

¿Qué es la Propiedad Intelectual?



Montre: autorisation Swatch AG

¿qué es la propiedad intelectual?

Índice

	Página
¿Qué es la propiedad intelectual?	2
¿Qué es una patente?	4
¿Qué es una marca?	8
¿Qué es un diseño industrial?	12
¿Qué es una indicación geográfica?	14
¿Qué son el derecho de autor y los derechos conexos?	18
¿Qué es la Organización Mundial de la Propiedad intelectual?	22



¿qué es la propiedad intelectual?

La propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio. La propiedad intelectual se divide en dos categorías:

- **La propiedad industrial**, que abarca las patentes de invención, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas.
- **El derecho de autor**, que abarca las obras literarias (por ejemplo, las novelas, los poemas y las obras de teatro), las películas, la música, las obras artísticas (por ejemplo, dibujos, pinturas, fotografías y esculturas) y los diseños arquitectónicos. Los derechos conexos al derecho de autor son los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes sobre sus interpretaciones o ejecuciones, los de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los de los organismos de radiodifusión respecto de sus programas de radio y televisión.

¿qué es la propiedad intelectual?

¿Qué son los derechos de propiedad intelectual?

Los derechos de propiedad intelectual se asemejan a cualquier otro derecho de propiedad: permiten al creador, o al titular de una patente, marca o derecho de autor, gozar de los beneficios que derivan de su obra o de la inversión realizada en relación con una creación. Esos derechos están consagrados en el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que contempla el derecho a beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales resultantes de la autoría de las producciones científicas, literarias o artísticas.

La importancia de la propiedad intelectual se reconoció por vez primera en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883), y en el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886). La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) administra ambos tratados.

¿Por qué debe promoverse y protegerse la propiedad intelectual?

Por varias razones imperativas. En primer lugar, el progreso y el bienestar de la humanidad dependen de su capacidad de crear e inventar nuevas obras en las esferas de la tecnología y la cultura. En segundo lugar, la protección jurídica de las nuevas creaciones alienta a destinar recursos adicionales a la innovación. En tercer lugar, la promoción y la protección de la propiedad intelectual estimulan el crecimiento económico, generan nuevos empleos e industrias y enriquecen y mejoran la calidad de vida.

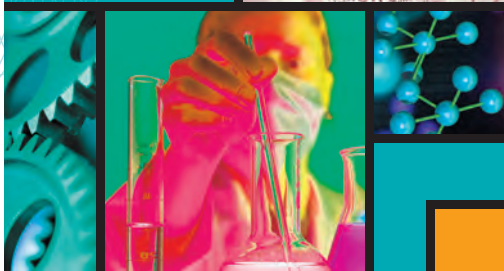
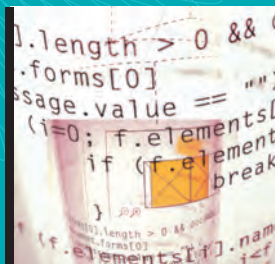
Promover un sistema de propiedad intelectual eficaz y equitativo puede contribuir a que todos los países exploten el potencial de la propiedad intelectual como catalizador de desarrollo económico y de bienestar social y cultural. El sistema de propiedad intelectual ayuda a establecer un equilibrio entre los intereses de los innovadores y el interés público, creando un entorno en el que la creatividad y la invención puedan florecer en beneficio de todos.

¿Qué ventajas ofrece la propiedad intelectual al público en general?

Los derechos de propiedad intelectual recompensan la creatividad y el esfuerzo humano, que estimulan el progreso de la humanidad. He aquí algunos ejemplos:

- las multimillonarias industrias del cine, la música, la edición y la informática, que hacen que la vida de millones de personas sea más agradable, no existirían sin la protección del derecho de autor;
- sin las recompensas previstas en el sistema de patentes, los investigadores e inventores no tendrían incentivo para seguir creando productos mejores y más eficaces para los consumidores;
- los consumidores no comprarían productos o servicios con toda confianza si no existieran mecanismos fiables y de alcance internacional para proteger las marcas y combatir la falsificación y la piratería.

¿Qué es una patente?



¿qué es una patente?

Una patente es un derecho exclusivo concedido sobre una invención – el producto o proceso que constituye una nueva manera de hacer algo, o propone una nueva solución técnica a un problema.

El titular de una patente goza de protección para su invención; la protección se concede durante un período limitado, que suele ser de 20 años.

