
LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LOS DERECHOS DE AUTOR EN EL DISEÑO GRÁFICO Y DISEÑO DE INFORMACIÓN



Autores:

Mtra. María de los Ángeles Lichtle García de Acevedo
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
angeles.lichtle@yahoo.com.mx

Dra. Sonia Gisella Aguirre Narvárez
Universidad de las Américas-Puebla
sonia.aguirre@udlap.mx

RESUMEN

Tratar el tema de la propiedad intelectual, en el diseño gráfico y de información es muy importante, pero lamentablemente se aborda muy poco a nivel académico, dando como resultado que los recién egresados y algunos profesionales en el diseño desconozcan a fondo sus implicaciones.

Parecieran obvios los términos "propiedad-intelectual", en el área del diseño se podría decir que es la pertenencia que alguien tiene sobre sus proyectos, obras o creaciones. Es el autor de ilustraciones, carteles, fotografías, logotipos, etc., que son originales y que al crearlas posee los derechos sobre sus obras, de usarlas como quiera, siempre y cuando ese uso no viole la ley y puede impedir que terceros la aprovechen sin su autorización. Estos derechos conllevan ciertos beneficios para el autor, que impide que cualquiera pueda copiar sus obras o plagiarlas sin pagar las consecuencias que ello acarrearía. Los beneficios que otorgan estos derechos para el creador es que todo lo invertido en tiempo, trabajo y recursos tenga una

retribución o ganancia financiera que le permita seguir progresando y generando nuevas aportaciones. Le da un reconocimiento oficial y protección legal ante una competencia desleal, clientes que pudieran ser abusivos o que simplemente se aprovechen de la ingenuidad del diseñador, que piden muestras de trabajos gratis y que después deciden emplearlas sin pagar por ellas, que plagian sin escrúpulos, ponen condiciones para el desarrollo de proyectos donde dejan en desventaja al diseñador, o empleadores de despachos que hace firmar a sus diseñadores contratos de confidencialidad absurdos y que violan completamente la PI y los derechos de autor del creador de los diseños.

La idea principal es que el diseñador pueda capitalizar sus creaciones intelectuales a través del ejercicio de sus derechos por medio del uso de los distintos acuerdos comerciales y el apoyo legal que ofrecen instancias como el IMPI, INDAUTOR, o la OMPI, entre otras, para que la propiedad intelectual se convierta en algo rentable.

Se debe tener un apoyo legal para que el diseñador proteja sus creaciones, pero existe el otro lado de la moneda; diseñadores que no respetan el trabajo de sus colegas. El encontrar imágenes, fotografía, fuentes tipográficas y mil cosas más en internet, que puedan servir de soporte para la creación de una pieza gráfica, no implica que no sean de nadie, es obvio que

PALABRAS CLAVE

DISEÑO, PROPIEDAD INTELECTUAL, PROYECTOS, OBRA, DERECHOS DE AUTOR

alguien las creo, sean propiedad de otros e incluso estén sujetas a derechos de autor. La ignorancia de lo que parece obvio, tomar piezas de la web, aplicarlas a diseños propios y venderlas a un cliente, es un delito. Lo mismo sucede cuando se reproducen diseños, ideas o textos que son usados como fuente de inspiración para elaborar proyectos. La ingenuidad de suponer que nadie se dará cuenta que se ha plagiado un diseño, o el ignorar que es un delito, no vuelve inocente al plagiario.

La falta de rigurosidad a nivel académico es un factor que desencadena muchos riesgos en la vida del futuro profesionalista. Sigue habiendo docentes que desconocen la normativa o implicaciones legales que puede acarrear el uso de la propiedad de otro, sin su consentimiento o pagar los derechos correspondientes al autor legítimo de la obra. Son permisivos con sus estudiantes al desarrollar proyectos de clase cuando se nota obvio que las imágenes y elementos que emplea el aprendiz no son de su autoría y pasan por alto este detalle que a la larga puede volverse en un hábito o práctica frecuente que el futuro profesionalista pueda trasladar a los proyectos profesionales que elabore para un cliente.

Sobre los temas que se van a abordar en el presente artículo, es necesario mencionar que los acuerdos internacionales tienen la misma validez en el territorio mexicano que las leyes que emanan de él.

Al tener acuerdos o pactos internacionales firmados por el gobierno de México, éstas tienen validez total y deben ser acatadas y respetadas por cada ciudadano del país. Su carácter es obligatorio, y válido dentro de cada país firmante de los acuerdos o pactos.

¿Y qué tiene que ver el diseño con esto? Pues que al vivir en un mundo globalizado y a la gran facilidad existente en las vías de comunicación y transferencia de información, cualquier obra gráfica se difunde a cada rincón del planeta a una velocidad impresionante, y queda a disposición de quien tenga un ordenador. Estas obras pueden ser sujetas a plagio y por lo menos cada diseñador debe conocer sus derechos y la forma de protegerse de la mejor manera.

Necesario mencionar que también se debe saber cuándo se vende un proyecto a un cliente, en qué momento se ceden los derechos, cuáles, cómo, quién tendrá el derecho patrimonial de la obra, quién conserva qué, por cuánto tiempo, etcétera. Conocer qué de nuestro diseño se puede proteger, cómo, dónde, en qué dependencia o instancia y cuál la normativa que lo legisla. El diseñador debe estar informado en este tipo de cuestiones y ser el primer interesado en cuidar su propiedad, saber cuándo cederla, venderla o dejar que otro la comercialice y cuándo es conveniente elaborar un contrato y cuáles sus condiciones.

