio Ambiente, David Ward había terminado y probado sobre el terreno su primera cosechadora combinada StrawJet. Esta cosechadora produce como "material de desecho" un cable continuo de paja, de cinco centímetros de diámetro, ligado mediante un agente aglomerante de arcilla y pulpa de papel. A continuación, un "camión-telar" entreteje el cable para formar esteras que posteriormente se convierten en resistentes paneles de construcción. El

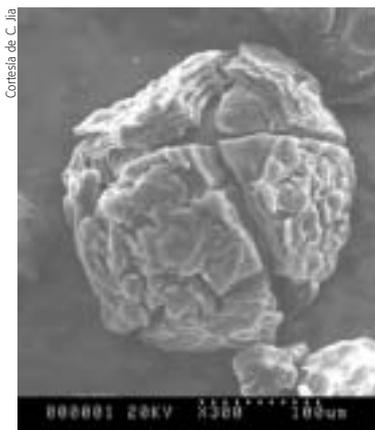
Sr. Ward ha fundado una sociedad sin ánimo de lucro, Ashland School of Environmental Technology, para seguir adelante con el proyecto. Su solicitud PCT para la cosechadora StrawJet se ha publicado este año.

Al Sr. Ward le ha llevado 13 años llegar hasta aquí. "A veces", reconoce, "estaba convencido de que nunca iba a funcionar". Sin embargo, la perseverancia dio sus frutos, y el proyecto StrawJet está obteniendo cada vez un mayor reconocimiento tras obtener el galardón Modern Marvel of the Year 2006 del National Inventors Hall of Fame de los Estados Unidos de América.

La tecnología Strawjet pretende ser de utilidad tanto para los países desarrollados, como material de construcción sostenible desde el punto de vista ecológico, como para los países en desarrollo, donde la paja u otros subproductos de fibras vegetales (como las hojas de palma o el cáñamo) pueden brindar una alternativa económica y abundante a los materiales convencionales.

Para más información, véase: [www.greeninventor.org/strawjet.shtml](http://www.greeninventor.org/strawjet.shtml)

### Tratar los residuos con residuos



Los depósitos de arenas alquitranadas son una fuente importante de petróleo crudo en el Canadá y Venezuela. Sin embargo, el coste medioambiental potencial de su explotación es muy elevado. El procedimiento de extracción puede dejar un rastro de productos residuales tóxicos; y por cada barril de petróleo sintético obtenido a partir de arenas petrolíferas de Alberta, en el Canadá, se liberan a la atmósfera más de 80 kilos de gases con efecto invernadero.

El profesor Charles Jia, ingeniero químico de China y experto en las aplicaciones medioambientales de la química del azufre, trabaja actualmente en la Universidad de Toronto (Canadá). Con su colega el profesor Don Kirk han desarrollado el procedimiento *SOactive*, mediante el cual se utiliza el dióxido de azufre para convertir el combustible fluido de arenas alquitranadas en *ECOcarbón* activo y para eliminar el mercurio de los residuos industriales.

**"Para mí, esta imagen se encuentra entre las más bellas". El profesor Jia muestra una imagen obtenida a través de microscopio electrónico de una partícula de ECOcarbón, producida a partir de arenas alquitranadas inservibles.**

## ¿Quién dijo que la basura no es negocio?

Se calcula que en el mundo circulan unos setecientos mil millones de envases de plástico de bebidas, botellas y latas, la mayoría de las cuales todavía siguen acabando en vertederos. La materia prima y la energía consumida para fabricar cada vez más botellas exacerba el agotamiento de los recursos naturales. Sin embargo, en Noruega, los consumidores ahora devuelven el 90 por ciento de los envases de bebidas usados a los supermercados para su reciclaje a cambio de dinero. El éxito de esta iniciativa noruega ha sido posible en parte gracias al ingenio de dos hermanos, Petter y Tore Planke, fundadores de TOMRA.

Su historia arranca en 1971, cuando el propietario de uno de los supermercados más grandes de Oslo solicitó su ayuda: el gobierno noruego exigía a las tiendas reembolsar a los consumidores por las botellas vacías, pero los supermercados eran incapaces de manejar las enormes cantidades de botellas. Necesitaban algún tipo de sistema automático de procesamiento. En el plazo de un año, los hermanos habían ideado un prototipo de "máquina expendedora inversa" que dispone de una abertura única para la de-

volución de todo tipo de botellas y una impresora para emitir recibos por la cantidad reembolsada. Tore Planke presentó su primera patente en la Oficina de Patentes de Noruega en diciembre de 1971.

A partir de ahí, los hermanos empezaron a desarrollar nuevos productos y procedimientos que comprendían todo el proceso, desde la recogida de botellas hasta la entrega en los puntos de reciclaje. Treinta y cuatro años después, TOMRA es líder de mercado en máquinas expendedoras inversas de botellas de vidrio y plástico y de latas. Bajo el lema "ayudar al mundo a reciclar", la empresa ha instalado cincuenta mil máquinas en cuatro continentes.

La empresa cuenta con más de 30 solicitudes PCT, que abarcan desde mecanismos para levantar, rotar y trasladar botellas vacías hasta complejas tecnologías de reconocimiento de imagen para identificar los distintos tipos de envases. El mantenimiento de las patentes es bastante caro. Sin embargo, Andreas Nordbryhn, director científico de TOMRA, dice que sin los derechos de patente "no tienes

Cortesía de TOMRA



**TOMRA ha instalado 50.000 máquinas expendedoras inversas en todo el mundo para fomentar el reciclaje de botellas de vidrio y de plástico**

forma de calcular las posibles pérdidas si llegas a tener problemas. Es muy parecido a un seguro. ¿Quién tendría hoy en día una empresa sin un seguro adecuado?"

