



# Propiedad Industrial

Revista Cubana de la Propiedad Industrial

Volumen I No. 1 diciembre 1995

Concedida en España

130 DE 1800

on 18 de Enero de 1896

Núm. de orden 1981

R. O.

Cartura en 18 Enero 1916

Núm. del Inventario 987

13 Mayo

96. Certificado de patente núm. 18.065, a favor de  
M<sup>te</sup> Louis Ernest Barbier, por Mejoras  
en el sistema para la limpieza de granos y mijo  
Luis Barbier

(No amf)



# rendija

Revista Cubana de la Propiedad Industrial

Volumen I No. 1 diciembre, 1989

## Sumario

OCPI: Un cambio en sus signos de identidad.

La Propiedad Industrial  
como instrumento de la empresa moderna.

Las marcas comerciales  
para la nueva empresa cubana.

Las técnicas de conservación  
al servicio de la historia de la técnica.

Respuesta al desafío: enseñanza  
especializada en Propiedad Industrial.

Las invenciones y la Propiedad Industrial  
en la encrucijada de los siglos.

### TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS:

Prohibida la reproducción parcial o total sin permiso expreso de los editores. Los artículos firmados son responsabilidad absoluta de sus autores y no necesariamente reflejan el criterio del Consejo Editorial.

### CONSEJO EDITOR:

Editor Jefe: Lic. América Santos Riveros.

Miembros del Consejo Editor: Lic. Mercedes Castro Marquetti, Lic. Alfredo Figarola Duque, Lic. Pablo Díaz Martínez, Lic. Eva Romeu Lameiras, Ing. María Cecilia Barquet, Lic. Consuelo Abascal Muñoz.

Diseño Gráfico y Realización: Mayra Pérez Díaz

ISSN: 1563-1572

Oficina Cubana de la Propiedad Industrial  
Paseo #15 entre Luz y Acosta, La Habana Vieja, Ciudad de La Habana, Cuba. CP 10100

Teléfonos: (+537) 61-0670, 61-3602, 62-4375, 62-4395, 62-9771.

Fax: (+537) 33-5610 E-mail: ocpi@ocpi.cu

3

### Nota editorial

Una revista que ve la luz es el fruto de una suma de intelectos.

La Propiedad Industrial es aquella que se adquiere sobre los logros del intelecto humano: las invenciones, los modelos de utilidad, los modelos industriales, las marcas y otros signos distintivos, que, en el tránsito entre dos milenios, están en el corazón del desarrollo tecnológico y del mercado.

La revista Rendija, cuyo primer número está en sus manos, pretende tender un puente entre las particularidades de la protección legal del intelecto creador y el intelecto de los creadores o futuros creadores y de aquellos que en la empresa, el centro de investigación, la universidad, la industria o el comercio enfrentan el desarrollo con una actitud innovadora.

Puente al fin, construido sobre un vacío que ya, ineludiblemente, había que franquear, es una vía con doble sentido: intentaremos transportar por él conocimientos al lector y, de los conocimientos, sugerencias y exigencias del lector, enriqueceremos.

La Rendija es amplia. No sólo se asomará para descubrir que el paisaje, en ambos lados, es idéntico, pues la Propiedad Industrial no germina sobre otro suelo que la vida cotidiana; sino que, a través de esta ranura, podremos también estrecharnos la mano.

Tiéndonos la suya y ayudemos juntos a caminar a esta aventura que nace.

5

7

10

13

16

# **Año 2000. Eventos sobre Propiedad Industrial.**

Durante el año 2000 se efectuarán eventos sobre las siguientes temáticas :

- .. Taller sobre Comercialización de Variedades Vegetales
- .. Taller sobre Comercio Electrónico
- .. Seminario sobre Propiedad Intelectual y Creatividad
- .. Taller sobre Promoción de la Innovación y Comercialización de Resultados
- .. Taller sobre Valorización de la Propiedad Industrial
- .. Evento Internacional sobre las Marcas en el 2000
- .. Taller sobre Denominaciones de Origen

## **Premio OCPI.**

Como cada año , se entregarán en el mes de octubre del 2000 el Premio OCPI a la Creatividad y la Innovación Tecnológica en 3 categorías a saber: Invenciones y Modelos Industriales , Marcas Comerciales y Creatividad Infantil.

El Premio OCPI se ha convertido ya no sólo en una importante tradición, sino en un espacio donde encuentran cabida y son reconocidas las mejores estrategias empresariales en materia de Propiedad Industrial.

Las instituciones cubanas y los inventores en general - además de niños y niñas hasta los 14 años - pueden participar en esta cuarta edición del Premio, cuya convocatoria se hará pública próximamente.

# OCPI: un cambio en sus signos de identidad.

*Elizabeth Fontanills Romero y Mayra Pérez Díaz*

En la década del 90, debido a todos los cambios ocurridos en el país, la Propiedad Industrial y la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial, comienzan a ser vistas por algunas personas, en su verdadera magnitud. La nueva situación hizo que la oruga, muy bien nutrida de información y formación de su personal durante años de silenciosa evolución, rompiera su crisálida y se mostrara ante el mundo. Pero el mundo nacional, resultó ciego a la Propiedad Industrial, y la mariposa, desposeída de color y brillo.

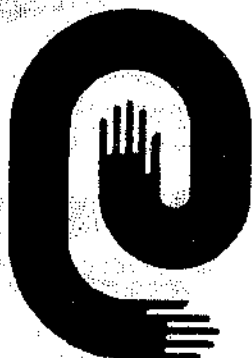
Ante esto la Oficina se trazó, como uno de sus más importantes objetivos estratégicos, la creación en el sector nacional, de una cultura de Propiedad Industrial que abriera los ojos a sus usuarios —más potenciales que reales— y les mostrara una mariposa que, en los colores de sus alas, representara toda su riqueza interior. Es así, como, en 1997, se comienza un trabajo encaminado a realizar un cambio radical en cuanto a sus signos de identidad.

El primero de estos cambios fue con relación a su signo lingüístico. El antiguo nombre, Oficina Nacional de Inventiones, Información Técnica y Marcas, no era lo suficientemente representativo de las funciones de la Institución. Es por ello que, a partir del 26 de Marzo de 1997, tras ser emitida la Resolución No. 29 de la Ministra de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, comienza a llamarse oficialmente por el nombre de: Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI).

El trabajo continuó con un proyecto de diseño entre cuyos objetivos se encontraban la búsqueda de nuevos signos visuales de identidad para la Oficina, un cambio en toda su proyección editorial y la creación de un sistema de señalización que resolviera los problemas de circulación interna de la misma.

Los signos visuales de identidad son: el símbolo, el logotipo y el color, y la combinación armónica, estructurada y estable de estos elementos en un todo es lo que conocemos por identificador.

El nuevo símbolo de la Oficina representa, fundamentalmente, los conceptos: protección, evolución y creación. Está formado por una línea que se cierra sobre sí misma formando una espiral. Los dos extremos de la línea son manos abiertas, símbolo de la creación y la evolución humana —al igual que la espiral.



El todo se asocia a los brazos de una madre cuando carga a su hijo o la posición que tomamos cuando nos llevamos algo al pecho para protegerlo o cuando nos protegemos nosotros mismos. Su discurso es: "el hombre protegiendo la creación del hombre".

También se puede asociar a una huella digital, símbolo de identidad, de pertenencia y de autoría indiscutible de lo creado y registrado a través del tiempo.

## (IMAGEN SÍMBOLO)

La construcción del logotipo transmite fundamentalmente fortaleza y unidad entre las partes del todo.

