

Patentes, marcas o derechos de autor

Vicente Matellán Olivera

4 de octubre de 2002

En los primeros tiempos de la informática los usuarios se relacionaban con los fabricantes de ordenadores y de software fundamentalmente mediante contratos específicos. En los años 60, con el abaratamiento de los costes de los ordenadores y su consiguiente difusión se pasó a aplicar la legislación sobre los derechos de autor al software. Ahora se está intentando, fundamentalmente por la presión de las grandes multinacionales americanas, que se pase a regir la industria del software en base a los derechos de patentes. ¿Cuál es la diferencia entre patente y derecho de autor? ¿Qué tienen que ver las marcas comerciales con todo esto? Sin ser un experto en este tema, voy a intentar responder a algunas de estas preguntas.

Patentes

¿Qué es una patente? En una definición, seguro que poco rigurosa, un monopolio temporal sobre una tecnología. Desde el punto de vista oficial se consienten y protegen estos monopolios porque supuestamente son el único mecanismo que garantiza que la inversión realizada en la investigación y desarrollo de un producto, técnica, etc. pueda recuperarse. El monopolio se implementa concediendo al titular de la patente el derecho a explotar ese producto, técnica, etc. en exclusiva. Eso sí, el derecho tiene algunas limitaciones: tiene una duración determinada (veinte años), debe ser explotada, etc.

¿Cómo se obtiene una patente? En general cada país dispone de una “oficina de patentes” encargada de otorgar ese derecho exclusivo en su territorio. En el caso de España es la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) que es un Organismo Autónomo del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Algunos países además se han agrupado para reconocerse automáticamente esos derechos, ya que la legislación sobre propiedad industrial e intelectual es una de las armonizadas del mundo. Así, se ha creado por ejemplo la Oficina Europea de Patentes (EPO, *European Patent Office*). La EPO no depende de la Unión Europea. De hecho es un organismo formado también por países que no forman parte de la Unión (Suiza, Turquía, etc.) y que no depende de los presupuestos de la Unión, se autofinancia. Resalto este hecho, porque la fuente de ingresos principal de la EPO es el resultado de las tasas que cobra a los solicitantes de patentes, lo cual les motiva mucho a fomentar las patentes.

¿Quién defiende una patente? En contra de lo que mucha gente cree, las oficinas de patentes, la EPO por ejemplo, no tiene la misión de defender las patentes, es un simple registro que certifica en que en el momento se ha realizado la solicitud de una patente y que después de realizar (y cobrar) un estudio nada indica que ese producto estuviese ya patentado, ni que no estuviese permitida su patente. Es decir, las oficinas de patentes hacen una serie de comprobaciones antes de conceder una patente pero obviamente se pueden equivocar. Lo que si ocurre es que una vez concedida una patente la “carga de la prueba” recae sobre la parte demandante.

¿Cómo se revoca una patente? De igual forma que las oficinas de patentes no defienden una patente tampoco la revocan de oficio una vez concedida. Es decir, alguien que pretende demostrar que una patente no es legal tiene que probarlo ante las autoridades judiciales, a no ser, claro, que todo un país deje de reconocer las patentes, como por ejemplo hicieron los Estados Unidos de Norteamérica (EE.UU.) al independizarse del Reino Unido. Lo que hoy, curiosamente, no consiente a países como Sudáfrica, ni siquiera para salvar a su población del SIDA.

¿Cómo afectan las patentes a la industria del software? De una forma peligrosa, de hecho constituye en opinión de gran parte de la comunidad informática, uno de los problemas más graves que afronta la industria en estos momentos. ¿Hubiera sido el desarrollo de la informática igual de rápida si se hubiese patentado el concepto de variable?

Marcas

¿Qué es una marca? Resumidamente, no es más que una denominación, un signo o medio material de cualquier clase o forma, que sirve para distinguir a un producto, servicio o empresa de otros similares. Las marcas tienen un dueño, pueden ser de hecho, uno de los activos principales de una compañía. Así, empresas como Coca-Cola o El Corte Inglés gastan gran parte de su presupuesto simplemente en cuidar y promocionar sus marcas. La titularidad de una marca tiene una duración indefinida (en contra de los mitos sobre su caducidad).

¿Cómo se obtiene una marca? Existen una serie de registros, dependientes de las administraciones públicas de cada país que mantienen un registro de las marcas así como de los nombres comerciales, rótulos, etc. que en este artículo he agrupado bajo la sección marcas. En España es la misma oficina que el caso de las patentes: la OEPM, puesto que se considera una marca como parte de la “propiedad industrial” de una empresa. De hecho como decíamos antes puede ser su propiedad más valiosa.

¿Cómo se reclama una marca? En el caso de que exista una disputa sobre una marca es un juez el que tiene que dirimir a quien pertenece. Han existido muchos juicios de este tipo, fue muy llamativo el caso de Puma en España. Sin embargo, si se piensa fríamente debería ser un problema menor, pues una empresa tiene una infinidad de posibilidades de denominar a su producto, basta tener la suficiente imaginación y desde luego perseguible: una empresa ha creado una reputación y ninguna otra debería tener derecho a aprovecharla o a destruirla.

¿Cómo afectan las marcas a la industria del software? En principio yo creo que son neutrales y naturales. Siempre han existido marcas en la industria informática, tanto en el *hardware* como en el software. Microsoft es el nombre comercial de una empresa con marcas muy conocidas como Windows o Access, pero existen muchas otras empresas con infinidad de marcas, por ejemplo, IBM en los mismos segmentos ha competido con marcas como OS/2 o DB2.

