

4

ENTREVISTA CON LAWRENCE LESSIG

7

PENGUIN CUMPLE 75 AÑOS

21



FESMAN III

Una celebración mundial en honor a la cultura africana

La Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la Organización Mundial del Comercio (OMC) han organizado para febrero de 2011 dos actividades relacionadas con el acceso a los medicamentos, la búsqueda de patentes y la libertad de acción:

Taller sobre la Búsqueda de Patentes y la Libertad de Acción

en la OMPI, Ginebra (Suiza),
el 17 de febrero

y

Simposio Técnico sobre el Acceso a los Medicamentos, la Información Contendida en las Patentes y la Libertad de Acción

en la OMS, Ginebra (Suiza),
el 18 de febrero

Los objetivos de estas actividades conjuntas son los siguientes:

- destacar la importancia de acceder fácilmente a la información contenida en las patentes para facilitar el acceso a los medicamentos;
- mostrar cómo se utiliza la información contenida en las patentes para definir la libertad de acción y contribuir a agilizar el acceso a los medicamentos;
- examinar el tipo de información contenida en las patentes que se requiere a este respecto;
- estudiar cuál es la disponibilidad de esta información y cómo se accede a ella; y
- determinar las carencias de información a las que hay que hacer frente.

El Taller abordará conceptos básicos y prácticos sobre cómo realizar búsquedas de patentes y analizar la libertad de acción.

El Simposio ofrecerá a los participantes la oportunidad de determinar con mayor claridad las necesidades de los usuarios y proveedores de información relacionada con la propiedad intelectual.

En los debates, se prevé la participación de representantes de la industria farmacéutica clásica y de fabricación de medicamentos genéricos, de organismos compradores y de oficinas nacionales de patentes, entre otros.

Las sesiones se desarrollarán únicamente en inglés. El programa completo y la información sobre la inscripción pueden encontrarse en inglés en la siguiente dirección: www.wipo.int/meetings/en/2011/who_wipo_wto_ip_med_ge_11/index.html

ÍNDICE

- 2 **SEXTO CONGRESO MUNDIAL**
SOBRE LA LUCHA CONTRA LA FALSIFICACIÓN
Y LA PIRATERÍA
- 4 ENTREVISTA CON **LAWRENCE LESSIG**
- 7 **PENGUIN** CUMPLE 75 AÑOS
- 10 **LICENCIAS DE EXPLOTACIÓN EN LÍNEA**
UNA FORMA DE DESHACER LA MARAÑA
- 13 EL REY DE LOS QUESOS: **EL PARMESANO**
- 17 **UN TRIUNFO CIENTÍFICO PARA LA VACUNACIÓN**
- 19 **SENSIBILIZACIÓN**
PROMOVER LA COMPRENSIÓN DE LA PROPIEDAD
INTELLECTUAL EN ÁFRICA OCCIDENTAL
- 21 **FESMAN III**
UNA CELEBRACIÓN MUNDIAL
EN HONOR A LA CULTURA AFRICANA
- 24 **EL ACCESO AL CONOCIMIENTO EN ÁFRICA -**
LA FUNCIÓN DEL DERECHO DE AUTOR
- RESUMEN DE NOTICIAS

SEXTO CONGRESO MUNDIAL SOBRE LA LUCHA CONTRA LA FALSIFICACIÓN Y LA PIRATERÍA



La falsificación y la piratería siguen siendo graves problemas de alcance mundial para los responsables de la formulación de políticas de todo el mundo. Si bien cuantificar en conjunto y de un modo preciso el alcance y los efectos económicos del comercio de productos falsificados sigue planteando dificultades, se estima que esta práctica afecta a casi todos los sectores económicos que dependen de la creatividad y la innovación, y que está generalizada en todas las economías. Tradicionalmente, los afectados por la falsificación eran los productores de artículos suntuarios, pero en la actualidad la práctica se ha extendido a industrias tan diversas como los espectáculos, los cosméticos, los productos alimenticios, los electrónicos, los repuestos de automóviles y los medicamentos, siendo este último un caso especialmente alarmante. La falsificación y la piratería suponen pérdidas directas para los individuos y empresas que innovan y desarrollan productos originales, pero sus efectos repercuten en toda la economía mundial. La disponibilidad y el consumo generalizados de productos falsificados y pirateados socavan la confianza en un sistema regulado y, en función de las circunstancias específicas, podrían traducirse en una pérdida de oportunidades para la innovación, en la merma de los beneficios, en la reducción de puestos de trabajo, ingresos fiscales y servicios de financiación pública.

Formular un marco estratégico para tratar de un modo eficaz la falsificación y la piratería plantea desafíos importantes. En función de cuáles sean los temas prioritarios, podría haber implicaciones en materia legislativa, policial, aduanera, judicial, tecnológica, de salud pública, de propiedad intelectual (P.I.) y de impulso al desarrollo. Además, la educación de los consumidores resulta crucial, tanto como lograr unas infraestructuras y técnicas eficaces en lo relativo a velar por el cumplimiento de la ley. Algunos países están tomando importantes medidas para ampliar los marcos existentes, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Entre estas medidas, se incluyen negociaciones sobre acuerdos multilaterales, como la que se desarrolló en el contexto de la redacción del convenio MEDICRIME, con los auspicios del Consejo de Europa, o el proyecto del Acuerdo Comercial contra la Falsificación (ACTA). Otras actividades se centran en la distribución de productos

falsificados y contenidos protegidos a través de Internet, y estudian, por ejemplo, los modelos de cooperación voluntaria entre los distintos interesados.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) está consagrada a desarrollar un sistema equilibrado y accesible de propiedad intelectual que recompense la creatividad, estimule la innovación y contribuya al desarrollo económico, salvaguardando el interés público. La labor de la OMPI en el campo de la observancia de los derechos de la propiedad intelectual está guiada, en primer lugar, por la necesidad de comprender a fondo los factores que propician el comercio de productos falsificados. La Organización adopta un método amplio y transversal que resulta más integrador que el concepto más reducido de observancia. Tiene en cuenta un mayor abanico de intereses sociales, de temas relacionados con el impulso del desarrollo y la protección del consumidor, y se plantea como objetivo el progreso sostenible; todo ello, trabajando por un entorno que favorezca el respeto por los derechos de PI. Se presta una atención primordial a la cooperación internacional entre los sectores público y privado, al apoyo al diálogo constructivo y equilibrado de las políticas a nivel internacional, y a la asistencia jurídica y técnica a los Estados miembros de la OMPI que la soliciten para reforzar sus capacidades en pro de la observancia eficaz de los derechos de la propiedad intelectual.

En sintonía con este rumbo estratégico, desde el año 2004 la OMPI ha establecido alianzas con la Organización Mundial de Aduanas (OMA) e INTERPOL, con la Cámara de Comercio Internacional (CCI) y su iniciativa BASCAP) y con la Asociación Internacional de Marcas (INTA) para organizar el Congreso Mundial sobre la Lucha contra la Falsificación y la Piratería. El Congreso Mundial se ha convertido en el principal foro internacional para consolidar la cooperación en actividades de sensibilización de la opinión pública (y de promoción de iniciativas concertadas) que permitan afrontar de manera efectiva la falsificación y la piratería. En él se dan cita ministros y responsables de la formulación de políticas, directivos del mundo empresarial, altos funcionarios de las fuerzas del orden, jueces y juristas, las partes interesadas de las organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales, grupos de consumidores, investigadores y docentes.

Este año, como presidente de turno del Grupo de Dirección del Congreso Mundial, la OMPI ha tomado la iniciativa en la organización del Sexto Congreso Mundial que se celebrará en París (Francia), del 2 al 3 de febrero de 2011. El programa de este año, que destaca la relación entre el respeto por la propiedad intelectual y el desarrollo sostenible, refleja un punto de vista equilibrado de la lucha contra la falsificación y la piratería. El tema en esta ocasión es "Cultivar el respeto por la P.I.: soluciones sostenibles a un problema mundial". A medida que crece el número de industrias afectadas por la falsificación y la piratería, que emergen nuevos patrones de distribución y se reducen los presupuestos, la búsqueda de estrategias eficientes cobra mayor importancia. El Congreso Mundial ofrece una plataforma que da voz a los diversos interesados para estudiar formas innovadoras y eficaces de desarticular y detener el comercio ilícito internacional de productos falsificados y pirateados. En general, el Congreso pretende mejorar la comprensión de los elementos que subyacen al comercio de artículos falsificados, y debatir soluciones sostenibles que permitan atajarlo. El innovador programa de esta edición está diseñado para alentar al máximo la interacción y el diálogo entre los participantes. Se han organizado sesiones plenarias y mesas redondas sobre una serie de temas novedosos que ofrecen una perspectiva innovadora de las formas de luchar contra la falsificación y la piratería y de cultivar el respeto por la P.I. Entre estas sesiones, se incluyen las siguientes.

Sesiones plenarias:

- **Cultivar el respeto por la P.I.**
La **protección de la seguridad del consumidor: un factor indirecto de importancia decisiva en la lucha contra la falsificación.** Se ponen de relieve los varios riesgos a los que se expone la seguridad del consumidor y se estudian estrategias eficaces de intervención para proteger a los consumidores.
- **Destrucción responsable: eliminación de productos infractores de forma ecológica y socialmente equitativa.** Se estudian vías y métodos para eliminar productos infractores de un modo respetuoso con el medio ambiente.

Entre las mesas redondas, contamos con las siguientes:

- **La creación y el ajuste de los instrumentos para una observancia efectiva.** Se pretende promover una mayor cooperación entre los sectores público y privado para detectar y frenar la producción y distribución de productos infractores.
- **La evaluación de los efectos: la importancia de medir el alcance y los efectos de la violación.** Se debaten los enfoques y las metodologías actuales para determinar los efectos de la falsificación y se señalan soluciones para subsanar deficiencias.

- **La legislación en materia de competencia y la consolidación del respeto por la P.I.** Se analizan soluciones encaminadas a promover un uso de los derechos de P.I. que favorezca la competencia.
- **Iniciativas de lucha contra la falsificación en Francia.**
- **Observancia de los derechos de P.I. y desarrollo sostenible: perspectivas y desafíos.** Se analizan en un contexto social más amplio los elementos que incentivan las infracciones y se aborda la necesidad de que exista un equilibrio en los sistemas de observancia de la P.I. para establecer soluciones que contribuyan al desarrollo sostenible.
- **El tratamiento de la falsificación y la piratería en el mundo virtual.** El objetivo de esta sesión es entender mejor el alcance y la profundidad de la falsificación y la piratería por Internet y los instrumentos que son necesarios para abordarlas.
- **La financiación de una observancia eficaz: metodologías innovadoras.** Se examinan las opciones para aprovechar los recursos comunes con miras a encontrar las soluciones más rentables.
- **El precio de la limpieza.** Se analizan soluciones razonables para recuperar del infractor las sumas invertidas en el almacenamiento y la destrucción de los productos infractores.
- **La responsabilidad social de las empresas: el fomento del respeto por la P.I.** Se examina cómo se pueden obtener mejores resultados en la aplicación del derecho de la P.I. mediante alianzas entre gobiernos e inversores con una política de responsabilidad social en relación con el desarrollo sostenible.
- **Acuerdos e iniciativas gubernamentales.** Se estudian las perspectivas de los países desarrollados y en desarrollo sobre la capacitación y los efectos de las iniciativas públicas en la protección de la P.I. y la lucha contra el comercio ilícito.
- **El poder de la educación y la sensibilización en la labor de cultivar el respeto por la P.I.** Se examinan los desafíos que presenta la educación de la opinión pública sobre los perjuicios económicos y sociales relacionados con la falsificación y la piratería y cómo, a través de la colaboración entre los sectores público y privado, se pueden crear nuevos instrumentos.
- **La protección de la cadena de suministro: comprender al cliente.** Se examinan las formas de proteger la seguridad del consumidor y la integridad de las cadenas de suministro oficiales, cada vez más contaminadas por productos infractores.

El Sexto Congreso Mundial está organizado conjuntamente con el Instituto Nacional francés de la Propiedad Industrial (INPI), con los auspicios del Presidente de la República Francesa.