Para más información véase:  
[www.tomra.no](http://www.tomra.no)

Véase en el sitio Web de la OMPI ([www.wipo.int/pct/en/inventions/](http://www.wipo.int/pct/en/inventions/)) la galería de innovaciones en la que figuran otras innovaciones interesantes.

>>> "Nuestro mayor problema", dijo el profesor Jia a la Revista de la OMPI, "fue la difundida creencia de que los residuos son residuos. Nadie creía que el coque líquido de las arenas alquitranadas, un sólido con una estructura densa en capas, pudiera activarse". Él y el profesor Kirk se encuentran actualmente en proceso de consolidar la financiación de las pruebas de campo de la efectividad del *SOactive* y del *ECOcarbón* para eliminar el mercurio en las instalaciones de una empresa que emite mercurio y azufre en sus residuos industriales.

Los propios profesores redactaron la solicitud de patente y las reivindicaciones, antes de que un abogado de patentes acabara por finalizarlas. "Para mí, ha supuesto un proceso de aprendizaje", comenta el profesor Jia, "y bastante exigente en lo que respecta al tiempo y al dinero". Su solicitud PCT se publicó en 2003.



vención se ha contextualizado en el marco de este estado de la técnica, es claramente preferible presentar una solicitud de patente normal.

Sí bien una solicitud de patente sólo puede cubrir una invención, podrá incluirse más de una invención bajo el concepto de “unidad de la invención”, en virtud del cual un conjunto de invenciones se vinculan para formar un único “concepto inventivo” y se establece una relación técnica entre las invenciones que se reivindican. Por tanto, una estrategia alternativa económica sería presentar un conjunto de solicitudes de patentes provisionales relacionadas y luego presentar una solicitud de patente normal en la que se reivindiquen múltiples prioridades en el plazo debido para aclarar cualquier cuestión relativa a la unidad de la invención o al concepto inventivo único. De hecho, se trata de una estrategia muy utilizada para presentar una serie de patentes provisionales relacionadas tras cada hito técnico o comercial importante en el desarrollo del producto, y presentar una solicitud de patente normal que las incorpora a todas en el plazo de un año a partir de la primera solicitud de patente provisional.

## Costos de la redacción

Una solicitud de patente redactada y tramitada sin ayuda profesional permitirá ahorrar en los gastos de redacción, aunque se corre el riesgo de obtener una patente de mala calidad que carezca de las reivindicaciones bien redactadas necesarias para cubrir todas las aplicaciones comerciales fundamentales. No tiene mucho sentido gastar a espuestas y economizar en nimiedades cuando se trata de solicitudes de patente de invenciones que protegen las competencias fundamentales de una empresa. Ahora bien, la oficina nacional o regional de patentes puede que disponga de una lista de agentes de patentes, abogados o bufetes de propiedad intelectual fiables que ofrezcan servicios de propiedad intelectual gratuitos o a tarifas reducidas, incluida la redacción de la primera solicitud de patente, para un cliente nuevo o para un solicitante que lo haga por primera vez. Asegurarse de que desde el principio se facilita al redactor de la patente toda la información pertinente también ahorrará tiempo y dinero.

Los gobiernos y organismos de financiación que ofrecen ayudas para actividades de I+D puede que también permitan destinar una parte de los fondos para sufragar los costos de patentamiento, e incluir en ocasiones los costos relacionados con la observancia y con la presentación de solicitudes internacionales. Esta información podrá obtenerse en el ministerio u organismo responsable de la administración de dichos fondos.



**Tratar de redactar una solicitud de patente sin los servicios de un profesional puede que en última instancia resulte una economía falsa.**

## Gestión de las tasas de la oficina de patentes

Aunque algunos países ofrecen tasas reducidas de patentamiento a las pequeñas empresas, en principio las tasas son pagaderas en cuotas a lo largo de la vigencia legal de una patente, que a menudo aumenta sustancialmente hacia el final del período de 20 años. Saltarse los plazos de dichos pagos puede dar lugar a la pérdida de derechos o a gastos adicionales que podrían haberse evitado. Un sistema electrónico de administración de expedientes que genere automáticamente recordatorios ayudará a que la gestión de la cartera de patentes sea eficiente.

También es necesario examinar periódicamente la cartera de patentes para decidir si se dejan pasar determinadas solicitudes de patente o si se renuncia a cualquier patente ya concedida. Las preguntas que hay que plantearse durante el examen son las siguientes:

- ¿es probable que la solicitud de patente dé lugar a una patente que merezca la pena?
- ¿tiene la patente concedida un valor directo o indirecto para la empresa?
- ¿puede venderse, donarse o licenciarse la patente a otros?
- ¿supone una buena práctica de mercado de cara a los organismos de financiación, los inversores de capital de riesgo y demás el que exista una cartera de patentes o varias solicitudes de patente pendientes?



## Costos de la solicitud de una patente

El costo de la solicitud de una patente depende de varios factores, tales como:

- el área tecnológica,
- la naturaleza de la invención,
- la duración de la solicitud,
- el número de reivindicaciones,
- la minuta del agente de patentes y el tiempo total necesario para preparar y tramitar la solicitud,
- los honorarios del delineante por la preparación de cualquier gráfico o dibujo,
- el número de países en que va a solicitarse,
- la vía empleada para realizar la solicitud en otros países,
- los costos de traducción para las solicitudes en el extranjero,
- el número y carácter de las objeciones planteadas por el examinador de patentes y si se inicia algún procedimiento de oposición o recurso.