Los derechos de autor

¿Qué son los derechos de autor? Básicamente el reconocimiento público de que un determinado bien cultural (artístico, científico, etc.) ha sido producido por un determinado autor. La protección de los derechos de autor cae dentro de la legislación sobre propiedad intelectual, que es diferente de la propiedad industrial (patentes y marcas).

¿Cómo se obtienen los derechos de autoría? Para el caso de los bienes intelectuales: obras científicas, literarias, musicales, teatrales, cinematográficas, esculturas, pinturas, dibujos, grabados, litografías, comics”, fotografías, etc. existen unos registros específicos. Así en España existe el registro de la Propiedad Intelectual, que dependen de del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.

Es muy importante destacar, que a diferencia de las patentes y marcas, los derechos corresponden al autor por el mero hecho de la creación, a diferencia de la propiedad industrial, en la que se generan derechos exclusivamente mediante registro expreso y concreto de las patentes o de las marcas.

¿Cómo se revocan, reclaman y defienden los derechos de autor? De nuevo es responsabilidad del autor defender sus derechos. Muchos se han organizado en formas de sociedades de autores para defender colectivamente ese derecho. Es el caso en España de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). Desgraciadamente estas sociedades han acabado siendo meras gestoras de los “derechos de copia” (*copyright*) que se derivan del derecho de autoría, representando más a los editores que a los autores.

¿Cómo afectan los derechos de autor a la industria del software? Pues desde su aplicación a la industria del software en los años 60 han marcado la estructura de nuestra industria, de esa legislación, y por asimilación de otros mercados de propiedad intelectual, como el de la música, hemos acabado en un modelo de cobro por copia. La aparición en los últimos años de un modelo diferente, el **software libre** esta haciendo tambalearse este mercado de licencias.

¿Qué deberíamos usar en la industria del software?

Desde mi modesta opinión, los autores tienen el derecho a que se reconozca que una determinada obra ha sido realizada por ellos. El salto de que el derecho a ese reconocimiento implique que tienen el derecho a limitar la forma en que se reproduce o modifica su obra lo encuentro mucho más difícil. Especialmente en el caso de productos intelectuales objetivos como el *software* (se puede certificar objetivamente que determinado algoritmo

es más rápido, eficiente, etc.), pero también en el caso de los subjetivos como la música: el autor original siempre tiene la posibilidad de mantener y difundir “su versión”.

El fundamento principal de todos los problemas es que la mayoría de los bienes culturales no representan bienes materiales. Su reproducción en muchos casos tiene coste próximo a cero y su copia no tiene porque suponer ningún menoscabo en el patrimonio de sus autores, su original sigue estando tal cual después de las copias. El problema estriba en que nuestra sociedad se ha acostumbrado a que la retribución a los productores de bienes intelectuales se realiza mediante la venta de copias, lo que por otra parte sólo garantiza unos ingresos razonables a una pequeña parte de los autores.

Por todo ello, creo que la protección de las marcas constituye el mecanismo idóneo para organizar el sector del software especialmente desde la perspectiva del software libre. IBM tiene por ejemplo una “marca” consolidada, se presuponen a sus productos unos estándares de calidad, bajas tasas de fallo, etc. Eso tiene claros beneficios para la empresa: se baraja en cualquier proyecto, es una de las primeras opciones de compra, etc. Las marcas además fomentan la competencia porque cualquiera puede crear “su marca” fácilmente.

Además, las marcas identifican a una empresa, no a un producto. Por ejemplo, RedHat es la “marca” de una empresa americana que distribuye GNU/Linux. Bajo los principios del software libre cualquiera puede coger ese mismo software y revenderlo. De hecho existen múltiples distribuciones basadas incluso en su mismo formato de paquete (los .rpm). Los compradores son los que tienen la libertad de elegir que marca quieren comprar, exactamente igual que deciden ir a realizar sus compras a El Corte Inglés o a Carrefour. Esta diferenciación en la marca defiende tanto a las empresas como a los productos. El caso de RedHat es claro, existen más empresas que distribuyen GNU/Linux. Igualmente, el hecho de que una determinada empresa empaquetara una versión incorrecta del compilador y el *kernel* de GNU/Linux de tal forma que no se podía compilar, no tiene porque afectar al propio GNU/Linux, que funcionaba perfectamente en otras “marcas”.

Por el contrario, lo más peligroso son las patentes. De hecho, a mi modo de ver, las patentes, y en esto se diferencian de los derechos de autor como recalaba antes, no premian la originalidad, la innovación. Trataré de ilustrarlo con un ejemplo: supongamos el caso de dos empresas que investigan por separado y en secreto en el mismo problema y llegan por separado a la misma solución. ¿Qué empresa tiene más derecho a tener la patente? Esto, que puede ser extraño en el caso de otras industrias sería muy corriente en el caso de la informática

La pregunta clave es: ¿Cuántas patentes estarás infringiendo sin saberlo en el siguiente programa que escribas?

Más información

Cómo siempre las opiniones expresadas en este artículo corresponden a las pocas luces del juntaletras que lo firma. Otras opiniones se pueden encontrar en muchos sitios. En particular podrás encontrar información menos crítica con la idea de la patentabilidad del software en estas URL:

- Oficina Española de patentes y marcas: <http://www.oepm.es>
- Oficina Europea de Patentes: <http://www.epo.org>
- Oficina Mundial de la Propiedad Intelectual: <http://www.wipo.int/>

Y argumentos mucho mejores que los míos en contra de la patentabilidad del software en estas otras:

- FreePatents: <http://www.freepatents.org/>
- Proinnova: <http://proinnova.hispalinux.es/>
- Eurorights: <http://uk.eurorights.org/>

©2002 Vicente Matellán Olivera. vmo@barrapunto.com

Se otorga permiso para copiar y distribuir este documento completo en cualquier medio si se hace de forma literal y se mantiene esta nota.