SUMMARY

The issue of intellectual property, in the graphic design and information is very important, but unfortunately addressed very little at the academic level, resulting in that the newly graduates and some design professionals unfamiliar with to fund their implications.

The terms seem obvious “- intellectual property”, in the area of the design you could say that it is the membership that someone has on their projects, works or creations. He is the author of illustrations, posters, photographs, logos, etc., that are original and that when they are created has the rights to his works, use them as you like, provided such use does not violate the law and may prevent third parties take advantage of it without your permission. These rights entail certain benefits for the author, that prevents anyone can copy their works or plagiarize them without paying the consequences which this would cause. The benefits that grant these rights to the creator is that all invested in time, labor and resources have compensation or financial gain, allowing him to continue progressing and generating new contributions. Gives official recognition and legal protection against unfair competition, customers that they could be abusive or simply take advantage of the naivety of the designer, who ask for samples of free work, and they then decide

to use them without paying for them, that they plagiarize without scruples, put conditions for the development of projects where they leave at a disadvantage to the designer, or employers of firms making designers sign confidentiality contracts absurd and that they completely violate intellectual property and rights of author of the creator of the designs.

The main idea is that the designer can capitalize on their intellectual creations through the exercise of their rights through the use of different trade agreements and legal support offered by instances like the IMPI, INDAUTOR or WIPO, among others, for that intellectual property becomes profitable.

Must be a legal support so that the designer will protect their creations, but there is the other side of the coin; designers who do not respect the work of their colleagues. Find images, photography, fonts and thousands of things more on the internet, which could serve as support for the creation of a graphic piece, does not imply than anyone, it is obvious that someone think them, property of others and may even be subject to rights copyright. Ignorance of what seems obvious, take parts of the web, apply them to own designs and sell them to a client, is a crime. The same happens when

playing back designs, ideas or texts, etc. that are used as “inspiration” for drafting. The naivety of assuming that no one will be account that has ripped off a design, or ignore that it is a crime, does not return innocent to the plagiarist.

The lack of thoroughness in academia is a factor that triggers many risks in the future professional life. Still having teachers who are unaware of regulations or legal implications that may lead to the use of the property of another, without his consent or pay the corresponding rights to the author legitimate work. They are permissive with their students to develop world-class projects when it feels obvious that images and elements used by the apprentice are his authorship and overlook this detail that eventually can become a habit or common practice that the future professional can move to professional projects that develop for a client.

The issues will be addressed in this article, it is necessary to mention that international agreements have the same validity in Mexico that the laws that emanate from it. To have agreements or international covenants signed by the Government of Mexico, they have total validity and must be complied with and respected by every citizen of the country. His character

is obligatory and valid within each country signatory of the agreements or covenants.

And what has to do with this design? Because that living in a globalized world and the ease of existing avenues of communication and transfer of information, any graphic work spreads to every corner of the planet at a speed that is impressive, and is available to anyone with a computer. These works may be subject to plagiarism and at least every designer should know their rights and how to protect yourself in the best way. Necessary to mention also should know when sold a project to a client, at which time transfer rights, what, how, who entitled the heritage of the work, who retains what, for how long, etc. Learn what our design can be protected, how, where, what unit or instance and what the norm that legislates it. The designer must be informed on such issues and the first interested in caring for your property, know when to surrender it, sell it, or let another marketed it and when it is appropriate to draw up a contract and what their conditions.

LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Los objetos que tienen derecho como propiedad intelectual (PI) de acuerdo a las leyes mexicanas y a los tratados internacionales de PI, y pueden ser protegidos son: imágenes, logotipos, marcas, invenciones, materiales, perfumes, procesos industriales, nombres de empresas, videos, programas y juegos de computadora, interpretaciones o ejecuciones, entre los más importantes.

El Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual o la OMPI, establece una lista de los derechos en su relación con:

“ Las obras literarias, artísticas y científicas; las interpretaciones de los artistas intérpretes y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión; las invenciones en todos los campos de la actividad humana; los descubrimientos científicos; los dibujos y modelos industriales; las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, así como los nombres y denominaciones comerciales; la protección contra la competencia desleal; y todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico (OMPI, 1967). ”

Es importante mencionar que en este caso, el diseñador como creador de una propiedad intelectual puede adquirir los derechos del resultado de su creación o diseño y también hacer una cesión de estos derechos a través de una licencia a terceros, que normalmente son los clientes. Pero una propiedad intelectual que no se usa, explota o comercializa, no posee mayor utilidad para su propietario.

La propiedad intelectual dependiendo el área a que pertenezca, se aborda desde diferentes instancias:

- Las obras literarias, artísticas y científicas, se rigen mediante legislación relativa al Derecho de autor. Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR).
- Las interpretaciones o ejecuciones, las emisiones de radiodifusión, mediante legislación relativa a los Derechos conexos al Derecho de autor (INDAUTOR).
- Las Invenciones por la legislación relativa a las Patentes del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).
- Los dibujos industriales pueden estar protegidos por la legislación en materia de propiedad industrial o de derecho de autor.
- Las marcas, las marcas de servicio, los nombres y designaciones comerciales, por ejemplo, los logos o los nombres de un producto que tiene un origen geográfico único como el Tequila. La protección se otorga normalmente mediante varias legislaciones como las generadas por el IMPI.
- La protección contra la competencia desleal, por ejemplo, reivindicaciones falsas contra un competidor o imitación del producto de un competidor con miras a engañar al cliente (OMPI, 2016).

