



Glosario de términos.

Derecho de Autor y Marcas

Introducción a la protección de la propiedad intelectual

Glosario de términos. Derecho de Autor y Marcas

Luis Fernando García Balcarce
Alejandro Gabriel Riz



Es nuestra intención presentar esta obra como una guía de referencia, cuyo objeto es explicar cuáles son y cómo funcionan los principios de la propiedad intelectual. Sin embargo, algunos datos pueden no ser exactos o modificarse con el paso del tiempo. La presente guía, si bien pretende ser lo más exhaustiva posible, no supe el asesoramiento profesional que en cada caso corresponda. Queda a criterio del usuario/lector la contratación de dicho asesoramiento con un profesional idóneo. El usuario queda avisado de que todos los contenidos que ofrece la presente publicación son meramente informativos, y que sus autores no se responsabilizan de cualquier decisión tomada sobre la base de éstos. Las recomendaciones vertidas son de carácter general y no aborda circunstancias específicas que podrían influir de forma determinante en la recomendación brindada.

Buenos Aires, Junio 2009

A

Arrepentimiento: derecho a retractarse respecto al uso de una obra.

Autor: quien crea la obra.

B

Base de Datos: conjunto de datos organizados sistemáticamente de forma que simplifique la búsqueda de información de éstos.

Boletín de Marcas: Publicación periódica del INPI que notifica y da publicidad de los cambios de estados de las marcas registradas, así como de la solicitud de nuevas.

C

Caducidad de la Marca: pérdida de la propiedad de la marca por su no uso en período mayor de 5 años, a solicitud de un tercero.

Cesión de obra: la expresión apropiada sería venta de obra, porque los derechos patrimoniales sobre la obra no se ceden gratuitamente (donación) sino a cambio de algún tipo de contraprestación. Se realiza mediante contrato.

Clases de Productos y Servicios: clasificación común aceptada internacionalmente de marcas para productos o servicios.

Coautoría: más de una persona puede ser considerado autor dado su aporte de trabajo.

Comunicación Pública: derechos de representación, recitación, ejecución y exposición pública de la obra.

Confusión: semejanza entre los signos que puede perjudicar derechos de titulares y que además puede llevar a error en el público consumidor.

Confusión Auditiva – Fonética: provocada por la pronunciación de las palabras, ya sea cuando dicha pronunciación sea la correcta o la deformada.

Confusión Gráfica – Visual: semejanzas ortográficas o gráficas, por la similitud de dibujos o de envases y de combinaciones de colores.

Confusión Ideológica – Conceptual: provocada por la representación o evocación a una misma cosa, característica o idea en dos signos.

Copyright: el Copyright protege los derechos patrimoniales de quien edita y comercializa la obra sobre los del autor, dependiendo de los términos del contrato entre éstos.

D

Delitos Marcarios: delitos contra la propiedad marcaria, tipificados en el Código Penal y la Ley.

Denominación de Origen: nombre geográfico que sirve para designar un producto originario de determinada zona, cuyas cualidades se deben exclusivamente a ese medio geográfico.

Derecho de Autor: es el régimen jurídico que regula los derechos, deberes y obligaciones de autores, compositores, editores, y demás actores de la producción y consumo cultural.

Derecho de Marcas: rama del derecho intelectual que regula la propiedad industrial sobre signos que transmiten información a los consumidores sobre los productos y servicios que se ofrecen en el mercado, la protección va dirigida contra el uso no autorizado de tales signos.

Derecho Moral: derechos inalienables del autor que lo identifican con su obra y contenido.

Derecho Patrimonial: derechos económicos que pesan sobre la obra, los cuales a diferencia de los morales son comerciables.

Derechos Conexos: derechos de propiedad de las personas que sin ser autores de una obra actúan como intermediarios en la producción, grabación o difusión de las obras.

Designación de Actividad: forma en que se llama a una actividad en particular que distingue un establecimiento en que se expenden uno o varios productos o servicios determinados.

Designaciones Descriptivas: nombres, palabras y signos que describen la naturaleza, función, cualidades u otras características de un producto o servicio.

Designaciones Genéricas: es el nombre genérico que se da a un producto o servicio.

Designaciones Necesarias: es la forma común y habitual con que se identifica un producto o servicio.

Destino: finalidad de la obra, aquello que se quiere obtener o lograr mediante la puesta al público de ella.

Desviación de la Clientela: captar los clientes de un competidor. En el campo de los delitos se realiza mediante una forma u otra ilícita.

Distribución: capacidad de conceder el derecho de distribuir la obra a terceros en diferentes lugares sin exclusividad de la explotación.

Divulgación: derecho de dar a conocer la obra.

Dominio Privado: período de tiempo durante el cual existe un titular de derechos sobre una obra.

Dominio Público: período de existencia de la obra durante el cual cualquiera puede utilizarla (reproducir, comunicar, distribuir, transformarlas) sin que alguien pueda reclamar derechos exclusivos sobre ella.