## (IMAGEN LOGOTIPO)

Finalmente, símbolo y logotipo se funden, colocando el primero en el lugar correspondiente al ojo de la O de OCPI, reforzando aún más el concepto de protección.

El nombre completo de la Institución se ha colocado en las partes superior e inferior del símbolo separando lo nacional: Oficina Cubana, de lo universal: Propiedad Industrial. El contraste que se establece entre las tipografías empleadas representa la interacción entre lo antiguo de esta actividad y su constante y dinámico desarrollo.

Los colores corporativos establecidos son el rojo vino (cuatricromía pantone 93-1) asociado a la abundancia y que transmite seriedad y elegancia, y el gris (negro 75%) asociado a la piedra y los metales, que confieren fortaleza.

El conjunto todo, tiende a la verticalidad enfatizando en los conceptos evolución y crecimiento.

## OFICINA CUBANA



## DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

### (IMAGEN IDENTIFICADOR)

Posteriormente a la creación de estos signos de identidad, se procedió a la ejecución del Programa de Identidad.

Fueron diseñadas la papelería básica (papel de carta, sobres de carta y manila, tarjetas de presentación, modelo para fax y memorándum), la papelería administrativa (modelos del departamento de economía y de la sala de lectura entre otros) y los títulos de Registro de las diferentes modalidades de la Propiedad Industrial (Invenciones, Modelos Industriales, Marcas y otros signos distintivos).

También se hizo un diseño para identificar el parque móvil de la institución, y una serie de souvenirs que junto a un plegable promocional constituyen los primeros pasos de publicidad de los nuevos signos de identidad de la Oficina.

En cuanto al PERFIL EDITORIAL de la misma, se dictaron toda una serie de pautas para que todas las publicaciones tengan un lenguaje común que permita la rápida asociación con la Institución.

Los esfuerzos se centraron, no obstante, en el Boletín Oficial, principal publicación de la Oficina, y segunda del país en el sector jurídico. Téngase en cuenta que el sistema de Propiedad Industrial, desde sus orígenes, tiene la obligación de publicar documentos donde se divulgue el estado actual de la tecnología en cada país y los registros que se confieren, manteniendo así un constante intercambio de información entre las distintas Oficinas de patentes del mundo.

Próximamente, el Boletín Oficial de la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial, saldrá a la luz con un nuevo diseño editorial, portador de la identidad de la Oficina y que utiliza, en la manera de brindar la información, las normas y códigos internacionales establecidos por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Las necesidades de comunicación de la OCPI, no han sido satisfechas en su totalidad con el trabajo realizado, aún falta mucho por diseñar e implementar, pero al menos han sido dadas las primeras pinceladas en las alas de la mariposa que comienza a ser vista como una herramienta imprescindible para el trabajo del hombre del siglo XXI.

# La Propiedad Industrial como instrumento de la empresa moderna.

*Maria Cecilia Barquet Rodríguez*

La función cada vez más importante de la tecnología en el desarrollo económico y la transferencia cada vez mayor de derechos de propiedad intelectual con fines competitivos dentro y fuera de las fronteras, hacen que la propiedad industrial y el derecho de autor se utilicen cada vez más como instrumentos jurídicos para proteger diversas modalidades como son las invenciones, marcas, modelos de utilidad, modelos industriales, obras científicas, software, topografías de circuitos integrados y otras.

A medida que van aumentando los costos y riesgos que implica el desarrollo de nuevos productos y procesos, se crea una interdependencia cada vez mayor entre el comercio y la tecnología a nivel mundial.

En una empresa, para elevar la efectividad económica, no basta con garantizar un determinado nivel de los resultados de la investigación y desarrollo, sino que también es necesario evaluar su cartera de la propiedad intelectual, siendo uno de los factores clave que determinan el éxito o fracaso de la misma, el grado en que ésta explota efectivamente su capital intelectual, el cual constituye un activo intangible que es absolutamente necesario tener identificado. Dentro del mismo se incluyen invenciones, marcas, nombres comerciales, software, secreto comercial, bases de datos, know-how, y otros.

La propiedad industrial es especialmente importante hoy en día pues sirve para proteger, entre otras, las invenciones industriales, sobre cuya explotación se le atribuye al titular un derecho temporal de explotación exclusiva. El solicitante debe presentar la patente, describiendo en su solicitud el invento, de manera que cualquier experto normal en la materia pueda ponerlo en práctica. Una vez concedida la patente y durante la vigencia de la misma, que no suele exceder de 20 años, nadie puede explotarla sin la autorización del titular, es decir, nadie puede fabricarla, utilizarla, comercializarla o

importarla en aquellos países donde esté protegida. En cualquier caso, es fundamental tener en cuenta que una patente de invención no tiene utilidad si no se va a explotar comercialmente el objeto de la protección y, por consiguiente, carecería de sentido incurrir en los gastos inherentes a su registro y a mantener la vigencia, así como en el riesgo de su divulgación, optándose en muchos casos, atendiendo a ésta y a otras consideraciones, por mantener en secreto las invenciones industriales y comercializarlas por la vía del contrato o licencia de transferencia de tecnología que involucre cláusulas restrictivas asociadas o no a invenciones registradas.

Como todos sabemos, la tecnología y las invenciones son parte importante del proceso de innovación tecnológica que transforma las ideas en productos comercializables.

Este proceso es muy complejo y, como tal, exige competencia profesional y conocimientos especializados. La etapa de comercialización del proceso de innovación es decisiva para el éxito de toda invención e innovación. Las utilidades, expresadas en beneficios obtenidos de su comercialización, son la verdadera prueba del éxito de una invención o de un nuevo producto mejorado.

Si consideramos con mayor detenimiento el proceso de innovación, nos damos cuenta de que existen básicamente 4 etapas principales superpuestas y relacionadas entre sí: la etapa de generación de la idea y el concepto, la etapa del desarrollo y la concepción, la etapa del prototipo y la reproducción, y la etapa de la producción y comercialización.

El punto decisivo en el proceso de innovación es la etapa de la producción y la comercialización, cuando la invención, el producto mejorado o el proceso se somete a la prueba del mercado. Sólo cuando los consumidores y los usuarios acepten los mismos en el mercado, podrán éstos generar ingresos que compensarán a los

empresarios (o inventores) por la inversión realizada y terminarán también por producir beneficios.

El resultado de la comercialización no solo se debe a la calidad de las invenciones, sino también a la influencia de otros factores, vinculados entre ellos, tales como los costos de inversión, el entorno tecnológico, la demanda del producto en el mercado y otros, por lo que las estrategias de comercialización no responden a una regla fija y dan lugar a múltiples acciones de interfase, entre las que se hallan las relativas a la propiedad intelectual y su valoración.

Muchas metodologías valoran la capacidad competitiva de las invenciones sobre la base de datos obtenidos en la etapa de investigación y así la determinan mediante fórmulas al respecto dándole una valoración cuantitativa a cada factor o, de forma intuitiva, si procediera o no en determinados países su comercialización y debida protección por patente. Algunos indicadores para valorar la capacidad competitiva de una invención en cada país son:

- 1: Lugar del objeto en el mercado (nuevo tipo, nuevas características, análogos, etc.)
- 2: Probabilidad de envejecimiento moral (capacidad rápida o no)
- 3: Valor del objeto en el mercado (satisface nuevas necesidades o existen objetos similares sobre la base de los indicadores medios)
- 4: Dimensiones del mercado (todo el país, algunas regiones, razas, sexos, edades, etc.)
- 5: Probabilidad de ampliación del mercado (nuevo o conocido, publicidad, etc.)
- 6: Grado de protección de la propiedad industrial (patentes principales, secundarias, marcas, know-how, secreto industrial, etc.)
- 7: Influencia sobre el mercado (amplía la venta de otros, los sustituye o no tiene relación)
- 8: Idoneidad (presencia de materias primas, recalificación o no del personal, equipamiento nuevo o renovación del mismo, etc.)