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de autor pertenecen a una rama de la propiedad intelectual y se vinculan con la protección de las creaciones del intelecto humano, es decir la expresión plasmada de conceptos originales y no las ideas en sí. Abarca las obras literarias (novelas, poemas, relatos, manuales, entre los más importantes) y artísticas como las musicales, escritas, pinturas, esculturas, bases de datos, programas de cómputo, entre otros. Una idea, si no es plasmada en algún formato, no puede ser protegida.

El Derecho de Autor es reconocido como uno de los derechos básicos de la persona en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que en su artículo 27 establece que: "Toda persona tiene derecho a formar parte libremente en la cultura de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y patrimoniales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora" (LFDA).

De acuerdo a lo que menciona "El Convenio de Berna" que data de 1886 y que es el convenio internacional más antiguo que rige el derecho de autor, establece lo siguiente en su artículo 2:

Los términos obras literarias y artísticas comprenden todas las producciones en el campo literario, científico y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión, tales como los libros, folletos y otros escritos; las conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma naturaleza; las obras dramáticas o dramático-musicales; las obras coreográficas y las pantomimas; las composiciones musicales con o sin letra; las obras cinematográficas, a las cuales se asimilan las obras expresadas por procedimiento análogo a la cinematografía; las obras de dibujo, pintura, arquitectura, escultura, grabado, litografía; las obras fotográficas a las cuales se asimilan las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía; las obras de artes aplicadas; las ilustraciones, mapas, planos, croquis y obras plásticas relativos a la geografía, a la topografía, a la arquitectura o a las ciencias. [...] estarán protegidas como obras originales, sin perjuicio de los derechos del autor de la obra original, las traducciones, adaptaciones, arreglos musicales y demás transformaciones de una obra literaria o artística. [...] Las colecciones de obras literarias o artísticas tales como las enciclopedias y antologías que, por la selección o disposición de las materias, constituyan creaciones intelectuales estarán protegidas como tales, sin perjuicio de los derechos de los autores sobre cada una de las obras que forman parte de estas colecciones" WIPO/OMPI (2).

La Ley Federal del Derecho de Autor –LFDA– mexicana en su artículo 13 incluye lo anterior y también incluye la caricatura e historieta, obras de arte aplicado en las que se desarrolla el diseño gráfico o textil, y menciona a las demás obras que por analogía puedan considerarse obras literarias o artísticas se incluirán en la rama que les sea más afín a su naturaleza.

De acuerdo al convenio de Berna, el derecho de autor se otorga a obras originales, pero también incluye un apartado para las llamadas “obras derivadas”, las cuales son las resultantes de fuentes existentes como podrían ser: traducciones de trabajos en otros idiomas, adaptaciones, arreglos musicales a partir de una obra musical existente, la modificación de una obra (como podría ser el abstract de una novela), las compilaciones de obras literarias y artísticas como las antologías y enciclopedias. Es importante que el creador de una obra derivada respete los derechos de autor de la obra original y obtenga la autorización previa para no incurrir en el delito de plagio. Un ejemplo de esto, se puede tener en el área del cartel o la ilustración.

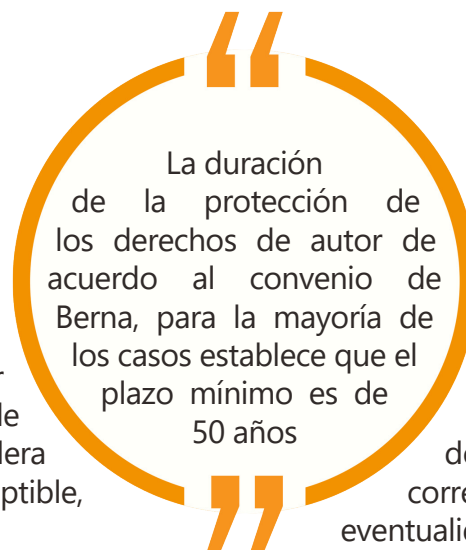
En este sentido, es importante puntualizar para los alumnos de diseño gráfico y diseño de información que sí es válido generar productos apoyándose de ideas o modelos de otra autoría, siempre y cuando se les dé el reconocimiento o crédito correspondiente mediante el uso de los permisos que estén vigentes para esa determinada obra.

El titular del derecho de autor sobre una obra protegida puede utilizar la obra como desee, y puede prohibir a otros utilizar esa obra sin su autorización. Por tanto, los derechos otorgados por las legislaciones

nacionales al titular del derecho de autor sobre una obra protegida son generalmente “derechos exclusivos”: el titular tiene derecho a usar o autorizar a otra persona a hacer uso de la obra, a reserva de los derechos e intereses reconocidos a terceros (2 WIPO/OMPI, 2016, p.9). Existen dos tipos de derechos amparados por el derecho de autor:

1 Los derechos patrimoniales, que permiten al titular de los derechos obtener una remuneración derivada del uso de sus obras por otros. Dentro de estos derechos están: el de reproducción, de interpretación o ejecución, de radiodifusión, de comunicación al público, de traducción y adaptación. El autor es el titular originario del derecho patrimonial y sus herederos o causahabientes por cualquier título serán considerados titulares derivados. Los titulares podrán autorizar o prohibir la reproducción, publicación, edición o fijación material de una obra en copias o ejemplares, efectuada por cualquier medio ya sea impreso, fonográfico, gráfico, plástico, audiovisual, electrónico u otro similar.

