

# Nº 5

## La Propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional

### Introducción

La artesanía tradicional requiere técnicas, capacidades y conocimientos especializados y tradicionales que a menudo son de considerable antigüedad y se transmiten de generación en generación. Los productos artesanales pueden constituir expresiones culturales tradicionales (ECT) por medio de su diseño, apariencia y estilo, y también pueden plasmar conocimientos tradicionales (CC.TT.) mediante las capacidades y los conocimientos especializados utilizados para producirlos.

Los CC.TT. y las ECT, incluidos los productos artesanales, constituyen valiosos activos culturales, sociales e históricos de las comunidades que los mantienen, practican y desarrollan; asimismo, son activos económicos que pueden ser utilizados, comercializados o cedidos en licencia para generar ingresos y fomentar el desarrollo económico. Sin embargo, por desgracia, las técnicas tradicionales y el diseño, la reputación y el estilo vinculados a la artesanía están expuestos a la imitación y a la apropiación indebida. Con demasiada frecuencia las imitaciones baratas perjudican las ventas de la artesanía tradicional y la reputación de calidad de los productos genuinos.

Se están planteando propuestas y soluciones para la protección jurídica de los CC.TT. y las ECT a fin de impedir su uso o apropiación indebidos u otra clase de explotación ilícita. Asimismo, es posible utilizar esas soluciones para la protección de la artesanía tradicional. Actualmente en el Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (CIG) tienen lugar las negociaciones sobre un instrumento jurídico internacional *sui generis* para la protección de los CC.TT. y las ECT.

Esas negociaciones tienen por fin examinar los vínculos existentes entre el sistema de propiedad intelectual (P.I.) y las preocupaciones de los poseedores de CC.TT. y ECT. Varios países y regiones han desarrollado asimismo sus propios sistemas *sui generis* para la protección de los CC.TT. y las ECT.

Mientras tanto, los artesanos y las organizaciones de artesanía también pueden utilizar los derechos de P.I., como las marcas, las indicaciones geográficas, el derecho de autor, los dibujos y modelos industriales o las patentes, para promover sus intereses. Concretamente, se puede utilizar esos derechos para proteger la artesanía tradicional contra la reproducción y la adaptación no autorizadas, y contra el uso engañoso de su estilo y reputación.

En el presente documento se señalan medios prácticos, accesibles y a menudo basados en la comunidad para utilizar el sistema de P.I. en favor del reconocimiento, la protección, la gestión, la mercadotecnia y la comercialización de la artesanía tradicional en tanto que activo cultural y económico.

### ¿Qué es la “Artesanía”?

A veces la artesanía se refiere a los productos artesanales, los productos artesanos, las obras creativas tradicionales o las obras de artesanía artística o tradicional. No hay una definición de artesanía aceptada universalmente, pero cabe señalar las siguientes características comunes:

- se trata de obras producidas por artesanos, de forma enteramente manual o con la ayuda de herramientas manuales o el uso de medios mecánicos, siempre y cuando la contribución manual directa del artesano siga siendo el elemento más importante del producto acabado;
- se trata de representaciones o expresiones que simbolizan la cultura del artesano;
- se trata de obras que comprenden una amplia gama de productos hechos de materias primas;
- sus características distintivas pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente;
- no existen restricciones especiales en cuanto a la cantidad de producción y no hay dos piezas exactamente iguales.

Entre otras características que se pueden aplicar a la “artesanía tradicional” figura el hecho de que se transmite de generación en generación y de que está vinculada a una comunidad indígena local. Los párrafos que figuran a continuación se aplican a la artesanía y a la artesanía tradicional.

## **La Artesanía y la Propiedad Intelectual**

Desde la perspectiva de la P.I., la artesanía posee tres elementos bien diferenciados:

- **reputación:** derivada de su estilo, origen o calidad;
- **apariencia externa:** su forma y diseño; y
- **saber hacer:** la pericia y los conocimientos utilizados para crear y fabricar los productos de artesanía.