ENTREVISTA CON LAWRENCE LESSIG

En la tormenta que se levantó en torno al derecho de autor en los albores del siglo XXI, que enfrentó el statu quo en esta materia a los nuevos creadores digitales, Lawrence Lessig y sus colegas intentaron dar con un término medio y crearon el proyecto Creative Commons. En esta entrevista, el profesor Lessig nos explica cómo surgió Creative Commons y por qué cree que goza de tanta popularidad. Nos ofrece también su opinión sobre cómo podría traducirse la configuración jurídica del derecho de autor, nacida en el mundo analógico del siglo XIX, a la era digital del siglo XXI.

¿Qué le llevó a crear Creative Commons?

Al comenzar el siglo XXI, vimos que una especie de conjunción de planetas amenazaba la cultura.

La infraestructura digital existente animaba a compartir, mezclar y publicar de formas muy variadas, como no habríamos podido imaginar en el siglo anterior. Por otro lado, con el sistema vigente se invocaba el derecho de autor cada vez que se realizaba una copia. Esta situación ponía a los creadores digitales en oposición a la ley, fuesen o no conscientes de ello. Para muchos, en especial para los que se movían en lo que llamo la *economía compartida*, todo esto no tenía ningún sentido. Un gran porcentaje de creadores siguieron con las plataformas digitales a pesar de la legislación existente, y los índices de piratería se dispararon.

Nos temíamos que el choque de estas dos fuerzas produciría o bien un movimiento de abolición del derecho de autor o bien un sistema rígido de observancia que acabaría con todas estas magníficas actividades innovadoras.

En ese momento, la visión predominante era que si no te movías en el campo tradicional de "se reservan todos los derechos", o estabas en contra del derecho de autor o eras un pirata. Lo que intentamos fue encontrar un término medio porque vimos que, de hecho, muchos creían en el derecho de autor pero no en que sus obras de creación debieran estar tan estrictamente reguladas como lo estaban en el modelo vigente.

Por ello decidimos crear un sistema de aceptación expresa y voluntaria por el que los creadores pudiesen darles a sus obras todas las libertades

que quisieran. Este sistema cree en el derecho de autor, porque en esencia se trata de una licencia, pero también encarna los valores que sustentan esos contextos de creación (o ecosistemas) en los que no es el mercado el que define las normas de intercambio sino que estas dependen de la capacidad de compartir y de construir libremente a partir de la obra de otros.

¿En cuántos países está presente Creative Commons?

Creative Commons ha puesto en marcha proyectos en unos 80 países. Nuestra influencia está creciendo constantemente a medida que se nos unen nuevas jurisdicciones. La labor que Creative Commons desempeña en todo el mundo la desarrolla en gran medida una red de socios que se encargan de una serie de actividades de promoción y extensión en distintos territorios. Entre ellos, se encuentra la difusión en general de los instrumentos jurídicos de Creative Commons, lo que comprende actividades como ayudar a las comunidades a utilizar las licencias, desarrollar recursos educativos libres y prestar apoyo a los que quieran adoptarlas para que puedan comprender cómo funcionan. En 2009, el proyecto Creative Commons experimentó su mayor crecimiento y en estos momentos da cobertura a un mínimo de 350 millones de objetos en Internet.

Oriente Medio se ha convertido en una de las zonas de mayor crecimiento. Egipto, Jordania, el Líbano, Qatar y los Emiratos Árabes Unidos ya han empezado a tramitar licencias. Lo que resulta muy interesante es que, de hecho, en estos países, Creative Commons incrementa el respeto por el derecho de autor. Parece que, en un contexto en el que el derecho de autor no goza de gran reconocimiento, una posición más moderada por parte de los titulares, exigiendo derechos en unos ámbitos y permitiendo la libertad en otros, tiene más posibilidades de conseguir el respeto de los consumidores. Creative Commons es una forma de hacer comprender y respetar el derecho de



Lawrence Lessig habla sobre Creative Commons.

autor, y eso es lo que demuestra el caso de Oriente Medio.

¿Por qué cree que el modelo ha adquirido tanta popularidad?

Existen razones políticas y prácticas. Los motivos políticos están relacionados con lo que llamo las "guerras de los derechos de autor". Algunas personas quieren encontrar vías alternativas para regular la creatividad, y no creen que una aplicación estricta y rígida en la era digital tenga sentido, en especial en lo tocante a la educación, la investigación científica y las obras de aficionados. Pero existen también importantes razones prácticas. En las universidades, por ejemplo, los estudiantes necesitan aprender a utilizar medios digitales para ver vídeos, registrarlos o mezclar música tanto como a escribir. La alfabetización, en el siglo XXI, es eso.

El material con licencias *creative commons* es una alternativa segura al carísimo y retorcido proceso de conseguir licencias para que los estudiantes puedan aprovechar las oportunidades de creación que les brindan las tecnologías digitales. Se trata de una alternativa a la práctica de ignorar sin más el derecho de autor y exponer a las instituciones académicas a responsabilidades legales considerables.

¿Todo el mundo puede usar las licencias *creative commons*?

Si no pueden, es culpa nuestra. La idea que teníamos era la de crear una forma sencilla para que los autores y los titulares de derechos de autor pusieran a disposición del público sus materiales con las libertades que escogiesen. En resumen, se trata de un modelo de "algunos derechos reservados" con el que el titular del derecho de autor se guarda algunos derechos y concede otros al público en general.

Las licencias se estructuran de modo que los creadores puedan elegir qué usos y libertades quieren ofrecer. Son adecuadas para distintos ecosistemas de contextos creativos: los que tienen dinero,¹ que se sitúan en el núcleo del sistema, y los demás, que funcionan en la economía compartida.² Al seleccionar libertades y restricciones simples, los creadores pueden escoger si permiten a otros compartir su obra o mezclarla, siempre que se dedique a fines no comerciales o que los productos que puedan derivarse se distribuyan con permisos similares mediante la licencia "compartir con la misma licencia".

Las diferentes licencias están orientadas a distintos ecosistemas de creación. La licencia no comercial, por ejemplo, es idónea para un contexto de creatividad de aficionados, lo que permite a los creadores saber que sus obras las utilizarán otros con las reglas dictadas por el intercambio y no por el mercado. Cuando alguien crea una fotografía y la pone en Flickr, si escoge que pueda usarse a través de una licencia no comercial lo que está diciendo es que le parece bien compartirla con otros siempre que los fines sean no comerciales. No obstante, si alguien quiere usarla como ilustración de la portada de un CD que va a comercializar, el protocolo Creative Commons Plus le ofrece un método simple y gratuito de conceder licencias comerciales para la misma obra.



Creative Commons ha puesto en marcha proyectos en unos 80 países.

La licencia más sencilla y la que concede más libertades, la de reconocimiento, resulta idónea para los profesionales, los aficionados y los ecosistemas científicos de creatividad, porque produce recursos gratuitos que pueden modificarse y utilizarse a voluntad. La licencia de reconocimiento indica que el licenciante está completamente de acuerdo con que otros utilicen sus creaciones con fines comerciales. En 2010, por ejemplo, la cadena Al Jazeera publicó un gran archivo de material videográfico con esa licencia, con lo que cualquiera podía tomar las imágenes sin editar y usarlas, siempre que se reconociera la autoría de Al Jazeera. Con esto se promueven los objetivos comerciales de la organización, porque se promociona la marca mediante un sistema de concesión de licencias que no necesita infraestructura. En el año 2009, Wikipedia adoptó también el sistema Creative Commons para todo su material con licencia y alienta gustosamente su uso comercial. El único requisito es que, si se modifica el material, se permita que otros utilicen estos nuevos recursos con el mismo tipo de licencia.

¿Existe alguna prueba concreta de que las empresas estén desarrollándose en torno a este modelo?

Algunas empresas ni siquiera podrían existir si no fuese por este sistema de concesión de licencias. Es el caso, por ejemplo, de las empresas que presantan apoyo a la música mezclada (los sitios de Internet que alientan a las personas a compartir mezclas o a utilizar su música para mezclarla). Si la

1 Para estos ecosistemas, el control de la creatividad es importante con el fin de asegurar que el artista recibe la compensación que le incentivará a seguir creando.

2 En ella, el que crea lo hace por amor al arte y no por dinero.



“Las leyes de una sociedad libre dependen de que las personas entiendan intuitivamente por qué existen.”

Lawrence Lessig

música no estuviera compartida con licencias *creative commons* sería imposible que esto pudiese hacerse de un modo legal. La música abarca un conjunto de derechos de complejidad extrema, y negociar los que se refieren a la publicación y la grabación es extraordinariamente complicado. Las licencias *creative commons* reducen radicalmente los costos de transacción para el caso de esas obras. En la actualidad existe un catálogo inmenso de música con licencias *creative commons*. No estoy diciendo que no existan versiones ilegales, sino que las legales dependen esencialmente de este tipo de sistema.

Si tuviese una bola de cristal, ¿qué le diría sobre la evolución del derecho de autor en los próximos 10 años?

La bola de cristal tiene un signo de interrogación justo en el medio. Hay que tomar algunas decisiones fundamentales. Una opción es seguir batallando en una guerra perdida por mantener la estructura actual del derecho de autor echando más leña al fuego y empleando mejores armas para velar por que se respete. Si escogemos esta vía, el apoyo de la opinión pública seguirá resintiéndose, lo que relegará la creatividad al ostracismo y distanciará por completo a toda una generación del concepto del derecho de autor.

Pero también podemos firmar la paz y pensar en una estructura más sensata para el derecho de autor en la era digital, determinar cómo debería ser y cuál es el camino. En esto la OMPI desempeña una función determinante: puede ponerse a la vanguardia del proceso formando, por ejemplo, una comisión de teóricos que formule recomendaciones sencillas y claras para construir un sistema acorde con la era digital, un sistema que asegure que se salvaguardan los incentivos a la vez que se garantizan las libertades.

Si diseñamos una estructura que sea relevante para los países en desarrollo, que vele por que los artistas reciben sus remuneraciones a la vez que se protegen las libertades de los creadores, científicos y aficionados, creo que podremos volver a pensar que el derecho de autor cuenta con una

regulación madura que todos entienden. En una sociedad libre, las leyes dependen de que las personas entiendan intuitivamente por qué existen. El hecho es que la legislación actual en materia de derecho de autor no tiene sentido. No es que el derecho de autor no sea importante (lo es sumamente) sino que, tal como está, no proporciona los incentivos suficientes ni las libertades necesarias en el contexto digital. Se desarrolló para un mundo diferente, y ya es hora de actualizarlo y adaptarlo a este. Es la única vía para que la generación que estamos educando siga creyendo en él.

Creo que estaremos en el buen camino cuando el sistema del derecho de autor centre su atención en las personas a las que deberíamos estar ayudando, los artistas y creadores, y les dé la libertad de escoger, de proteger su creatividad, y de recibir una remuneración por ella.

¿Qué mensaje le haría llegar a un joven artista que empieza su carrera?

Creo que el mensaje de hoy es que nadie sabe lo que puede pasar y que lo que hay que promover es la experimentación. Los artistas necesitan darse cuenta de eso y participar en el proceso. Como jurista, y como uno de los fundadores de Creative Commons, no les digo a los artistas que regalen sus cosas gratuitamente. Lo que les digo es que tienen que utilizar los instrumentos de los que disponen e ir probando hasta dar con algo que les convenza.

¿Qué es lo que a usted le motiva?

En nuestra sociedad hay muy pocas personas realmente libres para decir lo que piensan. Yo me encuentro en una posición extremadamente afortunada porque tengo el grandioso regalo de la libertad y creo que debo intentar usarlo para hacer algo útil por la sociedad. Mientras siga creyendo en eso y tenga algo que decir, continuaré intentándolo.



PENGUIN CUMPLE 75 AÑOS

Desde sus humildes inicios en el año 1935, Penguin ha llegado a ser una de las marcas internacionales más queridas y puede alardear de haber publicado a algunos de los autores más vendidos de todo el mundo. Esta icónica editorial internacional, que cumplió 75 el pasado año, ha publicado las obras de 25 premios Nobel, 16 premios Pulitzer y 10 premios Booker. Sigue manteniendo permanentemente más de 5.000 títulos disponibles, tiene oficinas en 15 países y conecta a autores y lectores de todo el planeta. El grupo atiende a todas las facetas del lector, con una amplia gama de géneros, que incluyen los de ficción popular, clásica y literaria, así como obras de no ficción, viajes, divulgación, infantil y referencia.

