

Los derechos patrimoniales de autor que han pasado a ser de dominio público, podrían ser susceptibles de registro como signo distintivo

JORGE PÉREZ-ALBELA BENAVIDES

SUMARIO: 1. Introducción. 2. El dominio público en relación con el derecho de autor. 3. El dominio público y su relación entre el derecho de autor y la propiedad industrial. 4. Registros de marcas a nivel internacional respecto de nombres que anteriormente estuvieron protegidos por derechos de autor y que han pasado a dominio público.

1. INTRODUCCIÓN.

El autor de una obra, que no es otra cosa que toda creación intelectual de carácter personal y original que es susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma conocida o por conocerse, goza implícitamente de los derechos de orden moral y los derechos de orden patrimonial respecto de ella.

Los derechos del autor de orden moral son inalienables, inembargables, imprescriptibles e irrenunciables, teniendo el autor el legítimo derecho sobre la obra de: (i) conservarla inédita o divulgarla; (ii) reivindicar su paternidad en cualquier momento; (iii) oponerse a cualquier deformación, mutilación o modificación que atente contra el decoro de la creación intelectual o su reputación; (iv) disponer su retiro del mercado.

El ejercicio de los derechos morales no interfiere con la libre transferencia de los derechos patrimoniales.

Los derechos de carácter patrimonial otorgan al autor y/o a sus herederos la facultad de realizar, autorizar o prohibir, respecto de la obra: (i) su reproducción por cualquier forma o procedimiento; (ii) su comunicación pública por cualquier medio; (iii) su distribución pública de ejemplares o copias mediante la venta y o licencia de uso; (iv) su traducción, adaptación, arreglo u otra transformación; (v) su importación; y (vi) su utilización por cualquier medio.

Con relación a estos derechos, el autor goza del derecho exclusivo de explotar su obra bajo cualquier forma o procedimiento y de obtener por ello beneficios, salvo en los casos de excepción legal expresa.

A la muerte del autor, tanto el ejercicio de los derechos morales como de los derechos patrimoniales serán ejercidos por sus herederos, mientras la obra esté en dominio privado, esto es, por el plazo de setenta años después de su muerte. Una vez extinguidos

tales derechos, la obra pasa a ser de dominio público y, en consecuencia, al patrimonio cultural común, pudiendo ser libremente publicada o divulgada, siendo el Estado u otras instituciones designadas, responsables de asumir la defensa de la paternidad del autor y la integridad de su obra.

Existen algunas variantes con relación al plazo de vigencia de la protección de los derechos patrimoniales de autor.

En el caso que la titularidad de los derechos corresponda a una persona jurídica, el plazo de protección no será inferior a setenta años contados a partir de la realización, divulgación o publicación de la obra, según el caso.

En las obras en colaboración, el período de protección se contará desde la muerte del último coautor.

En las obras anónimas y seudónimas, el plazo de duración será de setenta años a partir del año de su divulgación, salvo que antes de cumplido dicho lapso el autor revele su identidad, en cuyo caso se aplicará lo dispuesto en el artículo anterior.

En las obras colectivas, los programas de ordenador, las obras audiovisuales, el derecho patrimonial se extingue a los setenta años de su primera publicación o, en su defecto, al de su terminación. Esta limitación no afecta el derecho patrimonial de cada uno de los coautores de las obras audiovisuales respecto de su contribución personal, ni el goce y el ejercicio de los derechos morales sobre su aporte.

Si una misma obra se ha publicado en volúmenes sucesivos, los plazos de que trata esta ley se contarán desde la fecha de publicación del último volumen.

Los referidos plazos se calcularán desde el día primero de enero del año siguiente al de la muerte del autor o, en su caso, al de la divulgación, publicación o terminación de la obra.

En nuestro país, los derechos morales y los derechos patrimoniales de autor se encuentran regulados por la Decisión 351 de la Comunidad Andina de Naciones, que regula el Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos y por la Ley de Derechos de Autor, aprobada mediante Decreto Legislativo N° 822; por la Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas y por diversos Convenios y Tratados Internacionales.

2. EL DOMINIO PÚBLICO EN RELACIÓN CON EL DERECHO DE AUTOR.

Podemos definir a los derechos de autor “como un conjunto de derechos temporales, exclusivos y excluyentes destinados principalmente a impedir falsificaciones o copias no autorizadas de las creaciones -materiales o inmateriales del intelecto humano”. Conforme a ello, deducimos por un lado, que toda utilización de creaciones o producciones intelectuales requiere de la autorización de su creador o productor titular y, por otro, que estos derechos constituyen un verdadero monopolio temporal en la explotación comercial de inventos u obras, concedido a una persona -natural o jurídica- quien será el creador intelectual o su cesionario.