Cada elemento puede estar protegido por una forma distinta de P.I. El saber hacer, por ejemplo, puede estar protegido por las patentes o en calidad de secreto comercial, la apariencia externa puede recibir protección mediante el derecho de autor o los dibujos o modelos industriales, mientras que la reputación puede protegerse por medio de las marcas de producto o de servicio, las marcas colectivas o de certificación, las indicaciones geográficas o la legislación sobre competencia desleal. Estas formas de P.I. se examinarán sucesivamente.

## **Proteger la reputación y el carácter distintivo de la artesanía**

### **Marcas de producto o de servicio**

Una marca es un signo utilizado para identificar y diferenciar los productos o servicios de una empresa en el tráfico comercial. Las marcas pueden estar compuestas por palabras, letras, números, dibujos, fotos, formas, colores o lemas publicitarios de carácter distintivo, entre otros elementos. Las marcas sirven para indicar el origen de los productos o servicios, a fin de distinguirlos de productos idénticos o similares producidos por la competencia.

Al registrar y utilizar una marca se puede fomentar el reconocimiento por el consumidor de los productos artesanales auténticos y añadirles valor comercial. El registro otorga al propietario de la marca el derecho exclusivo a impedir que otros utilicen una marca idéntica o similar hasta el punto de inducir a error en productos o servicios idénticos o similares. La legislación de marcas brinda asimismo protección contra el registro de marcas que pueden inducir a error: por ejemplo, si alguien solicita el registro de una marca que implica falsamente que un producto o servicio tiene origen indígena, a fin de inducir a la gente a comprar dicho producto o servicio, el registrador debe rechazar la solicitud.

### **Marcas colectivas y marcas de certificación**

Las marcas colectivas y de certificación pueden utilizarse para informar al público de determinadas características de los productos o servicios comercializados bajo dichas marcas.

**La marca colectiva** distingue los productos y servicios de los miembros de una asociación, que es la propietaria de la marca, de los de otras empresas. No es obligatoria la certificación; cualquier miembro de la asociación tiene derecho a utilizar la marca. Por ejemplo, la Comisión Regional de la Industria del Vidrio Portuguesa registró la marca colectiva MGLASS, que se utiliza en las obras de arte de vidrio y de cristal soplado creadas por artesanos de la región de Marinha Grande.

**La marca de certificación** indica que los productos o servicios están certificados por el propietario de la marca y cumplen determinadas normas o poseen determinadas características relacionadas con la procedencia geográfica, el material, el modo de fabricación o la calidad. Por ejemplo, en Panamá se usan etiquetas de autenticidad en las molas (paneles distintivos hechos con textiles por las artesanas Kuna) para garantizar su autenticidad y luchar contra la venta ampliamente difundida de imitaciones baratas.

Registrar y utilizar una marca colectiva o de certificación puede ayudar a que las comunidades indígenas diferencien sus productos de artesanía de otros productos, y a dar realce a nivel nacional e internacional a dichas comunidades y a los artistas que fabrican esos productos. También puede contribuir a mejorar su situación económica y a obtener un rendimiento justo y equitativo de su labor. Asimismo, las marcas colectivas y de certificación sirven para fomentar la sensibilización del público y tranquilizar a los consumidores, que tienen la garantía de adquirir productos auténticos. Si bien las marcas de certificación o las etiquetas de autenticidad no pueden impedir la venta de imitaciones, sirven para desalentar dicha venta al diferenciar los productos genuinos de la artesanía tradicional.

## **Indicaciones geográficas**

Por indicación geográfica se entiende un signo que se utiliza para productos de un origen geográfico específico y cuyas cualidades, reputación o características se deben fundamentalmente a dicho lugar de origen. Estos productos son a menudo el resultado de procedimientos y conocimientos tradicionales transmitidos de generación en generación por la comunidad de una región en particular. Los productos de artesanía fabricados utilizando recursos naturales, que poseen cualidades derivadas de su origen geográfico, pueden tener derecho a su registro como indicaciones geográficas. Por ejemplo, la denominación de origen olinalá hace referencia a productos de artesanía fabricados por el pueblo Olinalá de México con arreglo a técnicas y conocimientos especiales, para lo cual se utiliza la madera del árbol del aloe que proviene de esa región.