## Costos del patentamiento internacional

Los costos de patentamiento se multiplican en función del número de países en que se solicite la protección. Evidentemente, una elección prudente del número de países en que vaya a solicitarse es fundamental para mantener reducidos los costos.

El Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) permite solicitar la protección de una invención mediante patente en un gran número de países simultáneamente a través de la presentación de una única solicitud de patente "internacional". Utilizar la vía del PCT ahorrará tiempo y puede ahorrar costos en una fase posterior, por ejemplo si, a partir de los resultados de la búsqueda y del examen internacionales, el solicitante decide solicitar la protección en un menor número de países de los que había previsto originalmente. El PCT por lo general pospone 18 meses adicionales todos los gastos de ámbito nacional, además de los 12 meses permitidos en virtud del Convenio de París. No obstante, los costos de la solicitud PCT deben considerarse como costos suplementarios al costo final de la obtención de una patente nacional o regional.

El PCT ofrece una reducción del 75 por ciento en determinadas tasas a las personas físicas y a los residentes de cualquier estado cuya renta per cápita nacional esté por debajo de los 3.000 dólares estadounidenses. Esta reducción también se aplica a cualquier solicitante de un país clasificado por las Naciones Unidas como país menos adelantado. Si son varios los solicitantes, cada uno de ellos debe satisfacer los criterios.

Los solicitantes que presenten solicitudes de patentes internacionales deben tener en cuenta también los costos de traducción. El procedimiento del PCT no exime a los solicitantes de los costos de traducción en que se incurren durante la "fase nacional". El Acuerdo de Londres, si está ratificado, permitirá reducir los costos de traducción en los Estados miembros del Convenio sobre la Patente Europea al exigir a los solicitantes que presenten traducción únicamente de las reivindicaciones, en lugar del texto completo de la patente, en el momento de su concesión.

## Compartir o transferir los costos

Otra forma de reducir los costos es encontrar un socio que obtenga una licencia de la patente o de una cartera de patentes. Si se estipula en el contrato, el socio o licenciario puede asumir una responsabilidad parcial o total en la tramitación, mantenimiento y observancia de las patentes en el país de origen o en el extranjero.

La donación de patentes a instituciones sin fines lucrativos o a universidades puede suponer una exención fiscal en determinados países. El dinero ahorrado podrá utilizarse para presentar o mantener otras patentes más pertinentes para las necesidades de la empresa.

Hay que reconocer el hecho de que el patentamiento puede suponer una inversión económica considerable. Mediante una gestión adecuada, pueden reducirse o contenerse varios de los costos relacionados con la presentación de solicitudes y el mantenimiento de patentes concedidas. Pero en la gestión de costos debe tenerse en cuenta la necesidad de evitar el aumento de los riesgos empresariales o de reducir la calidad de las patentes resultantes.

# ¿CUÁL ES LA MARCA FAVORITA EN AUSTRALIA?

Australia celebra el centenario de la primera marca registrada a nivel federal con un llamamiento a los australianos para que voten por su marca favorita.

del deporte, el arte, la empresa y la moda redujeron la lista a las diez mejores. Y a partir de esta lista, la población australiana ha estado votando a través de Internet para elegir la marca favorita de

lectual, y una tabla temporal interactiva en el sitio web sobre marcas que se publicarán. La oficina de propiedad intelectual de Australia se puso en marcha con un concurso entre el personal para dise-



El grupo seleccionó la marca **ABC** (Australian Broadcasting Company) por ser un diseño inteligente que se ha mantenido actual y competente con algunas actualizaciones pero sin haber alterado su esencia.



**Arnott's** registró su famoso papagayo como marca en 1907. Según la leyenda, fue la nuera de William Arnott, la señora Leslie Arnott, quien dibujó por primera vez el ave que aparece en todo tipo de cosas, desde galletitas hasta camiones.



**Vegemite** se remonta a 1922, cuando la empresa (que posteriormente se convirtió en Kraft Foods Limited) contrató a un joven químico para que desarrollara una pasta de untar rica en vitaminas a partir de levadura de cerveza. Se dice que los mochileros australianos nunca viajan sin un tubo de esta pasta.



El famoso canguro **Qantas** se reconoce inmediatamente en todo el mundo como emblema australiano. Las líneas aéreas se enorgullecen de una larga trayectoria centrada en la fiabilidad, la excelencia técnica y el servicio al cliente.



La empresa de confección **R.M. Williams** se fundó en Australia en 1932. El grupo encargado de la selección de las marcas la ha descrito como "el verdadero hijo del interior, sinónimo de la imagen del despoblado interior de Australia".

Las otras marcas entre las diez principales son: **David Jones, Penfolds, Wallabies, Weet-Bix y Woolmark.**

"Conectamos con las marcas a nivel personal y las asociamos con momentos de nuestras vidas", dice Ruth Mackay, registradora de marcas de la oficina de propiedad intelectual de Australia. "Por eso queríamos hacer algo donde todos los australianos tuvieran la posibilidad de contribuir a las celebraciones".

El espíritu pionero y la originalidad australiana a menudo se reflejan en las marcas del país. Muchos australianos reconocen un apego personal hacia determinadas marcas y reconocen la importancia de una buena marca para el éxito de un producto y la prosperidad económica de la nación.