La Organización Mundial del Comercio (OMC)¹, define a la *propiedad intelectual* como: Aquellos derechos que se confieren a las personas sobre las creaciones de su mente. Suelen dar al creador derechos exclusivos sobre la utilización de su obra por un plazo determinado”.

Por su parte, el dominio público se define generalmente como aquellos contenidos que engloban bienes intelectuales que no tienen protección por derecho de autor o cuya protección ha caducado al haber vencido el plazo de la protección²

El dominio público, llamado también frecuentemente “patrimonio común”, es definido por Christian Schmitz Vaccaro, “Como el estado jurídico consistente en el libre acceso y utilización de creaciones intelectuales sujetas al derecho de autor, sin que persona alguna pueda hacer valer derechos intelectuales sobre las mismas. En consecuencia, implica la no existencia de la exclusividad inherente a los derechos de autor, sin que alguien pueda “apoderarse”, apropiarse o volver a implantar exclusividad sobre la respectiva creación. Precisamente, la no apropiación es la característica que diferencia un bien (en sentido amplio) integrado en el dominio público de un bien abandonado.

En efecto, la “Res nullius” se basa en una presunción de que la cosa es de nadie, y por consiguiente cualquiera que la encuentre pudiera apropiarse de ella.

En cambio, en la “Res communis” la cosa es de todos los hombres, de la humanidad, no admitiéndose apropiación individual³.

En efecto, con relación a los derechos patrimoniales de autor que han pasado a ser de dominio público y, en consecuencia, pasan al patrimonio cultural común, pudiendo la creación intelectual ser libremente publicada o divulgada, es el Estado el responsable de asumir la defensa de la paternidad del autor y la integridad de su obra, derechos que se encuentran estrictamente relacionados con los derechos morales de autor.

Una situación distinta se presenta cuando un determinado derecho patrimonial de autor respecto de una creación intelectual que por el transcurso del tiempo, ha pasado al campo del dominio público, se pretende ejercer sobre ella otro tipo de protección dentro del ámbito de la propiedad intelectual, específicamente, dentro del área de la propiedad industrial y como tal, ser susceptible de registro como algún elemento distintivo comprendido en el derecho de la propiedad industrial, ya bien sea, como marca de producto; marca de servicio; nombre comercial y/o lema comercial (slogan).

Así pues, el dominio público en el marco del derecho de autor también puede afectar otros derechos de propiedad intelectual que podrían subsistir en tales obras que han pasado a ser de dominio público. Por ende, el uso de ese nuevo derecho intelectual protegido no

¹ Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)

² DUSOLLIER, Séverine, *Estudio Exploratorio sobre el Derecho de Autor y los Derechos Conexos y el Dominio Público*, 07 de mayo de 2010, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

³ SCHMITZ VACCARO, Christian, *Revista Chilena de Derecho*, Vol. 36 N° 2, pp. 343 - 367 (2009), *Derecho Administrativo Económico, Propiedad Intelectual, Dominio Público y Equilibrio de Intereses*.

estará supeditado al derecho de autor, pero sí podría aplicársele otros derechos exclusivos que confieren otros sistemas de propiedad intelectual, tal como veremos más adelante.

Alfredo Lindley-Russo, señala: “es una suerte que la música de Mozart no cuente en la actualidad con derechos de autor que interfieran con su difusión, lo cual ha permitido que en los Estados Unidos, particularmente, en el estado de Florida, se emita una ley que exige que en las escuelas estatales se escuche música clásica a diario, mientras que en Georgia se haya dispuesto que cada niño que nazca en su estado tenga una copia de música clásica. Y es que a la muerte de un autor, sus derechos se transfieren a sus herederos por un tiempo determinado (70 años desde la muerte en el caso peruano), luego del cual la obra pasa a formar parte del dominio público. Esto quiere decir que cualquier persona podría utilizarla siempre que no afecte la integridad de la obra y se indique el nombre de su creador. Esa es la situación de las obras musicales de Mozart en la actualidad.

Pero ¿qué pasa si a alguien se le ocurre registrar como marca sonora todas las obras musicales de Mozart para distinguir cajas musicales para niños, grupos musicales o servicios de producción de obras musicales? Éstas dejan de pertenecer al dominio público y regresarían al dominio privado, otorgándole una exclusividad a favor de quien registró la música como marca auditiva, que además es posible que ni si quiera tenga relación alguna con el autor o con sus herederos. Esto quiere decir que solamente una empresa (quien registró el sonido como marca) podría vender estos productos o prestar estos servicios con la música de Mozart, pues cualquier otra empresa afectaría sus derechos.

