



IDEAS CON  
CORAZÓN

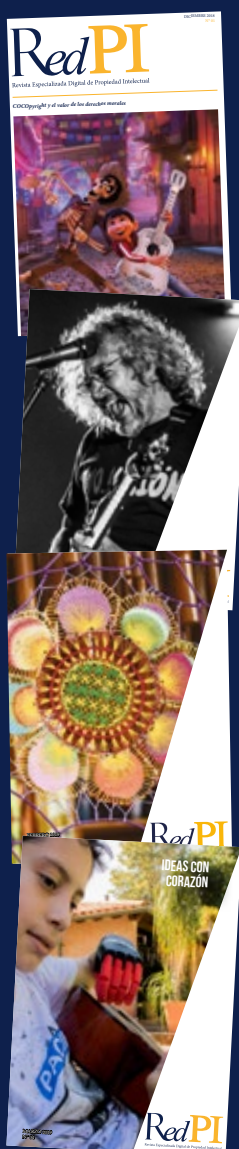
RedPI

Revista Especializada Digital de Propiedad Intelectual

MARZO 2019  
N° 04

# RedPi Revista Especializada Digital de Propiedad Intelectual

Asunción, Paraguay



La RedPI es una publicación especializada, de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual, sobre temas de interés relacionados a la propiedad intelectual, innovación y tecnología que alberga además el servicio opcional de publicación, en los términos que establece: la Ley N° 1294/98 de Marcas, la Ley N° 1328/98 de Derechos de Autor y Derechos Conexos; los Decretos de Poder Ejecutivo N° 8825, del 23 de abril de 2018 y el N° 9330 del 7 de agosto de 2018 y la Resolución DINAPI RG/N°25/2018.

El objetivo de la presente publicación es fomentar el interés público en temas vinculados a la propiedad intelectual, así como informar sobre las labores de la DINAPI, brindar espacios de opinión a especialistas u otros referentes dentro y fuera de la DINAPI, validar el proceso administrativo contemplado en las leyes precedentemente citadas, a través del servicio opcional de publicación de solicitudes de registro de marcas, renovaciones, actos jurídicos, derechos de autor entre otros.

Las publicaciones de artículos de opinión no representan ni reflejan la posición o punto de vista de las autoridades de la DINAPI, por lo que éste no puede considerarse como un documento oficial.

Ninguna mención de empresas o productos concretos implica en caso alguno la aprobación o recomendación de la DINAPI en relación a otros de la misma naturaleza.

Para toda observación o preguntas diríjase a [comunicaciones@dinapi.gov.py](mailto:comunicaciones@dinapi.gov.py)

El servicio de publicaciones no asume responsabilidad por errores u omisiones en las solicitudes de marcas.

<b>ÍNDICE</b>	<b>04</b>	Editorial
	<b>06</b>	La importancia de la observancia de la Propiedad Intelectual en la Sociedad
	<b>09</b>	Sección Creadores
	<b>13</b>	Sección Internacional
	<b>18</b>	Clasificados

© REDPI 2018



Atribución 3.0 Organizaciones intergubernamentales (CCBY3.0 IGO)

Todo usuario puede reproducir, distribuir, adaptar, traducir y presentar en público la presente publicación, también con fines comerciales, sin necesidad de autorización expresa, a condición de que el contenido esté acompañado por la mención de la **DINAPI** como fuente y, si procede, que se indague claramente que se ha modificado el contenido original.

Las adaptaciones/traducciones/productos derivados no deben incluir ningún emblema ni logotipo oficial, salvo que hayan sido aprobados y validados por la **DINAPI**. Para obtener autorización, póngase en contacto con nosotros mediante el sitio web de la **DINAPI**.

En casos en los que el contenido publicado por la **DINAPI** como fotos, gráficos, marcas o logotipos sea propiedad de terceros, será responsabilidad exclusiva del usuario de dicho contenido obtener las autorizaciones necesarias por parte de los propietarios.

Para consultar la presente licencia, remítase a <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo>

Foto de tapa: Rolando Chaparro.

Elaboración, edición y armado: Creta Consultoría/Karina Hugo producciones.



**Abg. Joel Talavera**  
Director Nacional de Propiedad Intelectual

## PROPIEDAD INTELECTUAL & UNIVERSIDADES

La Universidad Nacional de Asunción, recientemente inauguró el Centro de Transferencia de Tecnología y Resultados de Investigación – CETTRI, en el Campus de la Ciudad de San Lorenzo, ceremonia de la que participamos en calidad de invitados; hecho que considero importantísimo, dada la estrecha relación que existe entre la Propiedad Intelectual y las fábricas de producción de la economía del conocimiento.