Los miembros de las comunidades empresarial e industrial propusieron 40 marcas entre las más prominentes del país para su consideración. Un grupo de personalidades australianas del mundo

Australia. Los resultados se anunciarán a mediados de septiembre en [www.ipaustralia.gov.au/tmcentenary/](http://www.ipaustralia.gov.au/tmcentenary/).



**El personal de la Oficina de P.I. participó en un concurso para diseñar el logotipo del centenario.**

Entre otras actividades previstas para el año del centenario figuran seminarios en cada uno de los estados, una campaña de carteles para enseñar a los niños en edad escolar acerca de la propiedad inte-

ñar el logotipo del acontecimiento. El logotipo ganador, diseñado por Sally Monck, se utilizará a lo largo de todo el año del centenario en los materiales promocionales y en el sitio web del centenario de las marcas de la oficina de propiedad intelectual de Australia.

La ley de marcas de Australia de 1905 (Commonwealth) entró en vigor el 2 de julio de 1906. Solamente el primer día se presentaron más de 750 solicitudes. PEPS, un producto para la tos, el resfriado y la bronquitis, fue la primera marca registrada a nivel federal. A partir de entonces, en Australia se han registrado más de un millón de marcas, de las cuales más de 50.000 se registraron durante el ejercicio económico 2004-05.

# RESUMEN DE NOTICIAS

## El G8 se compromete a luchar contra la falsificación

En la cumbre celebrada en julio en San Petersburgo (Federación de Rusia), el Grupo de los Ocho (G8) reafirmó su compromiso para reforzar los esfuerzos individuales y colectivos de lucha contra la piratería y la falsificación, y señaló que dicha labor contribuirá al desarrollo sostenible de la economía mundial. El Grupo presentó una declaración de seis puntos en la que se resumen las prioridades y las medidas concretas que constituirán la base del plan de trabajo del G8 en materia de piratería y falsificación.

En la declaración se apela a incrementar la cooperación entre las organizaciones internacionales competentes, especialmente la OMPI, la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Organización Mundial de Aduanas (OMA), la Interpol, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y el Consejo de Europa. Esta cooperación debe llevar a la formulación y ejecución de planes piloto de asistencia técnica en el marco del G8 para países en desarrollo interesados, con el fin de crear la capacidad necesaria para combatir el comercio de mercancías falsificadas y piratas.

Los Estados miembros del G8 son Alemania, el Canadá, los Estados Unidos de América, Francia, Italia, el Japón, el Reino Unido y la Federación de Rusia. También estuvieron presentes en la cumbre de San Petersburgo el Brasil, China, la Unión Europea, la India, México y Sudáfrica.

## Google: el nombre de una empresa, no un verbo

En dos de los diccionarios más importantes en lengua inglesa se acaba de introducir un nuevo verbo: "to google". Pero a los propietarios del motor de búsqueda en de Internet más conocido del mundo no les ha gustado el neologismo y están emprendiendo la última tentativa para tratar de evitar lo que algunos juristas de propiedad intelectual conocen como el "genericicidio" de su la marca.

La empresa ha estado enviando cartas en las que solicita a los medios de comunicación que se abstengan de utilizar su

nombre como verbo. "Con el uso genérico constante, las marcas pueden perder su condición especial y la mayúscula del nombre propio", dice Google.

Muchos usuarios parecen desconcertados por la iniciativa de Google: "Deberían sentirse halagados", o "sin duda es publicidad gratis" son comentarios habituales en las bitácoras donde se comenta la noticia. Sin embargo, los juristas señalan que, como titular de una marca, Google está obligada a demostrar que está protegiendo sus derechos sobre el

nombre. De lo contrario, la empresa podría encontrarse con problemas en el futuro si tuviera que defenderse frente a infracciones.

Yo-yo, trampolín y nylon fueron también en algún momento marcas, pero su uso popular como términos genéricos supusieron su propia ruina.

Pueden encontrarse consejos para las empresas sobre la protección de marcas en Nociones básicas para usar correctamente la marca, Revista de la OMPI, marzo/abril de 2004

## El arreglo extrajudicial de Kazaa



Fotos.com

Kazaa, el servicio de intercambio de archivos digitales persona a persona (P2P) a través de Internet, está moviéndose hacia un modelo legal. Un tribunal australiano falló contra ellos en 2005 al encontrar a Sharman Networks, su empresa matriz, culpable de incitar a los usuarios a intercambiar música ilegalmente, una infracción de la legislación de derecho de autor. El Tribunal Supremo estadounidense ha dictaminado que las empresas de Internet deben ser responsables por promover el robo de derechos de autor entre los usuarios de sus servicios. Así pues, siguiendo los pasos de su predecesora Napster, Kazaa dará el giro hacia la distribución bajo licencia de música y películas.

### Más opciones para descargar material legalmente

Kazaa acordó en julio el arreglo extrajudicial de una demanda que entabló contra ellos la industria discográfica y musical, acusando a la empresa de ayudar a infringir los derechos de autor a través de Internet. En virtud del arreglo, Sharman pagará unos cien millones de dólares estadounidenses a Universal Music, Sony BMG, EMI y Warner Music, y las empresas tendrán derecho al 20 por ciento de lo que se obtenga de cualquier posible venta de Kazaa. Sharman también acordó obtener licencias de la música de las cuatro empresas, propietarias de la gran mayoría de la música disponible en Internet sujeta al derecho de autor, y a filtrar la tecnología para que sus usuarios no puedan seguir intercambiando archivos protegidos por derechos de autor.