Cabe dejar constancia que **no existe** prohibición expresa en nuestro ordenamiento jurídico que prohíba registrar obras que se encuentren en el dominio público como marcas y que además sí es posible registrar sonidos a título de marca (como la corneta de D’Onofrio o el ring-tone de Nokia). Lo que **sí existe**, es una prohibición de registro de signos que infrinja el derecho de autor de un tercero. Pero se entiende que ese derecho debe estar vigente y como hemos dicho, al cabo de 70 años luego de la muerte del autor, la obra pasa a formar parte del dominio público.

Si se presentara una situación como la descrita, aunque se nos ocurra considerar que el registro de la marca sonora constituida por las notas musicales que conforman las piezas musicales de Mozart para distinguir cajas musicales para niños, grupos musicales o servicios de producción de obras musicales; constituye una *ventaja funcional* para el solicitante de la marca, no estaríamos frente a una prohibición de registro. Y es que si bien nuestro ordenamiento no permite el registro de signos que otorguen ventajas funcionales o técnicas, esta prohibición está referida solo a marcas que constituyan formas, lo cual no se presenta en el caso de las marcas sonoras.

Sin embargo, si bien los derechos de autor terminan a los 70 años luego de la muerte de su autor, esto solo está referido a los derechos PATRIMONIALES y no a los derechos MORALES, entre ellos el de paternidad (esto es, el ser reconocido como autor de la obra), los que permanecen vigentes incluso luego que la obra haya pasado al dominio público. Así, la prohibición de registro nunca dejaría de ser aplicable pues si alguien distinto al autor o sus descendientes intentara registrar una obra que se encuentra en el dominio público, estaría infringiendo los derechos de autor de un tercero: en particular, el derecho moral

-y siempre vigente- de paternidad. Pero la duda me aborda: ¿y si el signo es solicitado a registro indicando quién es el autor de la obra, se infringe el derecho de paternidad?

De todas formas, creo que en estos casos siempre queda la posibilidad de considerar otras figuras jurídicas, como el fraude a la ley, y sobre esa base, denegar el registro de la marca solicitada, puesto que no es coherente que vía el derecho de marcas se pase por encima la lógica que encierra al dominio público en el ámbito de los derechos de autor⁴.

3. EL DOMINIO PÚBLICO Y SU RELACIÓN ENTRE EL DERECHO DE AUTOR Y LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Una forma de contrarrestar el hecho de que una obra intelectual pase al campo del dominio público está en la protección de la misma como signo distintivo. El nombre o el aspecto visual de un personaje, un dibujo o la forma de un objeto podrían ser registrados como signo distintivo, especialmente cuando el derecho de autor aplicable a tales creaciones intelectuales haya caducado.

Señala Séverine Dussolier que, “mediante la protección de un derecho patrimonial sobre una obra caduca como signo distintivo, el titular del signo podría en teoría prohibir a terceras personas el libre uso de una denominación, imagen o forma, a menos que medie una autorización expresa de su parte. Imaginemos que la imagen de Mickey Mouse se registra como marca visual (lo está en muchos países). Si llegara a ocurrir que el derecho de autor sobre dicho personaje caduque, Disney todavía podría recurrir a la marca registrada, sin limitación en el tiempo, pues se presentarían oportunamente en el tiempo, las respectivas solicitudes de renovación con el único objeto de impedir que terceras personas utilicen sin su autorización la imagen del famoso dibujo”.⁵

En principio, una creación intelectual que ha pasado a formar parte del dominio público está libre para todo tipo de usos. De esta manera, dicha libertad de utilización incluye también el registro de la obra como marca, sin que el titular original del derecho pueda hacer algo para impedir tal registro⁶ (salvo en el caso de que haga valer un derecho moral, si fuera perpetuo y si el registro pudiera perjudicar a la integridad de la obra).

En el ámbito de la propiedad industrial pueden encontrarse muchos ejemplos de obras del dominio público que han sido registradas como marca, desde dibujos animados hasta héroes de cómics, obras musicales⁷ o cuadros famosos.

Ahora bien, la amenaza de reconstitución indebida de un monopolio sobre una obra de dominio público está limitada, en muchos aspectos, por los mismos principios de la legislación vigente en materia de propiedad industrial.

⁴ LINDLEY-RUSSO, Alfredo, Comisión de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

⁵ DUSOLLIER, Séverine, *Estudio Exploratorio Sobre El Derecho De Autor y Los Derechos Conexos y El Dominio Público, 07 de mayo de 2010, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)*.