Resulta fundamental reafirmar, en primer lugar que la Propiedad Intelectual (PI), es un conjunto de herramientas con que cuentan las universidades nacionales, para difundir el conocimiento que en ellas se genera; además de garantizar que dichos conocimientos aporten o rindan beneficios económicos para todos los actores de la cadena inventiva.

Antes de profundizar en estos temas, es importante hacer una finísima distinción entre dos conceptos muy parecidos pero diferentes: transferencia de tecnología y transferencia de conocimientos. La primera por definición se entiende como transmisión de conocimientos, métodos científicos y tecnológicos tendientes a brindar soluciones innovadoras en relación con nuevos productos y la creación de nuevos servicios; mientras que la transferencia de conocimientos consiste en la propagación o difusión de experiencias y avatares generados en el ámbito universitario, para trasladarlos al sector productivo

y ser susceptibles de generar un retorno económico, por la intermediación de otras instituciones.

¿Por qué es importante la PI en este escenario en el PARAGUAY? Porque el conocimiento, los descubrimientos, las invenciones, *guardan una estrecha y armónica relación con políticas de PI*, y pueden terminar convertidas en productos o servicios, a los que las empresas del sector privado le dan un valor económico comercial, que por ende requieren un régimen de protección legal adecuado, para que los beneficios o regalías sean repartidas entre las partes intervinientes, ya sean universidades o instituciones de investigación, inventores, departamentos de investigación, patrocinadores, sector privado, etcétera.

Más allá del modelo de gestión que adopte el CETTRI, las experiencias extranjeras señalan pasos comunes en los procesos de comercialización de PI, que extraigo de publicaciones de la página web de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual

- **Presentación de la innovación o descubrimiento**
- **Examen** (evaluación para determinar el valor científico y comercial de los conocimientos)
- **Protección** (de la Propiedad Intelectual o de otro tipo)
- **Estudio de viabilidad y plan comercial** (que determina la viabilidad de la innovación o el descubrimiento), comercialización, plan de desarrollo del producto y otras consideraciones comerciales.<sup>1</sup>

Todo esto, no hace más que movilizar a todo un ecosistema de oficinas de transferencia de conocimientos, centros de apoyo a las actividades inventivas

o innovadoras, así como la creación de empresas y compañías de tecnología emergentes (Start Ups), además de programas para respaldar el desarrollo empresarial tecnológico e incubadoras y aceleradores de parques tecnológicos que apunten a la investigación y a la participación de organizaciones y redes centradas en la comercialización de la PI.

### *El rol de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual*

Por mandato de ley, la DINAPI está abocada a fomentar la innovación, la investigación y el acceso a la ciencia, favoreciendo la transferencia de tecnología. En este sentido, es nuestro deber institucional colaborar activamente con el desarrollo de emprendimientos tendientes a fortalecer la capacidad creadora, centrada en los niveles superiores de enseñanza, todo esto a través del fortalecimiento de capacidades, asesoramiento y asistencia técnica sobre el marco jurídico nacional e internacional en materia de propiedad intelectual.

Es decir, canalizar el apoyo en materia de Propiedad Intelectual (PI), a fin de capacitar y concientizar a los inventores e innovadores sobre el correcto uso de las herramientas de propiedad intelectual con que cuentan, a fin de proteger el producto de sus capacidades intelectuales, tendientes -claro está- a reivindicar los frutos económicos de sus descubrimientos, como lo demuestra la experiencia aplicada en otros países.

Hemos asumido el firme compromiso de crear alianzas estratégicas y de acercamiento con las fábricas de conocimiento que son las universidades, en aras de aportar nuestra impronta para generar mejores condiciones de vida para todos los paraguayos.

<sup>1</sup> [https://www.wipo.int/about-ip/es/universities\\_research/ip\\_knowledgetransfer/faqs/#accordion\\_collapse\\_02](https://www.wipo.int/about-ip/es/universities_research/ip_knowledgetransfer/faqs/#accordion_collapse_02)

# LA IMPORTANCIA DE LA OBSERVANCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA SOCIEDAD



**Dr. Fernando Garcete Sander**  
Director General de Observancia

Es importante recalcar que la falsificación y la piratería, son dos de las problemáticas más comunes que afectan en mayor o menor medida a todos los mercados del mundo. En general, las marcas, las producciones artísticas, musicales, literarias y científicas, gozan de todas las garantías normativas nacionales e Internacionales y sin embargo, este flagelo crece año a año, haciéndose cada vez más necesaria la implementación de nuevas estrategias para contrarrestarlo.