## IDEA 2006: Los diseñadores industriales asiáticos descuellan

Los premios a la excelencia en el diseño industrial 2006 (Industrial Design Excellence Awards; IDEA) han sido testigos de cómo los equipos de diseñadores de Asia han acaparado más de la cuarta parte de las 27 medallas de oro de este año. Los premios IDEA, que se encuentran entre los más cotizados por parte de empresas grandes y pequeñas de todo el mundo por el diseño de productos, se centran en cinco áreas: innovación en el diseño, ventajas para el usuario, ventajas para el cliente o la empresa, responsabilidad ecológica, y estética y atractivo adecuados. Los jueces realizaron la selección entre los 499 diseños presentados en el certamen de este año.

Entre los ganadores de las medallas de oro, anunciados en julio, se encuentran los siguientes:

- El teléfono móvil de Samsung Touch Messenger, que permite a los usuarios invidentes o con discapacidades visuales enviar y recibir mensajes de texto en Braille. Samsung confía en que, una vez comercializado, su teléfono mejore la calidad de vida de las personas discapacitadas visualmente, que se cifran en unos 180 millones en todo el mundo. Samsung también se fue con dos medallas de plata. Esta empresa ha ganado 19 premios IDEA a lo largo de los últimos cinco años y ocupa el primer lugar en el número de premios IDEA recibidos.
- El diseño realizado por Seymourpowell para el velomotor ENV (Emission Neutral Vehicle) de Intelligent Energy. El velomotor ENV fue creado y diseñado desde cero y pone de

Cortesía de Samsung



**El Touch Messenger de Samsung permite a los usuarios invidentes o con discapacidades visuales enviar y recibir mensajes de texto en Braille.**

Cortesía de Intelligent Energy



**El vehículo sin emisiones de Intelligent Energy, basado en tecnología de pilas de combustible de hidrógeno.**

manifiesto que la tecnología basada en pilas de combustible de hidrógeno puede aplicarse para el uso cotidiano. El núcleo, completamente desmontable, consiste en una pila de combustible compacta y eficiente, que según Intelligent Energy es capaz de alimentar cualquier cosa, desde una lancha a motor a una pequeña vivienda.

- La computadora personal de sobremesa Opti y la investigación en diseño Visioneering de Lenovo. El mayor fabricante de computadoras de China, que recientemente ha adquirido la unidad de computadoras personales de IBM, contrató a ZIBA Designs para que definiera su próxima generación de computadoras personales de sobremesa, computadoras portátiles y teléfonos móviles, y que reinventara la imagen de la empresa.

## La propiedad intelectual en una novela de misterio

¿El derecho de propiedad intelectual como tema de una novela de misterio? El profesor Paul Goldstein ha tardado cinco años en escribirla, pero su *Errors and Omissions* puede convertirse en la primera novela superventas sobre propiedad intelectual. Durante una carrera de 39 años en el campo del derecho de la propiedad intelectual, como profesor de Stanford y como asesor del bufete de abogados *Morrison & Forrester*, Paul Goldstein vio campo en el derecho de autor y de patentes para una abundante intriga.

La novela sigue los pasos de un abogado de propiedad intelectual, un “defensor de los derechos de los artistas”, que es llamado a Hollywood por unos importantes estudios cinematográficos para que compruebe los derechos de propiedad intelectual relativos a una licencia de una película de espionaje. Su investigación le llevará a Europa, afrontando diversos peligros a lo largo del camino. La historia está inspirada en un caso que tuvo lugar en el decenio de 1980 en el que el profesor Goldstein ayudó a defender los derechos de MGM y United Artists sobre la serie James Bond frente a Sony Pictures.

El profesor Goldstein ha publicado ocho libros académicos y jurídicos, pero ésta es su primera novela. “Era algo que no podía dejar de hacer”, dice, “me fascinaba la idea de que miles de millones de dólares dependieran de cómo se interpretara la Ley”.

# CARTAS Y COMENTARIOS

*La Redacción de la Revista de la OMPI agradece el envío de cartas con comentarios sobre cuestiones planteadas en los artículos de la Revista, o sobre cualquier otra evolución en el ámbito de la propiedad intelectual.*

*En las cartas deberá indicarse "para su publicación en la Revista de la OMPI" y se dirigirán a la dirección de correo electrónico de la Redacción, [WipoMagazine@wipo.int](mailto:WipoMagazine@wipo.int), o a la dirección postal o al número de fax que figura en la contratapa de la Revista. Tengan a bien incluir asimismo su dirección postal. Lamentamos que no sea posible publicar todas las cartas recibidas. La Redacción se reserva el derecho a revisar o acortar el texto de las cartas, o a publicar pasajes de las mismas. Si fuera necesaria una revisión importante, se consultará con el autor.*

## El sistema de P.I. no funciona para los pequeños diseñadores



Foto: P. Hughes

**Tarde o temprano, la mayoría renuncia a seguir peleándose por proteger sus diseños.**

Como profesor de diseño tridimensional, estoy en contacto con muchos diseñadores de productos y con estudiantes de diseño que se han encontrado con que el sistema de propiedad intelectual es demasiado caro y rígido como para proteger los intereses de diseñadores en ciernes. Sin los considerables recursos necesarios para pagar a los agentes de patentes y presentar patentes o registros de diseños a nivel nacional e internacional, los diseñadores están desistiendo de emprender un largo trabajo de desarrollo y exponer sus

creaciones al mercado. Son demasiado conscientes de que los grandes fabricantes pueden copiar sus diseños y, con algunas modificaciones menores, comercializar estas innovaciones como propias.

