

15/02/2007

REGISTRAN PRIMERA MARCA SONORA EN CHILE

Felipe Schuster

Alessandri & Compañía - CHILE

El concepto de marca comercial en Chile no volverá a ser el mismo. Con motivo de las modificaciones introducidas durante el último tiempo a la Ley de Propiedad Industrial, a objeto de adecuar dicha normativa a los tratados comerciales suscritos por Chile, se introdujo un nuevo concepto de marca comercial, definida ahora como un “signo que sea susceptible de representación gráfica, capaz de distinguir en el mercado productos o servicios”, incluyéndose de esta manera, además de palabras, logos, etiquetas y combinaciones de colores, los sonidos.

Esta nueva definición –antes restringida a “signos visibles”- ha permitido por primera vez en Chile el registro de una marca sonora. El prestigioso estudio jurídico Alessandri & Compañía obtuvo recientemente el registro, como marca comercial, de la melodía corporativa de la multinacional Allianz A.G., de la misma manera en que ésta lo había obtenido previamente en la Comunidad Europea y en otros territorios con legislaciones más avanzadas en materia de protección de la propiedad intelectual. Es la primera vez en la historia que el Departamento de Propiedad Industrial de Chile ha aceptado el registro de una marca comercial sonora, lo que representa una nueva forma de protección intelectual para las personas y compañías que identifican en Chile sus productos o servicios con una música característica, por lo que a partir de este hecho se espera un interés creciente en el registro y protección de este tipo de marcas en Chile.

“Evidentemente que la música, y en particular las melodías publicitarias, son susceptibles de ser representadas gráficamente por medio de una partitura” señaló el abogado Rodrigo Velasco Alessandri, experto en materias de propiedad intelectual. “En este sentido estimamos correcta la decisión del Departamento de aceptar a registro una melodía novedosa y característica, cuya correspondiente partitura se ha publicado en el diario oficial para conocimiento de terceros, como lo exige la ley”, y agrega, “sin perjuicio de que esta nueva forma de registro no estará exenta de dificultades, en términos del examen de novedad de estas marcas, y en temas como la cesión previa de los derechos de autor de los creadores de jingles publicitarios, puesto a que en Chile no se reconoce la autoría original de una obra musical por parte de una persona jurídica. Es una discusión abierta y de importancia económica cada vez más grande, ya que hoy en día los consumidores identifican claramente los productos con la música que se usa para promocionarlos”.

La responsabilidad sobre las opiniones e información vertidas en esta sección es exclusivamente del autor de la nota.