## **LUCHA FRONTAL CONTRA LA FALSIFICACIÓN**

El principal objetivo institucional de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual de nuestro país, radica en la protección de los Derechos de Propiedad Intelectual, mediante una lucha frontal contra la falsificación de marcas y la piratería lesiva de los derechos de autor, conforme a las normativas nacionales vigentes; promoviendo la concienciación y



Una de las ciudades donde más fuertemente se trabaja en la lucha contra la falsificación en nuestro país es Ciudad del Este.

educación de la ciudadanía sobre la importancia que conlleva la protección de los derechos de propiedad intelectual en el Paraguay, mediante actividades de sensibilización, control y verificación de mercado.

### **COMPROMISO CIUDADANO, FACTOR CLAVE**

En este sentido, la Dirección General de Observancia, tiene la competencia de proteger, por un lado los derechos de propiedad intelectual, mediante operativos de verificación de mercado; y por el otro, sensibilizar y educar a la ciudadanía en general, sobre la importancia de los mismos. Como brazo ejecutor de dicha atribución cuenta con las siguientes dependencias:

- **La Dirección de Lucha contra la Piratería y la Falsificación:**
  1. Responsable de coordinar y ejecutar los planes, delineamientos y resoluciones dictadas en favor de la legalidad y en contra de la piratería y la falsificación en el Paraguay.
- **La Dirección de Promoción y Prevención**
  1. **Se ocupa de concienciar a la ciudadanía en general** sobre la importancia de proteger la Propiedad Intelectual como factor fundamental de desarrollo social y económico del país.
  2. **También se encarga de promover la difusión y protección de los Derechos de Propiedad Intelectual en el Paraguay**, a través actividades de Educación y Capacitación.

3. **Asimismo impulsa y fomenta la creación intelectual**, en sus diversas formas: literaria, artística y científica, así como en su ámbito de aplicación industrial; además de la difusión de los conocimientos tecnológicos dentro de los sectores culturales y productivos.

Es fundamental tener en cuenta que los derechos de Propiedad Intelectual generan valor para las empresas y la economía de los países. Es así que una efectiva protección y aplicación de la propiedad intelectual, garantiza la eficiencia de las industrias, la promoción de la innovación y el crecimiento económico de los pueblos, todo esto con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

## TODOS GANAN

“Protege ganando” debería ser la consigna, pues dicha protección beneficia no solo al creador, que con su producción intelectual incorpora una inventiva, sino al que la produce, al que la comercializa y al que la consume; adquiriendo por un lado un reconocimiento jurídico y por otro la protección que esta creación puede precisar.

Finalmente, los mecanismos que hacen efectiva la protección de los derechos de la propiedad intelectual, son llamados mecanismos de observancia y son de suma importancia al momento de hacer cumplir las normativas vigentes en materia de propiedad intelectual.



El comercio informal de la triple frontera favorece la proliferación de la falsificación.



# CREADORES PO PARAGUAY: VENCER OBSTÁCULOS CON ESTILO PROPIO

*Cuando uno oye hablar de ideas para cambiar la vida de las personas, piensa en artículos, productos o accesorios que ayuden a otros a abreviar o acelerar procesos, reducir esfuerzo para tareas cotidianas en la casa o incluso disminuir el tiempo invertido en el ámbito laboral. Por eso, cuando conocemos lo que hace PO Paraguay, nos vemos obligados a reconfigurar el concepto de "cambio", agregando a la palabra, no sólo el valor de la estética, el buen gusto y el diseño de vanguardia; sino también magia de hacer crecer el potencial de las personas que necesitan de una prótesis, por medio de la creación y adaptación de modelos únicos que además suman una estética única; pensados precisamente para cada persona según su propia historia y necesidad.*



Eric Dijkhuis y Fernando Vallese, creadores de PO Paraguay

PO Paraguay es una organización sin fines de lucro que cambia la vida de las personas utilizando la tecnología, potenciando a las personas y demostrando al mundo, la belleza de ser únicos. Lo logran diseñando y creando las PO, es decir, las prótesis impresas en 3D de alta calidad y personalizadas según el gusto y la necesidad de cada persona.

Actualmente, PO Paraguay ha fabricado más de 250 "POs" que fueron entregadas en Paraguay, Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia y Honduras. La organización ha logrado desarrollar cuatro tipos de prótesis para miembros superiores; así como dos tipos para miembros inferiores. La primera comunidad de usuarios de prótesis impresas en 3D, fue constituida muy pronto y hasta se ha trabajado en la creación de la primera norma de prótesis impresas en 3D, con apoyo de la INTN.