Son los innovadores que no están vinculados a grandes empresas comerciales quienes más sufren. Piensen en el estudiante de diseño o en el diseñador independiente que tiene una idea o un diseño innovadores. Debe financiar el desarrollo de su proyecto

y el lanzamiento del producto, o dedicar un tiempo considerable a mostrar el producto a los fabricantes. Esto les quita tiempo que podrían dedicar al trabajo remunerado. La suma de los honorarios de los agentes, las búsquedas y las tasas de solicitud de los diferentes países supone una carga más, que actúa para disuadirlos de sacar adelante sus ideas e invenciones. Incluso si lo logran, se enfrentan a la perspectiva de tener que desembolsar grandes cantidades de dinero adicionales para hacer frente a cualquier infracción de su patente. Antes o después, como fue mi caso, la mayoría tiene que abandonar la lucha.

No cabe duda de que hay casos satisfactorios, pero en virtud del sistema actual de propiedad intelectual, un gran número de pequeñas empresas y de diseñadores independientes seguirán desistiendo de sacar al mercado nuevas innovaciones e ideas, en perjuicio de la comunidad en general.

*Carta enviada por Philip Hughes, profesor titular de diseño tridimensional en The Arts Institute, Bournemouth (Reino Unido).*

## Patentes y género



Foto: Liliana Coria

En su artículo sobre la Red Mundial de Mujeres Inventoras e Innovadoras (GWIIIN: *En pro de las mujeres inventoras de México y de todo el mundo*, Agosto de 2006) se plantea la siguiente pregunta: "con un número sin precedentes de mujeres que están despuntando ... ¿no habrán satisfecho sus objetivos las organizaciones que promueven a las mujeres inventoras?" El artículo continúa señalando que en México las mujeres si-

guen presentando muchas menos solicitudes de patentes que los hombres. ¿Pero qué pasa en otros países?

Me gustaría llamar su atención sobre la reciente investigación sobre diferencias de género en patentamiento en los Estados Unidos de América, publicada en la edición del 4 de agosto de la revista Science\*. A partir de una muestra aleatoria de 4.227 biocientíficos se puso de

## Proteger el derecho a la propia imagen



El artículo *Utilización de fotografías de marcas y de obras protegidas por derecho de autor*, de abril de 2006 no menciona el área afín de la utilización de fotografías de personas, un tema que con frecuencia genera confusión.

Las legislaciones nacionales difieren unas de otras. No obstante, a los lectores de la revista puede que les interese un caso que ha sentado jurisprudencia recientemente en Chile, según la cual puede admitirse a trámite la protección de la imagen de una persona cuando ésta ha sido utilizada sin permiso, si la imagen es claramente reconocible y es utilizada con fines lucrativos, con independencia de si la fotografía ha sido tomada en un lugar público.

El requisito de reconocimiento se estableció en un caso en que un individuo entabló una demanda contra un periódico por publicar una fotografía de su persona sin permiso en un artículo sobre obesidad en Chile. El tribunal desestimó la demanda puesto que no resultó posible identificar indiscutiblemente al demandante a partir de la fotografía.

Respecto de la utilización de la imagen de una persona con fines publicitarios o lucrativos, el tenista Fernando González ganó una demanda que entabló contra una empresa de medios de comunicación por utilizar su imagen en una campaña publicitaria sin su permiso. En el fallo, el tribunal dictaminó que la imagen del cuerpo forma parte de los atributos de una persona y que es, por tanto, prerrogativa de esa persona utilizar o reproducir la imagen con fines publicitarios o lucrativos.

En un tercer caso, un periódico publicó una fotografía de una veraneante en una playa pública sin el consentimiento de ésta, sosteniendo que la fotografía se había obtenido en “un lugar público atestado de gente” y que se había utilizado sencillamente para “rendir homenaje una vez más a la reconocida belleza de las mujeres chilenas”. La sentencia hizo hincapié en que el acto de aparecer en un lugar público no debe ser interpretado como consentimiento para la difusión pública general de este acto. Este fallo expresa la misma esencia del derecho a la intimidad garantizado por la Constitución política.

*Carta enviada por Carmen Paz Alvarez,  
Sargent & Krahn,  
Chile*

manifiesto que, a lo largo de un período de 30 años, los científicos masculinos han generado aproximadamente 14 veces más patentes que sus colegas femeninos. Después de tener en cuenta los importantes y complejos efectos de un conjunto de factores, el equipo investigador concluyó que existe un efecto significativo desde el punto de vista estadístico por ser mujer y que las doctoras biocientíficas patentan un 40 por ciento de lo

que patentan sus homólogos masculinos, si bien la tendencia respecto de las biocientíficas más jóvenes es ligeramente más alentadora.

### **Demasiado potencial sin explotar**

Acojo con alegría esta investigación, ya que actualmente existen muy pocos datos sobre los efectos del género en el patentamiento y la invención, y muchos

menos todavía sobre las posibles razones de las diferencias entre hombres y mujeres. Entre tanto, organizaciones como GWIIN dan respuesta a lo que claramente es una necesidad permanente de acciones positivas relacionadas con el género que deben emprenderse en todo el mundo.