Los inicios

Fundada por Sir Allen Lane en 1935, Penguin Books revolucionó la industria editorial con sus populares y económicas ediciones de libros de bolsillo. El desencadenante de que Sir¹ Allen se embarcase en esta empresa le sobrevino mientras regresaba a Londres tras visitar a la autora Agatha Christie en Devon, Inglaterra. Frustrado ante la reducida variedad de material de lectura que encontró en la estación de ferrocarril de Exeter, Sir Allen decidió poner a disposición de todas las personas la literatura contemporánea de un modo asequible y de calidad, en lugares en los que no solían encontrarse puestos de venta de libros, como las estaciones de trenes y las cadenas de supermercados. Llegó a inventar la "Pinguincubadora", la primera máquina expendedora de libros, situada en el 66 de Charing Cross Road, de Londres. Por unos peniques, los transeúntes podían hacerse con algo para leer en un instante. Y así empezó la revolución del libro de bolsillo.

Los primeros títulos surgieron en el verano de 1935. La cripta de la iglesia de Holy Trinity de Londres servía para la distribución, y las entregas de libros se hacían llegar allí a través de una rampa situada en la calle Marylebone Road. Entre ellos, había obras de Ernest Hemingway, André Maurois y Agatha Christie.

El éxito de Penguin Books radica en que supo darse cuenta de la "existencia de un gran público lector de libros inteligentes". Al ofrecer una literatura contemporánea entretenida y de calidad por un costo bajo, Penguin transformó a un público que "tomaba libros en préstamo en uno que los compraba".

El aspecto sencillo y distintivo de las cubiertas (tres franjas horizontales, dos de las cuales, las de los extremos, cambiaban de color según la colección: ficción en naranja, biografías en azul e intriga en verde) se ha con-

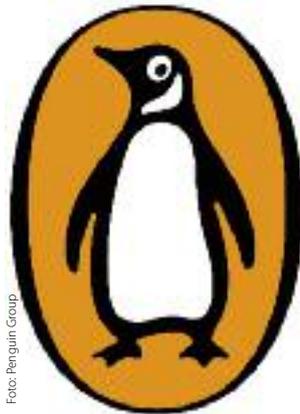


Foto: Penguin Group
Penguin, una marca icónica

vertido en un clásico del diseño y un referente para los primeros libros de bolsillo. El creador de este diseño inicial, Edward Young, un aprendiz de oficina de veintiún años, también dibujó la primera versión del logotipo de Penguin.

Con el transcurso de los años, la empresa ha crecido y ha adquirido otros sellos editoriales. Dos de los nombres más famosos de la empresa salieron al mercado en los años cuarenta: Puffin, en 1940, una colección de libros ilustrados de no ficción para público infantil, y

Penguin Classics, en 1946.

El rápido éxito de Puffin llevó a la empresa a publicar ficción infantil un año después. El preferido de los niños, *Worzel Gummidge*, de Barbara Euphan Todd, fue uno de los primeros títulos. La traducción de E. V. Rieu de *La Odisea* fue la escogida para el lanzamiento de la colección Penguin Classics, que ha puesto los clásicos a disposición de todos. La colección, de fama mundial, comprende unos 1.200 títulos (entre los que se cuentan los de la colección Penguin Modern Classics), que van desde *La Epopeya de Gilgamesh*, una de las primeras obras literarias conocidas, al clásico moderno *Alguien voló sobre el nido del cuco*.

Antes de los años sesenta del siglo XX, Penguin ya era una de las fuerzas editoriales más importantes y, fiel a sus raíces pioneras, contribuyó a la transformación del panorama jurídico británico. En 1960, se presentaron cargos contra la empresa por la publicación de *El amante de lady Chatterley*, de D. H. Lawrence. El libro destacó en su momento por las descripciones explícitas de la relación física entre un hombre de clase trabajadora y una aristócrata. Penguin se defendió, y obtuvo la victoria en los tribunales. La victoria hizo historia, marcó un cambio en la legislación británica sobre la censura, dio un nuevo impulso a la ya creciente popularidad de la empresa y disparó las ventas de la novela: en seis semanas, Penguin vendió 2 millones de ejemplares.

¹ El editor recibió este título en 1962.



Un año más tarde, en 1961, Penguin Books se convirtió en una sociedad anónima y marcó un nuevo hito en la Bolsa de Londres con una demanda de suscripción que sobrepasó en 150 veces la oferta de acciones.

Una nueva iniciativa presentada en 1967, el sello Allen Lane The Penguin Press, hizo que Penguin pudiese publicar tanto en rústica como en pasta. En 1970, tras la muerte del fundador, Sir Allen Lane, el grupo internacional de medios de información Pearson adquirió Penguin. Desde ese momento, la empresa ha continuado su expansión y desarrollo y sigue siendo uno "de los referentes más importantes de la industria editorial".

A lo largo de su historia, y movida por su interés por mantener el ritmo de un panorama editorial sometido a grandes cambios, la empresa se ha remitido a las tecnologías, y a menudo ha sido pionera en este campo.

En los años sesenta del siglo XX, técnicas nuevas como la composición fotográfica y la linotipia redujeron radicalmente los costos de la impresión y prepararon el terreno para la introducción de los métodos fotográficos e innovadores en el diseño gráfico de las cubiertas de los libros de bolsillo.

Unos treinta años más tarde, en 1993, Penguin Audiobooks inició su andadura, "acercando a un público de oyentes una miscelánea de títulos clásicos y contemporáneos siempre a través de las voces de los mejores actores". En la actualidad son más de 300 los títulos que pueden escucharse en CD o descargarse como audiolibro electrónico. Penguin también fue el primer editor comercial en disponer de página Web, www.Penguin.co.uk, y el primero en abrir una tienda en Internet, la ePenguin, en 2001.

Con la llegada de la tecnología digital, la industria editorial, como tantas otras, se está transformando de un modo formidable. Un objetivo común es encontrar formas para aprovechar el valor del mercado digital, en rápido crecimiento, y generar ingresos con él; sacar partido del progreso de las tecnologías y llegar a nuevos lectores por medios no tradicionales. El Presidente y Director General de Penguin Group, John Makinson, señala: "Nuestra industria se está transformando rápidamente y el nuevo panorama exige de nosotros algo distinto. La tecnología digital está cambiando la edición de libros, creando grandes y nuevas

oportunidades, a la vez que ejerce una presión sin precedentes en los costos y los modos tradicionales de trabajo." Y añade: "tenemos que mantenernos en cabeza si queremos crecer y prosperar."

Las actividades comerciales de Penguin en el campo digital están en plena efervescencia, con un catálogo creciente de unos 15.700 libros electrónicos que pueden obtenerse en todo el mundo a través de plataformas diversas. La empresa está aprovechando las nuevas tecnologías para conectar a los lectores con sus autores favoritos en Internet, y para hacerles llegar los libros en su formato predilecto. En 2010, la empresa puso en marcha algunas iniciativas digitales; entre ellas:

- En una acción conjunta con Apple, en abril, para la inauguración de su tienda virtual iBookstore y el lanzamiento del iPad, el aparato de Apple se vendía con *Winnie the Pooh*, de A. A. Milne, ya cargado.
- El grupo presentó su primera aplicación informática (*app*) de pago: *Topsy & Tim Start School* (Topsy y Tim empiezan la escuela), de Ladybird, que acompaña a los niños y a sus padres en una experiencia tan decisiva para la vida de una persona como es ir al colegio.
- Publicó una nueva aplicación para el iPad, *Spot Goes to School* (Spot va a la escuela), para celebrar el trigésimo aniversario de la publicación de esta historia infantil. Se trata de un libro con ilustraciones desplegadas que les ofrece a los niños

una experiencia de lectura divertida y cautivadora.

- En los Estados Unidos, en un acto revolucionario, Penguin presentó una edición ampliada de *Los Pilares de la Tierra*, de Ken Follet, en conjunto con Starz LLC, que incluye videoclips, documentos gráficos y música original de la serie de televisión producida por Starz Originals en la que se basaba el libro.

En el Reino Unido Penguin consiguió otro hito en 2010 con la publicación de *The Fry Chronicles* (Las crónicas de Fry), el segundo volumen de la autobiografía de Stephen Fry² en cinco formatos distintos (libro en pasta, audiolibro, aplicación, libro electrónico, de primera y segunda generación). Este libro tan popular, que

llegó al número uno de las listas de ventas en todos los formatos, brinda a los lectores la posibilidad de leerlo en el formato que escojan.

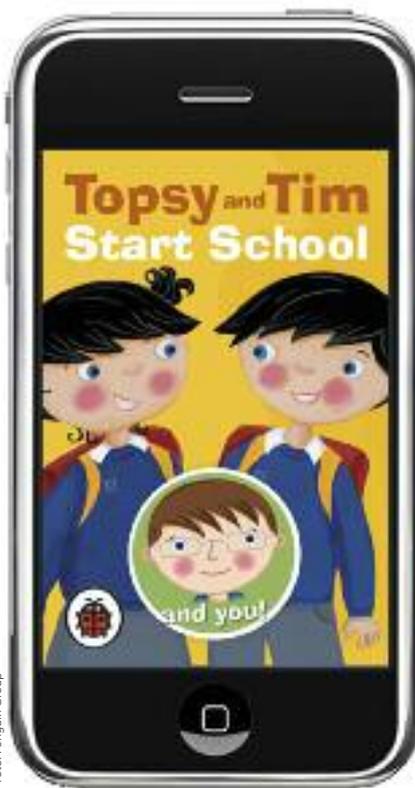
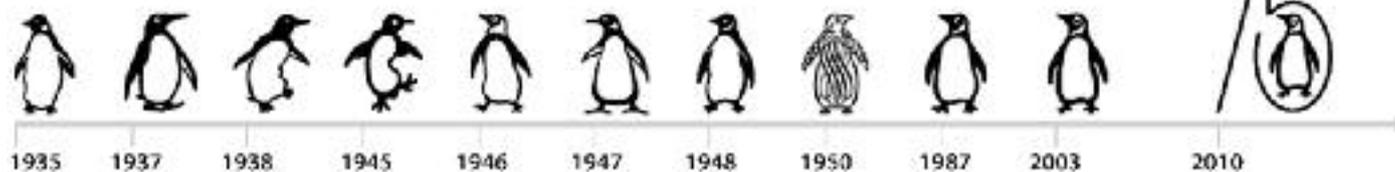


Foto: Penguin Group

2 Stephen Fry es un actor inglés, también guionista, autor, dramaturgo, periodista, poeta, humorista, presentador de televisión y director de cine.

Foto: Penguin Group



Evolución del logotipo de Penguin.

También en 2010 se presentó en los Estados Unidos la "Penguin Community", una nueva comunidad en Internet para lectores. En ella, los lectores pueden personalizar su perfil según sus gustos literarios, declararse admiradores de distintos libros y autores, unirse a lectores con intereses similares y aportar comentarios en debates sobre algunos libros y autores escogidos.

Un compromiso constante con la promoción de la creatividad

El grupo sigue estimulando el "compromiso estable" de Penguin con el descubrimiento y fomento de nuevas obras contemporáneas y difundiendo a los escritores noveles entre los lectores. En este compromiso se enmarca el premio Penguin de escritura africana, que "quiere poner de relieve la diversidad del talento en la escritura del continente africano y hacer llegar las obras africanas de ficción y no ficción a un público más amplio". Otro ejemplo es el premio de descubrimientos en novela, el Amazon Breakthrough Novel Award, que se concede en los Estados Unidos y que en 2010 atrajo a miles de

- La presentación en los Estados Unidos de la colección Ink Series, de seis títulos de la colección Penguin Classics con obras de algunos de los más destacados cartelistas y artistas del tatuaje de nuestros días y *Penguin 75*, una obra que recoge las ilustraciones de algunas de las mejores cubiertas publicadas por Penguin Books en los Estados Unidos con comentarios de autores, diseñadores y artistas.
- En el Reino Unido, Penguin presentó la colección Penguin Decades, con novelas de los años cincuenta, sesenta, setenta y ochenta que "se consideran hitos de la narración". Estas impactantes ediciones "celebran el extraordinario patrimonio artístico de Penguin" y son fieles a "la vocación de Sir Allen Lane de poner a disposición de todo el mundo escritos brillantes a un precio asequible".
- En Canadá, el aniversario fue ocasión para presentar las colecciones Allen Lane y History of Canada.
- En Brasil, la empresa presentó su colección de clásicos en portugués en asociación con una de las editoriales más importantes del país, Companhia das Letras.
- Penguin India celebró este acontecimiento asegurando su visibilidad en las ferias de libros más importantes, como el Festival de Jaipur, la feria mundial de

El grupo Penguin Group

En la actualidad, Penguin Group publica a través de una amplia variedad de sellos editoriales punteros en el mercado y de marcas comerciales de gran importancia. Entre ellos:

- Dorling Kindersley (editores de libros dinámicos infantiles, de viajes y de referencia), adquirida en el año 2000;
- Frederick Warne, más conocido por los títulos de Beatrix Potter, adquirido en 1983;
- Ladybird;
- Penguin;
- Puffin, y
- Rough Guides (editores de viajes y música), adquirida en 2002.

candidatos de todo el mundo. De modo similar, la filial china del grupo puso en marcha recientemente un plan de edición para la publicación de entre cinco y ocho libros por año con obras chinas de ficción y no ficción.