Las indicaciones geográficas no protegen directamente los conocimientos o el saber hacer relacionados con los productos de artesanía. En cambio, los conocimientos a menudo se mantienen en el dominio público con arreglo a los sistemas convencionales de P.I. y son susceptibles de apropiación indebida por parte de terceros. Sin embargo, pueden contribuir indirectamente a su protección de varias formas. Pueden proteger los productos de artesanía contra las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas, proteger la reputación o el buen nombre acumulados a lo largo del tiempo y salvaguardar un nicho de mercado. Además, pueden impedir que terceros utilicen una indicación geográfica protegida en productos que no provienen de la zona definida o que no poseen la calidad o las características exigidas.

## **Competencia desleal**

La legislación de competencia desleal se utiliza para limitar las prácticas fraudulentas en el mercado, y puede ser un medio útil para luchar contra las reivindicaciones falsas y engañosas de la autenticidad o el origen: por ejemplo, cuando un recuerdo turístico barato lleve una etiqueta en la que se indique falsamente que es "auténtico", "fabricado por indígenas" u originario de una comunidad en particular, quienes producen los productos auténticos podrán tomar medidas para impedir que se efectúen esas reivindicaciones.

## **Proteger la apariencia externa de la obra de artesanía**

### **Derecho de autor**

A menudo los artesanos producen obras creativas que pueden protegerse mediante la legislación de derecho de autor. El derecho de autor, que surge automáticamente tras la creación de la obra, protege los productos de la creatividad. Los titulares del derecho de autor gozan de derechos exclusivos que les permiten beneficiarse financieramente durante un período de tiempo prolongado pero fijo, que corresponde habitualmente a la vida del autor más 50 años. Estos derechos, también denominados derechos patrimoniales, protegen a los titulares del derecho de autor contra la reproducción y adaptación no autorizadas de sus obras.

Asimismo, la protección por derecho de autor comprende los derechos morales, como el derecho a reivindicar parentadidad de la obra y a oponerse a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de la misma o a cualquier atentado a la misma que cause perjuicio a su honor o a su reputación. Las obras de artesanía pueden estar protegidas por derecho de autor si son originales y poseen cualidades artísticas. Entre los ejemplos de ese tipo de obras cabe citar los esmaltes, joyas, esculturas, cerámicas, tapicerías, tejidos y adornos de cuero.

## **Dibujos o modelos**

Por dibujo o modelo (o simplemente, diseño) se entiende el aspecto estético o apariencia exterior de un producto, como su forma, configuración, líneas o colores, que puede plasmarse en una amplia gama de productos de artesanía. Por ejemplo, la forma de una cesta, el diseño de un collar o la ornamentación de un jarrón pueden estar protegidos en calidad de dibujos o modelos.

En la mayoría de los países, los dibujos o modelos deben registrarse a fin de gozar de la protección. Además, deben ser nuevos, originales y tener carácter individual. La protección dura por un período de tiempo limitado, que es habitualmente de hasta 25 años. El artesano que posee los derechos sobre un diseño plasmado en una obra de artesanía puede impedir que otros produzcan, importen, vendan o distribuyan productos de apariencia idéntica o muy similar al diseño protegido. Sin embargo, no se puede proteger un diseño basado esencial o enteramente en las características técnicas de un producto. Además, en algunos países la artesanía está excluida de la protección de los dibujos o modelos, que únicamente se aplica a los productos fabricados por medios industriales.

## **Proteger el saber hacer vinculado a las obras de artesanía**

### **Patentes**

Las patentes protegen las invenciones novedosas que impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. Las patentes autorizan al titular de la patente a impedir que otros utilicen comercialmente la invención durante un período de tiempo fijo, habitualmente 20 años.

