



# LA PROPIEDAD INTELLECTUAL EN TU VIDA



ORGANIZACIÓN  
MUNDIAL  
DE LA PROPIEDAD  
INTELLECTUAL

# LA PROPIEDAD INTELLECTUAL EN TU VIDA

## Índice

INTRODUCCIÓN	3
EL DERECHO DE AUTOR	4
LAS PATENTES	6
LOS DISEÑOS INDUSTRIALES	8
LAS MARCAS	10
LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS	11

## La propiedad intelectual en tu vida

¿Sabías que la propiedad intelectual [P.I.] está en todas partes? Los estudiantes como tú están siempre rodeados de propiedad intelectual, desde la ropa que usan a los libros que llevan en la mochila, pasando por la música que escuchan. Lo que probablemente no sepas es que la propiedad intelectual está siempre presente en tu vida.

¿Qué es la propiedad intelectual? Es obra de la mente humana -fruto de la creatividad y de la invención humana. Está presente todos los días, de la mañana a la noche, en la escuela y en la universidad, cuando salimos con los amigos y hasta cuando dormimos. Hay dos categorías de propiedad intelectual. En primer lugar, la propiedad industrial, es decir, las invenciones, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas. En segundo lugar, el derecho de autor y los derechos conexos, que se aplican a una amplia gama de obras literarias y artísticas, ya sean escritas, interpretadas, ejecutadas o grabadas. A continuación podrás aprender más sobre los diferentes aspectos que entraña la propiedad intelectual y cómo influyen en tu vida.

Bienvenido al mundo de la propiedad intelectual...

# EL DERECHO DE AUTOR

Derecho de autor es un término jurídico que describe los derechos que se otorgan a los creadores de obras literarias y artísticas. El derecho de autor otorga a los creadores derechos exclusivos para utilizar o autorizar a que otros utilicen sus obras de determinada forma, permitiéndoles así controlar la utilización de las mismas y recibir una retribución por su trabajo. Eso les brinda incentivos a través del reconocimiento y de una justa contrapartida económica. Además, los derechos conexos al derecho de autor proporcionan protección a los artistas intérpretes y ejecutantes (por ejemplo, actores y músicos), los productores, y los organismos de radiodifusión.

El derecho de autor y sus beneficios financieros tienen una duración de por lo menos 50 años contados a partir de la muerte del autor; ese plazo de vigencia es de hasta 90 años en algunos países. Una vez transcurrido ese plazo de protección por derecho de autor, la obra pasa a ser de dominio público, y su reproducción, libre; ahora bien, el reconocimiento y la paternidad de la obra serán para siempre patrimonio del creador.

Una de las cosas que más inquietan a los titulares de derechos de autor es la violación de sus prerrogativas por medio de la piratería y el plagio. La controversia que han suscitado recientemente las redes de intercambio de ficheros entre usuarios tiene que ver con el problema de la violación del derecho de autor y la piratería, ya que en muchos casos los titulares del derecho de autor no reciben compensación alguna por la reproducción de sus obras.

La mochila está llena de propiedad intelectual. Dentro hay todo tipo de material amparado por derecho de autor, como libros, programas informáticos, discos compactos y partituras musicales.



En un CD, tanto la grabación como el folleto que lo acompaña están protegidos por derecho de autor.



El texto de los libros está protegido por derecho de autor, así como el material gráfico de la portada y de las páginas.



Las patentes protegen las invenciones y ofrecen derechos exclusivos a su titular, lo que significa que la invención patentada no puede ser fabricada, utilizada, distribuida o vendida sin el consentimiento del titular de la patente. La protección por patente se otorga generalmente por un período de 20 años. Una vez que vence la patente finaliza la protección y la invención pasa a ser parte del dominio público y puede ser explotada con fines comerciales por terceros.