¿Por qué son necesarias las patentes?

Las patentes constituyen un incentivo porque representan un reconocimiento a la creatividad y dan la posibilidad de obtener una recompensa material por las invenciones comercializables. Esos incentivos alientan la innovación que, a su vez, mejora la calidad de la vida.

¿Qué tipo de protección ofrece la patente?

Una invención protegida por patente no puede ser fabricada, utilizada, distribuida ni vendida con fines comerciales sin el consentimiento del titular de la patente. Por lo general, incumbe a los tribunales imponer las medidas necesarias para hacer respetar los derechos que las patentes confieren y sancionar las infracciones a ese respecto. Del mismo modo, un tribunal puede invalidar una patente impugnada por un tercero.

¿De qué derechos goza el titular de una patente?

El titular de una patente tiene derecho a decidir quién puede –o no– utilizar la invención patentada durante el período en el que está protegida.

El titular de la patente puede conceder a terceros una autorización o una licencia para utilizar la invención con sujeción a las condiciones establecidas de común acuerdo. El titular puede asimismo vender el derecho sobre la invención a un tercero, que se convertirá en el nuevo titular de la patente. Cuando expira la patente, la invención pasa a pertenecer al dominio público; ya no está protegida por patente, es decir que el titular deja de tener derechos exclusivos sobre la invención, que estará disponible para su explotación comercial por terceros.

¿Qué función desempeñan las patentes en la vida cotidiana?

Las invenciones patentadas están presentes en todos los aspectos de la vida humana, desde la luz eléctrica (patentes de Edison y Swan) hasta las máquinas de coser (patentes de Howe y Singer), pasando por los instrumentos para obtener imágenes por resonancia magnética (patentes de Damadian) y el iPhone (patentes de Apple).

A cambio de la protección por patente, los titulares tienen la obligación de divulgar la información sobre sus invenciones, a fin de enriquecer el

cuerpo total de conocimientos técnicos del mundo. Este creciente volumen de conocimientos públicos estimula la creatividad y la innovación. Así pues, las patentes no sólo dan protección al titular sino que son fuente de información e inspiración valiosa para las futuras generaciones de investigadores e inventores.

¿Cómo se obtiene una patente?

El primer paso para obtener una patente consiste en presentar una solicitud. La solicitud de patente contiene, por lo general, el título de la invención, así como una indicación sobre su ámbito técnico. Debe incluir los antecedentes y una descripción de la invención en un lenguaje claro y suficientemente detallado para que una persona que cuente con un nivel medio de conocimientos en la materia pueda utilizar o reproducir la invención. Estas descripciones suelen estar acompañadas por material ilustrativo – dibujos, planos o diagramas en los que se describe con mayor detalle la invención. La solicitud contiene asimismo las “reivindicaciones”, es decir, la información destinada a determinar el alcance de la protección que conferirá la patente.

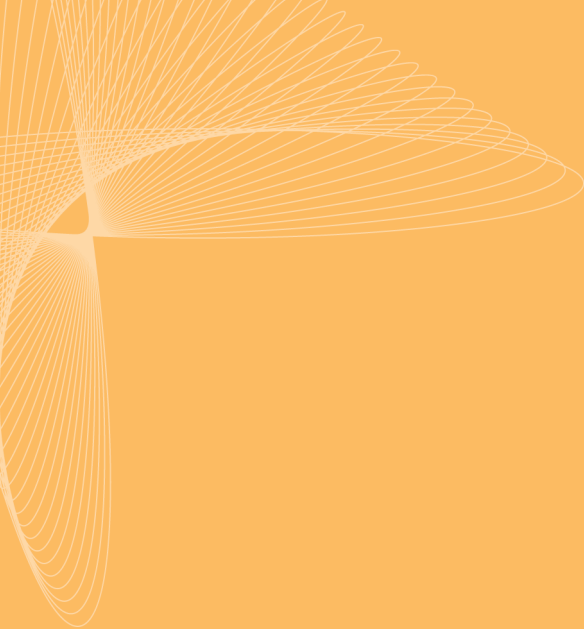
¿Qué invenciones pueden protegerse?