### EL NACIMIENTO DE UNA IDEA

La idea surgió en el año 2014, de la mano de los fundadores de la organización, Fernando Vallese y Eric Dijkhuis, dos jóvenes amigos de toda la vida, que descubrieron el video de una persona en Sudán, que había logrado crear una prótesis mecánica impresa en 3D. Con esta pequeña chispa, empezaron a desarrollar una idea propia en el taller del abuelo de "Fercho", imprimiendo con la primera impresora. Ese mismo año, Po ganó los premios Tigo Conecta y luego se "oficializó" como organización sin fines de lucro en el 2015.

Hoy, Po se sustenta a través de distintas fuentes de ingreso:

- Programas de responsabilidad social empresarial.
- Como proveedores de servicios de fabricación con impresión 3D.
- Aportes internacionales.

### LA NECESIDAD, EL PUNTO DE PARTIDA

Ante la evidencia de descubrir que entre todas las personas que precisan una prótesis, menos del 1% tiene con-

diciones de acceder a una, lo primero que debieron identificar fueron justamente las barreras con que la gran mayoría de las personas se encuentra y qué le dificulta e incluso impide contar con una.

### LA BARRERA ECONÓMICA

Una prótesis tradicional, funcional para una persona con discapacidad de miembros superiores, ronda los 3000 USD; pero puede llegar a alcanzar hasta 20.000 USD. Estos son números que no se ajustan a la realidad de un país, con un enorme porcentaje de personas viviendo en condición de vulnerabilidad, aun sin contar la inversión recurrente, hecha por un niño en etapa de crecimiento.





## LA DISTANCIA

Son muy limitados los lugares que ofrecen algún tipo de ayuda o productos que puedan ayudar a personas que requieren de prótesis; sumando el hecho que la mayoría de ellos se encuentran centralizados en las grandes ciudades, principalmente la capital. Esto deja completamente de lado a un enorme porcentaje de población, que no solamente tiene dificultades para encontrar respuestas a sus necesidades, sino que además no sabe dónde encontrarlas.

## EL TIEMPO

Meses e incluso años, han llegado a transcurrir hasta que muchas personas, con distintos tipos de necesidades específicas, logran acceder a un dispositivo adecuado a su necesidad. Los procedimientos burocráticos y el trabajo poco industrializado en ese ámbito particular, impiden celeridad en el proceso.

## ¿CÓMO PUEDE ACCEDER UNA PERSONA A LAS PRÓTESIS?

El proceso de solicitud de una prótesis es simple, ni siquiera requiere el trasla-

do del usuario hasta Asunción. Basta simplemente con tomarse las medidas en su propia casa o en un centro de información de PO; donde el usuario recibe un video tutorial; y con regla, cinta métrica y celular con cámara pueden remitir fotografías estandarizadas. Con estas imágenes se obtienen las medidas de las PO y se diseñan a medida exacta; imprimiéndose sin demoras en 3D, además con colores, diseños y personalizaciones que el usuario desee. El día de entrega de la prótesis es también el día que el equipo de PO conoce personalmente al usuario, el cual logra accionar correctamente las POs y empezar a tomar un tereré con la PO en cuestión de minutos.

## EL FUNCIONAMIENTO

Todas las prótesis desarrolladas por el equipo de PO son mecánicas y en el caso de los miembros superiores, son activadas con el movimiento del codo o con el movimiento de la muñeca del usuario. Estas cuentan también con unos hilos que actúan como sensores y entonces al doblar el codo o la muñeca los hilos se tensionan y la mano se cierra

o abre. Existen prótesis de manos y de brazos. Ambos diseños ya están establecidos y se modifican expresamente para ajustarlos a las medidas y el tamaño de cada persona. Una vez que el diseño está finalizado se imprime y se ensambla.

### EL COSTO APROXIMADO

Como referencia tomemos una prótesis transradial de acción mecánica comercial, de las que se venden normalmente en el mercado. Estas cuestan 20 millones de Gs. Una PO de brazo estándar costaría solo 5 millones, pero gracias a los subsidios logrados por empresas que invierten en PO como Responsabilidad Social Empresarial, cuestan solamente un millón de guaraníes, lo equivalente a 170 USD.

### EL VALOR DE REGISTRAR UNA IDEA

El registro ha sido un paso fundamental para que pudieran darse todos los fenómenos que han convergido en el nacimiento de la iniciativa de PO Paraguay. Toda idea sanamente concebida, con un sueño por detrás y un propósito por delante, es altamente prometedora, si se toma la vía institucional para lograr el acompañamiento durante el proceso. No registrar, es como resignarse a no existir. En el caso de PO Paraguay, el registro en la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual -que ya ha sido realizado hace varios años-, ha sido fundamental no solo para poder nacer como organización, sino para poder sacar el nombre al resto del mundo.

