

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe © CERLALC, 2007
Selección y disposición de las materias y comentarios, Ricardo Antequera Parilli

Derecho de autor. Derecho marcario. Compatibilidad. Obra publicitaria.

PAÍS U ORGANIZACIÓN: España

ORGANISMO: Audiencia Provincial de Baleares

FECHA: 22-11-1996

JURISDICCIÓN: Judicial

FUENTE: Texto del fallo en copia del original

OTROS DATOS: Francisco I.O. vs. B.M. S.A.

SUMARIO:

“El autor de una obra de creación publicitaria ... puede tener el goce de los derechos amparados por la Propiedad Intelectual o Industrial. Asimismo se aprecia una interrelación con la Propiedad Industrial, pues una creación publicitaria puede convertirse en marca que identifica a una empresa o personas, en este caso una entidad marcaria”.

COMENTARIO:

Existe la posibilidad de que, por ejemplo, la figura o los dibujos destinados a distinguir un producto o servicio (o la melodía que sirva para identificarlos) constituyan, *per se*, una manifestación artística, caso en el cual puede coexistir la doble protección ¹, como marca y como obra visual o musical. Ahora bien, como señalan algunos fallos, esa compatibilidad no quiere decir que un derecho prevalezca sobre el otro, aunque las constantes legislativas en propiedad industrial reconocen como prohibición marcaria el que pretenda registrarse como signo distintivo un bien intelectual protegido por el derecho de autor, salvo que medie el consentimiento del titular de este último. © **Ricardo Antequera Parilli, 2007.**

¹ SCIARRA QUADRI, Armando: *“Las obras figurativas y los signos marcarios”*. Trabajo publicado en el Libro-Memorias del III Congreso Iberoamericano sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos. Ed. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)/Instituto Interamericano de Derecho de Autor (IIDA)/República Oriental del Uruguay. Montevideo, 1997.