Por lo general, la invención debe satisfacer las siguientes condiciones para ser protegida por patente: tener uso práctico; presentar un elemento de novedad, es decir, una característica nueva que no forme parte del cuerpo de conocimientos existente en su ámbito técnico -ese cuerpo de conocimientos se llama "estado de la técnica"; en la invención debe apreciarse una actividad inventiva que no podría ser deducida por una persona con un nivel medio de conocimientos en ese ámbito técnico. Asimismo, la materia de la invención debe considerarse "patentable" de conformidad con la ley. En muchos países, las teorías científicas, los métodos matemáticos, las variedades vegetales o los animales, los descubrimientos de sustancias naturales, los métodos comerciales o métodos de tratamiento médico (en oposición a los productos medicinales), no suelen ser patentables.

¿Quién concede las patentes?

Las patentes son concedidas por las oficinas nacionales de patentes o por las oficinas regionales que realizan actividades de examen para grupos de

países, como la Oficina Europea de Patentes (OEP) o la Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI), por ejemplo. De conformidad con dichos sistemas regionales, un solicitante pide protección para una invención en uno o más países y cada país decide si brinda protección a la patente dentro de sus fronteras. En el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), administrado por la OMPI, se prevé la presentación de una única solicitud internacional de patente que surte el mismo efecto que las solicitudes nacionales presentadas en los países designados. Un solicitante que desee protección puede presentar una única solicitud y pedir protección en tantos países signatarios como lo desee.



¿Qué es una marca?

La marca es un signo distintivo que indica que ciertos productos o servicios han sido elaborados o prestados por determinada persona o empresa. Su origen se remonta a la antigüedad, cuando los artesanos reproducían sus firmas o “marcas” en sus obras artísticas o en los productos de uso corriente. Con los años, las marcas han evolucionado hasta configurar el actual sistema de registro y protección de marcas. Gracias a ese sistema, los consumidores pueden identificar y comprar un producto o un servicio que, por sus características y calidad – indicados por su marca exclusiva – se adecua a sus necesidades.

¿Qué es una
marca?

¿Qué derechos confiere la marca?


La protección de la marca garantiza a su titular el derecho exclusivo a utilizar la marca para identificar sus productos o servicios, o a autorizar su utilización por terceros a cambio del pago de una suma. El período de protección es variable, pero el registro de la marca puede renovarse indefinidamente previo pago de las tasas correspondientes. Incumbe a los tribunales imponer las medidas legales para hacer respetar la protección de las marcas y, en la mayoría de los sistemas, sancionar toda infracción en ese ámbito.

En términos generales, las marcas promueven la iniciativa y el espíritu empresarial en todo el mundo, recompensando a sus titulares con reconocimiento y beneficios financieros. La protección de marcas impide también que los competidores desleales, como los falsificadores, utilicen signos distintivos similares para designar productos o servicios de inferior calidad o distintos. El sistema da a las personas con aptitudes e iniciativa la posibilidad de producir y comercializar productos y servicios en las condiciones más justas posibles, facilitando de esa forma el comercio internacional.

¿Qué tipo de marcas puede registrarse?

Las marcas pueden consistir en una palabra o en una combinación de palabras, letras y cifras. Pueden consistir asimismo en dibujos, símbolos, o signos tridimensionales como la forma y el embalaje de productos. En algunos países, pueden registrarse marcas no tradicionales con características distintivas, por ejemplo, hologramas, marcas animadas, marcas de color y signos no visibles (marcas sonoras, olfativas o gustativas).

Además de las que identifican el origen comercial de los productos y servicios, existen otras categorías de marcas. Las marcas colectivas son propiedad de una asociación cuyos miembros las utilizan para identificar productos que tienen un determinado nivel de calidad; con ese fin, convienen en satisfacer los requisitos establecidos por la asociación. Entre los ejemplos de dichas asociaciones están las asociaciones de contables, ingenieros o arquitectos. Por su parte, las marcas de certificación se conceden a un producto que satisface determinadas normas, pero no se restringen a los miembros de organizaciones. Pueden ser concedidas a cualquiera que pueda certificar que los productos en cuestión satisfacen ciertas normas establecidas. Las marcas de calidad



“ISO 9000”, internacionalmente aceptadas, son un ejemplo notorio de dicha certificación, al igual que las ecoetiquetas para los productos que tienen una incidencia reducida en el medio ambiente.

¿Cómo se registra una marca?