Dominio Público Oneroso: para utilizar obras en dominio público hay que pagar una suma de dinero en calidad de impuesto.

E

Emblemas: dibujo que representa objetos, ideas o seres.

Extensión: es la duración de la obra.

F

Falsificación: delito de realizar copias de una obra original como si lo fueran.

Familia de Marcas: grupo de productos o servicios que pertenecen a un mismo titular cuya marca está formada por un elemento común que la identifica con la empresa, y un elemento que identifica el producto o servicio.

Frame: permite ejecutar desde un sitio el link a otro y visualizar sus contenidos, manteniendo los logos, publicidad, menús, y demás elementos del primer sitio.



Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INPI): organismo estatal responsable de la aplicación de las leyes de protección de la propiedad industrial y quien concede las marcas y patentes que se solicitan.

Integridad: derecho a que la obra no sea alterada por otro.

Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN): Organismo Internacional que crea y regula dominios de internet.

K

Keywords: palabras clave que facilitan la identificación de contenidos.

L

Licencia: permiso o autorización.

Link: Imagen o texto destacado, mediante subrayado o color, que lleva a otro sector del documento o a otra página web.

Link Profundo: éstos conectan con páginas internas de un sitio, que no son la portada o home.

M

Marca: signo distintivo de productos o servicios.

Marca Comunitaria: marca europea que abarca todos los estados miembros de la Unión Europea.

Marca de Hecho: marca que se encuentra en uso pero no está registrada.

Marca de Producto: aquella que identifica un producto.

Marca de Servicio: aquella que identifica a una actividad que se presta en calidad de servicio.

Marca Denominativa: compuesta única y exclusivamente por palabras, letras o números y sus combinaciones, sin utilizar características gráficas o color específico.

Marcas Engañosas: aquellas que sean susceptibles de inducir a error respecto de la naturaleza, propiedades, mérito, calidad, técnicas de elaboración, función, origen, precio u otras características de los productos o servicios.

Marca Evocativa: aquella que da al consumidor una idea respecto de características del producto o servicio, pudiendo estar formada por elementos de uso común y/o genéricos.

Marca Figurativa: símbolos gráficos y dibujos.

Marca Internacional: sistema de registro con reconocimiento internacional en un número amplio de países.

Marca Madre: marca de la que se desprenden los elementos comunes que identificarán a la familia de marcas.

Marca Mixta: combinación de elementos denominativos y figurativos a la vez, o de elementos con un diseño particular.

Marca Notoria: es la que ha logrado tal aceptación por parte del público que el interés en protegerla llega a extremos de impedir que se concedan marcas similares o idénticas a la marca notoria, sea en su misma clase o en otras.

Mash-up: combinación de obras (música, clips de video; diferentes bases de datos para aplicaciones web).

Mérito: valor intrínseco de una obra.

Metatags: información utilizada para generar resultados de contenidos y permitir el seguimiento de los mismos.

Monogramas: dibujos especiales formados por letras.

Moralidad: criterio que predomina en una sociedad y tiempo dados.

N

Network Information Center Argentina (NIC): Organismo estatal que administra la concesión de dominios de internet terminados en .ar

Nombre de Dominio: denominación en letras de la dirección numérica de un sitio web.

Norma: disposición legal.

Novedad: se refiere a lo novedoso que pueda ser el argumento o sustancia de la obra.

O

Obra Anónima: aquella de la cual se desconoce su autor.

Obra Colectiva: aquella realizada por más de una persona en calidad de autor cuyos aportes son significativos a la obra.

Obra Derivada: aquella obra que deriva de otra que la precede.

Obra en Colaboración: es creada por la iniciativa de una persona, empresa o institución, quien edita y divulga la obra bajo su nombre, sirviéndose de las contribuciones realizadas por los autores que participan del emprendimiento.

Obra Original: obra primigenia.

Obra Póstuma: obra que se da a conocer con posterioridad al fallecimiento de su autor.

Oposición: trámite que permite defender la identidad de la marca a la persona o e institución titular de la misma.

Originalidad: en Derecho de Marcas refiere en el caso de slogans, que no sean de uso común; en cambio en Derecho de Autor se relaciona con la obra como un todo y no meramente por sus elementos individuales; en tanto que en el campo de Patentes e Invenciones significa que el conocimiento del que se trate no pertenezca al estado de la técnica conocido.

P

Palabra de Fantasía: palabra inventada que carece de significado formal.

Paternidad: derecho a ser reconocido como autor de la obra.

Patrimonio: bienes materiales e inmateriales de una persona física o jurídica.

Persona Jurídica: institución o empresa a quien la ley le reconoce la capacidad de contratar y realizar otros actos de comercio, ser patrimonialmente responsable, etc.

Plagio: delito de copiar una obra diciendo ser su autor original.

Presunción Legal: situación que puede ser ficticia pero la ley, a los fines de privilegiar determinados derechos, da por cierta.