*Carta enviada por Ann Reynard,  
EU Projects Consultancy y miembro de GWIIN*

\* Estudio realizado por el profesor Waverly Ding (Universidad de California), Fiona Murray (MIT) y Tony E. Stuart (Harvard Business School)

# PREMIOS DE LA OMPI

## Julio, agosto y septiembre



El programa de premios de la OMPI ha otorgado ya este año más de 120 galardones. Con el fin de celebrar este éxito sin parangón, los visitantes de la Sede de la OMPI tendrán la oportunidad de ver expuestas en el Centro de Información de la OMPI, a partir de septiembre, modelos de la Medalla de oro de la OMPI para invenciones, la Medalla de oro de la OMPI a la creatividad y el Trofeo de la OMPI a las empresas innovadoras. También acaba de publicarse en español, francés e inglés una nueva publicación, "Programa de premios de la OMPI" (publicación 923).

La lista que sigue a continuación contiene todos los ganadores de los premios de la OMPI de julio a septiembre en la medida en que esta información estaba disponible para la OMPI en el momento de publicación de la revista. Felicitamos a todos los galardonados y les deseamos todo el éxito.

### Medalla de oro de la OMPI para invenciones

#### ECUADOR

■ **Patricio Varela, Juan Cedeño, Alexis Delgado** (categoría de Escuela secundaria) – Por un proyecto de construcción de un equipo de bajo costo para la electroforesis de proteínas en acetato de celulosa.

■ **Nelson Herrera Arauz** (categoría de Innovador nacional) – Por un proyecto de biblioteca virtual para la Universidad Internacional

■ **Evelin Quisphe, Gustavo Recalde** (categoría de Inventor andino) – Por un proyecto para la creación con un método metaheurístico de árboles fitogenéticos con secuencias de ADN.

■ **Eyelyn Tomalá, John Antamba** (categoría de Innovador universitario) – Por un proyecto de complejo turístico eco-antropológico.

#### FEDERACIÓN DE RUSIA

■ **Alexander Grigoriev** (categoría de Promotor de la innovación) – Por su liderazgo y contribución al establecimiento y desarrollo del sistema de patentes euroasiático.

#### UCRANIA

■ **Volodymyr Boyko** (Inventor destacado) – Por sus valiosas contribuciones al desarrollo de la ciencia y la tecnología en Ucrania.

■ **Mariya Tsebrenko, Victoria Rezanova, Irina Tsebrenko** (Mejor mujer inventora) – Por un "compuesto termoplástico moldeable para obtener fibras sintéticas ultra finas" (Patente N° 69476).

■ **Oleg Bezv, Alexander Matvienko, Gennadiy Moskalenko, Timofey Rudenko** (Mejor inventor joven) – por un "método de ajuste mediante volumen de máquinas hidráulicas de ruedas dentadas" (Patente N° 63343)

■ **Maksym Slobodyanyuk** (Mejor inventor joven) – Por un "método de información electrónica para la negociación de contratos" (Patente N° 7704).

### Premio de la OMPI a la creatividad

#### JAMAICA

■ **Valentine Coshaine, Robinson Duchane** – Ganadores del Young Artists Copyright Mascot Competition.

■ **Crystal Campbell** – Segundo premio en el Young Artists Copyright Mascot Competition.

#### PANAMÁ

■ **Aquilina Gallegos, Beleida Espino R., Omayra Casamá, Sonia Henríquez** – Por su liderazgo y contribución a la promoción y protección de las expresiones del folclore y los conocimientos tradicionales en Panamá.

#### SUDÁN

■ **Awn Asharief Gasim, Ustaz Mohammed Wardi, Al-tayeb Mohammed Al tayeb, Amal Abbas, Hashim Sedeig, Ali Shumu, Abeil Alier, Nasr Edin Abbas Jaksa, Buraé Ahmed, Abdul Kareim Al-kabli, Talayie Association, Ismael El haj Musa, Abdel Gadir Salim** – Por sus contribuciones al patrimonio cultural del Sudán.

#### UZBEKISTÁN

■ **Abdulla Oripov** – Por sus contribuciones al patrimonio literario y cultural de Uzbekistán.

### Trofeo de la OMPI a las empresas innovadoras

#### MARRUECOS

■ **Fondation Suisse Maroc pour le Développement Durable** (categoría de Excelencia) – por "Nuevo horizonte", un proyecto destinado a crear un sistema de disposición de basuras domésticas respetuoso del medio ambiente.

#### UCRANIA

■ **New in Medicine, Bilozherkiv-MAZ, Index** – Por hacer un uso acertado del sistema de propiedad intelectual y sensibilizar sobre sus ventajas en las actividades de I+D, de producción, comerciales y empresariales.

## Calendario de reuniones

### 25 DE SEPTIEMBRE A 3 DE OCTUBRE ■ GINEBRA

#### ■ *Asambleas de los Estados miembros de la OMPI (cuadragésima segunda serie de reuniones)*

Algunas de las Asambleas se reunirán en períodos extraordinarios de sesiones, y otros órganos en períodos ordinarios de sesiones.

**Invitaciones:** En calidad de miembros u observadores (en función de la Asamblea), los Estados miembros de la OMPI y la Comunidad Europea; en calidad de observadores, otros Estados y determinadas organizaciones.

### 9 A 13 DE OCTUBRE ■ GINEBRA

#### ■ *Comité de Expertos de la Unión CIP (trigésima octava sesión)*

El Comité de Expertos estudiará las enmiendas a la octava edición de la CIP, analizará la forma de coordinar la revisión de la CIP con la reclasificación de los documentos de patente y examinará el avance logrado por las oficinas de propiedad industrial en la ejecución de la reforma de la CIP.

**Invitaciones:** En calidad de miembros, los Estados miembros de la Unión CIP; en calidad de observadores, los Estados miembros de la Unión de París que no sean miembros de la Unión CIP, y determinadas organizaciones.