En primer lugar, debe presentarse una solicitud de registro en la oficina de marcas nacional o regional correspondiente. La solicitud debe contener una reproducción clara del signo que desea inscribirse, incluidos los colores, las formas o las características tridimensionales. Debe contener asimismo una lista de los productos o servicios a los que desea aplicarse el signo. El signo debe satisfacer ciertas condiciones para poder ser protegido como marca de fábrica o de servicio u otro tipo de marca. Debe tener carácter distintivo, de manera que los consumidores puedan distinguirlo de las marcas que identifican a otros productos, además de relacionarlo con un producto en particular. No debe inducir a engaño o defraudar a los consumidores, ni infringir la moralidad o el orden público.

Por último, los derechos que se solicitan no pueden ser iguales, o similares, a los derechos que hayan sido concedidos a otro titular de una marca. Esto puede determinarse mediante la búsqueda y el examen que realicen las oficinas nacionales; también se admiten las oposiciones presentadas por terceros que reivindicquen derechos similares o idénticos.

¿Qué alcance tiene la protección de la marca?

En la mayoría de los países se registran y protegen las marcas. Cada oficina nacional o regional mantiene un Registro de marcas que contiene toda la información relativa a los registros y renovaciones, lo que facilita el examen, la investigación y la eventual oposición por parte de terceros. No obstante, los efectos del registro se limitan al país o los países (en el caso de un registro regional) de que se trate.

Para soslayar la necesidad de presentar la solicitud de registro de una marca en cada oficina nacional o regional, la OMPI administra un

sistema de registro internacional de marcas. Este sistema se rige por dos tratados, el Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas y el Protocolo de Madrid. Toda persona que tenga vínculos (por su nacionalidad, domicilio o establecimiento) con un Estado parte en uno o ambos instrumentos internacionales puede, sobre la base de un registro o solicitud en la oficina de marcas de dicho Estado (o región), obtener un registro internacional que surta efecto en todos los países de la Unión de Madrid en los que desee gozar de protección.



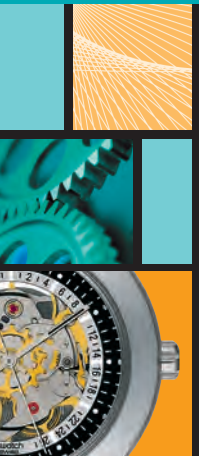
¿Qué es un diseño industrial?

¿Qué es un diseño industrial?

Un diseño industrial se refiere a los aspectos ornamentales o estéticos de un objeto. Un diseño industrial puede consistir en características tridimensionales, como la forma o la superficie de un artículo, o características bidimensionales, como la configuración, las líneas o el color.

Los diseños industriales se aplican a una amplia variedad de productos de la industria y la artesanía: desde instrumentos técnicos y médicos a relojes, joyas y otros artículos de lujo; desde electrodomésticos y aparatos eléctricos a vehículos y estructuras arquitectónicas; desde estampados textiles a bienes recreativos.

En la mayoría de las legislaciones se establece que para gozar de protección un diseño industrial debe ser nuevo u original y no funcional. Ello significa que el carácter de un diseño industrial es esencialmente estético y que la protección no abarca los rasgos técnicos del artículo al que se aplica; sin embargo, esos rasgos pueden quedar protegidos por patente.



Montre - autonsation Swatch AG



Couteau suisse - Autonsation Victorinox Ltd

¿Por qué deben protegerse los diseños industriales?

Los diseños industriales hacen que un producto sea atractivo y llamativo; por consiguiente, aumentan el valor comercial del producto, así como sus posibilidades de venta.

Cuando se protege un diseño industrial, el titular la persona o entidad que ha registrado el diseño goza del derecho exclusivo a oponerse a la copia no autorizada o la imitación del diseño industrial por parte de terceros y está protegido contra esas infracciones. Esto contribuye a que el titular pueda recobrar su inversión. Un sistema eficaz de protección beneficia asimismo a los consumidores y al público en general, pues fomenta la competencia leal y las prácticas comerciales honestas, alentando la creatividad y promoviendo el sentido estético en la creación de productos.

La protección de los diseños industriales contribuye a fomentar el desarrollo económico, alentando la creatividad en los sectores industriales y manufactureros, así como en las artes y la artesanía. Contribuye asimismo a la expansión de la actividad comercial y al fomento de la exportación de productos nacionales.

Los diseños industriales pueden ser relativamente simples y su elaboración y protección poco costosa. De ahí que estén al alcance de las pequeñas y medianas empresas, así como de los artistas y artesanos, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo.