El 75º aniversario de Penguin Books ha supuesto una oportunidad para que el grupo refuerce la visibilidad de su sello a través de una serie de actividades organizadas en todo el planeta:

- La publicación por parte de Penguin Australia de 75 nuevos títulos de Popular Penguins, entre los que se incluyen clásicos como *Northanger Abbey* y *Robinson Crusoe*, así como obras de los autores más conocidos y populares de Australia.

Nueva Delhi o el festival literario de Penguin, *Spring Fever*. Lanzó también la campaña "Your Favorite Penguin" (tu Penguin favorito) y la lista de los 75 libros más vendidos.

Penguin intenta ser una auténtica "casa de la lectura", con algo para cada lector, de cualquier edad y dentro de una amplia gama de intereses. Su prestigiosa bibliografía "no tiene parangón ni en extensión, ni en profundidad, ni en calidad" y constituye un auténtico catálogo de personalidades del sector. Esperemos que el distintivo pingüino blanco y negro sobre fondo naranja que ha moldeado hasta ahora el panorama literario siga acumulando éxitos.

LICENCIAS DE EXPLOTACIÓN EN LÍNEA UNA FORMA DE DESHACER LA MARAÑA

En las conclusiones del informe anual de 2008 de la sociedad húngara de autores Artisjus, su director general, András Szinger, caracterizaba el mercado digital europeo actual como "un período caótico en la concesión de licencias". No era el único que lo pensaba. Mientras las sociedades de autores se enfrentan a la cuestión de las licencias, las editoriales de música, emisoras y proveedores de música digital comparten el mismo interés por encontrar una solución viable. Todos ellos intentan acelerar la creación de un mercado paneuropeo de música digital y todos lo quieren con sus propias condiciones. En consecuencia, el panorama europeo de las licencias de explotación de música presenta importantes desafíos. En este artículo, **Phil Hardy**, redactor de *theviewfromtheboundary*,¹ estudia cómo se ha llegado a la situación actual y cuáles serían las vías para poder seguir adelante.

El panorama europeo de las licencias de explotación digital de música está sumido en el caos. La regulación jurídica, las iniciativas de la Unión Europea a favor de los intereses del consumidor, el desarrollo de un mercado digital, el surgimiento de modelos de negocio en Internet, y las sociedades de gestión colectiva de obras musicales han contribuido a crear lo que ahora es una compleja maraña.

Intentar moverse por su amalgama de licencias puede convertirse en un auténtico martirio. Si Europa contase con un sistema de licencias coordinado y sin fisuras, las empresas y los consumidores por igual se beneficiarían en gran medida. Viviane Reding,² en su calidad de Comisaria Europea para la Sociedad de la Información y los Medios de Comunicación, lo expuso claramente: "En la Unión Europea, los derechos del consumidor en Internet no deberían depender de dónde está el domicilio social de la empresa o el sitio Web. Las fronteras nacionales deberían dejar de complicar la vida de los consumidores europeos cuando se conectan a Internet para comprar un libro o descargarse una canción."

Hasta ahora, las editoriales de música y las sociedades de gestión colectiva administraban sus derechos atendiendo a las particularidades de los territorios, y los propios usuarios operaban en una única ubicación, lo que no suponía ningún problema. No obstante, la mayor integración del mer-



Foto: iStockphoto/Cesair

cado y el surgimiento de las redes digitales ha provocado que cada vez más analistas se den cuenta de que los métodos territoriales en la concesión de licencias no están funcionando bien.

En el año 2000, el deseo de una ventanilla única para la concesión

en línea de derechos musicales en toda Europa fue el origen de la denuncia que formuló la emisora RTL ante la Comisión Europea. El motivo fue que la sociedad de autores alemana, GEMA, se negó a conceder una licencia paneuropea "para todas sus actividades de emisión de música, nacionales e internacionales, mediante formas nuevas o tradicionales de explotación". En términos similares, la emisora europea digital e interactiva Music Choice presentó en 2003 una denuncia contra la CISAC.³ Ambas se consolidaron después y, en julio de 2009, la Comisión resolvió a favor de RTL y Music Choice.

Los argumentos esgrimidos por la Comisión Europea fueron que las sociedades actuaban en contra de la competencia porque habían creado una red cerrada en la que cada sociedad detentaba en exclusiva el derecho de conceder licencias a usuarios comerciales en su territorio nacional. La Comisión consideró que esto imponía restricciones tanto a los autores y a los compositores como a las emisoras: los primeros quedaban obligados a afiliarse a la sociedad de gestión colectiva del país en que residían y los segundos debían concertar los acuerdos de licencia con las socie-

1 www.theviewfromtheboundary.com

2 En el año 2010, Viviane Reding fue nombrada Comisaria Europea de Justicia, Derechos Fundamentales y Ciudadanía.

3 Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores

dades de gestión colectiva de todos los países en los que operasen.

La decisión de la Comisión llevó a las sociedades europeas a poner fin a la práctica de extender automáticamente el mismo conjunto de derechos a todos los sectores, en especial a los de radiodifusión vía satélite y digital. Además, las sociedades cambiaron sus normas de afiliación y concedieron mayor libertad a los individuos para que pudiesen elegir su sociedad gestora y, al mismo tiempo y junto con la CISAC, recurrieron la decisión de la Comisión Europea.

A medida que la causa de RTL seguía adelante, la Comisión publicaba recomendaciones⁴ para la concesión de licencias en línea que, según Charles McCreevy, Comisario de Mercado Interior y Servicios entre 2004 y 2010, pretendían facilitar “que los nuevos servicios musicales en línea con sede en Europa pudiesen despegar”. En lugar de mantener o modificar el sistema de acuerdos recíprocos entre las sociedades nacionales, la Comisión Europea optó por favorecer la introducción de un sistema nuevo que permitiese a los titulares de derechos autorizar a una única sociedad a que gestionase el uso en línea de sus obras en toda la Unión Europea. Con esto se esperaba lograr la emergencia de unas pocas sociedades poderosas que concederían licencias de explotación de obras musicales tanto en línea como por otros medios.

Las sociedades de autores más grandes, como UK Music Alliance (en la actualidad, PRS for Music) recibieron complacidas esta decisión afirmando que se trataba de “el tijeretazo de salida para la fiebre digital en toda Europa” y una “oportunidad para crear mejores servicios y mejores precios” para sus miembros.

El Comisario Herbert Ungerer, Director General Adjunto para las políticas de ayuda estatal en la Dirección General de Competencia (DG COMP), celebró esta reacción y apuntó: “con los cambios fundamentales que han transformado los mercados musicales europeos y mundiales, los modelos de negocio de la gestión colectiva de derechos no podrán más que cambiar también.”

Las editoriales de música, como titulares de los derechos, también se mostraron a favor del nuevo sistema propuesto, ya que les proporciona un mayor control sobre la gestión de sus derechos, en especial ante el recurso creciente por parte de las sociedades a los acuerdos centralizados de licencia para las regalías mecánicas⁵ en los años noventa. En virtud de estos acuerdos, las editoria-

les de música se veían perjudicadas por la reducción de las tasas que una sociedad cobraba a las empresas discográficas y que recaudaba en nombre de las editoriales y los compositores cuando eran ellas las que canalizaban todos esos pagos.

Métodos nuevos

Las principales editoriales de música y las sociedades de gestión colectiva ya habían intentado varias veces simplificar el panorama de licencias de música en línea y habían propuesto distintas maneras de gestionar los derechos en el medio digital. La primera en tomar medidas fue EMI Music Publishing (EMI MP), que, junto con la PRS for Music del Reino Unido y GEMA, fundó CELAS, que sería el gestor único de los derechos digitales del catálogo anglo-americano de EMI MP. Les siguieron otras bases de datos. Harmonia, un organismo codirigido por la sociedad francesa SACEM, la española SGAE y la italiana SIAE, se creó para gestionar los derechos digitales del grupo Universal Music Publishing Group. Además, Sony/ATV y GEMA firmaron un acuerdo por el que la última representaría el catálogo anglo-americano de Sony/ATV. Y también la editorial de música Warner Chappel firmó con otras sociedades europeas.

En conjunto, estas medidas han dado lugar a la “caótica situación de la concesión de licencias” que describía Andrés Szinger. Por otra parte, los usuarios han perdido el acceso a una parte importante del catálogo mundial de música a medida que las editoriales han priorizado los tratos en exclusiva con determinadas sociedades a los acuerdos bilaterales con sociedades de gestión colectiva. Las ventajas que el nuevo programa propuesto podía traer se han perdido debido a la fragmentación del catálogo mundial.

Una solución factible

Un creciente número de interesados (organismos de radiodifusión, proveedores de servicios de Internet, servicios de música en línea, casas discográficas, sociedades de autores, expertos en tecnología y juristas) reclaman una reforma europea de la gestión de los derechos de autor. En el año 2009, la Comisión Europea adoptó medidas para resolver el problema de la concesión de licencias de música, que sigue siendo apremiante. Neelie Kroes, que en ese momento era la Comisaria Europea de Competencia,⁶ apuntaba: “Existe una clara voluntad, expresada por los principales agentes de la distribución en línea de música en Europa, de que se encuentre una solución a las numerosas barreras que impiden a los consumi-

4 Recomendaciones sobre la gestión colectiva transfronteriza del derecho de autor y derechos conexos en servicios legales de música en línea (en 2005).

5 La cuantía que debe pagarse por la venta de cada pieza de música grabada.

6 Neelie Kroes fue nombrada Comisaria Europea de la Agenda Digital en 2010.



dores beneficiarse plenamente de las oportunidades que les brinda Internet.”

En 2010, con el fin de mejorar las oportunidades de música en línea para los consumidores europeos, la Comisión Europea puso en marcha dos iniciativas. La primera prometía mejorar el acceso al catálogo de músicas de todo el mundo con una reintegración parcial a través de una serie de tratos no exclusivos con distintas sociedades de autores. La segunda constituía una propuesta para crear una base de datos con el catálogo mundial de obras musicales y grabaciones sonoras. Esta base de datos reuniría la información de distintas sociedades para ofrecer una única fuente completa en la que encontrar datos fiables de la titularidad y la gestión mundial de las obras musicales. Su objetivo sería reducir las barreras con las que se encuentran las empresas que desean distribuir contenidos en línea, para garantizar que los creadores de obras musicales reciban compensaciones de una forma completamente transparente y para mejorar el acceso al catálogo mundial de música.

Dada la complejidad del panorama de concesión de licencias en Europa, la necesidad de esta base de datos unificada resulta apremiante. Como apuntaba la Unión Europea, “Ya no puede suponerse que el que una editorial de música o un gestor de derechos de autor de obras musicales resida en un territorio determinado, signifique que puede conceder la licencia para la explotación de obras musicales en ese territorio o en un ámbito multiterritorial.” Todo ello se complica aún más con el hecho de que, para la explotación de obras musicales en línea, “la facultad de conceder licencias para obras musicales puede articularse de modo distinto a como se distribuyen las facultades y titularidades territoriales para la música difundida de modos distintos”. Lo que esto significa en esencia es que una sociedad puede tener la facultad de conceder licencias por determinados derechos para unas obras concretas en un territorio pero quizá no tenga esa misma facultad fuera de él. Si bien ya se han hecho intentos en el pasado de crear bases de datos que faciliten la concesión de licencias de música en línea, su éxito ha sido limitado.⁷

La Unión prevé que la base de datos sea la fuente central de información donde encontrar los datos sobre todas las obras musicales conocidas:

- autor o autores de cada pieza musical;
- titularidad de los derechos y especificación del reparto de los mismos entre distintas partes para cada obra musical y para todos los territorios;

- entidad facultada para conceder licencias, ya sea o no en exclusiva y tanto si es para su explotación en línea o por otras vías, con la especificación de la distribución de derechos, su tipo (p.ej. interpretación pública, ejecución, etc.), tipo de uso (p.ej. en línea o por otros medios) y el territorio;
- todos los datos conocidos sobre las grabaciones de sonido y audiovisuales, con mención del artista principal;
- enlaces entre las obras musicales y las grabaciones de sonido o audiovisuales en las que aparece,
- obras de dominio público.