2 Los derechos morales son aquellos que permiten al autor tomar ciertas medidas para conservar el lazo personal existente entre autor y obra. Se divide en dos aspectos: el derecho de paternidad donde se menciona el nombre del autor, reconociendo su paternidad cuando se reproduzca o utilice su obra. Y el derecho al respeto de la obra, es decir, el derecho a oponerse a que se deforme la obra o a que se utilice en contextos que puedan atentar contra el honor y la reputación literaria y artística del autor (WIPO/OMPI, 2016. p.17).



En este aspecto, la LFDA cita que el autor es el único, primigenio y perpetuo titular de los derechos morales sobre las obras de su creación y el derecho moral se considera unido al autor y es inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable.

La duración de la protección de los derechos de autor de acuerdo al convenio de Berna, para la mayoría de los casos establece que el plazo mínimo es de 50 años a partir del final del año de la muerte del autor. En la Unión Europea y en Estados Unidos es de 70 años. En México durante la vida del autor y, a partir de su muerte, setenta y cinco años más. Cuando la obra le pertenezca a varios coautores los setenta y cinco años se contarán a partir de la muerte del último, y setenta y cinco años después de divulgadas. Si el titular fallece y no hay herederos o un tercero que reclame los derechos, el Estado determinará si la obra pasará al dominio público.

Un ejemplo de lo anterior sería una ilustración que se desee reproducir en una playera impresa, si el diseñador conserva los derechos patrimoniales de esa ilustración, puede exigir a quien autorice a usarla, la remuneración o pago por el uso. Y de acuerdo al derecho moral, si desea que se reconozca la paternidad de su obra, la puede firmar o poner su nombre en ella como autor.

Las obras protegidas por el derecho de autor no necesariamente tienen que ser registradas ante las autoridades correspondientes, ya que se encuentran protegidas desde el momento mismo de su creación. El plazo de duración de los derechos patrimoniales de

autor es válido durante la vida del autor y 70 años posteriores a su muerte. Pero siempre es recomendable hacer el registro de la obra ante las autoridades o instancias correspondientes para evitar cualquier eventualidad.

En México, la Ley Federal del Derecho de Autor cita en su artículo 3°.- Las obras protegidas por esta Ley son aquellas de creación original susceptible de ser divulgadas o reproducidas en cualquier forma o medio, y menciona en el artículo 5 que la protección que otorga esta ley se da desde el momento en que hayan sido fijadas en un soporte material, independientemente del mérito, destino o modo de expresión. El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no requiere registro ni documento de ninguna especie, ni quedará subordinado al cumplimiento de formalidad alguna.

El artículo 14 establece lo que no es objeto a protección como derecho de autor y se expone a manera de resumen lo que se vincula a la producción del diseñador gráfico: Las ideas en sí mismas, las fórmulas, soluciones, conceptos, métodos, sistemas, principios, descubrimientos, procesos e invenciones de cualquier tipo; Los esquemas, planes o reglas para realizar actos mentales, juegos o negocios; las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que su estilización sea tal que las conviertan en dibujos originales; los nombres y títulos o frases aislados; los simples formatos o formularios en blanco para ser llenados con cualquier tipo de información, así como sus instructivos;

las reproducciones o imitaciones, sin autorización, de escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio...; la información de uso común tal como los refranes, dichos, leyendas, hechos, calendarios y las escalas métricas.

De acuerdo a lo anterior, un diseñador podrá tener problemas al momento de intentar registrar mucha de su obra, por ejemplo; una tipografía, al menos que posea una estilización distintiva y se registre cada letra como imagen dentro de un conjunto. Se debe ser creativo a la hora de intentar el registro para ver dónde nuestro trabajo puede ser incluido y protegido.

Otro ejemplo interesante es el que expone el Capítulo II de esta misma ley, hecho desconocido por muchos fotógrafos: Los fotógrafos profesionales sólo pueden exhibir las fotografías realizadas bajo encargo, como muestra de su trabajo, previa autorización. El retrato de una persona sólo puede ser usado o publicado, con su consentimiento expreso, cuando a cambio de una remuneración, una persona se dejare retratar, se presume que ha otorgado el consentimiento.

Salvo pacto en contrario, el derecho exclusivo a reproducir una obra pictórica, gráfica o escultórica no incluye el derecho a reproducirla en cualquier tipo de artículo, así como la promoción comercial de éste.

La obra gráfica en serie es aquella que resulta de la elaboración de varias copias a partir de una matriz hecha por el autor. Para los efectos de esta Ley, los ejemplares de obra gráfica en serie debidamente firmados y numerados se consideran como originales. A las esculturas que se realicen en serie limitada y numerada a partir de un molde se les aplicarán las disposiciones de este capítulo. Salvo pacto en contrario, el autor de una obra de arquitectura no podrá impedir que el propietario de ésta le haga modificaciones, pero tendrá la facultad de prohibir que su nombre sea asociado a la obra alterada.

Con lo que respecta al diseño editorial, la LFDA establece lo siguiente: Los editores de libros y periódicos gozarán del derecho de exclusividad sobre las características tipográficas y de diagramación para cada libro, en cuanto contengan de originales.