Además de estos indicadores, deben tenerse en cuenta para la comercialización y el registro conveniente de las invenciones en el extranjero, las principales regulacio-

nes legislativas de la propiedad industrial en aquellos países donde se pretende proteger, la inversión que debe realizarse para la protección internacional, el pago de las tasas de mantenimiento y el empleo de los abogados de la propiedad industrial para estos fines, así como para la protección de estos activos intangibles frente a terceros infractores en la defensa de los derechos adquiridos.

En general, todos estos aspectos se tienen en cuenta en función de los costos, el mercado y los ingresos que se van a recibir. En ocasiones es conveniente crear alianzas estratégicas entre empresas tales como acuerdos de licencia, empresas mixtas, fusiones y acuerdos de colaboración en materia de investigación y desarrollo, traspasando las fronteras y culturas nacionales, para lo cual se establecen diferentes formas de aportación del capital, incluyendo el capital intelectual, que facilitan las prácticas comerciales.

Todo esto implica la conversión de las empresas modernas en organizaciones inteligentes de excelencia que deben interactuar con el entorno productivo, científico, financiero y con el mercado, durante el proceso de innovación tecnológica.

# Las marcas comerciales para la nueva empresa cubana.

**Julio Enrique Díaz Cambón**

La marca comercial es considerada actualmente por los empresarios como su principal aliada ante los retos que les impone el mercado.

Las marcas, a través de sus funciones, logran dar una ubicación casi precisa de la empresa frente a los consumidores y el resto de los competidores. En primer lugar, la marca permite a un empresario determinado identificar sus productos de sus similares que se encuentren a la venta en ese momento y da la posibilidad a los consumidores de diferenciar unas mercancías de otras y de escoger las deseadas. En segundo lugar, establece una relación marca-origen empresarial lo que posibilita que tanto los competidores como los clientes potenciales logren identificar quién es el que produce

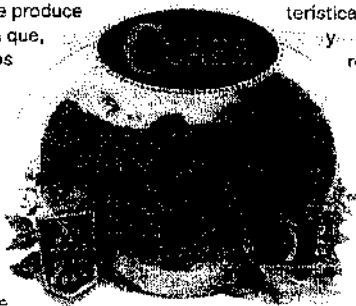
lo que en gran medida permitirá que, no sólo se den a conocer los productos o servicios sino también el nombre de la empresa, otorgándole un lugar en el entorno competitivo. En tercer lugar, la marca trae consigo un mensaje sobre la calidad de los productos, lo que la hace de una mayor o menor demanda. En último lugar, encontramos que la marca constituye el elemento fundamental de la campaña publicitaria, ya que deberá aparecer dentro de la publicidad para que los consumidores logren primeramente conocerla y, posteriormente, gracias a esto, distinguir los productos o servicios.

La conjunción de estas cuatro funciones es la que posibilita al creador de la marca un efectivo desempeño mercantil, el que tiene su principal motivación en la reacción del consumidor.

El primer paso de la estrategia de introducción de una marca en el mercado es la selección y conjugación de los caracteres, formas y demás elementos que compondrán

el signo distintivo. Para dicha creación, el empresario debe efectuar un exhaustivo estudio de mercado, así como de las posibilidades intrínsecas al producto o servicio que se introduzca, el cual pueda desenvolverse entre los siguientes extremos:

- Estudio de las características poblacionales del consumidor de la mercancía (grupo social integrado por personas de determinada profesión, edad, nivel cultural, posición económica, afición o cualquier otra necesidad material o espiritual).
- Estudio de la cultura comercial de la región o país de destino de la mercancía, así como de las características de la política, religión o costumbres y principios morales existentes en dicha región o país.
- Estudio de la legislación sobre Propiedad Industrial existente, en esencia, la normativa en cuanto a prohibiciones legales para el registro de la marca.
- Estudio, mediante los servicios de búsqueda, de las marcas preexistentes y que puedan interferir o ser interferidas por la marca que se pretenda introducir.



Ejemplo donde aparece una relación marca-origen

El signo que se seleccione debe tener la principal virtud de su asequibilidad, o sea, que sea fácilmente recordable por el consumidor. Asimismo, pero con extremo cuidado de no violar las prohibiciones absolutas que se establezcan, debe lograr un vínculo asociativo estrecho con el producto o servicio al que se incorpore; esta última condición no es estrictamente necesaria en el sentido de que, en muchas ocasiones y sobre la base de una correcta estrategia, el signo seleccionado es un nombre o diseño de fantasía. En este caso, la asociación se logra mediante una efectiva comercialización del producto o servicio acompañada de una satisfactoria publicidad.



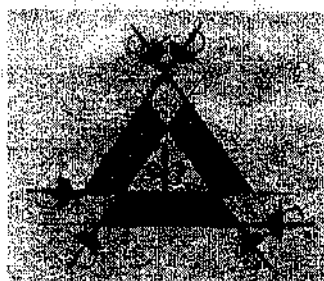
El vínculo asociativo comerciante - consumidor debe hacerse más estrecho en la medida que la marca tenga un uso efectivo. La definición de asociación debe interpretarse como el eficaz cumplimiento de las funciones de la marca. La asociación incluye la diferenciación del producto o servicio dentro del mercado, la identificación de su origen o procedencia, el reconocimiento de su calidad y el resultado de una publicidad cuyo centro es la marca.

La titularidad de las marcas se obtiene a partir de su registro en las oficinas estatales de la Propiedad Industrial o mediante su uso efectivo en el mercado, coexistiendo ambas posibilidades en múltiples países.

En nuestro país, la legislación vigente, al igual que las leyes que la antecedieron, establece el sistema registral. La marca se concede a partir de su solicitud en la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial la cual, como autoridad competente, tomando en cuenta los elementos brindados por los especialistas en la materia, resuelve la concesión o no del registro con arreglo a los requerimientos exigidos en dicha ley.

La solicitud de registro de la marca es el paso fundamental del interesado en ostentar su titularidad, ya que condiciona una serie de derechos establecidos en las leyes y convenios internacionales.

Toda empresa que tenga interés comercial en introducir determinada marca en el mercado debe tener en cuenta este principio y confeccionar una estrategia adecuada para garantizar su derecho de prioridad en los diferentes países, teniendo en cuenta que los registros marcarios son territoriales, o sea, que la obtención de los derechos en un país no se hace extensiva, de forma general a otros países, salvo en los casos en que la solicitud se presente con anterioridad al plazo de seis meses posteriores a la fecha de presentación en el país



de origen según lo dispuesto en el artículo 4.C.1 del Convenio de París.

A tenor de lo establecido en el artículo 16.1 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio de 1994 (ADPIC) el titular de la marca goza del derecho exclusivo de impedir que otras personas, sin su consentimiento, utilicen, en el curso de operaciones comerciales, signos idénticos o similares para bienes o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los que se ha registrado la marca, cuando ese uso de lugar a probabilidad de confusión.

La legislación nacional cubana (Decreto-Ley No. 68 de 1983) garantiza la exclusividad de los derechos a partir del concepto de "uso exclusivo de la marca" establecido en su artículo 145.