Las patentes pueden proteger de manera indirecta las obras de artesanía al proteger los instrumentos o los procedimientos utilizados para fabricarlas, cuando un artesano haya mejorado sustancialmente un procedimiento anterior o inventado uno nuevo que sea susceptible de aplicación industrial. Por ejemplo, pueden protegerse por patente nuevos aspectos funcionales de elementos ya existentes como las herramientas para trabajar la madera, herramientas manuales, pinceles, pinturas e instrumentos musicales, al igual que las mejoras funcionales de importancia aplicables a máquinas, telares y hornos utilizados para fabricar los productos de artesanía.

## Secretos comerciales

Toda información confidencial que otorgue a los artesanos una ventaja competitiva puede considerarse un secreto comercial. Los secretos comerciales pueden estar relacionados con la composición o la concepción de un producto, un método de fabricación o los conocimientos especializados necesarios para llevar a cabo determinada operación. Los artesanos pueden estar en posesión de información que desean mantener oculta ante la competencia debido a su valor comercial y a la probabilidad de que los competidores hagan uso de ella. Por ejemplo, es posible que un tejedor conozca una técnica más rápida y eficaz de tejer que la utilizada por los competidores.

A fin de ser considerada como secreto comercial, la información debe ser confidencial o secreta y tener valor comercial porque es secreta, y se deben haber adoptado medidas razonables para mantener la confidencialidad o el secreto. A diferencia de las patentes, que deben ser objeto de solicitud, los secretos comerciales están protegidos automáticamente siempre y cuando se mantenga la confidencialidad de la información. Los artesanos que poseen secretos comerciales pueden evitar que otros los adquieran, divulguen o utilicen indebidamente. Por ejemplo, si una empresa textil descubre que un empleado ha revelado una técnica de tejeduría secreta a un competidor, puede obtener un mandamiento judicial para impedir que el competidor utilice dicha técnica. Sin embargo, la legislación de secretos comerciales no puede impedir que las personas adquieran o utilicen la información legítimamente.

La OMPI proporciona asistencia técnica para desarrollar estrategias eficaces de gestión de la P.I. e instrumentos prácticos que permitan a los titulares de CC.TT. y ECT gestionar las cuestiones de P.I., incluidas las relativas a la artesanía. Asimismo, la OMPI ofrece asesoramiento, previa petición, sobre la gama de cuestiones de P.I. relacionadas con los CC.TT. y las ECT, habida cuenta de las novedades que se producen en el ámbito jurídico a escala regional e internacional.

## Más Información

Craft Revival Trust/Artesanías de Colombia S.A./UNESCO, Designers Meet Artisans, A Practical Guide (Nueva Delhi, 2005)

Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI)/OMPI, Marketing de la Artesanía y las Artes Visuales: Función de la Propiedad Intelectual Guía práctica (Ginebra, 2003)

Revista de la OMPI, "Panamá: Cómo potenciar a las mujeres indígenas para que protejan y comercialicen mejor sus artesanías", Nº 6/2005

WIPO Intellectual Property Handbook (2008) (Publicación Nº 489 de la OMPI)

Organización Mundial  
de la Propiedad Intelectual  
34, chemin des Colombettes  
P.O. Box 18  
CH-1211 Ginebra 20  
Suiza

Tel: +41 22 338 91 11  
Fax: +41 22 733 54 28

Para los datos de contacto  
de las oficinas de la OMPI  
en el exterior, visite:  
[www.wipo.int/about-wipo/es/offices/](http://www.wipo.int/about-wipo/es/offices/)

© OMPI, 2016



Atribución de licencia 3.0 IGO  
(CC BY 3.0 IGO)

La licencia de CC no se aplica al contenido de la presente publicación que no sea de la OMPI.

La ilustración de la portada está extraída de la obra "Mural Munupi", de Susan Wanji Wanji / © Susan Wanji Wanji, Munupi Arts and Crafts