### 6 A 10 DE NOVIEMBRE ■ GINEBRA

#### ■ *Comité de Expertos de la Unión de Viena relativa a la Clasificación Internacional de los elementos figurativos de las marcas (quinta sesión)*

El Comité de Expertos deberá tomar una decisión respecto de la adopción de propuestas de modificación y adición relativas a la quinta edición (vigente) de la Clasificación de Viena con el fin de incorporarlas en la siguiente (sexta) edición, que deberían entrar en vigor el 1 de enero de 2008 y ser publicadas en las dos versiones oficiales (inglés y francés).

**Invitaciones:** En calidad de miembros, los Estados miembros de la Unión de Viena; en calidad de observadores, los Estados miembros de la Unión de París que no son miembros del Comité, y determinadas organizaciones.

### 13 A 17 DE NOVIEMBRE ■ GINEBRA

#### ■ *Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT) (decimosexta sesión)*

El Comité se dedicará a las nuevas cuestiones señaladas por el SCT en su decimoquinta sesión, entre otras, los nuevos tipos de marcas, los procedimientos de oposición, las formalidades relativas al procedimiento de registro de diseños y su relación con las marcas, así como algunos aspectos de la normativa de derecho de autor.

**Invitaciones:** En calidad de miembros, los Estados miembros de la OMPI o de la Unión de París; en calidad de observadores, otros Estados y determinadas organizaciones.

### 15 DE NOVIEMBRE ■ GINEBRA

#### ■ *Seminario sobre el Sistema de La Haya para el Registro Internacional de Diseños Industriales*

Con este seminario, que se impartirá en inglés y francés, se pretende dar a conocer con detalle el Sistema de La Haya y aumentar los conocimientos prácticos sobre su uso entre los agentes de marcas que lo están utilizando o lo van a utilizar en un futuro, ya sea en la industria o en la práctica privada.

**Invitaciones:** La inscripción está abierta a toda persona interesada, y se requiere únicamente el pago de una tasa. Las autoridades competentes de los Estados miembros de la Unión de La Haya están exentas de dicho pago.

### 16 Y 17 DE NOVIEMBRE ■ GINEBRA

#### ■ *Seminario sobre el Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas*

Con este seminario, que se impartirá en inglés, se pretende dar a conocer en detalle el Sistema de Madrid y aumentar los conocimientos prácticos sobre su uso entre los agentes de marcas que lo están utilizando o lo van a utilizar en un futuro, ya sea en la industria o en la práctica privada. Estos seminarios se celebran todos los años, tanto en inglés como en francés.

**Invitaciones:** La inscripción está abierta a toda persona interesada, y se requiere únicamente el pago de una tasa. Las autoridades competentes de los Estados miembros de la Unión de Madrid están exentas de dicho pago.

# NUEVOS PRODUCTOS



## **NIVILO:CLASS**

**Nice, Vienna, Locarno Classifications**

Francés/Inglés N°. CD-NIVILO

60 francos suizos (más gastos de envío)



## **Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) y Reglamento del PCT**

2006: Chino N°. 274C

20 francos suizos (más gastos de envío)



## **National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries**

Inglés N°. 624E

95 francos suizos (más gastos de envío)

Compre publicaciones por Internet en: [www.wipo.int/ebookshop](http://www.wipo.int/ebookshop)

Descargue productos de información gratuitos en: [www.wipo.int/publications/](http://www.wipo.int/publications/)

Para obtener esas publicaciones, también puede dirigirse a: Sección de Comercialización y Distribución de la OMPI, 34 chemin des Colombettes, CP 18, CH-1211 Ginebra 20 (Suiza). Fax: +41 22 740 18 12 – correo-e: [publications.mail@wipo.int](mailto:publications.mail@wipo.int)

En los pedidos deberán constar las siguientes informaciones: a) el número o código de letra de la publicación deseada, el idioma, el número de ejemplares; b) la dirección completa para el envío; c) el modo de envío (superficie o aéreo).

Para más información, póngase en contacto con la **OMPI** en la siguiente **dirección**:  
34 chemin des Colombettes  
C.P. 18  
CH-1211 Ginebra 20  
Suiza

**Teléfono:**

+41 22 338 91 11

**Fax:**

+41 22 740 18 12

**Correo electrónico:**

[wipo.mail@wipo.int](mailto:wipo.mail@wipo.int)

o con su **Oficina de Coordinación** en la siguiente **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 electrónico:**

[wipo@un.org](mailto:wipo@un.org)

Visite el sitio Web de la **OMPI** en:  
[www.OMPI.int](http://www.OMPI.int)  
y la **Librería Electrónica de la OMPI** en:  
[www.wipo.int/ebookshop](http://www.wipo.int/ebookshop)

La Revista de la OMPI es una publicación bimestral de la División de Comunicaciones y Sensibilización del Público de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). No constituye un documento oficial y las opiniones expresadas en cada artículo no son necesariamente las de la OMPI.

La Revista se distribuye gratuitamente.

Si está interesado en recibir ejemplares, diríjase a:  
Sección de Diseño, Comercialización y Distribución  
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](mailto:publications.mail@wipo.int)

Para formular comentarios o preguntas, diríjase a:  
**Jefe de Redacción, Revista de la OMPI**  
[WipoMagazine@wipo.int](mailto:WipoMagazine@wipo.int)

© 2006 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 y Sensibilización del Público de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, C.P. 18, CH-1211 Ginebra 20 (Suiza).