Dentro del capital de las empresas nos encontramos diferentes elementos activos y en todos es posible determinar la cuantía de su valor monetario con independencia de su naturaleza tangible o intangible. La marca es uno de estos activos en tanto es un bien objeto de propiedad con una función jurídica y comercial determinada y con la posibilidad de

transmisión total o parcial.

Para la empresa contemporánea la marca constituye un bien que no se deprecia, como ocurre con los bienes materiales que, por su propia naturaleza y la veloz transformación de las necesidades materiales y espirituales de los consumidores, pierden su valor de uso y, en consecuencia, su valor monetario.



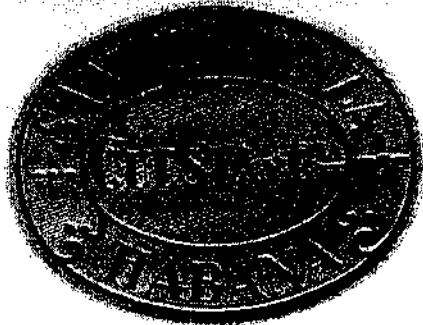
La intangibilidad de la marca la hace inmune al desgaste debido a la acción de elementos físicos, no así al desgaste por una mal diseñada estrategia de uso efectivo por lo que, de la capacidad intelectual de la empresa, depende la conservación de su valor de uso.

El valor económico de la marca depende estrechamente de su capacidad para desarrollar las funciones inherentes a su naturaleza. El grado en que esta contribuya a lograr el éxito del producto o servicio e identificar a los consumidores con éstos es condicionante de su cotización en unidad monetaria, la cual se manifestará en el tráfico de la marca como bien.

La marca puede ser valorada en un doble sentido si tomamos en cuenta al sujeto (consumidor o empresario) encargado de realizar dicha valoración lo que condiciona en cada uno de los casos el método que se debe tomar en cuenta.

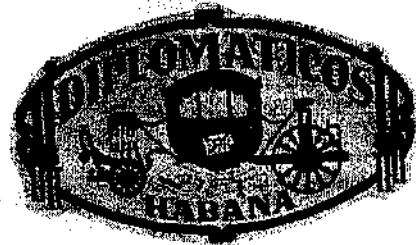
Cabe destacar que, aunque los trámites legales para el registro y para la defensa, tanto preventiva como efectiva, de la titularidad y la exclusividad de los derechos, implican desembolsos monetarios, no es lógico que los mismos influyan directamente en la valorización de la marca. A pesar de que muchas veces, de estas acciones depende el futuro del signo, sus costos no están condicionados por las cualidades intrínsecas del mismo, sino por otros elementos externos. En algunos casos esta interpretación no ha sido tomada en cuenta, y en correspondencia con esto determinadas empresas incluyen dichos gastos en el cálculo del valor de su marca, incluso, como elemento esencial y determinante.

La marca, como factor de comunicación comerciante-consumidor, debe lograr la transmisión fidedigna de los valores de los productos o servicios y, una vez que el consumidor logre definir la identidad de la marca y acceder a las mercancías, se materializará el valor de uso de la marca en ganancias para el empresario. Es por ello que, dentro de la competencia en determinado mercado, el empresario debe cuidar que esta información no sufra la interferencia de comerciantes desleales que pretendan obtener beneficios procedentes del prestigio de la marca.



La competencia desleal es un fenómeno muy usual en el mercado de todos los tiempos. Con la creciente complejidad del mismo, las conductas anticompetitivas se hacen a su vez más complejas y difíciles de determinar, sin una adecuada estrategia de protección.

Por último, el hecho de que una marca pueda constituir el centro de una empresa, no es una ficción; existen empresas que le deben la supervivencia y otras, el desastre. De la estrategia del empresario dependen estas alternativas. La marca no es un fenómeno que deba ser enfocado dentro de los límites de la Propiedad Industrial, sino dentro de todo el comercio e, incluso, como fenómeno social.



# Las nuevas técnicas de conservación al servicio de la historia de la técnica.

**Yessika Comesaña Perdomo**

El 75, 5% de la información coleccionada en la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial se encuentra en portador papel. Desde el siglo pasado, la casi totalidad de este material es elaborado a partir de pulpa de madera, lo que ha implicado que este tipo de papel lleve en sí mismo la semilla de la autodestrucción. El material fibroso constitutivo, además de aportar celulosa, contiene en menor grado hemicelulosas y lignina; polímero este que contribuye a la acidez y a otros factores que aceleran la degradación de la celulosa y limitan la calidad del papel. Por otra parte, la estructura delgada y corta de la fibra, disminuye la resistencia y provoca el rápido deterioro de este soporte.

En nuestro fondo se recoge información a partir de 1887, por lo que sufrimos las consecuencias de los procedimientos anteriormente citados.

La totalidad de los documentos del siglo pasado y los que abarcan los primeros años del presente siglo son manuscritos, aunque buena parte del resto hasta los años modernos tienen páginas de este tipo. Lo más preocupante a nuestro entender es que la tinta constitutiva, presenta las mismas características de la tinta ferrogáfica, ya que las escrituras obtenidas son de color negro y casi marrón y, debido a la cantidad de ácido que aportan, ha atravesado las hojas y contaminado las vecinas.

Refiriéndonos al Fondo Nacional de Inveniones y de Marcas, así como a los Boletines Oficiales de la Propiedad Industrial, vale destacar que esta colección atesora gran parte de la historia del desarrollo tecnológico de nuestro país, por lo que su valor desde el punto de vista científico, tecnológico, económico, comercial y cultural es incommensurable. Consideramos pues estos documentos de relevancia nacional e internacional. Estos materiales solo son coleccionados en nuestra Oficina y la información contenida en ellos es única. La información sobre el tema ha de seguirse incrementando, porque cada año son so-

licitadas nuevas patentes y marcas, mientras que los boletines oficiales son editados trimestralmente.

Un examen del depósito nos permitió detectar los problemas fundamentales del mismo.

La temperatura del local fue medida diariamente durante un mes y se comprobó que ésta oscilaba entre 27° y 29°C. Dejando a un lado las imprecisiones propias del instrumento de medición y la no reproducibilidad de esta prueba, concluimos que la temperatura resultaba demasiado alta para los documentos almacenados, ya que ésta debe oscilar entre 18° y 22°C cuando el soporte es papel (Ritzenthaler, Mary Lynn: 1990) y entre 12° y 16°C cuando se dispone de microportadores (Neirink, Daniele).

Estas elevadas temperaturas eran consecuencia de la ausencia de adecuadas condiciones de climatización y el calor generado tanto por máquinas computadoras como por el personal existente en el depósito, situación muy particular. Un total de veinte compañeros laboran en el local y otro tanto entra y sale continuamente de éste. Como resultado, trasladan en sus ropas partículas de polvo, esporas, insectos y/o huevos de éstos y generan gran cantidad de energía traducida en calor. Es válido aclarar que en estos momentos contamos con equipos de climatización potentes, y la temperatura del local se encuentra en el rango de 19° y 21°C, aceptable para los documentos en papel, pero, al ser éstos trasladados hacia otros lugares de la institución carentes de las condiciones adecuadas, se ven igualmente afectados.

La humedad relativa no pudo determinarse por mediciones con instrumentos precisos debido a la carencia de éstos, pero la flexibilidad de los documentos, la presencia de foxing o moteado en la gran mayoría de ellos y la proliferación de agentes biológicos (insectos, hongos e incluso bacterias) demostraron que oscilaba cerca de un 80%. Asimismo las manchas en las paredes lo corroboraban.