En el trabajo del diseño editorial vinculado al periodismo es importante destacar que las casas editoriales han endurecido, sobre todo en los últimos años, la protección de sus contenidos utilizando herramientas tecnológicas para evitar que se copien los materiales. Actualmente varias casas editoriales reconocidas a nivel nacional e internacional bloquean la posibilidad de poder copiar sus materiales en la web con lo que evitan y frenan de alguna manera el plagio.

DERECHOS CONEXOS

Los derechos conexos son muy similares a los de autor ya que protegen los intereses de personas o instituciones, aportan creatividad, técnica y organización para poner a disposición del público dichas obras. Estos derechos derivan y se relacionan estrechamente con los derechos de autor.

Las personas que interpretan o ejecutan obras de terceros de manera creativa que están protegidas por los derechos de autor, obtienen una protección legal por estas interpretaciones o ejecuciones cuando la ponen a disposición del público. Un ejemplo de esto lo encontramos en los artistas, cantantes, interpretes, actores y músicos, principalmente. Este derecho protege también a los inversores como productores, radiodifusoras, estudios de grabación, que invierten su dinero y recursos para que estos productos lleguen al público. La piratería los afecta gravemente y esto ayuda a protegerlos. Estos derechos tienen una duración de 20 años de acuerdo con la Convención de Roma y el acuerdo sobre los Derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC), lo prolonga hasta por 50 años.

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

En México, la ley de la Propiedad Industrial -LPI- emitida por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial -IMPI- es la que establece las bases para que, en las actividades industriales y comerciales del país, tenga lugar un sistema permanente de perfeccionamiento de sus procesos y productos; promueve y fomenta la actividad inventiva, mejoras técnicas y la difusión de conocimientos tecnológicos. Propicia e impulsa el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios. Favorece la creatividad para el diseño y la presentación de productos nuevos y útiles. Protege la propiedad industrial mediante el otorgamiento de patentes de invención; registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de protección de denominaciones de origen, y regulación de secretos industriales; Previene los actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal, establece las sanciones y penas respectivas, y establece condiciones de seguridad jurídica entre las partes en la operación de franquicias.

LAS MARCAS

Una marca sirve para diferenciar a un fabricante de otro, los productos (bienes o servicios), o las personas y los distingue de sus competidores. Les da una identidad propia y se distinguen a través de una imagen gráfica o logotipo. Las marcas hoy en día se han vuelto en un activo muy valioso para las empresas y llegan a tener un gran valor en el mercado. Se calcula que al día una persona está expuesta a más de mil marcas y son un gran punto de referencia para adquirir productos o identificar a las empresas. Están presentes en las actividades comerciales, son referentes de la calidad o servicio y eficientes herramientas de comunicación.

Las marcas deben ser básicamente distintivas y no inducir al engaño a los consumidores. Normalmente están compuestas por letras, signos, números, colores, slogans y emblemas.

Se pueden distinguir las marcas bidimensionales, las tridimensionales –envases u hologramas–, las sonoras y en algunos países existen también las olfativas –fragancias que distinguen a una marca en particular–.

La LPI en su artículo 89 explica que pueden constituir una marca los siguientes signos:

Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase; Las formas tridimensionales; Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales; El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.

Una marca adquiere prestigio y es reconocida a través del tiempo y de la inversión que hacen las empresas para que ésta se posicione en un mercado. Es un aval de prestigio, calidad y servicio que posee, como ya se había dicho, un gran valor comercial y ésta debe de ser protegida por medio de su respectivo registro para evitar que terceros la usen o se aprovechen de su prestigio para obtener ventajas comerciales.

En México una marca se registra en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) a través de la Ley de la Propiedad Industrial y esto le da protección al dueño de los derechos. Aclarando que el primero en registro es el primero en derechos. Hay personas que por desconocimiento en esta área, no registran sus marcas -y si lo hacen, no renuevan el registro que establece la ley y que tiene una duración de diez años-, esto las vuelve vulnerables y las ponen en desventaja, ya que otro podría registrarla antes, o no estaría protegida del plagio.

Una marca que no ha sido registrada puede adquirir protección a través de su uso prolongado en el mercado y cuando ésta se vuelve notoria o posee cierto carácter de distinción dentro de un determinado sector del público, como lo marca el Capítulo II BIS de las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas, donde se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.

A manera de síntesis, no son registrables como marca; las denominaciones, figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes; los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios;

las formas tridimensionales que se hayan hecho de uso común o que carezcan de originalidad; las palabras descriptivas o indicativas que sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen de los productos o la época de producción; las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de elementos tales como signos, diseños o denominaciones, que les den un carácter distintivo; las que reproduzcan o imiten, sin autorización, escudos, banderas o emblemas de cualquier país o Estado, signos o sellos oficiales; las denominaciones geográficas, cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia; los nombres, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados; los títulos de obras intelectuales o artísticas, así como los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización, los nombres artísticos y las denominaciones; las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.

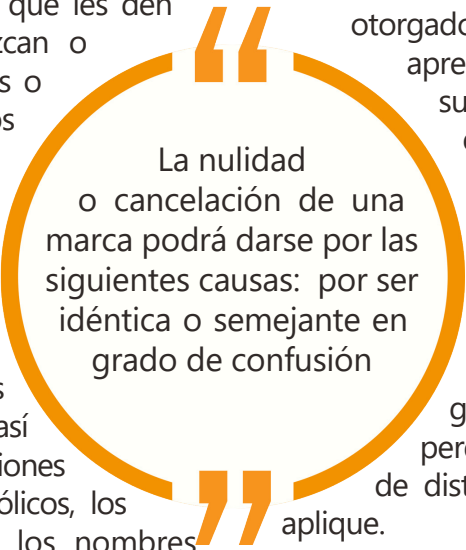
Por lo tanto, no se permite el registro para una marca que pudiese crear confusión o un riesgo de asociación con

el titular de la marca notoriamente conocida o pudiese constituir un aprovechamiento, el desprestigio de la marca notoriamente conocida; las que son iguales o semejantes en grado de confusión.