“PO Paraguay ha recibido el año pasado el galardón “Medalla a la Creatividad” por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, por su contribución al desarrollo cultural, social y económico en el ámbito del derecho de autor y los derechos conexos, como organización con un enorme potencial transformador para la vida de personas...”, nos comenta Mateo Acosta, gerente de producción de PO Paraguay.

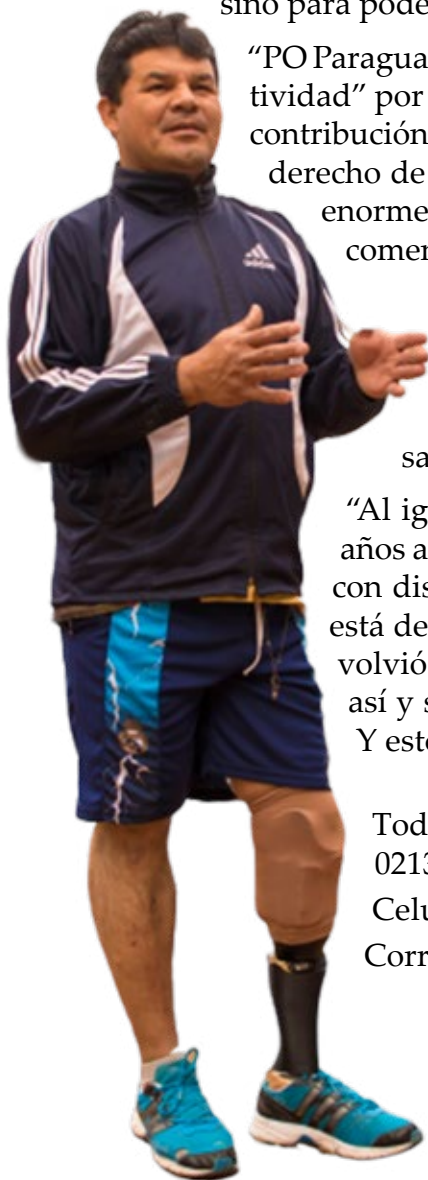
“Nosotros, en PO creemos que la discapacidad física es nada más que una ‘situación de discapacidad’, que, teniendo soluciones tecnológicas prácticas y accesibles, puede ser superada y hasta permitir a la persona sobresalir positivamente”, señala.

“Al igual que utilizar anteojos es tan elemental y simple: Cien años atrás las personas que necesitaban anteojos eran “personas con discapacidad”. Pero ahora tener un par de anteojos incluso está de moda y esa ‘discapacidad’ desapareció. Usar anteojos se volvió en una expresión de identidad de cada persona. Uno es así y se siente orgulloso de mostrarse al mundo de esa manera. Y esto es lo que quiere lograr PO Paraguay”.

Toda persona que necesite una PO puede contactar al teléfono 0213384314

Celular y WhatsApp +595 981133125

Correo electrónico quiero@po.com.py



# “LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA ARTESANÍA TRADICIONAL”

## INTRODUCCIÓN

La artesanía tradicional requiere técnicas, capacidades y conocimientos especializados y tradicionales que a menudo son de considerable antigüedad y se transmiten de generación en generación. Los productos artesanales pueden constituir expresiones culturales tradicionales (ECT) por medio de su diseño, apariencia y estilo, y también pueden plasmar conocimientos tradicionales (CC.TT.) mediante las capacidades y los conocimientos especializados utilizados para producirlos.

Los CC.TT. y las ECT, incluidos los productos artesanales, constituyen valiosos activos culturales, sociales e históricos de las comunidades que los mantienen, practican y desarrollan; asimismo, son activos económicos que pueden ser utilizados, comercializados o cedidos en licencia para generar ingresos y fomentar el desarrollo económico. Sin embargo, por desgracia, las técnicas tradicionales y el diseño, la reputación y el estilo vinculados a la artesanía están expuestos a la imitación y a la apropiación indebida. Con demasiada frecuencia las imitaciones baratas perjudican las ventas de la artesanía tradicional y la reputación de calidad de los productos genuinos.

Se están planteando propuestas y soluciones para la protección jurídica de los CC.TT. y las ECT a fin de impedir su uso o apropiación indebidos u otra clase de explotación ilícita. Asimismo, es posible utilizar esas soluciones para la protección de la artesanía tradicional. Actualmente en el Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (CIG) tienen lugar las negociaciones sobre un instrumento jurídico internacional sui generis para la protección de los CC.TT. y las ECT.