¿Cómo pueden protegerse los diseños industriales?

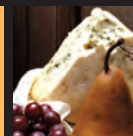
En la mayoría de los países, el diseño debe registrarse a fin de estar protegido por la legislación que rige los diseños industriales. Por norma general, el diseño debe ser “nuevo” u “original”. La definición de dichos términos varía de un país a otro, como también varía el procedimiento de registro. Por lo general, “nuevo” significa que no se tiene conocimiento de que haya existido anteriormente un diseño idéntico o muy similar. Una vez registrado el diseño, se emite un certificado de registro. A partir de ese momento, se concede la protección por un plazo que suele ser de cinco años; el registro puede seguir renovándose, en la mayoría de los casos por un período máximo de 15 años.

En el ámbito de la propiedad intelectual, los diseños industriales son particularmente difíciles de categorizar y ello tiene consecuencias significativas en lo que atañe a las formas y los plazos de protección. Dependiendo de la legislación nacional de que se trate y del tipo de diseño, los diseños industriales pueden asimismo estar protegidos como obras de las artes aplicadas, en virtud de la legislación sobre derecho de autor, con un plazo de protección mucho más largo que los 10 ó 15 años previstos generalmente en la legislación sobre registro de diseños industriales. En algunos países es posible obtener una protección doble, en virtud de la legislación sobre diseños industriales y en virtud de la legislación sobre derecho de autor. En otros países, las legislaciones se excluyen mutuamente: cuando el titular escoge un tipo de protección, no puede acogerse a la otra.

En ciertas circunstancias, un diseño industrial puede estar protegido por la legislación sobre competencia desleal, si bien las condiciones de protección y los derechos y recursos disponibles pueden ser muy diferentes.

¿Qué alcance tiene la protección de los diseños industriales?

Por lo general, la protección de los diseños industriales se limita al país que concede la protección. En el Arreglo de La Haya relativo al registro internacional de dibujos y modelos industriales, tratado administrado por la OMPI, se estipula un procedimiento para el registro internacional de los diseños industriales. El solicitante puede presentar una única solicitud internacional ante la OMPI o la oficina nacional o regional de un país que sea parte en dicho instrumento, en cuyo caso, el diseño industrial estará protegido en los Estados parte en el tratado que el solicitante designe.



¿Qué es una indicación geográfica?

Una indicación geográfica es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico determinado y poseen cualidades o una reputación derivadas específicamente de su lugar de origen. Por lo general, la indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos. Un ejemplo típico son los productos agrícolas, que poseen cualidades derivadas de su lugar de producción, y en los que influyen factores geográficos específicos como el clima y el suelo. El hecho de que un signo desempeñe la función de indicación geográfica depende de la legislación nacional y de la percepción que de ese signo tengan los consumidores. Las indicaciones geográficas pueden utilizarse para una amplia gama de productos agrícolas, por ejemplo, "Toscana" para el aceite de oliva producido en esa región italiana, o "Roquefort" para el queso producido en esa región de Francia.

Las indicaciones geográficas no se limitan a los productos agrícolas. Pueden asimismo servir para destacar las cualidades específicas de un producto que sean consecuencia de factores humanos propios del lugar de origen de los productos, tales como

¿Qué es una indicación geográfica?

las técnicas y los métodos tradicionales de fabricación. El lugar de origen puede ser un pueblo o una ciudad, una región o un país. Un ejemplo de ello es el término “Switzerland” (Suiza) o “Swiss” (suizo), considerado como indicación geográfica en numerosos países para productos fabricados en Suiza y, en particular, para relojes.

¿Qué es una denominación de origen?

Una denominación de origen es un tipo especial de indicación geográfica, que se aplica a productos que poseen una calidad específica derivada exclusiva o esencialmente del medio geográfico en el que se elaboran. Las indicaciones geográficas engloban las denominaciones de origen. Entre los ejemplos de denominaciones de origen protegidos en los Estados parte en el Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional cabe mencionar “Burdeos” para el vino producido en la región de Burdeos (Francia), “prosciutto di Parma” - es decir, jamón de Parma – para el jamón producido en la provincia de Parma (Italia) o “Habana” para el tabaco cultivado en la región de La Habana (Cuba).

¿Por qué hay que proteger las indicaciones geográficas?