La frecuencia de la limpieza tanto de estantes como del piso es irregular. Existe abundante polvo e impurezas en el ambiente, que se acumulan encima de documentos y muebles.

El uso continuado y la mala manipulación de los documentos constituyen factores fundamentales en el deterioro de los mismos. Tensiones, traslado, sudor y grasa de las manos, polvo, rasgados y dobleces son algunas de las consecuencias fatales para los documentos provocadas por el uso continuo. En nuestro caso, vale señalar que la información de nuestro país es prestada sobre la base de los originales, por no contar con copias de seguridad para esto. De igual modo ha afectado la exposición directa al ambiente por la carencia de cajuelas protectoras adecuadas que recubran de la suciedad y contaminación propia de éste.

A través de monitoreos que incluyeron revisión de estantes, colocación de hojas de papel debajo de los documentos para encontrar rastros de heces o papel roído, y trampas de feromonas específicas, en nuestro caso empleamos para cucarachas y coleópteros - específicamente *Lasioderma serricorne*. Varias especies de insectos fueron detectadas (Tabla #1)

#### Orden Lepidoptera

Familia Phycitidae

*Ephestia sp*

Familia Tineidae

Sp. Indeterminada

#### Orden Coleoptera

Familia Anobiidae

*Lasioderma serricorne* (F.)

Sp. Indeterminada

Familia Dermestidae

*Attagenus gloriose* (F.)

#### Orden Psocoptera

Familia Liposcelidae

*Liposcelis corrodens*

(Heymons)

#### Orden Thysanura

Familia Lepismatidae

*Lepisma saccharina* (Linnaeus)

#### Orden Dictyoptera

Familia Blattidae

*Periplaneta americana*

(Linnaeus)

Familia Blattellidae

*Blattella germanica*

(Linnaeus)

#### Orden Diptera

Familia Muscidae

*Musca domestica* (Linnaeus)

#### Orden Isoptera

Familia Kalotermitidae

*Cryptotermes brevis*

(Walk)

Estos insectos, en su gran mayoría, causan daños a libros y documentos, fundamentalmente de tipo físico-mecánicos y alteraciones cromáticas. Ellos pudieron llegar al depósito, anidados en el polvo, en materiales contaminados o transportados por el viento.

Después de realizada esta valoración fueron propuestas las siguientes soluciones para evitar la proliferación de estos agentes biológicos así como su nueva entrada.

- Uso de deshumidificadores, para llevar la humedad relativa a los niveles indicados.
- Regulación del tránsito de personal y de la manipulación de los documentos.
- Trabajo educativo con los usuarios externos e internos.
- Limpieza periódica de los estantes, con aspiradoras y paños humedecidos en alcohol, nunca con plumeros o escobas.
- Confección de cajuelas de cartón neutro para la protección de los documentos, eliminando los legajos de cartón ácido existentes.
- Copias de seguridad para la conservación y protección de los originales, valorando de ellas la vía menos costosa y más cómoda para los usuarios. Aquí se incluye fotocopia preventiva, microfilmación o digitalización de imágenes.
- Desinfección, restauración y encuadernación de los documentos que lo requieran.
- Fumigaciones en los periodos establecidos, con los insecticidas más utilizados contra estas plagas.

Con este fin, se llevó a cabo una búsqueda minuciosa sobre las tendencias evolutivas de patentes relacionadas con el control de plagas para ganar en visión sobre cuáles serían las variantes óptimas de principios activos y productos aplicados.

Fueron consultadas patentes de las bases de datos de Estados Unidos, Francia, Japón, España, Oficina Europea de Patentes y Tratado de Cooperación en materia de Patentes, con fecha de solicitud a partir de 1990, las cuales relacionaban los insectos anteriormente reportados con los insecticidas efectivos contra ellos.

En los siguientes gráficos se ilustran los resultados de esta búsqueda en cuanto a la tendencia de utilización actual de dichos productos.

Como conclusiones podemos plantear que:  
Se observa una amplia gama de variantes para cada insecto, y para cada uno de ellos, un principio predominante.

Existe una amplia gama de variantes, algunas de las cuales puede ser generalizada a más de un insecto, y por lo tanto sería recomendable valorarla como una posible oferta comercial.

Analizando la gráfica de Tendencia para todos los órdenes de insectos, se observa que los órdenes Dictyoptera e Isoptera son los que más patentes han generado, por ser los más perjudiciales desde el punto de vista económico y social y por lo tanto su solución efectiva puede ser una atracción al comercio.

Analizando la Tabla #2, vemos que los productos con mayor espectro de acción que se obtiene a partir del análisis de la información de patentes son los piretroides y carbamatos.

A partir de la información de patentes se conocen posibles firmas ofertantes de estos productos.

La información de patentes constituye una herramienta esencial para la toma de decisiones en cuanto a la opción más efectiva de productos que se ofertan en el mercado, lo que permite ir en busca del producto óptimo para ser utilizado en el **MANEJO INTEGRAL DE PLAGAS**.

# RECOMENDACIONES

Garantizar las condiciones del fondo de documentos para evitar el uso indiscriminado de plaguicidas.

Tabla #2. Productos más utilizados en el control de plagas

	Lepidoptera	Dictyoptera	Diptera	Coleoptera	Isoptera	Total
<b>Piretroides</b>	1	0.5	0.5	0	1	3
<b>Carbamatos</b>	0.5	1	1	0	0.5	3
<b>Organofosf.</b>	0	0	0	0	0.5	0.5
<b>Pirazoles</b>	-	0	0	-	0	0
<b>Ureas</b>	-	-	-	-	0	0
<b>Hidracinas</b>	0.5	-	-	0	-	0.5
<b>Alcoholes</b>	0	0	0	-	-	0
<b>Aceites esenciales</b>	-	-	0	-	-	0
<b>Feromonas</b>	1	0	-	1	-	2
<b>Imidazoles</b>	-	0	0	-	-	0
<b>Tiazoles</b>	0	-	-	-	-	0
<b>Ácido bórico y derivados</b>	-	0	0	0	0.5	0.5

# Respuesta al desafío: enseñanza especializada en Propiedad Industrial.

**Emilia Lara Díaz, Félix Bell Rodríguez  
y Josefa Elvira Beltrán Santandreu**

En la época contemporánea, caracterizada, entre otros factores, por un desarrollo tecnológico sin precedentes y por modificaciones trascendentales del comercio internacional, el conocimiento científico y tecnológico ha pasado a ser un factor de producción fundamental cuyo control permite el logro de ventajas comparativas y niveles de competitividad económica en los mercados internacionales tanto de bienes como de servicios.

De ahí la importancia que se asigna a la "propiedad" de estos intangibles, que está regulada en cada país por leyes de alcance territorial e inspiradas en acuerdos internacionales y otras fuentes de derecho sobre propiedad industrial, cuyo espíritu y cuya letra continúan evolucionando para adaptarse a las necesidades crecientes que impone el desarrollo de la innovación tecnológica y el comercio internacional.

Si hasta el pasado reciente cada país condicionó y modificó la legislación en materia de propiedad industrial a tono con las características y necesidades de su nivel de desarrollo equilibrando adecuadamente los distintos factores en juego, la constitución de la Organización Mundial de Comercio en 1974 y los acuerdos comerciales vinculantes con la membresía en esta organización perfilaron un nuevo entorno internacional, en el que los aspectos de los derechos de propiedad intelectual vinculados con el comercio han pasado a ocupar uno de los pilares del acontecer en el comercio internacional.