La opinión generalizada es que estos elementos son la clave del éxito para un catálogo mundial. Las dificultades técnicas de un proyecto de esas características son claramente superables; las de índole estratégica son más difíciles:

- ¿Quién poseerá, gestionará y mantendrá el catálogo?
- ¿Cómo se registrarán las obras?
- ¿Cómo se determinará el acceso al catálogo?

Las propuestas iniciales de los distintos interesados sugieren que la propiedad y el funcionamiento del catálogo esté a cargo de un organismo con plena autonomía, como la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). La OMPI cuenta con una amplia experiencia en el desarrollo, funcionamiento y gestión de sistemas internacionales de registro y concesión de derechos, como el Tratado de Cooperación de Patentes (PCT), que facilita el trámite de obtener protección mediante patente en más de 140 países, y el Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas, que ofrece una vía rentable para registrar marcas y gestionar posteriormente los derechos a nivel internacional. Algo similar podría servir para el catálogo. Los titulares de derechos se harían cargo de los costos del registro de las obras, puesto que serían los que más se beneficiarían de la mejora en la disponibilidad de sus obras para el público.

El Director General de la OMPI, Francis Gurry, recogió la idea de este catálogo en el congreso “Facilitar el Acceso a la Cultura en la Era Digital”, a principios de noviembre de 2010. De él dijo que era “una idea a la que le ha llegado la hora”. El reto es generar un compromiso amplio entre los legisladores y otros interesados para convertir el proyecto en una realidad viable. Un catálogo que reúna la información fragmentada que consta en manos de las sociedades de gestión relacionadas con las obras musicales, su titularidad, gestión o administración, supondría un avance importante para poner orden y concierto en el maremágnum actual de la concesión de licencias, y la OMPI parece estar bien situada para asumir el reto.

7 El Código Internacional Normalizado de Grabaciones (ISRC) fue creado por la industria de la grabación para seguir el uso digital y tanto éste como el Sistema de Información Común (CIS), creado por la CISAC, han cosechado triunfos relativos. También se han desarrollado varios sistemas de seguimiento (p.ej. el Blue Arrow de BMI, o el Mediaguide de ASCAP), pero se trata de sistemas por cliente y tarea y no pueden llenar el espectro más amplio de utilidades que prevé la base de datos internacional proyectada.

EL PARMESANO, REY DE LOS QUESOS

Conocido como el “rey de los quesos”, el Parmesano, también llamado *Parmigiano Reggiano*, se elaboraba en su origen en los monasterios benedictinos y cistercienses hace mil años. Con el paso de los siglos, ha adquirido una relevancia mundial y ahora es un queso muy popular entre los *gourmets* de todo el mundo.

Foto: Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano



Si bien esta popularidad se traduce en una sana y constante demanda, también ha dado lugar a que el parmesano se convierta en uno de los productos agrícolas más imitados del mundo. Como consumidores, ¿cómo podemos estar seguros de que hemos comprado el *bueno*? En este artículo, la Revista de la OMPI estudia cómo los productores de Parmigiano Reggiano han obtenido el reconocimiento jurídico de que su queso es el “único” Parmesano auténtico.

Algo sobre el Parmesano

El método de elaboración de este queso de textura dura y granulosa,¹ que se cuece, no se prensa, ha cambiado muy poco a lo largo de los siglos. Los queseros utilizan hoy los mismos ingredientes naturales que sus predece-

facilidad. Alabado por ser “un almacén en miniatura” de nutrientes concentrados, es rico en proteínas, lípidos, calcio y fósforo, y relativamente bajo en grasas y colesterol si se lo compara con otros quesos.

Sólo los quesos elaborados según la Normativa de Producción pueden llevar las marcas distintivas de Parmigiano Reggiano.

El Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano

Parmigiano-Reggiano

Pese a su extendida fama, la producción de queso Parmesano fue relativamente escasa hasta principios del siglo XX, momento en el que creció drásticamente. Ante la competencia de productos de imitación más baratos, los productores de leche unieron fuerzas y, en 1934, fundaron el Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano (el Consorcio). Desde ese momento, el Consorcio, que representa los intereses de unas 409 lecherías en una zona que abarca unos 3.676 productores de leche, ha difundido activamente entre los consumidores la toma de conciencia de la singularidad del Parmigiano Reggiano. Desempeña asimismo una función crucial en la defensa de la denominación del producto y la lucha contra su uso indebido.

Un producto histórico

Las referencias al Parmesano en la literatura se remontan al siglo XIV. En 1348, Boccaccio relata en su *Decamerón*: “[...] y había una montaña entera de queso parmesano, exquisitamente rallado, y encima de ella las personas no hacían otra cosa que macarrones y raviolis.”

Una nota del cronista británico Samuel Papys durante el gran incendio de Londres de 1666 cuenta que enterró su queso *parmezano* para salvarlo del avance del fuego.

sores (leche cruda, cuajo y sal) y emplean “el mismo cuidado y destreza”. El *Parmigiano Reggiano*,² un producto italiano icónico, se elabora en una zona muy concreta del norte de Italia: la que ocupan las provincias de Parma, Reggio Emilia, Módena y Bolonia (en la margen izquierda del Reno) y Mantua (en la margen derecha del Po). Existen muchos factores decisivos para la particular calidad del queso Parmigiano Reggiano, desde los suelos en los que crece el forraje del que pastan las vacas hasta las destrezas necesarias para la elaboración del queso. Gracias a su mezcla de leche entera y desnatada, se digiere rápidamente y el cuerpo puede asimilarlo con

¿Y qué medidas jurídicas ha adoptado el Consorzio para salvaguardar la denominación Parmigiano Reggiano?

Como la singularidad y las cualidades del Parmesano están estrechamente vinculadas a su lugar de origen y método de producción, puede acogerse a la protección que brindan las indicaciones geográficas. En términos llanos, una indicación geográfica es un distintivo empleado para productos de un origen geográfico determinado que tienen unas cualidades o una reputación especiales derivadas de ese origen.

1 Los cristales blancos (formados por el aminoácido tirosina) otorgan al queso su característica consistencia crocante y son el resultado de su proceso de maduración.

2 El significado literal es “de Parma” y “de Reggio Emilia”.



Componentes de la denominación de origen protegida Parmigiano Reggiano

- La alimentación de las vacas lecheras está regulada: sólo heno, ni piensos ni alimentos fermentados.
- Normas de producción: desde 1991, el envasado del queso Parmesano rallado debe tener lugar en la zona de origen.
- Regulación sobre el etiquetado: cada granja lechera identifica sus *ruedas* de queso con **marcas de origen** que llevan agujereado el texto "Parmigiano Reggiano" en la corteza, el número de la lechería, el año y el mes de elaboración, una placa de caseína con las palabras "Parmigiano Reggiano" o "CFPR" y los códigos de identificación de la rueda. Lleva asimismo las **marcas de selección** que le concede el Consorcio (tras la verificación que realiza un órgano independiente de control). Se trata de una marca oval que lleva escrito "Parmigiano Reggiano Consorzio Tutela" y el año de elaboración, con la que se distingue el queso después se superar la inspección.

El queso se coloca en un molde para darle su forma final.

El Consorcio se tomó en serio la obtención de protección jurídica para el Parmigiano Reggiano en los años cincuenta, tras la firma de un convenio internacional sobre el empleo de denominaciones de origen y denominaciones de quesos el 1 de junio de 1951, en la localidad italiana de Stresa. Los signatarios del Convenio de Stresa

(Francia, Italia, Países Bajos y Suiza) "se comprometieron a prohibir el uso dentro de sus territorios de denominaciones de origen falsas." El Convenio ofrecía una mayor protección a los productos considerados *denominaciones de origen* (D.O.), como Gorgonzola, Pecorino Romano, Roquefort y, por supuesto, Parmigiano Reggiano. En octubre de 1955, el Gobierno italiano aprobó el Decreto-ley n.º 1269 por el que sólo podrían etiquetarse como Parmigiano Reggiano los quesos elaborados en la región del mismo nombre que cumpliesen determinadas características.

La adopción, en 1958, del Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (Arreglo de Lisboa) supuso un nuevo avance para el Consorcio en su lucha por un reconocimiento jurídico.

El Arreglo de Lisboa, administrado por la OMPI, protege contra "toda usurpación o imitación, incluso si el verdadero origen del producto figura indicado o si la denominación se emplea en traducción o va acompañada de expresiones tales como **género, tipo, marca, imitación** o similares,"³ y para el registro no es necesario más que un trámite único. Asimismo, con este acuerdo se establece la presunción de que una denominación de origen registrada en virtud del Sistema de Lisboa no puede emplearse como genérico⁴ en otros Estados miembros, y legítima al titular de la D.O. para entablar, en su caso, un proceso judicial o administrativo⁵ en estos países. El Parmigiano Reggiano se registró como D.O. en virtud del Arreglo de Lisboa el 23 de diciembre de 1969.

La protección internacional de las indicaciones geográficas se perfiló mejor con la celebración del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), el 15 de abril de 1994 (artículos 22 y 24). En 1996 el Parmigiano Reggiano obtuvo mayor recono-

cimiento a escala europea, al ser uno de los primeros productos que en obtener la consideración de denominación de origen protegida (D.O.P.) con arreglo a la legislación europea.⁶

Entre sus numerosas tareas, el Consorcio está encargado de proteger,

vigilar y salvaguardar la denominación de origen protegida de Parmigiano Reggiano y de velar por que "ningún otro producto utilice nombres, marcas o distintivos que puedan infringir" la denominación, menoscabarla o llevar a engaño a los consumidores.

La tarea se complica aún más por el panorama jurídico internacional, que, en sí mismo, ofrece un surtido de opciones para proteger la calidad y los productos genuinos asociados a un origen determinado. Si bien las indicaciones geográficas desempeñan una función determinante en "transmitirle al consumidor el valor añadido de un producto", su definición, y la protección que se les brinda, no es la misma en todas partes.

En algunas jurisdicciones, las expresiones geográficas están protegidas, pero en otras se consideran descripciones genéricas de productos. Dentro de Europa, el Consorcio ha obtenido algunos triunfos en esta batalla. En el año 2008, el Tribunal de Justicia europeo⁷ desestimó el argumento presentado por Alemania de que "Parmesano" se había convertido en una denominación genérica y falló que el nombre evoca a la denominación de origen protegida Parmigiano Reggiano, lo que está prohibido por la legislación europea. Recientemente, un tribunal alemán se remitió a ese mismo principio en un recurso referente a



Foto: Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano

3 Artículo 3 del Arreglo de Lisboa.

4 Artículo 6 del Arreglo de Lisboa.

5 Artículo 8 del Arreglo de Lisboa.

6 En virtud del Reglamento CE n.º 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, recogido en el Reglamento n.º 1107/96 de la Comisión, de 12 de junio de 1996.

7 Asunto C-132/05, la Comisión Europea c. la República Federal de Alemania.

una empresa de comida alemana. En junio de 2010, el tribunal confirmó una resolución judicial por la que la empresa debía dejar de elaborar un producto que imitaba al Parmigiano Reggiano. En un comentario sobre el fallo, el Director del Consorcio, Leo Bertozzi, afirmó que “demuestra que la verdadera protección es posible cuando se trabaja con tenacidad y seriedad”. Y añadió: “el resultado nos reafirma en nuestro empeño por vigilar el mercado en interés de los consumidores”.

Los numerosos países en los que las indicaciones geográficas están protegidas activamente como forma de propiedad intelectual han optado por sistemas distintos de protección. Algunos han preferido promulgar legislación específica, mientras que otros se han acogido a sus propios sistemas de protección de marcas de productos⁸ (mediante marcas colectivas o de certificación), su legislación contra la competencia desleal o para la protección del consumidor, o han elaborado leyes o resoluciones específicas que reconocen determinadas indicaciones geográficas. Todo esto presenta implicaciones importantes para una entidad como el Consorcio, puesto que sus medidas para defender los intereses de sus denominaciones oficiales protegidas deben contar con el complemento de una estrategia de marca eficaz.