Los consumidores perciben las indicaciones geográficas como indicadores del origen y la calidad de los productos. Muchas indicaciones geográficas han adquirido una reputación que, de no ser adecuadamente protegida, podría ser desvirtuada por algunos comerciantes. La utilización desleal de indicaciones geográficas por terceros no autorizados, por ejemplo, el uso de “Darjeeling” para un té no cultivado en las plantaciones de Darjeeling, es perjudicial para los consumidores y los productores legítimos. Esa situación induce a engaño a los consumidores, que creen estar comprando un producto genuino con cualidades y características específicas, y perjudica a los productores, que pierden una parte importante de sus ganancias y ven mermada la reputación de sus productos.

¿Qué diferencia hay entre una indicación geográfica y una marca?

La marca es un signo que utiliza una empresa para distinguir sus propios bienes y servicios de los de la competencia; el titular de la marca goza del derecho a impedir su

utilización por terceros. Una indicación geográfica garantiza a los consumidores que el producto procede de cierto lugar y posee ciertas características derivadas de dicho lugar de producción. La indicación geográfica puede ser utilizada por todos los productores que fabrican productos que comparten cualidades típicas del lugar designado por la indicación geográfica.

¿Qué es una indicación geográfica “genérica”?

Si el nombre de un lugar se utiliza para designar un tipo de producto en lugar de utilizarse para indicar el lugar de procedencia del mismo, deja de desempeñar la función de indicación geográfica. Un ejemplo a ese respecto es el uso del término “mostaza de Dijon” para designar un tipo de mostaza que procedía originalmente de la ciudad francesa de Dijon y que, con el paso del tiempo, se ha asimilado a un cierto tipo de mostaza que se fabrica en muchos sitios. De ahí que el término “mostaza de Dijon” sea ahora una indicación genérica que se refiere a un tipo de producto y no a un lugar.

¿Cómo se protegen las indicaciones geográficas?

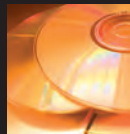
Las indicaciones geográficas se protegen en virtud de la legislación nacional y fundándose en distintos

conceptos, como las leyes contra la competencia desleal, las leyes de protección del consumidor, las leyes de protección de las marcas de certificación y leyes especiales de protección de las indicaciones geográficas o las denominaciones de origen. En resumen: las partes no autorizadas no deben utilizar las indicaciones geográficas si dicha utilización puede inducir a error en relación con el verdadero origen del producto. Las sanciones aplicables van desde mandamientos judiciales que prohíben la utilización no autorizada, a casos extremos como penas de prisión, pasando por la indemnización por daños y perjuicios y las multas.

¿Qué función desempeña la OMPI en la protección de las indicaciones geográficas?

La OMPI administra varios tratados internacionales dedicados en parte o totalmente a la protección de las indicaciones geográficas (en particular, el Convenio de París y el Arreglo de Lisboa). Por otro lado, en las reuniones de la OMPI, los Estados miembros y otras organizaciones interesadas tienen la oportunidad de hallar nuevos medios para mejorar la protección internacional de las indicaciones geográficas.

¿Qué son el derecho de autor y los derechos conexos?



¿Qué son el derecho de autor y los derechos conexos?

La legislación sobre derecho de autor contempla la protección de los autores, artistas y demás creadores por sus creaciones literarias y artísticas, denominadas, por lo general, "obras". Los "derechos conexos" constituyen un campo estrechamente relacionado con el derecho de autor y abarcan derechos similares o idénticos a los que éste contempla, aunque a veces más limitados y de más corta duración. Los beneficiarios de los derechos conexos son:

- los artistas intérpretes y ejecutantes (a saber, los actores y los músicos), que tienen derechos sobre sus interpretaciones o ejecuciones;
- los productores de fonogramas (por ejemplo, discos compactos), que tienen derechos sobre sus grabaciones sonoras; y
- los organismos de radiodifusión, que tienen derechos sobre sus programas de radio y de televisión.

Entre las obras amparadas por el derecho de autor cabe destacar las siguientes: novelas, poemas, obras de teatro, documentos de referencia, periódicos, publicidades, programas

informáticos, bases de datos, películas, composiciones musicales, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, obras escultóricas, obras arquitectónicas, mapas y dibujos técnicos.

¿Qué derechos confieren el derecho de autor y los derechos conexos?