Acatar las normas jurídicas contenidas en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el comercio, pensados y adoptados por países de alto grado de industrialización, requiere de un intenso aprendizaje por los investigadores, los empresarios, los economistas, los especialistas en el tema, los comerciantes, entre otros funcionarios, que aporte el material vivo, las necesidades y las posi-

bilidades, los conflictos y la orientación más conveniente y armónica de las soluciones, de modo que todo este arsenal constituya la materia que requieren los legisladores responsabilizados con la proyección y la aprobación de los marcos normativos comprometidos y de modo que los elementos identificados propicien minimizar o paliar los efectos adversos de estas disposiciones legales foráneas.

Por ello se requiere dotar al país de una cantera de profesionales capaces de desempeñarse en esta materia en los contextos científico, tecnológico, comercial y de servicios y en el quehacer de todas las ramas de la industria. Una de las vías más importantes para incrementar esta cantera de profesionales es, precisamente, el Diplomado en Propiedad Industrial diseñado por la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial e impartido por especialistas de esta institución.

El Diplomado en Propiedad Industrial pretende satisfacer los objetivos generales siguientes:

- Adquirir los conocimientos necesarios sobre las normas, disciplinas y prácticas que regulan la concesión de derechos de propiedad industrial en las diferentes modalidades y su significación, transcendencia y utilización en la actividad comercial y de colaboración económica y científico-técnica.
- Desarrollar habilidades, pericias y destrezas para la ejecución de las actividades multifacéticas y multidisciplinarias en las esferas de investigación-desarrollo, producción, comercio, impartición de justicia, tópico de mercancías y publicidad.
- Establecer diferencias y ponderaciones adecuadas respecto al papel de un sistema de propiedad industrial para las economías nacionales en su conjunto y para los titulares privados de derecho.

Estos objetivos se cumplen al desarrollar los seis módulos que lo componen.

A continuación se mencionan cada uno de ellos con sus respectivos objetivos generales.

#### Módulo I. Introducción a la Propiedad Intelectual. Gerencia de la Propiedad Industrial.

##### Objetivos

1. Identificar a la Propiedad Intelectual como la tercera categoría de propiedad y en particular a la propiedad industrial como una de las dos ramas de esta.
2. Poseer los conocimientos necesarios acerca del Sistema Internacional de Propiedad Industrial, las organizaciones participantes y los Tratados, Convenios y Arreglos existentes.

#### Módulo II. La protección de las invenciones.

##### Objetivos

1. Proceder de acuerdo con las bases legales y el procedimiento para la protección legal de las invenciones.
2. Considerar oportuna y adecuadamente lo establecido por los Convenios Internacionales para la protección legal de las invenciones.

#### Módulo III. La protección de las marcas y otros signos distintivos

##### Objetivos

1. Proceder de acuerdo con las bases legales y el procedimiento para la protección legal de las marcas y otros signos distintivos.
2. Considerar oportuna y adecuadamente lo establecido por los Convenios Internacionales para obtener la protección de marcas.

#### Módulo IV. La protección legal de los modelos y dibujos industriales

##### Objetivos

1. Proceder de acuerdo con las bases legales y el procedimiento para la protección legal de dibujos y modelos industriales.

2. Considerar oportuna y adecuadamente los Convenios Internacionales para la protección legal de dibujos y modelos industriales.

#### Módulo V. La información en materia de Propiedad Industrial

##### Objetivos

1. Lograr que se alcance un dominio del campo de la información en materia de Propiedad Industrial desde todos sus ángulos, tanto desde las características, contenido y rasgos internos de la información sobre las diferentes modalidades, como desde el enfoque de la multiplicidad de usos que constituye su razón de ser y que se ubica en la aplicación de la misma como fuente en las actividades de investigación, desarrollo y comercialización de las tecnologías.

#### Módulo VI. La Propiedad Industrial, su comercio y transferencia. La colaboración económica, científico-técnica y la Propiedad Industrial.

##### Objetivos

1. Adquirir dominio sobre la significación, trascendencia, transferencia y diseño de los derechos de Propiedad Industrial en sus distintas categorías para su utilización adecuada en las operaciones comerciales, colaboración económica y científico técnica, así como de los derechos legales sobre la Información no divulgada.
2. Conocer y dominar la transferencia de derechos por tecnologías de software y bases de datos.

La OCPI dispone de especialistas en las diversas disciplinas de la Propiedad Industrial con experiencia de 20 a 25 años en el ejercicio de esta profesión, con probada competencia y que han sido tanto como examinadores de solicitudes de registro como en funciones de consultores, profesores, inspectores, lo que ha constituido y constituye una de las fortalezas para el desarrollo de esta disciplina académica en el país.

Proximamente durante el mes de octubre de 1998 se inició un nuevo ciclo del Diplomado en Propiedad Industrial con la participación de 40 cursistas provenientes de diversos organismos e instituciones del país. La mayoría de ellos se desempeñan como Representantes o Asesores Jurídicos. También participan representaciones de las Delegaciones Territoriales del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente.

Hasta la fecha el Instituto de Ciencia y Tecnología Nuclear en coordinación con la OCPI ha graduado un total de 45 diplomantes en Propiedad Industrial.

Si bien es cierto que el país necesita de un mayor número de personas preparadas en esta materia, es importante destacar el papel protagónico de la OCPI con la finalidad de multiplicar el caudal de experiencias acumuladas durante más de un siglo de trabajo.

El mundo globalizado de hoy también exige para Cuba la existencia de profesionales competentes capaces de garantizar la continuidad del proceso social cubano sobre la base de la representación y defensa de los intereses del Estado en un marco normativo internacional que reclama de los países en desarrollo talento a toda prueba.



# Las invenciones y la Propiedad Industrial en la encrucijada de los siglos.

**Alfredo Figarola Duque**

Los ciclos son inherentes a la naturaleza y el comportamiento humano. Lo vivo nace, se desarrolla y muere. Los fenómenos sociales, el devenir económico están sometidos a leyes cíclicas. La historia — como dijera Marx — se repite.

La Propiedad Industrial no es una excepción, pues marcha a la par e íntimamente ligada a los tiempos y evoluciona al ritmo de los factores económicos, comerciales, políticos y científico-técnicos, que van dejando en ella su impronta.

Sabido es que la primera ley destinada a la protección de los inventores se promulgó en Venecia el 19 de marzo de 1474 y que Europa conoció, entre los siglos XV y XVIII, un largo período de "privilegios reales" otorgados de forma poco ortodoxa por los monarcas a los creadores de nuevas técnicas e incluso a los importadores de técnicas foráneas obtenidas en ocasiones mediante actos del más puro espionaje industrial. La concesión o no de dichos privilegios, la duración de su vigencia, su alcance territorial y el que fueran acompañados por recompensas monetarias dependía de la voluntad del monarca, de su personalidad, de la coyuntura y hasta de su buen o mal estado de ánimo.

Por ejemplo, la primera patente inglesa se concede en 1449 al holandés John of Urynam por un *Vidrio opaco para las ventanas del Eton College*; la primera española, en 1522 al catalán Guillén Cabier por un *Instrumento para hacer andar con calma navíos de alto bordo*; la primera francesa, en 1551 a Abel Foullon por *Caracteres especiales de impresión*; la primera del continente americano, otorgada por la Corte General de Massachusetts, a Samuel Winslow por *Método para producir sal*.