Foto: Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano

En la actualidad existen 10.000 indicaciones geográficas protegidas en el mundo, y se calcula que su valor de mercado es de más de 50.000 millones de dólares de los Estados Unidos.⁹ En torno al 90 por ciento proceden de países de la OCDE.¹⁰

En muchos sentidos, los productos con nombres conocidos, como el Parmigiano Reggiano, son similares a los principales nombres comerciales. Como tal, la estrategia de marca del Consorcio resulta crucial para salvaguardar la reputación internacional de la marca Parmigiano Reggiano. A tal fin, el Consorcio ha registrado algunas marcas, por ejemplo, para identificar al Parmigiano Reggiano preenvasado (rallado y en porciones). Al solicitar la protección se ha recurrido al Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas, de la OMPI.

El reto de navegar por un panorama jurídico complejo y altamente fragmentado se complica aún más debido a la ausencia de un registro único y común para todas las indicaciones geográficas. Si bien el

Arreglo de Lisboa podría haber servido de base para un registro mundial de tales características, su capacidad para hacerlo se ha visto obstaculizada hasta la fecha por el hecho de que son pocos los países que se han adherido al Arreglo. La OMPI trabaja en la actuali-

“El secreto de sus cualidades reside en el origen, en los alimentos naturales y en una leche de alta calidad sin aditivos.”

Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano

dad con las 27 partes contratantes del Arreglo para estudiar vías que permitan ampliar el número de miembros del sistema (véase el recuadro).

Pese a que el Consorcio está cada vez más preparado para hacer frente a los imitadores de su emblemático queso, continúan surgiendo desafíos relacionados con la complejidad del panorama jurídico. En una causa reciente en México, el Consorcio se enfrentó a una empresa que, de forma indebida, había llamado a su producto Parmigiano Reggiano y “le colocó símbolos idénticos o similares a los registrados como marcas colectivas por el Consorcio”, a saber, Parmigiano Reggiano (número de registro 650677) y Parmigiano Reggiano Consorzio Tutela (número de registro 638817), sin autorización.

Puesto que el riesgo de confundir a los consumidores con este uso era elevado, el Consorcio solicitó el embargo cautelar de los productos infractores. Se concedió la solicitud por la violación de marcas colectivas del Consorcio registradas en México, pero no por la violación de la denominación de origen Parmigiano Reggiano. El motivo es que el artículo 229 de la legislación mexicana sobre la propiedad intelectual requiere que el titular del derecho (en este caso, el Consorcio) indique claramente en el envase del producto o en su embalaje que está protegido por un derecho de propiedad industrial (utilizando, por ejemplo, el símbolo ®). El Tribunal Superior de Justicia de México resolvió que esta disposición se aplica únicamente a patentes y marcas, y no a denominaciones de origen, y añadió que los derechos de propiedad intelectual, como las marcas y las denominaciones de origen, son diversos y de naturaleza distinta, y que cada uno tiene un proceso de reconocimiento diferente. Por otro lado, arguyó que el principio de publicidad suficiente consagrado en el artículo 229 quedaba cumplido en el caso de Parmigiano Reggiano por la

La cinta estarcida lleva las inscripciones PARMIGIANO-REGGIANO, DOP, CONSORZIO TUTELA, el número de identificación de la lechería, y el mes y año de producción.

8 Guía de Indicaciones Geográficas: Vinculación de los Productos con su Origen, CCI, 2009.
9 *Ibid.*
10 OCDE, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos



Datos sobre el Arreglo de Lisboa

El Arreglo de Lisboa fue adoptado en respuesta a la necesidad específica de disponer de un sistema internacional que proporcionase una protección mundial a una categoría concreta de indicaciones geográficas, las *denominaciones de origen*, mediante su registro en la OMPI a través de un trámite único, sencillo y rentable.

En muchos países, los productos con denominación de origen representan una parte importante de las exportaciones. Como activos económicamente importantes, resulta esencial que el uso de estas denominaciones cuente con una protección efectiva en el mayor número posible de países. El Sistema de Lisboa puede ayudar a los países en la protección de sus intereses económicos nacionales facilitando el registro de estas denominaciones en varios países.

El Grupo de Trabajo sobre el Desarrollo del Sistema de Lisboa fue creado en 2008 para estudiar vías que permitiesen ampliar el alcance geográfico y la efectividad del Sistema de Lisboa. En su reunión del cuarto trimestre de 2010,¹¹ el Grupo de Trabajo mostró un amplio respaldo a las siguientes acciones:

- abrir el Sistema de Lisboa a la adhesión por parte de las organizaciones internacionales competentes (OIG), como la Unión Europea y la Organización Africana de Propiedad Intelectual (OAPI);
- incorporar dos definiciones distintas al Arreglo de Lisboa: una, de las denominaciones de origen y otra, de las indicaciones geográficas, lo que serviría para dar cabida a una gama más amplia de sistemas nacionales;
- generalizar la protección que confiere el Arreglo de Lisboa a las indicaciones tradicionales no geográficas, como son los productos cuyas denominaciones no designan territorios pero que han adquirido connotaciones geográficas; por ejemplo, grapa.

El Grupo de Trabajo solicitó también que la OMPI preparase un proyecto de disposiciones sobre una serie de temas, entre los que se incluían definiciones, alcance de la protección, usuarios anteriores, solicitudes de denominaciones de origen e indicaciones geográficas transfronterizas y criterios de adhesión para las organizaciones intergubernamentales. Propuso asimismo que la OMPI elaborase un estudio sobre la posibilidad de que el Sistema de Lisboa cuente con un mecanismo de solución de controversias.

11 La segunda reunión del Grupo de Trabajo de Lisboa tuvo lugar en Ginebra, del 30 de agosto al 3 de septiembre de 2010.

inclusión de la denominación en el Registro Internacional de la OMPI (Lisboa) y por su publicación en el boletín *Las Denominaciones de Origen*, de la OMPI. Esto le daba la razón a la pretensión del Consorcio de que la empresa dejase de comercializar su Parmesano de imitación en México.

El Consorcio sigue navegando con cuidado en el complejo panorama jurídico internacional. En un contexto

de creciente demanda internacional, su trabajo pretende dar a conocer al consumidor las singulares cualidades del auténtico Parmesano. Igino Moroni, portavoz del Consorcio, apuntaba: "Con esto contribuimos a que los consumidores tomen decisiones informadas y no se dejen engañar por productos de imitación

que a menudo son de menor calidad, contienen aditivos y se elaboran industrialmente."

En el mercado actual, cada vez más globalizado y altamente competitivo, el éxito comercial depende de la diferenciación del producto. Los responsables de la formulación de políticas reconocen, cada vez más,

Parmigiano Reggiano: El queso en cifras

12 meses	duración mínima del envejecimiento
16 litros de leche	para elaborar 1 kg de queso
550 litros de leche	para elaborar una rueda
39 kg	es el peso de una rueda
20-24 meses	es la media del tiempo de envejecimiento de las ruedas
0 aditivos	un producto cien por cien natural
2.947.292 ruedas	las que se elaboraron en 2009

que las indicaciones geográficas representan una oportunidad de desarrollo, dirigido al mercado, de las zonas rurales de los países que cuentan con productos de cualidades físicas y culturales únicas que tienen el potencial de traducirse en productos distintivos y, por tanto, de convertirse en activos comerciales de gran valor. El Parmigiano Reggiano, por ejemplo, supone una actividad comercial de millones de euros que ha apoyado el desarrollo de la economía de la región. La experiencia del Consorcio en la defensa de la integridad del queso de sus productores brinda ideas y lecciones útiles para los que se embarcan en su propio viaje por las indicaciones geográficas.



Los expertos del Consorcio inspeccionan todas las ruedas de queso.

UN TRIUNFO CIENTÍFICO PARA LA VACUNACIÓN

Las enfermedades infecciosas acaban con millones de vidas cada año. Los niños menores de cinco años, en especial en los países en desarrollo, son particularmente vulnerables. Aunque se han realizado progresos importantes gracias a las campañas mundiales de inmunización para muchas de estas enfermedades, la vacunación de las poblaciones beneficiarias resulta costosa y requiere un apoyo logístico notable. Todas las vacunas que recomienda en la actualidad la Organización Mundial de la Salud (OMS) para tratar estas enfermedades (DPT –difteria, pertussis o tos ferina, y tétanos– BCG –tuberculosis– vacuna antipoliomielítica oral –poliomielitis– fiebre amarilla –para los países expuestos– y sarampión), deben almacenarse en frío (entre 2°C y 8°C) para preservar su estabilidad y viabilidad. Esto puede aumentar significativamente el costo por cada dosis de estas vacunas y puede provocar que se desperdicie un buen número de dosis si se rompe la cadena de frío. Resulta igual o más importante el hecho de que puede resultar en que una cantidad importante de vacunas se administren tras haber perdido su eficacia, lo que deriva en pérdidas humanas. Se calcula que las vacunas ineficaces en el África al sur del Sáhara alcanzan o incluso superan el 40%. El año pasado, unos científicos británicos consiguieron un avance trascendental que “supone una forma simple y barata de estabilizar las vacunas, incluso a temperaturas tropicales”, mediante una tecnología que promete “revolucionar las medidas de vacunación”.

A principios de 2010, científicos del Jenner Institute (de la Universidad de Oxford) y de la empresa británica Nova Bio-Pharma Technologies lleva-

ron a cabo un estudio de validación de concepto¹ y demostraron que las vacunas que están desarrollando pueden estabilizarse durante meses mediante el Sistema Hipodérmico de Inyección Rehidratada (HydRIS) patentado por Nova.

“Ahora mismo las vacunas tienen que almacenarse en un refrigerador o congelador. Eso quiere decir que se necesita una clínica con un enfermero, un frigorífico y una fuente de electricidad, además de camiones con refrigeración para distribuirlos”, explica el Dr. Matt Cottingham, del Jenner Institute de la Universidad de Oxford, director del estudio. “Si se pudiesen enviar las vacunas a temperaturas normales, los costos se reducirían en gran medida y el acceso a las vacunas mejoraría extraordinariamente,” afirma. “Incluso se puede uno imaginar a un individuo en bicicleta transportando en una mochila varias dosis de vacunas hasta aldeas remotas.”

El equipo demostró que dos vacunas distintas desarrolladas con virus pueden almacenarse en membranas estabilizadas con azúcar durante 6 meses a 45°C sin ningún tipo de merma. Si la temperatura es de 37°C, al cabo de 12 meses la cantidad de vacuna viral recuperada de la membrana presenta pérdidas muy pequeñas.

“Hemos demostrado que una forma muy sencilla de estabilizar las vacunas frente a las temperaturas es eficaz para dos virus que se están usando en el desarrollo de vacunas de nueva generación,” apunta el profesor Adrian Hill, de la Universidad de Oxford. “Desde un punto de vista científico, resulta muy emocionante, porque estos virus son frágiles. Si podemos esta-



bilizarlos a ellos, puede que con otras vacunas sea más fácil.”

Las vacunas utilizan virus vivos que han sido diseñados para que al introducirse en el cuerpo estimulen una respuesta inmunitaria eficaz sin replicarse ni causar la infección. Por tanto, una vida útil larga en vacunas desarrolladas con virus es deseable cuando lo que se pretende es utilizarlas con pacientes que se encuentran en zonas remotas.

Con este método, las vacunas se mezclan con los azúcares trehalosa² y sacarosa. Después se deja que esta mezcla se evapore lentamente sobre un filtro o membrana donde finalmente se solidifica y forma una fina película azucarada. El proceso preserva la parte activa de la vacuna “en una especie de animación suspendida” y la protege de su deterioro incluso a altas temperaturas. Al rociar la membrana con agua, la vacuna se rehidrata al instante. “La belleza de este método radica en que un simple cartucho de plástico con la membrana sobre la que se ha desecado la vacuna puede colocarse en la punta de una jeringa,” explica el Dr. Cottingham. “Entonces, con la jeringa se hace pasar una solución a través de la membrana y esto libera la vacuna y la inyecta en el paciente.”

Un nuevo sistema permite crear vacunas estables de forma barata.

- 1 La investigación estaba financiada por la Fundación Bill y Melinda Gates a través de la iniciativa sobre los grandes problemas de la salud mundial, y contaba con el apoyo de la Wellcome Trust.
- 2 La trehalosa es un azúcar asociado con la facultad de plantas y animales de soportar períodos prolongados de sequía extrema. Cuando se produce la rehidratación, sus propiedades hacen que la actividad celular se reanude sin que se produzcan los devastadores daños letales que ocurrirían normalmente tras un ciclo de deshidratación y rehidratación.