La nulidad o cancelación de una marca podrá darse por las siguientes causas: por ser idéntica o semejante en grado de confusión: El registro se hubiera otorgado con base en datos falsos contenidos en su solicitud; se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación; Y caducará cuando no se renueve su registro, la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos, cuando un titular ha provocado o tolerado que se transforme en una denominación genérica que corresponda a uno o varios de los productos o servicios para los cuales se registró, de tal modo que, en los medios comerciales y en el uso generalizado por el público, la marca haya perdido su carácter distintivo, como medio de distinguir el producto o servicio a que se aplique.

La LPI en el apartado de marcas incluye a las marcas colectivas y las define como aquellas que pertenecen a un grupo de personas, como asociaciones, productores y comerciantes, entre otros, que distinguen a sus productos o servicios de terceros y su uso está reservado a los miembros de la asociación.

Se considera aviso comercial a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos



La nulidad o cancelación de una marca podrá darse por las siguientes causas: por ser idéntica o semejante en grado de confusión

o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de los de su especie.

El nombre comercial de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios y el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos, sin necesidad de registro. La protección abarcará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento al que se aplique el nombre comercial y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo.

Se entiende por denominación de origen, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendido en éste los factores naturales y los humanos.

Existe la legislación en materia de competencia desleal que ayuda a proteger al dueño del registro del uso indebido de su marca por terceros. Es importante mencionarlo, ya que hay una marcada tendencia en el mercado hacia la piratería de marcas que como lo menciona Eduardo Lastra: el hurto de marcas es el uso

indebido de una marca conocida que consiste en hacerle algunas variaciones a la marca original para hacerla pasar como propia, cobijándose en marcas posicionadas en el mercado, para que de esta manera se apropien del prestigio pensando que así lograrán el éxito comercial para sus productos, servicios o empresas (García M., 2009).

Una marca por lo tanto debe ser registrada, y renovar su registro constantemente. Un error también frecuente por parte de empresarios y quien las genera, es que no saben que el registro se debe renovar, posee una caducidad, no hay límite de renovaciones por lo que puede tener una duración muy larga.

En este apartado quizá sea recomendable que el diseñador antes de entregar un diseño de marca a un cliente y elabore todo el manual de imagen de identidad, la registre ante el IMPI y una vez recibido el pago por sus servicios, ceda los derechos al cliente a través de un contrato. Así podrá trabajar con toda la confianza de que nadie se aprovechará de su obra o la use sin su autorización sin pagar por ella. Comentamos esto, por que lamentablemente es algo que pasa con más frecuencia de lo que se imagina.

LAS PATENTES

De acuerdo a la OMPI, una patente sirve para alentar el desarrollo económico recompensando la creatividad intelectual, su registro protege la creación, invenciones y su perfeccionamiento ulterior. Es un acuerdo entre el Estado y el inventor para brindarle un plazo determinado (aproximadamente de 20 años) para que el inventor sea recompensado por su creación. Después de este periodo, la invención pasa al dominio público. Debido a que no existe una protección mundial, el inventor deberá hacer el registro y pagar los derechos de protección en cada país donde desee se proteja su invención.

La LPI en su artículo 15 considera invención toda creación humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas.

No son sujetos a patentes o se consideran excepciones: las cosas que puedan encontrarse en la naturaleza, que no sean de creación humana, material biológico y genético, el cuerpo humano, las razas animales, las variedades vegetales, y las leyes de la naturaleza, las teorías científicas, los métodos matemáticos, esquemas, normas o métodos para hacer negocios, métodos de tratamiento o diagnóstico para seres humanos y animales, programas de computación, las formas de presentación de información, las creaciones estéticas y las obras artísticas o literarias y la yuxtaposición de invenciones conocidas o mezclas de productos conocidos, su variación de uso, de forma, de dimensiones o de materiales, salvo que en realidad se trate de su combinación o fusión de tal manera que no puedan funcionar separadamente o que las cualidades o funciones características de las mismas sean modificadas.

Los requisitos necesarios para presentar una invención para su registro son: debe ser nueva o novedosa, introducir un elemento inventivo y poder aplicarse industrialmente. Las patentes protegen las innovaciones técnicas y las invenciones. Y los principales beneficios que otorga el registro de una patente son: la concesión de licencia donde el titular del derecho concede una autorización o permiso a un tercero para poder usar la PI. Se debe pactar un acuerdo, con un contrato donde se especifique las condiciones de uso y explotación, así como las regalías que consisten en los beneficios económicos que se obtienen por el pago de los derechos de la PI. Pactar la remuneración que se obtendrá por los acuerdos del uso de la licencia y esta se calcula sobre el porcentaje de unidades vendidas o comercializadas bajo el uso de la licencia.

Quienes poseen los derechos de una propiedad intelectual y obtienen la patente respectiva, esperan poder explotarla en el mercado, ser los únicos proveedores durante cierto tiempo obteniendo los beneficios económicos de su creación obteniendo ventajas de la competencia.