⁶ Véase, por ejemplo, el Tribunal Federal de Patentes de Alemania, 25 de noviembre de 1997, *GRUR*, 1998, 1021 (sobre el registro como marca de la *Mona Lisa*); Tribunal de Justicia del Benelux, 27 de mayo de 1999, 248 (registro de las primeras notas de *Para Elisa*, de Beethoven).

⁷ Al menos en los países que admiten el registro de sonidos como marcas.

Una primera característica de la protección de algún elemento de la propiedad industrial, es el requisito de ser suficientemente distintivo a fin de acceder a su registro: el signo para el que se reclama protección debe ser tal que distinga suficientemente frente a los consumidores los bienes o servicios que representa, tal como lo dispone nuestra legislación Comunitaria Andina⁸

Imágenes o sonidos de gran popularidad probablemente no presenten esta distinción requerida, puesto que el público estará más acostumbrado a percibirlos como expresiones creativas y en contextos culturales diversos y no como indicaciones del origen comercial de los productos aludidos,⁹ salvo que admitan un significado secundario.

En muchos casos, el valor primario de creación que cumple la obra, sea ésta de dominio público o no, será un obstáculo para el registro válido de la marca. Por ejemplo, los nombres “Tarzán” o “Harry Potter” se rechazaron como marcas válidas en los países del Benelux, ya que el público los asoció principalmente a personajes, obras y autores, y no al proveedor de los productos relacionados con dicha marca.¹⁰

Esto puede ser particularmente cierto en el caso de acondicionamientos distintivos o marcas que reproducen la forma del producto. Puede pensarse que la forma tridimensional de un producto es original y, como tal, estaría protegida por el derecho de autor. Luego el registro de una marca puede mantener la protección una vez que haya vencido el plazo del derecho de autor. Sin embargo, el registro de una forma tropieza con más limitaciones aún. Además de su necesario carácter distintivo y la dificultad que representa la aplicación de este requisito a las formas de un producto,¹¹ podrían darse algunos casos excluidos, como ocurre en la Unión Europea para las formas que añaden un valor sustancial al producto.

Las esculturas célebres sin duda podrían considerarse excluidas, ya que su valor sustancial es el de su forma como tal. En cuanto a la forma de ciertas obras de artes aplicadas, como los muebles de diseño reconocible, es plausible suponer que dicho diseño otorga un valor sustancial al producto, independientemente de que posea o no un carácter distintivo para el público.¹²

Esta exclusión también planteará algunas dificultades a la hora de registrar personajes tridimensionales.

⁸ Artículo 135° de la Decisión 486 de la Comunidad Andina: No podrán registrarse como marcas los signos que...b) carezcan de distintividad.

⁹ A. KUR, “General Report – Does/should trademark law prohibit conduct to which copyright exceptions apply?”, en *Adjuncts and Alternatives to Copyright*, Actas de las sesiones de la ALAI de 2001, Nueva York, p. 600.

¹⁰ Gerechtshof Amsterdam, 26 de julio de 2001 y 6 de noviembre de 2003, ambos casos citados y examinados en V. VANOVERMEIRE, *Inschrijving als merk van een in het publiek domeingevalven werk*, A. CRUQUENAIRE & S. DUSOLLIER (eds.), *Le cumul des droits intellectuels*, Larcier, 2009, p. 185.

¹¹ Véase, por ejemplo, la sentencia del Tribunal Supremo de Alemania, *GRUR*, 1952, 516, que excluye la apariencia de figuras de porcelana típicas, por carecer de carácter distintivo.

¹² VANOVERMEIRE, V. *op. cit.*, p. 190 y sig.

Por otra parte, la legislación sobre el derecho de autor sólo admite el registro de un signo específico, lo que puede limitar la protección de una marca que representa a un personaje.¹³

Dicho de otra manera, no podría registrarse el personaje del ratón Mickey como tal, sino únicamente su representación concreta (especialmente en la Unión Europea, donde se requiere una representación gráfica). En este caso, la protección se extenderá a signos similares a la marca registrada, en caso de existir el riesgo de confusión para el público consumidor y/o para los usuarios. Dicha posición no procederá al registrarse obras pictóricas como marcas, desde el momento que éstas tienen una sola representación.

Otra importante limitación para la protección de marcas esta constituida por el principio de especialidad. Así pues, la evaluación del requisito de distintividad de un signo materia de registro, se realizará tomando en cuenta necesariamente el tipo de productos y/o servicios para los cuales se está requiriendo su registro como marca, resultando obviamente como consecuencia de ello, que la protección otorgada se circunscribirá a los productos y/o servicios específicamente detallados, así como para aquellos que guarden una estrecha conexión competitiva en el mercado.