Isis Innovation

Isis Innovation, la empresa que se ocupa de la transferencia de tecnología en la Universidad de Oxford, gestiona la cartera de propiedad intelectual de la institución. Trabaja con los investigadores de la Universidad para establecer, proteger y comercializar tecnologías a través de la concesión de licencias, la creación de empresas de base tecnológica y las ventas. Como media, Isis Innovation presenta una nueva solicitud de patente cada semana. Ha firmado 400 acuerdos de concesión de licencias tecnológicas y ha creado 64 empresas de base tecnológica. Isis gestiona también la consultora Oxford University Consulting, que ofrece servicios a clientes que desean mejorar su capacidad de innovación, dándoles acceso a los conocimientos de primer orden de los docentes e investigadores de la Universidad. Una división de negocios autónoma, Isis Enterprise, ofrece sus conocimientos sobre consultoría y transferencia de tecnología, así como de innovación abierta, a una base internacional de clientes, incluidas las universidades, los gobiernos y las empresas. Creada en 1987, Isis Innovation es una de las empresas más importantes del mundo en la gestión de la transferencia de tecnología y la innovación: www.isis-innovation.com



Foto: Universidad de Oxford

El Dr. Matt Cottingham, director del estudio.

Para el Director General de Nova, Peter White, "esta nueva técnica de administración de fármacos es uno de los avances más interesantes de las industrias farmacéutica y biotecnológica de Gran Bretaña, tanto más cuanto que puede utilizarse con productos altamente inestables, como las vacunas contra el paludismo".

La preparación de vacunas que no requieren refrigeración se ha considerado uno de los problemas más importantes que quedan por solucionar en materia de salud mundial. Mantener la cadena de frío para las vacunas cuesta millones de dólares cada año. En el año 2000, el total del gasto por la inmunización en los países de bajos ingresos supuso un promedio de 6 dólares de los Estados Unidos por cada nacido vivo. En 2010, el costo de la inmunización con vacunas tradicionales junto con las de hepatitis B y de la gripe haemophilus permanente tipo B (*H. influenzae* de tipo B)³ alcanzó los 18 dólares de los Estados Unidos por nacido vivo, según datos de la OMS.

El Dr. Michel Zaffran, director del Proyecto Optimize, una asociación de la OMS con el Programa de Tecnología Sanitaria Apropia, comentó: "los avances van en la dirección adecuada. Si el proceso

pudiese aplicarse a las nuevas vacunas sería estupendo".

La Universidad de Oxford y Nova Laboratories han tramitado la solicitud de patente de la estabilización de vacunas desarrolladas con virus. En la mayoría de los países de la Unión Europea ya se ha concedido la patente del dispositivo de administración del HydRIS (descrito como un dispositivo farmacéutico para administrar sustratos a los pacientes). Isis Innovation, la empresa de la Universidad de Oxford encargada de la transferencia de tecnología, está trabajando actualmente con el equipo de investigación para poner en marcha una estrategia comercial para el desarrollo de la tecnología.

El siguiente paso para los investigadores es validar la utilidad de la tecnología en otras vacunas y medicamentos en los que la cadena de frío tiene mucho peso o que están planteando dificultades o problemas económicos que desaconsejan otros medios, como la liofilización. "No se confía en que la tecnología pueda adaptarse a diversos productos," apunta la Dra. Migena Bregu, portavoz del proyecto.

En estos momentos se está dando prioridad a la definición de directrices sobre las prácticas adecuadas de fabricación⁴ para producir el dispositivo de vacuna-membrana, con sus varios componentes, de modo que el resultado sea adecuado para su uso por el hombre; a demostrar que la tecnología es apropiada y segura; a ofrecer una solución superior a los medios convencionales para la administración de las vacunas, y a

escalar la tecnología para que su producción sea rentable. Los costos son clave para el desarrollo de esta tecnología a largo plazo. Como apuntaba el Dr. Zaffran, "la paradoja es que muchas de las vacunas que siguen usándose necesitan preservar la cadena de frío, por lo que hay pocos incentivos para que los países adquieran vacunas termoestables si resultan más caras que una formulación no termoestable de una vacuna equivalente."

La experiencia del Jenner Institute en el desarrollo de vacunas y validación clínica, combinada con el acervo de Nova en formulaciones con base de azúcar y en la fabricación de fármacos, nos aporta, según afirma la Dra. Bregu, "la confianza de que estamos en un camino rápido y bien equilibrado para que esta tecnología avance hasta alcanzar el uso humano en un periodo de entre dos y cinco años.

Si bien esta tecnología tan prometedora nos acerca un poco más al desarrollo de vacunas que no requieran refrigeración, aún quedan muchos desafíos por delante. Uno de ellos se refiere a lo que el Dr. Zaffran llama el "dogma de la cadena de frío," que ha surgido en los últimos treinta años: la idea de que todas las vacunas tienen que almacenarse en frío. El hecho es que al menos 15 vacunas de las que se transportan y almacenan entre 2°C y 8°C podrían soportar temperaturas de hasta 40°C. Entre ellas se incluyen las vacunas para prevenir las infecciones del rotavirus, el cólera y la fiebre tifoidea.

3 La mayor parte de las cepas de *H. influenzae* son patógenos oportunistas. Por lo general, viven en su huésped sin causar la enfermedad, pero cuando otros factores (como una infección viral o la disminución de la función inmune) crean la oportunidad sí que causan problemas. En los lactantes y niños pequeños, la *H. influenzae* de tipo B provoca bacteriemia, neumonía y meningitis bacteriana aguda.

4 Las prácticas adecuadas de fabricación constituyen parte de un sistema que abarca la fabricación y validación de los ingredientes farmacológicos activos. Las directrices sobre estas prácticas consisten en una serie de principios generales que deben observarse durante la fabricación de fármacos y que se refieren a los aspectos de la producción y la validación que pueden afectar la calidad de un producto.

PROMOVER LA COMPRESIÓN DE LA P.I. EN ÁFRICA OCCIDENTAL

En este artículo, el Director General de la Organización Africana de Propiedad Intelectual (OAPI), Paulin Edou Edou, nos explica cómo se acerca esta organización al público en general en sus 16 Estados miembros para sensibilizar a la población acerca de las ventajas económicas, sociales y culturales de una protección eficaz de la propiedad intelectual.

¿Cuál es su prioridad principal al promover la toma de conciencia sobre la propiedad intelectual (P.I.) en los Estados miembros de la OAPI?

La propiedad intelectual sigue siendo un tema más bien oscuro y especializado en la región de la OAPI y por ello una de nuestras cuatro prioridades es informar y educar a las poblaciones a las que nos dirigimos sobre su concepto, su función y sus ventajas. La información resulta esencial en nuestro empeño. Sin ella no hay nada que hacer. Por tanto, estamos trabajando para mejorar el acceso a la información sobre el sistema de propiedad intelectual y sobre cómo puede reforzar los intereses de las empresas y el desarrollo. Hay mucho por hacer para velar por que los investigadores de entidades públicas o privadas, los docentes, las empresas, los estudiantes, los magistrados y otros profesionales del derecho conozcan en profundidad la importancia de la propiedad intelectual como medio para lograr el desarrollo económico. El Plan de Acción de la OAPI, que abarca el período 2007-2012 y que puse en marcha en 2007, presta una atención muy especial a la información y a la comunicación eficaz.

¿Por qué es importante la sensibilización sobre la propiedad intelectual en la región de la OAPI?

La propiedad intelectual es un elemento esencial para promover el desarrollo económico. Hoy en día, los países con los mejores resultados económicos son los que se basan en el saber. Utilizan el sistema de propiedad intelectual para añadir valor a la información, el conocimiento y las ideas, y para transformar estos bienes intangibles en activos económicos concretos. La propiedad

intelectual y el conocimiento económico están íntimamente imbricados en la actual economía mundializada y altamente competitiva. Los países de la región de la OAPI tienen que saber más acerca de la propiedad intelectual para poder usarla en la promoción del desarrollo económico. Si se usa de modo eficaz y estratégico, la propiedad intelectual tiene el potencial de generar beneficios sociales, económicos y culturales importantes: los inventores y creadores pueden ganarse la vida, las empresas pueden promover los intereses empresariales, los investigadores pueden multiplicar los resultados y los gobiernos pueden impulsar el bienestar económico.

¿Cómo llega la OAPI a sus destinatarios?

La iniciativa OAPI sobre medios de información nos permite comunicarnos con la población a la que nos dirigimos. Los medios de información (canales de televisión y emisoras de radio, periódicos, revistas, Internet y los periodistas) son asociados indispensables para hacer llegar nuestro mensaje.

Concienciar a los periodistas sobre la propiedad intelectual (cómo funciona, por qué es importante) es otro aspecto destacado de la iniciativa de la OAPI sobre los medios de información. Por este motivo, y en cooperación con la OMPI, se organizan periódicamente seminarios de formación sobre propiedad intelectual para periodistas. Ello les permite comprender mejor la propiedad intelectual y su relevancia para el desarrollo económico. Gracias a estos seminarios, tres hasta la fecha (Yaundé en 2008, Libreville en 2009 y Brazzaville en 2010), cada vez son más los periodistas



Cantantes en un acto de divulgación de la OAPI.

tas que pueden informar de un modo eficaz sobre los distintos aspectos del sistema de propiedad intelectual. Los cursos de formación permiten asimismo que los periodistas formulen preguntas a los políticos y especialistas más importantes en la materia e investiguen las cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual.

Con el apoyo de la OMPI, la OAPI inauguró un nuevo sitio Web en septiembre de 2010. Este sitio, actualizado y de uso intuitivo, da acceso a una amplia gama de información relacionada con la propiedad intelectual y contribuye a subsanar las lagunas de información sobre la propiedad intelectual en los Estados miembros de la OAPI.

¿Existen pruebas de que sus medidas de divulgación estén dando frutos?

Sí, estamos presenciando el crecimiento de programas de radio y televisión y de artículos de prensa que hablan de la propiedad intelectual en la región, y de las entrevistas realizadas a personalidades políticas en relación con temas vinculados a la propiedad intelectual. En Côte d'Ivoire, la propiedad intelectual aparece habitualmente en la prensa



local, en Benin, hay un sitio Web especializado en temas de la propiedad intelectual dirigido por un periodista que nosotros formamos, y las cadenas nacionales de televisión de Malí y el Camerún emiten con frecuencia pro-

gramas y documentales relacionados con la propiedad intelectual, un tema que aparece a menudo también en la prensa escrita. En el Gabón, EYO'O, el primer programa de televisión dedicado a la propiedad intelectual contribuye a la toma de conciencia sobre temas vinculados a la propiedad intelectual, en especial el derecho de autor, con programas en los que participan algunos de los mejores artistas de África.

También ha aumentado el número de peticiones de información sobre aspectos de la propiedad intelectual que se han recibido en la sede de la OAPI en Yaundé (Camerún) y en las oficinas nacionales. Es mucho mayor el número de estudiantes que visitan la OAPI, con el deseo de aprender más sobre este tema. Con el apoyo de la OMPI, la OAPI ha puesto en marcha en octubre de 2010 una Maestría sobre propiedad intelectual en la Universidad de Yaundé II. Esta es la primera vez que algo así sucede en un país africano francófono y cabe esperar que con ello se dará aún más impulso a los conocimientos sobre la propiedad intelectual en la región.

¿Hay otras iniciativas en marcha?

En estos momentos estamos produciendo un videoclip para mostrar cómo puede añadirse valor económico y prestigio a los productos locales a través de las indicaciones geográficas, de modo que se generen beneficios concretos para las comunidades y las regiones. Gracias a las asociaciones con las cade-

nas nacionales de televisión de la región, tenemos previsto emitir el videoclip en todos y cada uno de los 16 Estados miembros de la OAPI.

Crear lazos de asociación con los agentes de los medios de información es también, a nuestro entender, un elemento clave que nos permitirá llegar a la audiencia más amplia posible y optimizar los efectos.

Nuestro propósito es seguir ampliando y consolidando la red de periodistas bien informados sobre la propiedad intelectual a través de los seminarios específicos que organizamos con la OMPI. El objetivo es tener contactos en toda la región para que siempre que surja una noticia relacionada con la propiedad intelectual haya un periodista que pueda cubrirla *in situ*. También tratamos de estimular el debate sobre cuestiones de propiedad intelectual haciendo que esta red sea tan interactiva y dinámica como sea posible. Esto es bastante problemático, porque la red abarca 16 países y los periodistas están a grandes distancias. En el nuevo sitio Web de la OAPI los periodistas cuentan con un foro para intercambiar datos y opiniones, que también les dará acceso inmediato a los expertos en propiedad intelectual de la OAPI. Hemos iniciado un proceso de contratación para que haya un periodista dedicado a gestionar y desarrollar la red.