Esas negociaciones tienen por fin examinar los vínculos existentes entre el sistema de propiedad intelectual (P.I.) y las preocupaciones de los poseedores de CC.TT. y ECT. Varios países y regiones han desarrollado asimismo sus propios sistemas sui generis para la protección de los CC.TT. y las ECT.

Mientras tanto, los artesanos y las organizaciones de artesanía también pueden utilizar los derechos de P.I., como las marcas, las indicaciones geográficas, el derecho de autor, los dibujos y modelos industriales o las patentes, para promover sus intereses. Concretamente, se puede utilizar esos derechos para proteger la artesanía tradicional contra la reproducción y la adaptación no autorizadas, y contra el uso engañoso de su estilo y reputación.

En el presente documento se señalan medios prácticos, accesibles y a menudo basados en la comunidad para utilizar el sistema de P.I. en favor del reconocimiento, la protección, la gestión, la mercadotecnia y la comercialización de la artesanía tradicional en tanto que activo cultural y económico.

## ¿QUÉ ES LA “ARTESANÍA”?

A veces la artesanía se refiere a los productos artesanales, los productos artesanos, las obras creativas tradicionales o las obras de artesanía artística o tradicional. No hay una definición de artesanía aceptada universalmente, pero cabe señalar las siguientes características comunes:

- se trata de obras producidas por artesanos, de forma enteramente manual o con la ayuda de herramientas manuales o el uso de medios mecánicos, siempre y cuando la contribu-

ción manual directa del artesano siga siendo el elemento más importante del producto acabado;

- Se trata de representaciones o expresiones que simbolizan la cultura del artesano;
- Se trata de obras que comprenden una amplia gama de productos hechos de materias primas;
- Sus características distintivas pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente;
- No existen restricciones especiales en cuanto a la cantidad de producción y no hay dos piezas exactamente iguales.

Entre otras características que se pueden aplicar a la “artesanía tradicional” figura el hecho de que se transmite de generación en generación y de que está vinculada a una comunidad indígena local. Los párrafos que figuran a continuación se aplican a la artesanía y a la artesanía tradicional. La Artesanía y la Propiedad Intelectual Desde la perspectiva de la P.I., la artesanía posee tres elementos bien diferenciados:

- **Reputación:** derivada de su estilo, origen o calidad;
- **Apariencia externa:** su forma y diseño; y
- **Saber hacer:** la pericia y los conocimientos utilizados para crear y fabricar los productos de artesanía.

Cada elemento puede estar protegido por una forma distinta de P.I. El saber hacer, por ejemplo, puede estar protegido por las patentes o en calidad de secreto comercial, la apariencia externa puede recibir protección mediante el derecho de autor o los dibujos o modelos industriales, mientras que la reputación puede protegerse por medio de las marcas de producto o de servicio, las marcas colectivas o de certificación, las indicaciones geográficas o la legislación sobre competencia desleal. Estas formas de P.I. se examinarán sucesivamente.

## PROTEGER LA REPUTACIÓN Y EL CARÁCTER DISTINTIVO DE LA ARTESANÍA MARCAS DE PRODUCTO O DE SERVICIO

Una marca es un signo utilizado para identificar y diferenciar los productos o servicios de una empresa en el tráfico comercial. Las marcas pueden estar compuestas por palabras, letras, números, dibujos, fotos, formas, colores o lemas publicitarios de carácter distintivo, entre otros elementos. Las marcas sirven para indicar el origen de los productos o servicios, a fin de distinguirlos de productos idénticos o similares producidos por la competencia.

Al registrar y utilizar una marca se puede fomentar el reconocimiento por el consumidor de los productos artesanales auténticos y añadirles valor comercial. El registro otorga al propietario de la marca el derecho exclusivo a impedir que otros utilicen una marca idéntica o similar hasta el punto de inducir a error en productos o servicios idénticos o similares. La legislación de marcas brinda asimismo protección contra el registro de marcas que pueden inducir a error: por ejemplo, si alguien solicita el registro de una marca que implica falsamente que un producto o servicio tiene origen indígena, a fin de inducir a la gente a comprar dicho producto o servicio, el registrador debe rechazar la solicitud.

## MARCAS COLECTIVAS Y MARCAS DE CERTIFICACIÓN

Las **marcas colectivas y de certificación** pueden utilizarse para informar al público de determinadas características de los productos o servicios comercializados bajo dichas marcas.

La **marca colectiva** distingue los productos y servicios de los miembros de una asociación, que es la propietaria de la marca, de los de otras empresas. No es obligatoria la certificación; cualquier miembro de la asociación tiene derecho a utilizar la marca. Por ejemplo, la Comisión Regional de la Industria del Vidrio Portuguesa registró la marca colectiva MGLASS,

que se utiliza en las obras de arte de vidrio y de cristal soplado creadas por artesanos de la región de Marinha Grande.