Por consiguiente, el ratón Mickey podría registrarse como un signo distintivo, sea en forma denominativa, figurativa y/o mixta, resultando que dicha protección tendrá un alcance determinado con relación a los productos y/o servicios especificados, al igual que respecto de aquellos que guarden una estrecha conexión competitiva en el mercado.

Otro ejemplo, es el caso de la obra pictórica del célebre óleo “La Lechera” del artista holandés Johannes Vermeer Van Delft, pintado entre los años 1658 y 1660, la cual ha sido registrada como una marca válida, para identificar productos lácteos comprendidos en la clase 29 de la Clasificación Internacional. Por consiguiente, su registro no afecta indebidamente al carácter de dominio público de la obra en sí, la cual podrá seguir utilizándose libremente, reproducirse o servir de base para cualquier otra creación derivada.

La única limitación se refiere a su utilización para productos lácteos en los territorios donde la marca en cuestión tenga protección como signo distintivo registrado ante las autoridades administrativas competentes. El monopolio adquirido gracias al registro exclusivo y excluyente de la marca, tal como se acredita en el presente caso, es de alcance limitado y sólo representa una intrusión parcial en el dominio público, constituido según los principios del derecho de autor.

Sin embargo, en muchos países la protección del signo distintivo irá más allá del ámbito del principio de especialidad al tratarse de marcas famosas y bajo ciertas condiciones, particularmente en el caso de atentarse contra la reputación de la marca en referencia.

Los tribunales deberán tomar la precaución de no aplicar de forma demasiado amplia la noción de debilitamiento o atentado contra la reputación de una marca notoria y más

¹³ GAIDE, A. V. *Copyright, trade mark and trade dress: Overlap of conflict for cartoon characters*, en *Adjuncts and Alternatives to Copyright*, Actas de las sesiones de la ALAI 2001, Nueva York, p. 557.

aún, renombrada, cuando dicha marca provenga de una obra de dominio público cuya libre utilización en la expresión creativa, pudiera ser considerada por el titular de la marca como un hecho perjudicial para la reputación de la misma.

Por otro lado, los titulares de marcas se verán inducidos a registrar sus signos en diversas clases de productos y/o servicios, con lo cual, estarían dejando de lado el principio de especialidad. Más aún, el registro de una marca para una determinada clase de producto y/o servicio comprendido en la clasificación internacional de Niza que se encuentre muy relacionada con la obra en sí y su valor creativo, podría darse el caso que llegue a impedir la libre utilización de la obra de dominio público.

Un ejemplo podría ser el eventual registro en la Comunidad Andina de Naciones de la denominación “DON QUIJOTE DE LA MANCHA”, por un lado, como marca de producto, para distinguir “libros; revistas; periódicos”, identificados en la clase 16 de la Clasificación Internacional; o, como marca de servicio para distinguir “educación, formación y actividades culturales; edición de libros” comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional.

Otro ejemplo sería registrar la marca denominada “LOS HERALDOS NEGROS”, en la misma clase 16 de la C.I., con el fin de identificar libros; periódicos y revistas; pudiendo resultar de ello, que se pretenda impedir la libre utilización de la obra que ya ha pasado a ser de dominio público, lo cual no debería ocurrir ni permitirse.

Una situación distinta sería solicitar y posteriormente obtener el registro como marca las indicadas denominaciones “DON QUIJOTE DE LA MANCHA” y “LOS HERALDOS NEGROS”, para distinguir servicios de restaurante y hospedaje, comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza, en los cuales no existe conexión competitiva alguna que pudiera relacionar a dichos personajes u obras de dominio público, con los servicios que se pretenderían proteger bajo tales denominaciones, ahora constituidas como signos distintivos que gozan del respectivo monopolio y como tal, exclusividad en su uso.

Semejantes registros de personajes tan conocidos permitirían a los titulares de los derechos, en caso de aceptarse el registro de la marca y poseer ésta un carácter suficientemente distintivo (algo que como hemos visto no siempre ocurre), impedir la reproducción de los mismos personajes en libros o películas una vez vencido el plazo de su protección en virtud del derecho de autor.

En esto reside el verdadero riesgo que, para el dominio público, se desprende del monopolio de una marca. A fin de prevenir la contaminación del dominio público por esta renovada mercantilización, debería denegarse el registro de una marca que tenga como finalidad restaurar un monopolio similar al que anteriormente producía el derecho de autor e impida la utilización de la obra en la expresión creativa. Tal denegatoria podría basarse en el principio del interés público o general.