Sin embargo, el final del siglo XVIII da un portazo a toda la situación anterior y abre el camino a saltos cíclicos que van a coincidir con las últimas décadas de los siglos XIX y XX. Aparentemente, los años que tienden

puentes entre los siglos son decisivos, cargados de significación para la protección de las invenciones y para la Propiedad Industrial: encrucijadas donde se pone la luz roja al pasado y se da vía libre a una nueva etapa.

El ocaso del siglo XVIII marca el surgimiento de las primeras leyes nacionales modernas de patentes. El 1.º de abril de 1790, George Washington firma la primera ley de patentes de Estados Unidos (ya en el artículo 1.º, Sección 8 de la Constitución firmada el 17 de setiembre de 1787 se preveía que: "El Congreso tendrá la potestad... de promover el progreso de la ciencia y las artes garantizando por un tiempo limitado a los autores e inventores el derecho exclusivo sobre sus respectivos escritos y descubrimientos.") y, bajo esta ley, se concede la primera patente el 31 de julio de 1790 a Samuel Hopkins por *Nuevo aparato y proceso para fabricar potasa*.

En Francia, se promulga su primera ley el 7 de enero de 1791 y su reglamento el 25 de mayo del propio año. Apenas dos meses más tarde, el 27 de julio, se concede ya una patente a Louis François Ollivier.

Estas leyes, productos directos de dos revoluciones, anteceden a las revoluciones tecnológica y comercial que caracterizarían a los años mil ochocientos y a toda una larga lista de leyes nacionales (Rusia: 1809; Países Bajos: 1817; España y Austria: 1820; Suecia: 1834; Portugal: 1837; Inglaterra: 1852; etc.) que comienzan a conformar eslabones sueltos de una cadena.

Tras largos debates, no se ha llegado a una conclusión — hasta donde tengo conocimiento — sobre si el sistema de Propiedad Industrial está en los orígenes del desarrollo tecnológico o es una consecuencia de éste. Como que este dilema podría por sí ser objetivo de un artículo, lo cito exclusivamente para invitar a la reflexión.

Lo real es que se desarrollan en el siglo XIX la Propiedad Industrial, la ciencia, la técnica y el comercio con un dinamismo nunca antes conocido por la historia.

Piénsese que, hasta personalidades como Mark Twain (Samuel L. Clemens) y Abraham Lincoln fueron titulares de patente y que Thomas Alva Edison (1847-1931) obtuvo 1093 patentes de invención!

Todas las ramas del conocimiento técnico fueron objeto de descubrimientos y de la actividad innovadora y las invenciones se convirtieron en elementos importantes de un comercio cada vez más globalizado.

Inventar y comercializar son caras de una moneda. Si la invención es fruto de un proceso investigativo, la patente es una herramienta casi siempre indispensable para comercializarla con efectividad. Por otra parte, la invención resuelve técnicamente un problema que, usualmente, no es exclusivo de una nación o territorio, dado lo cual es común que varios investigadores o instituciones de diversos países –e incluso del mismo país– estén tratando simultáneamente de encontrarle solución.

En conclusión, se fue haciendo evidente la necesidad de unir los eslabones de la cadena, de armonizar aspectos de las leyes nacionales, de crear un sistema supranacional.

Si el comercio se globalizaba, se requería la protección por patente no sólo en el país de origen; sino en múltiples países, pero... para esto existían escollos.

Por citar un caso, la ley norteamericana de 1836 establecía que, por presentar una solicitud, los nacionales de Estados Unidos debían pagar una tasa de \$30.00 USD, los de Gran Bretaña de \$500.00 y el resto de los extranjeros de \$300.00 USD (esto fue derogado por la ley del 2 de marzo de 1861).

Otro obstáculo grave era lograr el reconocimiento de la prioridad.

Un solicitante del continente americano, por ejemplo, que quisiera obtener una patente en Europa, tenía que vencer todos los trámites burocráticos requeridos, realizar la traducción de la solicitud a una o varias lenguas europeas y confiarla a los inseguros y lentos medios de comunicación y correos de la época. Durante ese plazo, otro inventor –digamos, alemán o francés– podía haber obtenido una invención similar –quizás meses después–, por el simple hecho de encontrarse sobre el terreno, solicitar primero la patente y alzarse con el monopolio y el reconocimiento de la autoría.

El siglo se agotaba y se cerraba el ciclo: había nacido la necesidad de cambio.

En el Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial (1883) se materializó dicho cambio.

El Convenio de París abarca, además de las invenciones: las marcas, los dibujos y modelos industriales, los modelos de utilidad, los nombres comerciales, las indicaciones geográficas y la represión de la competencia desleal.

Sus pilares fundamentales son el **trato nacional** y el **derecho de prioridad convencional**.

El trato nacional se entiende como que cada país firmante otorgue las mismas condiciones y la misma protección a los solicitantes de otro país miembro que a sus nacionales.

En cuanto a la prioridad convencional, se prevé que, quien hubiere presentado una solicitud de patente en un país miembro, gozará de un plazo de doce meses para efectuar el depósito de otra u otras solicitudes en uno o varios de los restantes países miembros y en estos se reconocerá como fecha de solicitud la fecha de solicitud original. (Actualmente, alrededor de un centenar y medio de Estados son miembros del Convenio de París.)

Este Convenio deja libertad a las naciones para legislar y establecer los sectores tecnológicos protegibles por patentes y la extensión de la vigencia de estas, entre otros rasgos de flexibilidad que, como se verá posteriormente, fueron aprovechados por cada país para, dentro de un marco armónico, adecuar sus sistemas de Propiedad Industrial a sus condiciones específicas.

Sentada esta base, el siglo XX se revela objeto de transformaciones constantes y de un torbellino científico, técnico, comercial y jurídico que se acentúa a partir de los años cincuenta.

El número de patentes concedidas se incrementa a un ritmo incomparablemente superior al de todos los siglos anteriores.

Si tomamos a modo de ilustración el caso de los Estados Unidos –el país que más patentes ha concedido y que alcanza en 1998 una cifra superior a 5,800,000– podremos ver que, de 75 años que tardó en otorgar el primer millón de patentes, el período se ha ido reduciendo hasta la concesión de un millón de patentes cada alrededor de 10 años:

Año	Periodo/años	No. de patente
1836		1
1911	75	1 millón
1935	24	2 millones
1961	26	3 millones
1976	15	4 millones
1991	15	5 millones
20007	10?	6 millones

Este incremento fue causa de la búsqueda de nuevas vías para facilitar la presentación y tramitación de las solicitudes; bien por medio de tratados como el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) que, a partir de finales de los años 1970, abrió la posibilidad de presentar solicitudes internacionales; bien por medio de esfuerzos regionales o subregionales de los cuales los más representativos son el establecimiento de la Oficina Europea de Patentes y la Organización Africana para la protección de la Propiedad Industrial.

Otro actor que comienza a obtener protagonismo en el escenario del siglo XX es la información en materia de Propiedad Industrial y, especialmente, la información de patentes.

Objeto de archivos en los siglos anteriores o para el uso interno de las propias Oficinas, cobra vida propia en nuestros días como fuente para la investigación, el desarrollo, el comercio, la industria, la agricultura y la formación profesional, entre otros.

Las Oficinas dejan de ser conocidas sólo por su función primigenia de registrar, para ser consideradas, a un nivel similar, como generadoras de información.