A manera de ejemplo, la industria farmacéutica invierte millones de dólares en laboratorios, equipo, material, investigación y científicos, para el desarrollo de nuevos medicamentos, que son patentados y le dan la exclusividad de uso y explotación en el mercado, generalmente el precio es caro, pero les permite obtener ganancias y seguir desarrollando nuevos productos e investigación. Cuando la patente vence, se libera para los competidores la fórmula del medicamento y la tecnología pasa al dominio público, de ahí surgen los productos genéricos como en el caso de México y los fármacos del Dr. Simil.

Dentro del rubro de las patentes se identifican los modelos de utilidad y los diseños industriales, siendo pocos los proyectos de diseño gráfico que puedan estar

sujetos a patentes, como se observa a continuación:

MODELOS DE UTILIDAD

Son los objetos, utensilios, aparatos o herramientas que, como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presenten una función diferente respecto de las partes que lo integran o ventajas en cuanto a su utilidad. Su registro tendrá una vigencia de diez años improrrogables, contada a partir de la fecha de presentación de la solicitud y estará sujeto al pago de la tarifa correspondiente.

DISEÑOS INDUSTRIALES

Serán registrables los diseños industriales que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial. Se consideran nuevos los diseños que sean de creación independiente y difieran en grado significativo, de diseños conocidos o de combinaciones de características conocidas de diseños. Su protección no comprenderá los elementos o características que estuviesen dictados únicamente por consideraciones de orden técnico o por la realización de una función técnica.

Los diseños industriales comprenden a: Los dibujos industriales, que son toda combinación de figuras, líneas o colores que se incorporen a un producto industrial con fines de ornamentación y que le den un aspecto peculiar y propio, y los modelos industriales, constituidos por toda forma tridimensional que sirva de tipo o patrón para la fabricación de un producto industrial, que le dé apariencia especial en cuanto no implique efectos técnicos.

A las solicitudes de registro de diseños industriales se anexarán: Una reproducción gráfica o fotográfica del

diseño correspondiente, y la indicación del género del producto para el cual se utilizará el diseño. La descripción que se realice en la solicitud deberá referirse brevemente a la reproducción gráfica o fotográfica del diseño, en la que se indicará, en forma clara, la perspectiva desde la cual se ilustra. El registro de los diseños industriales tendrá una vigencia de quince años improrrogables a partir de la fecha de presentación de la solicitud y estará sujeto al pago de la tarifa correspondiente.

LOS SECRETOS INDUSTRIALES

De acuerdo al artículo 82 de la LPI se considera secreto industrial a toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma. La información deberá estar referida a la naturaleza, características o finalidades de los productos; a los métodos o procesos de producción, o a los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

No se considerará secreto industrial aquella información que sea del dominio público, la que resulte evidente para un técnico en la materia, o la que deba ser divulgada por disposición legal o por orden judicial. La persona que posea el derecho o que guarde un secreto industrial podrá transmitirlo o autorizar su uso a un tercero. El usuario autorizado tendrá la obligación de no divulgar el

secreto industrial por ningún medio.

La ley también prevé que toda persona que tenga acceso a un secreto industrial del cual se le haya prevenido sobre su confidencialidad no podrá revelarlo si previa autorización del poseedor del derecho y si lo hiciere sin autorización será responsable del pago de daños y perjuicios que le ocasione al titular.

OMPI

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual actúa como administrador y protege los diferentes sistemas de registro. Es un sistema internacional que funciona a través de los tratados y convenios internacionales pactados por los diferentes países miembros que la integran. Es una oficina receptora de solicitudes internacionales y luego las transmite a los países designados. Funciona con un gestor, no dictamina, determina si una marca es susceptible a registro y funciona como tal y deja que cada país dictamine de acuerdo a su legislación. Puede fungir como árbitro si existieran marcas muy parecidas en algún país. Efectúa un examen en la lista de productos o servicios protegidos que ampara el registro de marca de acuerdo a la clasificación internacional conocida como Clasificación Niza.

A continuación se presentan algunos de los sistemas, acuerdos o tratados que administra la OMPI:

Sistema de Madrid: supervisa el registro internacional de marcas, el creador de una marca primero deberá registrarla en su país de origen y de ahí acogerse al sistema de Madrid para que sea protegida en los distintos países miembros donde se interese realizar el registro de la marca.. Este sistema está conformado por el Arreglo de

Madrid y el Protocolo de Madrid.

El arreglo de la Haya: creó el sistema de registro internacional de dibujos y modelos industriales que hacen referencia al aspecto o apariencia de un objeto y difieren de una patente. Su protección en la mayoría de los países es de 10 años y en otros hasta por 20 años. En la Unión Europea se ha prolongado hasta por 25 años.

El tratado de Cooperación en Materia de Patentes: ofrece un procedimiento simplificado en un solo idioma para que un inventor presente una solicitud y obtenga patentes en un gran número de países. Promueve y facilita la divulgación de información técnica y el intercambio de tecnología.

El Convenio de Berna: rige el derecho de autor.

El arreglo de Lisboa: busca la protección de las denominaciones de origen.

Convenio de Paris: para la protección de la propiedad industrial

Acuerdo sobre las ADPIC: derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio.

Estos dos últimos también evitan los abusos que puedan surgir de la exclusividad de derechos conferidas a una patente y este régimen puede ser aplicado en caso de la no explotación de la invención por un periodo aproximado de 4 años (WIPO/OMPI, 2016).