Existen casos en la jurisprudencia, en que se ha procurado evitar la superposición de derechos de propiedad intelectual sucesivos en detrimento del dominio público.

En un caso presentado al Tribunal de Justicia Europeo, el abogado español, don Ignacio Ruiz-Jarabo Colomer, sostuvo que “el interés público no tendría que tolerar el

riesgo, por pequeño que este sea, de que los derechos de marca puedan invadir indebidamente el terreno de otros derechos exclusivos limitados en el tiempo, toda vez que, de hecho, los fabricantes cuentan con otros mecanismos eficaces para indicar el origen de un producto”.¹⁴ Aquí la marca se utilizó para obtener una nueva reserva en relación con una invención cuya patente había expirado, pero la afirmación es lo suficientemente amplia como para consagrarse como principio general, aplicable también al dominio público en virtud del derecho de autor.

Otro ejemplo adicional de caducidad de derechos patrimoniales de autor y por ende, haber pasado al campo del dominio público, podría estar constituido por el caso específico del personaje de “POPEYE” que al haber adquirido dicha condición, actualmente sería de libre uso y eventual posibilidad de registro como signo distintivo por cualquier persona natural o jurídica, sin que titular alguno pueda exigir el pago de derechos patrimoniales de autor por su uso y menos aún por su registro como elemento de la propiedad industrial, llámese en este caso, como marca.

En efecto, en la revista MCV, líder en el Reino Unido y en el mercado internacional de vídeo juegos, que se especializa en el entretenimiento, el ocio y noticias de tecnología, se ha difundido la noticia de que el personaje **POPEYE**, el famoso marinero de las espinacas y de la pipa perenne, ha quedado libre de copyright en la Unión Europea al cumplirse los 70 años desde la muerte de su autor, el historietista estadounidense Elzie Crisler Segar, fallecido en el año 1938. Así, para efectos de los derechos patrimoniales de autor, podría entenderse que dicha creación intelectual (**POPEYE**) ya es de dominio público desde el día 01 de enero del año 2009.

En los Estados Unidos de Norte América, la protección de los derechos patrimoniales de autor también es de 70 años contados a partir del fallecimiento del autor. Si se trata de una obra colectiva, el plazo es de 95 años contados a partir de su última publicación, liberándose recién la creación intelectual de las fuertes cadenas del copyright.

De otro lado, en Europa, específicamente en España, entendemos que la cadena de tiendas de ropa PULL & BEAR ya está utilizando la imagen del famoso *marinero* en sus productos, gracias quizá a que ha celebrado un convenio de licencia de uso de la marca POPEYE, con el titular de dicha marca, para identificar productos tales como vestidos; ropa exterior y similares, comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza.

En efecto, es de conocimiento público que en la Comunidad Económica Europea, existen diversas empresas que han obtenido ante la Oficina de Armonización del Mercado Interior el registro de la denominación POPEYE y/o figura en diversas presentaciones, para distinguir diferentes productos y/o servicios comprendidos en la Clasificación Internacional.

¹⁴ ECJ, *Linde AG, Winward Industries Inc. y Radio Uhren AG*, 8 de abril de 2003, C-53/01 a C-55/01, Opinión del Abogado General Ignacio Ruiz-Jarabo Colomer, de 24 de octubre de 2002 (29).

4. REGISTROS DE MARCAS A NIVEL INTERNACIONAL RESPECTO DE NOMBRES QUE ANTERIORMENTE ESTUVIERON PROTEGIDOS POR DERECHOS DE AUTOR Y QUE HAN PASADO AL DOMINIO PÚBLICO.

COMUNIDAD EUROPEA

a) AFC Enterprises, Inc. solicitó con fecha 01 de abril de 1996, el registro de la marca **POPEYES** para distinguir, por un lado, productos de la clase 29 y, por otro, servicios de la clase 42 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el 15 de febrero de 1999, el Certificado de Propiedad N° 171280.

b) Posteriormente, AFC Enterprises, Inc. solicitó con fecha 19 de noviembre de 2002, el registro de la marca **POPEYES CAJUN OUR WAY CHICKEN & BISCUITS**, para distinguir, por un lado, productos de las clases 29 y 30 y, por otro, servicios de la clase 43 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el 07 de enero de 2004, el Certificado de Propiedad N° 2959021.



c) Hearst Holding Inc., con fecha 26 de junio de 2009, solicitó el registro de la marca **BABY POPEYE & FRIENDS Y FIGURAS** para distinguir productos comprendidos en las clases 16, 18, 21, 25 y 28 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el 16 de marzo de 2010, el Certificado de Propiedad N° 8391468.



d) La misma empresa solicitó con fecha 12 de febrero de 2010, el registro de la marca comunitaria **POPEYE** en forma nominativa, en las clases 1 a la 11 y 13 a la 45, inclusive, de la Clasificación Internacional, es decir, en prácticamente todas y cada unas de las 45 clases de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el día 04 de enero de 2011 el correspondiente Certificado de Propiedad N° 9645441.