Los creadores de obras protegidas por derecho de autor y sus herederos y derechohabientes (por lo general denominados “titulares de los derechos”) gozan de ciertos derechos básicos en virtud del derecho de autor, a saber, el derecho exclusivo a utilizar la obra, o autorizar a terceros a que la utilicen, según las condiciones acordadas. El titular o titulares de una obra pueden autorizar o prohibir:

- su reproducción bajo todas las formas, incluida la publicación impresa y la grabación sonora;
- su interpretación o ejecución pública, así como su comunicación al público;
- su radiodifusión;
- su traducción a otros idiomas; y
- su adaptación, como en el caso de una novela adaptada en un guión cinematográfico.

En virtud de los derechos conexos, se conceden derechos similares, entre

otros, de fijación (grabación) y de reproducción.

La divulgación de muchos tipos de obras protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos exige grandes esfuerzos de distribución, comunicación e inversión financiera (por ejemplo, las publicaciones, las grabaciones sonoras y las películas); por consiguiente, los creadores suelen ceder los derechos sobre sus obras a empresas que están en mejores condiciones de desarrollar y comercializar sus obras, recibiendo como contrapartida una compensación en forma de pagos o regalías (compensación basada en un porcentaje de los ingresos generados por la obra).

Los derechos patrimoniales contemplados en el marco del derecho de autor están protegidos durante un plazo determinado previsto en los tratados pertinentes de la OMPI, y que comienza a correr con la creación o fijación de la obra y se extiende como mínimo a 50 años contados a partir de la muerte del creador. Las legislaciones nacionales pueden fijar plazos de protección más largos. Este plazo de protección permite tanto a los creadores como a sus herederos y derechohabientes sacar provecho financiero de la obra durante un período de tiempo razonable. Para los

derechos conexos se prevé un plazo de protección más corto, normalmente de 50 años contados a partir de la interpretación o ejecución, grabación o radiodifusión. La protección por derecho de autor y la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes también incluye derechos morales, a saber, el derecho de reivindicar la paternidad de una obra y el derecho de oponerse a toda modificación de la obra que pueda perjudicar la reputación del creador.

Los titulares del derecho de autor y los derechos conexos pueden hacer valer sus derechos mediante distintos métodos y ante una serie de instancias, por ejemplo, incoando acciones civiles, solicitando medidas administrativas y entablando juicios penales. Con el fin de hacer respetar esos derechos, a veces se dictan mandamientos judiciales, órdenes de destrucción de los productos infractores, órdenes de inspección, etcétera.

¿Qué ventajas ofrece la protección por derecho de autor y derechos conexos?

La protección por derecho de autor y derechos conexos es un componente esencial del fomento de la creatividad

y la innovación. Ofrecer a los autores, artistas y creadores incentivos en forma de reconocimiento y retribución económica equitativa da rienda suelta a la productividad y alienta a conseguir mejores resultados. Al garantizarse la observancia de los derechos, las personas y las empresas pueden invertir más fácilmente en la creación, el desarrollo y la difusión a escala mundial de las obras; a su vez, ello contribuye a facilitar el acceso y a enriquecer la cultura, los conocimientos y las actividades recreativas en todo el mundo, y estimula el desarrollo económico y social.

¿Se han adaptado el derecho de autor y los derechos conexos a los avances en la tecnología?

La esfera del derecho de autor y los derechos conexos se ha expandido enormemente a la luz de los espectaculares progresos tecnológicos de los últimos decenios que, a su vez, han acarreado nuevas maneras de divulgar las creaciones mediante formas de comunicación como la radiodifusión por satélite, los discos compactos y el DVD. La amplia difusión de obras por Internet plantea cuestiones complejas en relación con el derecho de autor y los derechos

conexos en este medio de comunicación que no conoce fronteras. La OMPI participa de pleno en el debate internacional en curso destinado a configurar nuevas normas de protección del derecho de autor en el ciberespacio. A este respecto, administra el Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT) y el Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT), denominados "Tratados Internet". Estos tratados han establecido normas internacionales claras destinadas a impedir el acceso no autorizado a las obras creativas y su utilización en Internet.