La marca de certificación indica que los productos o servicios están certificados por el propietario de la marca y cumplen determinadas normas o poseen determinadas características relacionadas con la procedencia geográfica, el material, el modo de fabricación o la calidad. Por ejemplo, en Panamá se usan etiquetas de autenticidad en las molas (paneles distintivos hechos con textiles por las artesanas Kuna) para garantizar su autenticidad y luchar contra la venta ampliamente difundida de imitaciones baratas.

Registrar y utilizar una marca colectiva o de certificación puede ayudar a que las comunidades indígenas diferencien sus productos de artesanía de otros productos, y a dar realce a nivel nacional e internacional a dichas comunidades y a los artistas que fabrican esos productos. También puede contribuir a mejorar su situación económica y a obtener un rendimiento justo y equitativo de su labor. Asimismo, las marcas colectivas y de certificación sirven para fomentar la sensibilización del público y tranquilizar a los consumidores, que tienen la garantía de adquirir productos auténticos. Si bien las marcas de certificación o las etiquetas de autenticidad no pueden impedir la venta de imitaciones, sirven para desalentar dicha venta al diferenciar los productos genuinos de la artesanía tradicional.

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Por indicación geográfica se entiende un signo que se utiliza para productos de un origen geográfico específico y cuyas cualidades, reputación o características se deben fundamentalmente a dicho lugar de origen. Estos productos son a menudo el resultado de procedimientos y conocimientos tradicionales transmitidos de generación en generación por la comunidad de una región en particular. Los productos de artesanía fabricados utilizando recursos naturales, que poseen cualidades derivadas de su origen geográfico, pueden tener derecho a su registro como indicaciones geográficas. Por ejemplo, la denominación de origen olinalá hace referencia a productos de artesanía fabricados por el pueblo Olinalá de México con arreglo a técnicas y conocimientos especiales, para lo cual se utiliza la madera del árbol del aloe que proviene de esa región.

Las indicaciones geográficas no protegen directamente los conocimientos o el saber hacer relacionados con los productos de artesanía. En cambio, los conocimientos a menudo se mantienen en el dominio público con arreglo a los sistemas convencionales de P.I. y son susceptibles de apropiación indebida por parte de terceros. Sin embargo, pueden contribuir indirectamente a su protección de varias formas. Pueden proteger los productos de artesanía contra las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas, proteger la reputación o el buen nombre acumulados a lo largo del tiempo y salvaguardar un nicho de mercado. Además, pueden impedir que terceros utilicen una indicación geográfica protegida en productos que no provienen de la zona definida o que no poseen la calidad o las características exigidas.

## COMPETENCIA DESLEAL

La legislación de competencia desleal se utiliza para limitar las prácticas fraudulentas en el mercado, y puede ser un medio útil para luchar contra las reivindicaciones falsas y engañosas de la autenticidad o el origen: por ejemplo, cuando un recuerdo turístico barato lleve una etiqueta en la que se indique falsamente que es "auténtico", "fabricado por indígenas" u originario de una comunidad en particular, quienes producen los productos auténticos podrán tomar medidas para impedir que se efectúen esas reivindicaciones.

## PROTEGER LA APARIENCIA EXTERNA DE LA OBRA DE ARTESANÍA DERECHO DE AUTOR

A menudo los artesanos producen obras creativas que pueden protegerse mediante la legislación de derecho de autor. El derecho de autor, que surge automáticamente tras la creación de la obra, protege los productos de la creatividad. Los titulares del derecho de autor gozan de derechos exclusivos que les permiten beneficiarse financieramente durante un período de tiempo prolongado pero fijo, que corresponde habitualmente a la vida del autor más 50 años. Estos derechos, también denominados derechos patrimoniales, protegen a los titulares del derecho de autor contra la reproducción y adaptación no autorizadas de sus obras.

Asimismo, la protección por derecho de autor comprende los derechos morales, como el derecho a reivindicar paternidad de la obra y a

oponerse a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de la misma o a cualquier atentado a la misma que cause perjuicio a su honor o a su reputación. Las obras de artesanía pueden estar protegidas por derecho de autor si son originales y poseen cualidades artísticas. Entre los ejemplos de ese tipo de obras cabe citar los esmaltes, joyas, esculturas, cerámicas, tapicerías, tejidos y adornos de cuero.

## DIBUJOS O MODELOS

Por dibujo o modelo (o simplemente, diseño) se entiende el aspecto estético o apariencia exterior de un producto, como su forma, configuración, líneas o colores, que puede plasmarse en una amplia gama de productos de artesanía. Por ejemplo, la forma de una cesta, el diseño de un collar o la ornamentación de un jarrón pueden estar protegidos en calidad de dibujos o modelos.