CONCLUSIONES

Es necesario para los diseñadores gráficos y de información conocer lo relevante que es el tema de la propiedad intelectual (PI), cuáles son sus derechos como creadores de obras y cómo protegerlas antes de lanzar al mercado un producto gráfico, proyecto o ceder los derechos de su obra a un cliente. También los derechos de la PI aplican si el diseñador trabaja para un despacho y se le obliga a firmar los denominados "acuerdos de confidencialidad", donde en ocasiones lo orillan a renunciar completamente a sus derechos a cambio de obtener el empleo.

En este sentido es importante que el diseñador se informe sobre los acuerdos a los que se compromete durante su estancia laboral en una empresa. En muchas de las ocasiones, los diseñadores pretenden llevar a sus portafolios trabajos sobre los que si bien son sus creadores, existe un contrato en el que renunciaron a los derechos de autoría o bien los cedieron.

Cabe observar que el derecho de autor protege las obras, es decir, la expresión de conceptos, y no las ideas en sí mismas, si una idea no se ejecuta y plasma en un soporte no tiene validez. Un autor para salvaguardar mejor su obra deberá protegerla registrándola en las diversas instancias que mencionamos anteriormente.

Aunque la PI hace referencia al derecho de autor (denominado también copyright), este término describe los derechos concedidos a los creadores por sus obras literarias y artísticas. Estos derechos nacen en el mismo momento que la obra es concebida por el autor, independientemente de si será registrada o no con posterioridad. Siempre es mejor registrarlas y guardar la evidencia correspondiente del proceso de

creación para tener mejores garantías.

Para el diseñador será conveniente conservar el bocetaje, el proceso de diseño, los prototipos y archivos digitales para que en cualquier momento pueda demostrar su autoría. Si en un trabajo por encargo de un cliente, llegara a emplear elementos como fuentes tipográficas, imágenes, o diseños de terceros e incluirlos en sus propuestas gráficas, deberá tener una autorización previa para ellos o se expone a ser demandado por violación del derecho de autor. Algo que puede ser muy incomodo para el cliente, quien está pagando a un profesional por sus servicios e ideas novedosas y originales y lo menos que desea es meterse en problemas legales, perder prestigio, reputación y la seriedad de su marca o empresa.

Para establecer a quién corresponden los derechos de la PI de un diseño, se deberá de tomar en cuenta si el diseño ha sido ejecutado libremente por su autor, su grado de participación en el mismo, o si el diseñador lo ha elaborado como resultado de una relación laboral con una empresa. En el caso de que el trabajo haya sido por encargo de un cliente, la empresa tendrá los derechos patrimoniales de la obra, pero los derechos morales (autoría), pertenecerá al diseñador, y ni siquiera él puede renunciar a ellos.

Castellote (2013) menciona que lo normal es que los diseñadores gráficos realicen sus trabajos por encargo, pero no es frecuente que se firme un contrato con quien le encarga la realización de la obra. Siendo básico realizar un contrato con el cliente que encarga un trabajo donde se establezcan las disposiciones que regularán las cesiones de derechos de explotación por parte del autor a favor

de quien le hace el encargo. También deberán quedar claramente reflejadas, aunque separadas de las anteriores, aquellas disposiciones relativas al propio encargo que se efectúa.

En cuanto a las disposiciones relativas a las cesiones, éstas deberán determinar los usos de explotación (por ejemplo, reproducción), el tiempo que dura la cesión y el ámbito; y lo más importante, hay que determinar la contraprestación económica que recibe el diseñador gráfico por la cesión efectuada y esto con independencia de los honorarios que se percibe por la realización del trabajo.

Se recomienda que desde la formación de los estudiantes de diseño se empiece a incluir en la currícula de la licenciatura o del programa de estudios, los temas de ética, propiedad intelectual, derechos de autor y se inculque toda la normativa y principios legales para un mejor desarrollo de proyectos y favorecer a través de esto el mejor desempeño profesional. Esto garantizará y fomentará el desarrollo de la creativas para la generación de nuevos productos o al menos protegerá los ya existentes.

FUENTES DE CONSULTA

WIPO/OMPI. (1967) Introducción a la propiedad intelectual.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual .
"OMPI". Art. 2. Disponible en línea en <http://www.wipo.int/portal/es/>

WIPO/OMPI. (2016) Módulo derechos de autor.
Disponible en línea en <http://www.wipo.int/portal/es/>

IMPI. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
Ley de Propiedad Industrial. SEP

INDAUTOR. Instituto Nacional de Derechos de Autor.
Disponible en línea en <http://www.indautor.gob.mx/>

García M. (2009) Propiedad intelectual, Uso de la
marca como herramienta de mercado. USAID. Nathan
Associates Inc. Perú

Castellote, R. (2013) ¿Tienen los diseñadores gráficos
derechos de autor? Disponible en línea en: <https://ruthcastellote.wordpress.com/2013/09/26/tienen-los-disenadores-graficos-derechos-de-autor/>

OMPI. (2016) Curso general de propiedad Intelectual.
Curso a distancia. Academia de la OMPI

LFDA. (2017) Disponible el línea en: <https://legalzone.com.mx/ley-federal-del-derecho-de-autor-2017-mexico/>

LPI. (2017) Disponible el línea en: <https://legalzone.com.mx/ley-de-la-propiedad-industrial-2017-mexico/>