Principio de Especialidad: establece que las marcas protegen sólo aquellos productos o servicios comprendidos en la clase que fueron.

Principio de Territorialidad: principio que establece que una marca es válida únicamente en los territorios en que se encuentre registrada.

Prioridad Marcaria Internacional: plazo de preferencia desde que se otorga el registro para solicitar una marca en el exterior frente a otras marcas con el mismo o similar signo.

Propiedad Intelectual: Es la propiedad sobre las creaciones del ingenio humano; se divide en dos categorías: a propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y

modelos industriales e indicaciones geográficas de origen; y el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas.

R

Registro Marcario: El registro de una marca concede a su titular, la exclusividad de uso por 10 años.

Renovación de la Marca: trámite mediante el cual se busca obtener un nuevo período de protección sobre la misma marca.

Reproducción: derecho que tiene el autor para autorizar la realización de copias o ejemplares de su obra por cualquier forma o procedimiento.

Resultados Orgánicos: resultados ordinarios en buscadores.

Resultados Premium: resultados destacados en buscadores.

S

Signos Oficiales: letras, palabras, nombres, distintivos, símbolos, que usen o deban usar la Nación, las provincias, las municipalidades, las organizaciones religiosas, sanitarias, naciones extranjeras y organismos internacionales reconocidos oficialmente.

Software: el programa informático propiamente dicho junto al material de apoyo.

Solicitud de Marca: trámite por el cual se solicita al INPI que proceda a registrar una marca.

T

TICs: Tecnologías de la Información y Comunicación.

Titular Derivado: quien recibe del autor, por vía de cesión u otro medio lícito, el ejercicio de todos o algunos derechos patrimoniales sobre la obra.

Titular Originario: quien o quienes son autores de la obra.

Titular: aquél en quien recae el ejercicio de derechos.

Transformación: derecho del autor a realizar o autorizar traducciones, adaptaciones, arreglos.

U

Uso Ilegal de la Marca: todo uso de una marca contrario a las disposiciones de las leyes.

Bibliografía

Derecho de Autor; Legislación Argentina, Países del Mercosur, Normas Internacionales; Harvey, Edwin R.; Depalma Editores, Buenos Aires, 1997.

Derecho de Autor en Argentina; Villalba Carlos, Lipszyc, Delia, La Ley, Buenos Aires, 2001.

Internet: Su Problemática Jurídica; Fernández Delpech, H.; LEXIS NEXIS, Buenos Aires, 2004.

Derecho de Autor y Sociedad de la Información; Goldstein Mabel; La Rocca, Buenos Aires 2005.

Derecho de Autor y Derechos Conexos; Lipszyc Delia; UNESCO, 2005.

Derecho Informático; Rodríguez Hauschildt Victoria M. M.; Aplicación Tributaria, Buenos Aires 2007.

Derecho de Marcas, 6° Ed., Jorge Otamendi, Ed. Lexis Nexis, 2006.

Derecho de Marcas, Gabriel A. Martínez y Gabriela M. Soucasse, Ed. La Rocca, Buenos Aires, 2000.

Derecho de Marcas, Guillermo Cabanellas y Bertone Eduardo, Ed. Heliasta 10, Buenos Aires, 2003.

Marcas y Designaciones, Fernando M. Alonso, Ed. La Rocca, Buenos Aires, 2004.

Recursos online

<http://www.dpi.bioetica.org> 20/10/2008

http://www.wipo.int/sme/es/documents/leveraging_ip.htm 23/10/2008

http://www.wipo.int/sme/es/documents/value_ip_intangible_assets.htm 24/10/2008

<http://www.monografias.com/trabajos11/ideas/ideas.shtml?monosearch> 24/10/2008

<http://www.inpi.gov.ar> 24/10/2008

<http://www.a-d-a.com.ar/recursos.php> 12/11/2008

<http://www.wipo.int> 12/11/2008

<http://www.wto.org/> 12/11/2008

http://www.cadra.org.ar/index.cgi?wAccion=news&wid_news=73&wid_seccion=&wid_item= 25/11/2008

<http://www.argentina.gov.ar/argentina/tramites/index.dhtml?frame1=2&tema=2&subtema=320> 25/03/2009

http://es.wikipedia.org/wiki/Derecho_de_autor 12/04/09

<http://www.icann.org/tr/spanish.html> 12/04/2009

<http://www.nic.ar/> 12/04/2009

<http://www.inpi.gov.ar> 24/10/2008

<http://www.ijeditores.com.ar/articulos.php?idarticulo=8438&print=2> 07/08/2008

<http://www.oami.europa.eu> 04/09/2008

<http://www.wipo.org> 04/09/2008

<http://www.gestiopolis.com/marketing/marcas-tridimensionales-y-los-disenos-industriales.htm> 12/04/2009

<http://www.derecho-comercial.com/Doctrina/marcas01.pdf> 30/03/2009