En la mayoría de los países, los dibujos o modelos deben registrarse a fin de gozar de la protección. Además, deben ser nuevos, originales y tener carácter individual. La protección dura por un período de tiempo limitado, que es habitualmente de hasta 25 años. El artesano que posee los derechos sobre un diseño plasmado en una obra de artesanía puede impedir que otros produzcan, importen, vendan o distribuyan productos de apariencia idéntica o muy similar al diseño protegido. Sin embargo, no se puede proteger un diseño basado esencial o enteramente en las características técnicas de un producto. Además, en algunos países la artesanía está excluida de la protección de los dibujos o modelos, que únicamente se aplica a los productos fabricados por medios industriales.

## PROTEGER EL SABER HACER VINCULADO A LAS OBRAS DE ARTESANÍA

### PATENTES

Las patentes protegen las invenciones novedosas que impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. Las patentes autorizan al titular de la patente a impedir que otros utilicen comercialmente la invención durante un período de tiempo fijo, habitualmente 20 años.

Las patentes pueden proteger de manera indirecta las obras de artesanía al proteger los instrumentos o los procedimientos utilizados para fabricarlas, cuando un artesano haya mejorado

sustancialmente un procedimiento anterior o inventado uno nuevo que sea susceptible de aplicación industrial. Por ejemplo, pueden protegerse por patente nuevos aspectos funcionales de elementos ya existentes como las herramientas para trabajar la madera, herramientas manuales, pinceles, pinturas e instrumentos musicales, al igual que las mejoras funcionales de importancia aplicables a máquinas, telares y hornos utilizados para fabricar los productos de artesanía.

## SECRETOS COMERCIALES

Toda información confidencial que otorgue a los artesanos una ventaja competitiva puede considerarse un secreto comercial. Los secretos comerciales pueden estar relacionados con la composición o la concepción de un producto, un método de fabricación o los conocimientos especializados necesarios para llevar a cabo determinada operación. Los artesanos pueden estar en posesión de información que desean mantener oculta ante la competencia debido a su valor comercial y a la probabilidad de que los competidores hagan uso de ella. Por ejemplo, es posible que un tejedor conozca una técnica más rápida y eficaz de tejer que la utilizada por los competidores.

A fin de ser considerada como secreto comercial, la información debe ser confidencial o secreta y tener valor comercial porque es secreta, y se deben haber adoptado medidas razonables para mantener la confidencialidad o el secreto. A diferencia de las patentes, que deben ser objeto de solicitud, los secretos comerciales están protegidos automáticamente siempre y cuando se mantenga la confidencialidad de la información. Los artesanos que poseen secretos comerciales pueden evitar que otros los adquieran, divulguen o utilicen indebidamente. Por ejemplo, si una empresa textil descubre que un empleado ha revelado una técnica de tejeduría secreta a un competidor, puede obtener un mandamiento judicial para impedir que el competidor utilice dicha técnica. Sin embargo, la legislación de secretos comerciales no puede impedir que las personas adquieran o utilicen la información legítimamente.

*Reseña sobre la "La Propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional" publicada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI, año 2016*





Productos artesanales típicos del Paraguay

# CLASIFICADOS

---

## **CÓDIGOS NUMÉRICOS PARA IDENTIFICAR DATOS BIBLIOGRÁFICOS SOBRE MARCAS, CONFORME A LA NORMA DE OMPI ST.60**

- (210)** Número de serie de la solicitud.
- (220)** Fecha de presentación de la solicitud.
- (510)** Lista de productos y servicios.
- (511)** La Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de la Marcas.
- (540)** Reproducción de la marca.
- (731)** Nombre y dirección del solicitante.
- (740)** Datos del agente (representante).

# GUÍA DE USO **CLASIFICADOS** REDPI

1

Acceda al menú de Consultas y Tramites de la página [www.dinapi.gov.py](http://www.dinapi.gov.py)

Ingrese al menú Login Agente y utilice sus credenciales para identificarse como agente de propiedad industrial.



## Orden de Publicación



Busque y seleccione en el buzón Orden de Publicación, el expediente de su interés.

El sistema genera el Archivo PDF con firma electrónica y código QR que puede imprimir.

2

3

Si elige el servicio de publicaciones de clasificados RedPI, la plataforma le facilita el pago online. O bien puede pagar directamente en caja.

Confirme los datos de la transacción deseada. Reconfirme el pago luego de completar los datos requeridos. Reciba el mensaje de confirmación de pago.