La solicitud de registro de la misma marca en la clase 12 fue presentada bajo el expediente N° 8880339, la cual ha sido objeto de oposición por parte de un tercero y que a la fecha aún se encuentra en trámite.

Sin embargo, debemos tomar en cuenta que la compañía King Features Syndicate, Inc., actual propietaria de la marca **POPEYE** en diversos países, ha comunicado su intención de proteger al personaje “agresivamente”.

Los abogados lo explican así: “los dibujos de Segar están fuera del copyright, motivo por el cual cualquier persona natural y/o jurídica podría disponer que sean impresos en camisetas, pósters y cartas. Pero si se fabrica, distribuye y/o comercializa un juguete o una lata de espinacas con la denominación y/o imagen del personaje **POPEYE**, se podría estar infringiendo los legítimos derechos de propiedad industrial de una marca registrada, siendo pasibles los responsables a las acciones administrativas, civiles y penales correspondientes.”

INDIA

La compañía Hearst Holdings, Inc., ha obtenido el registro de la marca **POPEYE** en forma nominativa y mixta, para distinguir diversos productos de la Clasificación Internacional, tal como pasamos a ilustrar a continuación:

MARCA	CLASE	CERTIFICADO	VENCIMIENTO
a) POPEYE	16	300596	17-04-2020
	16	532258	14-08-2007

ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

a) King Features Syndicate, Inc., obtuvo con fecha 28 de julio de 1931, el registro de la marca **POPEYE**, para distinguir tiras cómicas de la clase 16 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 285410.

b) Ingersoll-Brand Company Corporation, obtuvo con fecha 20 de enero de 1976, el registro de la marca **POPEYE**, para distinguir tornos de la clase 07 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 1030594.

c) Hearst Holdings, Inc., obtuvo con fecha 26 de octubre de 1999, el registro de la marca **POPEYE & BLUTO'S BILGE RAT BARGES**, para distinguir servicios de restaurante de la clase 43 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 2289201.

d) AFC Enterprises, Inc. con fecha 31 de julio de 2007, obtuvo el registro de la marca **POPEYES CAJUN OUR WAY CHICKEN & BISCUITS**, para distinguir, servicios de restaurante de la clase 43 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 3722168.



e) GRUPPO CORDENONS S.p.A., obtuvo con fecha 19 de octubre de 2010, el registro de la marca **MONNALISA**, para distinguir papel y artículos de escritorio de la clase 16 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 3864537.

f) Mona Lisa N.V., obtuvo con fecha 23 de junio de 2009, el registro de la marca **MONA LISA**, para distinguir productos farmacéuticos de la clase 05 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 3643787.

g) Mona Lisa Development, LLC., obtuvo con fecha 22 de abril de 2008, el registro de la marca **MONA LISA AT CELEBRATION**, para distinguir servicios de corretaje y servicios de hospedaje, de las clases 36 y 43 de la Clasificación Internacional, respectivamente, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 3415741.

h) Pegarus, Inc., obtuvo con fecha 13 de mayo de 2003, el registro de la marca **MONA LISA'S SWORD**, para distinguir servicios educativos y de enseñanza de defensa personal de la clase 41 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 2715655.

i) Mona Lisa Style, LLC., obtuvo con fecha 30 de marzo de 2010, el registro de la marca **MONA LISA STYLE**, para distinguir servicios de software de la clase 42 de la Clasificación Internacional, habiéndosele otorgado el Certificado de Propiedad N° 3766613.

ARGENTINA

MARCA	CLASE	CERTIFICADO	TITULAR
a) TRES			
MOSQUETEROS	33	2582148	Miguel Morales
b) ROBIN HOOD	30	2408375	Cía. Alimentos Fargo S.A.
c) ROBIN HOOD'S			
SHERWOOD	28	2781001	WMS Gaming, Inc.
d) ROBIN HOOD	31	2971438	Lozano SRL.