Las patentes no sólo brindan protección sino que son un incentivo para los inventores en la medida en que garantizan el reconocimiento y la retribución material, a la vez que enriquecen el conjunto de conocimientos técnicos que existen en el mundo. Los titulares de patentes están obligados a divulgar públicamente la información que deriva de sus invenciones, lo que constituye un recurso valioso para otros inventores así como una fuente de inspiración para futuras generaciones de investigadores e inventores. Las patentes también ayudan a los inventores a ganarse la vida con su trabajo. Vienen a ser títulos de propiedad transferibles; pueden comprarse y venderse a terceros. Por ejemplo, si el titular de la patente no puede fabricar y comercializar su propia invención, puede conceder una licencia sobre los derechos de patente a una compañía que tenga los medios de hacerlo.

Si te paras a pensar en el reloj que llevas en la muñeca, ¿te imaginas cuánta reflexión, innovación y creatividad -materia prima de la propiedad intelectual- se ha invertido en su elaboración? Desde las patentes para el registro digital, el cierre y la esfera, a los diseños industriales para el aspecto de la esfera y de la correa, un reloj es un conjunto de componentes de propiedad intelectual. La marca de la compañía que lo fabrica es también un aspecto distintivo y valioso del reloj, y por lo general se coloca en la esfera.



Foto: Shutterstock

En prácticamente todo lo que ves hay propiedad intelectual. Hasta tus sandalias tienen sistemas anatómicos y diseños antideslizantes patentados, así como diseños industriales relativos al aspecto de la correa y la forma de la suela. En algún lado de la sandalia podrás ver la marca, que potencia su valor y atractivo.



Probablemente nunca se te ocurriría pensar que tus pantalones vaqueros favoritos son un producto de propiedad intelectual. Sin embargo, en esos pantalones hay patentes, diseños industriales y marcas. En primer lugar, el cierre/la cremallera es una invención patentada, mientras que los remaches, los refuerzos y los pespuntos especiales forman parte de su diseño industrial. Por último, en esos pantalones está imprimida varias veces la marca registrada de la compañía.



# LOS DISEÑOS INDUSTRIALES

Los diseños industriales, comúnmente llamados diseños, son el lado estético o decorativo que hace que un artículo tenga un aspecto atractivo, aumentando así su valor comercial. De ahí que deban registrarse y protegerse. El titular del diseño industrial registrado goza de un derecho exclusivo contra la copia no autorizada o la imitación de su diseño. Este tipo de protección contribuye al desarrollo económico pues fomenta la creatividad en la industria así como en las artes y la artesanía tradicional. Contribuye asimismo a la creación de productos más innovadores y estéticos, lo que se traduce en un mayor abanico de opciones para los consumidores.

El diseño industrial puede tener una función similar a la de una marca puesto que un producto con una cierta forma o aspecto se identifica fácilmente con una marca, y en consecuencia también aumenta el valor comercial de un producto. Por otro lado, gracias a los diseños, muchos de los productos que utilizamos actualmente se han vuelto más eficaces y atractivos y responden mejor a nuestras necesidades en constante evolución. Esto vale tanto para los zapatos como para las computadoras.

Las gafas de sol son un buen ejemplo de la importancia de registrar los diseños industriales. Probablemente sea más importante el diseño de la montura y la forma misma de los lentes que el método de fabricación de la montura o el proceso que se utilizó para lograr el color del lente [métodos patentados]. De ahí que lo que aporte valor a las gafas de sol no sea la marca misma, que apenas se ve, sino el aspecto estético.



En el gusto del consumidor influyen tanto el tamaño, la forma, el color y la apariencia general de un teléfono móvil como su funcionamiento. El teléfono móvil debe su aspecto al diseño industrial. La tecnología utilizada para la antena, el micrófono, el altavoz y el chip están protegidos por patente. Y es probable que el teléfono lleve también la marca registrada del fabricante.