Los documentos de patentes (con un volumen de más de 40 millones), publicados esencialmente en papel durante la primera mitad del siglo, se derramaban con su riqueza informativa inundando espacios de almacenamiento, exigiendo una cantidad cada vez mayor de personal para su procesamiento, complicando el intercambio -cuyo flujo requería el uso creciente y costoso del correo aéreo, terrestre o marítimo- y haciendo más y más complejas las tareas de búsqueda y recuperación. Nacido del desarrollo de la técnica, consultados para propietario, los documentos de patentes encontraron en él una forma de escape de lo que se les iba convirtiendo en un callejón sin salida.

Uso de los microfilmes en los años 70, de otros microportadores (como la microficha o la tarjeta de aper-

tura) en los años 80, hasta el CD-ROM a finales de los 80 y en la última década del siglo (y del milenio).

Paralelamente, las Oficinas más avanzadas, algunas firmas privadas e instituciones fruto de la cooperación (como INPADOC, nacido en mayo de 1972 por un acuerdo entre la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI- y el gobierno de Austria y que se incorporó en 1990 a la Oficina Europea de Patentes) se dirigieron a la conformación de gigantescas bases de datos a las que se podía acceder en línea.

Pero, como hemos venido afirmando, conjuntamente con el final del siglo llega otro momento de viraje.

En el campo de la información, pudiera identificarse con el nombre de la Red Global de Información de la OMPI.

Con el incremento de la digitalización de la información, las transformaciones en el mundo de las telecomunicaciones y las ventajas que representa la existencia de una red pública global como INTERNET, la OMPI y sus Estados miembros han decidido poner en funcionamiento esta red que, en un inicio, tiene tres objetivos: dar acceso a las Oficinas, centros de investigación, universidades y el público en general a bibliotecas digitales creadas en la propia OMPI y en las diferentes Oficinas, contenidas de información electrónica en materia de Propiedad Industrial; hacer factible la presentación de solicitudes electrónicas internacionales bajo el Tratado de Cooperación en materia de Patentes y ampliar la labor docente de la Academia Mundial de la OMPI mediante la transmisión, a través de la red, de videoconferencias, telecursos y otras acciones de aprendizaje y entrenamiento.

Se espera que la Red Global sea operacional para finales de 1999.

Y ¿qué ha sucedido con el sistema de Propiedad Industrial, con aquellos eslabones unidos a partir de 1883 por los puntos de soldadura del Convenio de París?

Comencemos por decir que los propósitos originales de la protección por patentes se han ido desvirtuando.

Si la ley veneciana de 1474 se proponía defender a los inventores, "... velar porque, si cualquier otro viera su trabajo y sus invenciones no pudiera llevarlos a la prácti-

ca arrebatándoles su honor; de esta forma, estos hombres ejercerían su talento e inventarían y harían cosas que serían de considerables utilidad y beneficio para nuestro Estado...; si la Constitución norteamericana de 1787 — antes citada — establecía la obligación del Congreso de promover la ciencia garantizando a los inventores el derecho exclusivo sobre su obra creadora, esa no es ya la esencia del sistema.

Yves Plassecaud y Mathé Hiance, en el primer capítulo de su libro "Patentes y subdesarrollo" (Librairie Techniques, Paris, 1972) expresan — muy acertadamente — que: "Es un hecho que a la hora actual los inventores tienen raramente la posibilidad de explotar ellos mismos su invención, incluso cuando han mantenido la propiedad. La patente no funciona entonces como una *recompensa* para el inventor aislado más que en aquellos casos particulares en que puede obtener un beneficio de la venta o concesión de una licencia de patente. La práctica demuestra que estos casos son relativamente raros. En cuanto a los inventores asalariados, los más numerosos, este aspecto de la patente no les concierne, ya que, generalmente, no tienen derecho al título y, raramente, a una compensación financiera."

Desde otro ángulo, se ha ensanchado el abismo tecnológico-comercial que separa a los países industrializados de los países subdesarrollados. Los diez países más industrializados poseen más del 90% de las patentes que se conceden en el mundo; los países desarrollados, en general, más del 95% y, del otro 5% que conceden los países subdesarrollados, más del 80% se otorgan a solicitantes foráneos.

Aun así, esos países desarrollados y sus empresas transnacionales no estaban satisfechos con las "libertades" permitidas por el Convenio de París.

Muchos países, en un acto de legítima defensa ante las desigualdades del orden imperante, habían introducido en sus leyes nacionales excepciones a la protección por patentes, dejando fuera de la misma determinados campos considerados de interés público o de otro tipo — como es el caso de los productos farmacéuticos — o reducido el periodo de vigencia de las patentes, por sólo poner dos ejemplos.

Tras largos años de negociaciones, la cadena se sustituye por una jaula de barrotes dorados constituida por el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, concertado en 1994 dentro del marco del Acuerdo que establece la Organización Mundial del Comercio.

Mediante él se hace obligatorio el abrir todos los campos de la técnica a la protección por patentes que tendrán una vigencia no menor de 20 años.

En este momento, pudiera colocar un punto final; pero prefiero lanzar una mirada al futuro y, como que soñar es algo consubstancial con la condición humana, lanzar mi imaginación a la anchurizada entre los siglos XXI y XXII.

No obstante el hecho de que fenómenos como la evolución de la informática y las telecomunicaciones, el proceso irreversible de la globalización y la creación de bloques económicos y la propia transformación acelerada del estado de la técnica hacen que lo que será mañana sea hoy prácticamente imprevisible, voy a atreverme a hablar de perspectivas.

Reflexiono sobre la aparición y consolidación de patentes regionales (patentes europeas, latinoamericanas, eurasiáticas, africanas, etc.) como paso previo al establecimiento de una patente mundial cuya solicitud se presentará en línea.

Pienso en un mundo en que la información de patentes se contará por cientos de millones de documentos y estará accesible en formato electrónico casi inmediatamente y casi en su totalidad desde casi cualquier punto del planeta y en la batalla por administrar ese océano monstruoso para que el cliente pueda recuperar de forma eficiente la información que requiere.

Por último, deseo que, a fines del primer siglo del tercer milenio, este sistema vivo, que nació hace poco más de quinientos años en una pequeña Ciudad-Estado de la península italiana, que comenzó a difundirse en forma de leyes nacionales entre los siglos XVIII y XIX, que se armonizó entre los siglos XIX y XX y que ha sido ahorrado en el tránsito hacia el siglo XXI, haya cerrado su ciclo de vida al alcanzar la cúspide de su desarrollo y... desaparezca.

Si esto sucediera, la labor creadora del hombre sería patrimonio universal y la luz de la inventiva no estaría prisionera en el cristal de los derechos monopólicos; sino que, como el sol, brillaría para todos.

Si de privilegios se trata (y con las patentes se otorgan privilegios) permitaseme el de ser optimista y, en vez de concluir este artículo con un punto final, sustituir ese signo por puntos suspensivos...

SECRETARIA DE AGRICULTURA, COMERCIO E INDUSTRIA  
DE LA ISLA DE CUBA

SECCION DE AGRICULTURA, COMERCIO E INDUSTRIA

NEGOCIADO DE *Cinco Bida*

*Cogedida en Espana*

ARO DE 1800

*en el Comercio de 1876*

*Num. de orden 1876*

*1876*

*Cogedida en el Comercio de 1876*

OFICINA CUBANA

OC  
PI

DE LA PROPIEDAD  
INDUSTRIAL



Picota No.15  
e/ Luz y Acosta  
La Habana Vieja,  
Ciudad de la Habana. CUBA.  
CP. 10100

Teléfonos: (+537) 61-0570  
61-3602, 62-4379,  
62-4395, 62-9771.  
Fax: (+537) 33-5610  
E-mail: [ocpi@ocpi.cu](mailto:ocpi@ocpi.cu)