BRASIL

La compañía Hearst Holdings, Inc., ha obtenido el registro de la marca **POPEYE** en forma nominativa y mixta, para distinguir diversos productos de la Clasificación Internacional, tal como pasamos a ilustrar a continuación:

MARCAS

MARCA	CLASE	CERTIFICADO	VENCIMIENTO
a) POPEYE	09	811945723	27-10-2012
b) POPEYE	16	2600650	25-10-2011
c) 	16	812693558	02-08-2018
d) 	20	812695011	23-08-2018
e) 	24	812693493	01-08-2019
f) 	25	812693540	29-04-2018
g) POPEYE	28	811945715	30-07-2011



CHILE

MARCA	CLASE	CERTIFICADO	TITULAR
a) POPEYE CUIDA SU PIEL	03	820902	Miguel Maritano S.A.
b) POPEYE	16	454694	King Features Syndicate
c) DON QUIJOTE DE LA MANCHA	03	787384	Luis López Benitez
d) MONA LISA	16	680537	Tulsidas Mohinani
e) MONA LISA	21	680538	Tulsidas Mohinani
f) ROBIN HOOD	30	760685	Bravarco Ltda.
g) LOS TRES MOSQUETEROS	30	853312	Mars, Inc.
h) ALI BABA	30	766301	Industria Trendy S.A.
i) ALI BABA	42	563787	Ashraf Kanaan
j) ALI BABA RESTAURANT	43	905685	Linda Abu-Gosch


k) RIN TIN TIN	09	844154	Imp. Samzhem Ltda
l) RIN TIN TIN	16	744147	Rin Tin Tin Ltda.
m) LASSIE	31	857963	Classic Media, Inc.

COLOMBIA


La compañía King Features Syndicate, Inc., ha obtenido el registro de la marca **POPEYE** en forma nominativa y figurativa, para distinguir diversos productos de la Clasificación Internacional, tal como pasamos a ilustrar a continuación:

MARCA	CLASE	CERTIFICADO	VENCIMIENTO
a) POPEYE	16	66330	07-12-2012
b) 	16	126795	14-12-2014
c) 	25	125368	31-03-2014
d) POPEYE	28	127688	14-12-2014
e) POPEYE	31	261083	31-12-2012

Por otro lado, también existe registrada en Colombia la marca **MONA LISA** por distintos titulares, tal como se ilustra a continuación:

MARCA	CLASE	CERTIFICADO	TITULAR
f) 	19	323321	Juan Carlos Salazar Noreña
g) MONALISA	25	394815	Creaciones Monalisa Ltda.


VENEZUELA

MARCA	CLASE	CERTIFICADO	TITULAR
a) 	28	270688	Hearst Holding, Inc.
b) POPEYEA	05	287393	Rep. Premium Brands C.A.
c) LASSIE	29	246455	Molinos Nacionales C.A.
d) ALI BABA	42	044380	Hilal Kanaan

MARCAS

PERÚ

En el Perú, igualmente ya se han logrado inscribir marcas nominativas, figurativas y mixtas ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Industrial (INDECOPI), que anteriormente estuvieron protegidas por el derecho de autor y que han pasado al dominio público, tales como:

MARCA	CLASE	CERTIFICADO	TITULAR
a) 	30	100312	Galletera San Lucas S.A.
CHARLES CHAPLIN Y FIGURA			
b) POPEYE	16	119312	Hearst Holdings, Inc
c) POPEYE	25	118040	Hearst Holdings, Inc
d) POPEYE	28	118041	Hearst Holdings, Inc
e) 	29	150835	Hearst Holdings, Inc.
f) POPEYE	29	150836	Hearst Holdings, Inc.
g) 	30	070268	AFC Enterprises, Inc.
MARCA	CLASE	CERTIFICADO	TITULAR
h) POPEYE	31	120785	King Features Syndicate, Inc.
i) POPEYES	43	017306	AFC Enterprises, Inc.

En conclusión, a lo largo de este trabajo, hemos podido apreciar que existen diversas marcas, tales como: **POPEYE**, **MONA LISA**, **ALI BABA**, **RIN TIN TIN** y muchas otras más en diversos países del mundo, registradas a nombre de distintos titulares, para identificar una variedad de productos y servicios comprendidos en diversas clases de la Clasificación Internacional, cuyas marcas vienen coexistiendo pacíficamente en cada uno de los respectivos mercados sin estarse produciendo riesgo de confusión ni riesgo de asociación alguno entre los consumidores y/o los respectivos usuarios, lo que demuestra en forma indubitable, el hecho real y palpable de que es posible solicitar y obtener el registro de marcas tanto de nombres como de figuras y/o imágenes, que anteriormente estuvieron protegidas por el derecho de autor y que por el transcurso del tiempo han pasado a ser de dominio público, sin que se vean afectados derechos de autor morales ni patrimoniales, respecto de una creación intelectual.