© 2011 Nokia. Nokia es una marca registrada de Nokia Corporation

**¡Quién hubiera dicho que en algo tan pequeño hay tanta propiedad intelectual!**

Las marcas son los signos distintivos que permiten identificar productos y servicios y diferenciarlos de los demás. Una marca registrada protege al titular de la marca garantizándole el derecho exclusivo a utilizarla para identificar sus productos o servicios o a autorizar su utilización por terceros. [Por lo general, la marca queda protegida durante 10 años pero la protección puede renovarse tantas veces como se desee]. Los consumidores relacionan ciertas marcas con ciertos productos, por lo que el prestigio y la reputación que se asocian a la marca son muy importantes. Si el producto tiene buena acogida, la marca destacará de entre las demás y será más conocida, aumentando así el valor global del producto — así como el de otros productos que lleven la misma marca. También se puede utilizar una marca para crear una imagen y/o un estilo para un producto.

Actualmente la falsificación es la mayor amenaza para los titulares de marcas. Los falsificadores utilizan o copian de forma ilícita marcas registradas para vender productos no originales con la apariencia de productos de una marca con reputación conocida. Existen, por ejemplo, imitaciones de bienes para el consumo, como ropa o accesorios, de casi todas las marcas conocidas; sin embargo, esas imitaciones no tienen ni la misma calidad ni han sido elaboradas como los originales.

En una mochila hay, por un lado, la marca de la compañía, diseños industriales (aspecto, forma, color), así como invenciones patentadas, por ejemplo, las tiras/ los cierres ergonómicos y la impermeabilización. Muchos de estos elementos ayudan a diferenciar una marca de otra.

Los tocadiscos portátiles de CD (Discman) son un cúmulo de propiedad intelectual. La marca registrada (logotipo de la compañía), las invenciones patentadas para los procesos de reproducción y grabación, y hasta la forma y el aspecto exterior del tocadiscos (diseño industrial): todo ello son formas protegidas de propiedad intelectual.



Las indicaciones geográficas de origen se aplican a determinados productos que tienen características íntimamente relacionadas con su lugar de origen geográfico. Dado que esos nombres y los productos que se relacionan con ellos adquieren a menudo una valiosa reputación que va unida a una calidad o característica determinadas, están protegidos en las legislaciones nacionales y en acuerdos internacionales. De ahí que el vino espumoso de la región francesa de Champagne se conozca simplemente por champagne (champán), mientras que otros productos similares se identifiquen generalmente con el nombre de vino espumoso.

Un buen ejemplo de indicación geográfica de origen es el chocolate suizo. Se parte de que el sabor y la calidad del chocolate elaborado en Suiza es de cierta calidad debido a las características específicas de Suiza. Otros ejemplos de indicaciones geográficas son el café de Jamaica y el tequila de ciertas partes de México.



Tablete de chocolate es una marca registrada de Nestlé Foods Group © 1996

Ahora que has visto ejemplos de la influencia que la propiedad intelectual tiene en tu vida, piensa en lo valiosa que es la propiedad intelectual para ti, y en que el mundo sería un lugar mucho menos interesante si no existiera. De ahí que debemos esforzarnos para proteger los derechos de los que crean e innovan. La creatividad es el mayor recurso natural del mundo, y no hay que desperdiciarla.

La próxima vez que quieras descargar una canción de Internet sin pagar o que te compres unos pantalones vaqueros de imitación, PIENSA en los derechos de tus artistas preferidos que han trabajado tanto para crear tus canciones favoritas, y en los diseñadores que han creado la ropa en la que tan cómodo te sientes. Luego IMAGINA cómo sería el mundo si esas personas no existieran para CREAR esos productos que tanto te gustan.

PIENSA, IMAGINA, CREA

# La propiedad intelectual también forma parte de tu vida



Para más información, ponte en contacto con la  
Organización Mundial de la Propiedad Intelectual:

Dirección:  
34, Chemin des Colombettes  
Case Postale 18  
CH-1211 Ginebra 20  
Suiza

Teléfono:  
+41 22 338 91 11

Fax:  
+41 22 733 54 28

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

o con su Oficina de Coordinación en Nueva York:

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

Teléfono:  
+1 212 963 6813

Fax:  
+1 212 963 4801

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

Visita el sitio Web de la OMPI:  
<http://www.OMPI.int>

o la Librería Electrónica de la OMPI:  
<http://www.wipo.int/ebookshop>