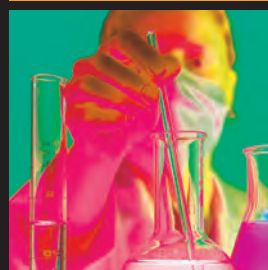
El derecho de autor y los derechos conexos en la práctica

La protección del derecho de autor y los derechos conexos se obtiene automáticamente sin necesidad de efectuar un registro ni cumplir otras formalidades. No obstante, en muchos países existen sistemas nacionales de registro facultativo y de depósito de obras. Esos sistemas permiten hacer frente a los problemas que plantean, entre otras cosas, las controversias relacionadas con la titularidad o la creación, las transacciones financieras, las ventas, y las cesiones y transferencias de derechos.

Numerosos autores y artistas intérpretes y ejecutantes no tienen la capacidad necesaria ni los medios para hacer respetar jurídica y administrativamente su derecho de autor o sus derechos conexos, especialmente teniendo en cuenta que cada vez más los derechos literarios, musicales y de interpretación o ejecución se ejercen a escala mundial. En consecuencia, muchos países dedican hoy ingentes esfuerzos a la creación y mejora de organizaciones o sociedades de gestión colectiva. Estas sociedades ofrecen a sus miembros la eficiencia en el respaldo administrativo y los conocimientos jurídicos especializados, por ejemplo, en la recaudación, administración y distribución de las regalías obtenidas por la utilización nacional e internacional de una obra o su interpretación o ejecución. Los derechos de los productores de grabaciones sonoras y organismos de radiodifusión se administran a veces también de forma colectiva.



Montre : autorisation Swatch AG



¿Qué es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual?

¿Qué es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual?

Creada en 1970, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es una organización internacional cuyo objetivo es velar por la protección de los derechos de los creadores y los titulares de propiedad intelectual a nivel mundial y, por consiguiente, contribuir a que se reconozca y se recompense el ingenio de los inventores, autores y artistas.

Esta protección internacional estimula la creatividad, ensanchando los límites de la ciencia y la tecnología, y enriquece el mundo de la literatura y de las artes. Al crear un marco estable para la comercialización de los productos protegidos por la propiedad intelectual, también facilita el comercio internacional. La OMPI colabora estrechamente con sus Estados miembros y demás sectores interesados con el fin de asegurar que el sistema de la propiedad intelectual siga siendo una herramienta flexible y adaptable que promueva la prosperidad y el bienestar, y traduzca en hechos concretos el potencial que ofrecen las obras creadas a las generaciones actuales y futuras.



¿Cómo promueve la OMPI la protección de la propiedad intelectual?

Por formar parte del sistema de las Naciones Unidas como organismo especializado, la OMPI constituye un foro para que sus Estados miembros elaboren y armonicen normas y prácticas destinadas a proteger los derechos de propiedad intelectual. La OMPI también presta servicios mundiales de registro de marcas, diseños industriales y denominaciones de origen, además de administrar un sistema mundial de presentación de solicitudes de patente. Esos sistemas son objeto de revisión periódica por los Estados miembros y demás sectores interesados para encontrar la forma en que mejor pueden responder a las necesidades de los usuarios actuales y futuros.

Muchas naciones industrializadas cuentan con sistemas de protección de la propiedad intelectual que tienen varios siglos de antigüedad. No obstante, entre los países más jóvenes y en desarrollo se están creando marcos jurídicos para las patentes, las marcas y el derecho de autor, así como sistemas de propiedad intelectual. Con la mundialización cada vez mayor del comercio y los rápidos cambios en la innovación

tecnológica, la OMPI ha pasado a desempeñar un papel primordial en el perfeccionamiento de esos sistemas mediante la negociación de tratados, la asistencia jurídica y técnica y la formación en distintas esferas, incluida la esfera de la observancia.

Junto con sus Estados miembros, la OMPI procura difundir material de información y de divulgación sobre la propiedad intelectual, poniéndolo a disposición no sólo del público en general sino del sector comercial y el sector de los encargados de la formulación de políticas, con el fin de asegurar que sus beneficios sean reconocidos, debidamente comprendidos y accesibles para todos.

¿Cómo financia la OMPI sus actividades?

La OMPI es una organización que autofinancia en gran medida sus actividades, pues genera más del 90% de su presupuesto anual mediante sus servicios de registro internacional y de presentación de solicitudes, muy solicitados, así como mediante la venta de sus publicaciones y la prestación de servicios de arbitraje y mediación. El resto de los fondos procede de las contribuciones de los Estados miembros.

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

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

Teléfono: +4122 338 91 11
Fax: +4122 733 54 28