La revista trimestral de la OAPI, que informa sobre los recientes avances en materia de propiedad intelectual de la organización y, de modo más amplio, de sus Estados miembros, es también un vehículo importante de difusión. Nuestro objetivo es ampliar la circulación de la revista y convertirla en un referente para los usuarios del sistema de propiedad intelectual.

¿Cómo espera que cambie el panorama en los próximos cinco años?

Necesitamos desmitificar la propiedad intelectual. Debe convertirse en un tema de conversación general, algo de lo que la gente hable como del tiempo.

La Caravana de la OAPI, una de nuestras iniciativas, está demostrando ser una forma eficaz para introducir al público en general en temas de propiedad intelectual. Cuando en alguno de nuestros Estados miembros se celebra algún acontecimiento de alto nivel, la Caravana se instala en una universidad o mercado local para atraer a una amplia variedad de personas y entablar conversación con ellas. Hasta el momento, la Caravana se ha desplazado a Dakar (Senegal), Yaundé (Camerún), Bissau (Guinea-Bissau) y Bamako (Mali), y los jóvenes, los estudiantes y los empresarios la han recibido con gran entusiasmo. La Caravana nos permite llegar a un público amplio que incluye, en particular, a las personas que no pueden contar con nadie más para hablar de la propiedad intelectual. Por poner un ejemplo: lo más común es pensar que son mejores los productos más baratos, sin tener en cuenta si es auténtico o una falsificación. Hablando con el público, podemos explicar los riesgos y los problemas vinculados a la compra de productos falsificados. Cuando esto se comprende, nos apoyan en nuestras medidas para acabar con el comercio ilegal.

La Caravana de la OAPI distribuye camisetas, plantea juegos de preguntas y respuestas, y habla con los transeúntes sobre la propiedad intelectual, les explica de qué va y por qué es importante para ellos. Se trata de un método innovador y, si bien no vamos a ver los beneficios concretos hasta que pasen unos años, está demostrando ser una forma rentable de poner al corriente al público en materia de propiedad intelectual.

Todavía nos queda mucho por hacer, pero espero que en los próximos cinco años habremos conseguido transformar el panorama de la propiedad intelectual en la región de la OAPI. Para ello resulta esencial que desarrollemos una amplia base de conocimientos sobre la propiedad intelectual.



Foto: OAPI

La Caravana de la OAPI presenta al público la propiedad intelectual.

FESMAN III - UNA CELEBRACIÓN MUNDIAL EN HONOR A LA CULTURA AFRICANA

Durante tres semanas, a finales de diciembre de 2010, Dakar (Senegal) se convirtió en la capital cultural de África al albergar el Tercer Festival Mundial de Arte Negro, también conocido como el FESMAN III. En este acontecimiento se congregaron unos 3.200 participantes, entre los que se incluían varios Jefes de Estado, así como artistas y creadores consolidados de 80 países. El Festival, una celebración en honor al arte y la cultura africanos, ofrecía un rico programa de conferencias, exposiciones y actividades musicales y culturales. En este artículo, **René Massiga Diouf**, periodista de la televisión nacional senegalesa, nos ofrece una muestra de lo que se pudo ver en el Festival.



Foto: Montillet

**Monumento al Renacimiento Africano, Dakar (Senegal).
Estatua de bronce diseñada por Pierre Goudiaby.**

En diciembre de 2010, el Senegal fue el escenario de una celebración mundial de la riqueza y la diversidad de las tradiciones, la cultura y los logros africanos que congregó a artistas e intelectuales de decenas de países de África y de la diáspora africana, incluidos los Estados Unidos, Brasil, Haití, Francia y Cuba. El Festival era una invitación para que todos los que comparten una herencia africana común mostrasen la riqueza y variedad de sus culturas. Como explica el Director Artístico del Festival, el actor y guionista británico Kwame Kwei-Armah, el Festival fue "un esfuerzo por preguntarse cuestiones fundamentales sobre el lugar de África, sobre cómo se relaciona con el resto del mundo y sobre cómo intenta adentrarse en los siglos XXI y XXII."

El extenso programa, reflejo del tema del Festival ("La renovación de África, la diversidad cultural y la unidad africana"), era amplio y diverso, e iba desde conciertos de música moderna y tradicional y espectáculos de danza hasta obras de teatro, exposiciones, desfiles de moda, cafés literarios y conferencias. Se presentó una alineación sin precedentes de artistas, actores, músicos y creadores procedentes de 16 disciplinas, incluidas las artes visuales, la fotografía, la danza, el teatro, la música, el diseño, la moda, la artesanía, la literatura, la escultura, la arquitectura y la cultura urbana. Brasil, un "país rico en

polinización cruzada artística y diversidad cultural" y con unos 80 millones de habitantes de ascendencia africana, fue el invitado de honor. Unos 200 artistas brasileños hicieron gala de su herencia, su arte, sus tradiciones, su música y su cocina durante todo el Festival.

La historia del Festival

El Primer Festival Mundial de Arte Negro, creado por el primer Presidente del Senegal Léopold Sédar Senghor y celebrado en 1966 en Dakar, se organizó en torno al tema "La importancia del arte negro en la vida del pueblo y para el pueblo". Fue una oportunidad para celebrar la creatividad africana y "permitir que los artistas de origen negro fuesen conocidos y valorados en una atmósfera de tolerancia, aprecio mutuo y realización intelectual." El Segundo Festival tuvo lugar en Lagos (Nigeria) en 1977, y el tema en esta ocasión fue "La civilización y la educación negras." Eminententes personalidades de todo el planeta participaron en todos estos acontecimientos anteriores.

Según los organizadores, el Festival de 2010 transmitió "una nueva visión libre, orgullosa, creativa y optimista de África" y puso de manifiesto "el diálogo entre pueblos y culturas."¹ Kwame Kwei-Armah dijo que el fondo del Festival es "el África que queremos crear para el mañana. Se trata de artistas de distintas disciplinas hablando sobre el futuro de su forma artística."² Señaló que la importancia de un festival multidisciplinario como el Fesman radica en el hecho de que "el arte puede ser un catalizador magnífico para el debate sobre todo tipo de temas [...] utilizamos estas formas artísticas para articular una nueva identidad africana, para orquestar el renacimiento africano."

La ceremonia inaugural, que tuvo lugar en el estadio Léopold Sédar Senghor el 11 de diciembre de 2010, marcó el tono del Festival destacando la riqueza de la cultura africana. Reconocidos artistas africanos como Manu Dibango, Toumani Diabate, Angélique Kidjo, Baaba Maal, Ismaël Lô y Youssou Ndour, actuaron frente a un público de 50.000 personas, incluidos varios jefes de estado africanos. En un grandioso

¹ En: <http://blackworldfestival.com/wp/en/spirit/foreword/>

² En: <http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2010/12/07/world-festival-of-black-arts-announces-lineup/>

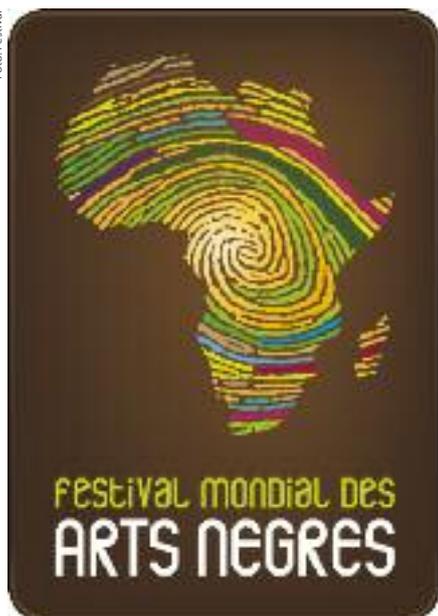


espectáculo de luz y sonido, el coreógrafo de Côte d'Ivoire Georges Mamboye reunió en el escenario a unos 2.000 bailarines de todo el continente para representar la historia de los pueblos negros desde el antiguo Egipto hasta el actual momento de renacimiento africano, pasando por el tráfico de esclavos y la independencia de las naciones africanas.³ Subrayando el tema de la unidad, el coreógrafo señaló: "Creo que la cultura será la mejor manera de reconciliar todas las partes [...]. Lo que yo pretendía con esta coreografía era alejarme de las raíces africanas [...] y conferirles un tono contemporáneo."

Obenga, el economista egipcio Samir Amin, y muchos otros.

El eminente escritor, historiador y político senegalés, y Presidente de la Comisión Foro y Coloquio, el profesor Iba Der Thiam, predijo que "África será el continente del siglo XXI." En su opinión, el mayor reto radica en liberar a los africanos de los dictados del pensamiento impuesto. Hizo un llamamiento para que los intelectuales hicieran todo lo posible por apoyar un proceso de "descolonización mental".

Foto: Festival



El cantante de reggae Tiken Jah Fakoly, de Côte d'Ivoire, en el FESMAN III.



Salif Keita, cantante y compositor afropop de Malí, reconocido internacionalmente, en el FESMAN III.

En su discurso, el presidente del Senegal, Abdoulaye Wade, recordó que el mensaje del Festival no era sólo contemplar el "brillante pasado" del continente, del que los africanos "deben sentirse orgullosos", sino construir su futuro y fortalecer las relaciones dentro de los países de África y la diáspora. Apeló a la unidad y afirmó: "Neguémonos a seguir estancados ante la riqueza de nuestro continente que [...] se ha visto empobrecida."

El rico y variado programa del Festival ofrecía también la oportunidad de reflexionar sobre la contribución de los pueblos de África al progreso humano. En él se incluía una serie de mesas redondas sobre las cuestiones que más preocupación suscitan, en las que participaron eminentes intelectuales de África, Europa, los Estados Unidos y los países de la diáspora. En ellas se trataban aspectos del renacimiento africano, los efectos de la fuga de cerebros y la contribución de los pueblos negros a la ciencia y la tecnología, el arte y la cultura. Entre los ponentes se incluían los filósofos senegaleses Souleymane Bachir Diagne y Mamoussé Diagne, el Dr. Cheikh M'Backé Diop, el historiador congoleño Théophile

Muchos analistas reconocieron que el continente disfruta de una impresionante riqueza y recogieron la opinión de que "África no es pobre, sino que se la ha empobrecido"; la auténtica batalla yace en la restauración y "construcción" futuras.

La mesa redonda sobre la contribución de los pueblos negros a la ciencia y la tecnología subrayó los varios logros científicos y tecnológicos de los pueblos de África y de los países de la diáspora. Supuso un foro en el que intercambiar ideas sobre las formas de mejorar la cooperación entre los países africanos y los de la diáspora en el uso de la ciencia y la tecnología para el desarrollo sostenible de África. El representante de la OMPI en el debate, Marc Séry-Koré, dijo que un sistema efectivo de propiedad intelectual es un elemento esencial para crear un entorno favorable a la innovación científica y tecnológica, a la transferencia efectiva de conocimientos y a la comercialización de bienes y servicios. Estos factores, subrayó, son esenciales para promover el progreso social, económico y cultural de África, así como la plena integración del continente en la economía mundial del conocimiento.

³ En: <http://nehandaradio.com/2010/12/16/zimbabwe-enters-world-black-arts-festival/>

La OMPI: asociado oficial del FESMAN III

Al escoger un asociado oficial, la OMPI era una elección natural por su compromiso con el desarrollo de un sistema de la propiedad intelectual equilibrado y accesible que promueva y recompense la creatividad, estimule la innovación y contribuya al desarrollo económico a la vez que se salvaguardan los intereses del público.

La participación de la Organización en este gran acontecimiento cultural sirvió como plataforma para concienciar sobre los beneficios económicos, sociales y culturales que puede comportar el uso estratégico de un sistema eficaz de propiedad intelectual. Al asumir la iniciativa de organizar el Foro sobre la Propiedad Intelectual en el Arte y la Cultura el 17 de diciembre de 2010, la Organización pudo llegar a miembros de la comunidad artística, intelectuales, responsables de la formulación de políticas, consumidores y otras partes interesadas para explicarles la función del derecho de autor como salvaguarda de los intereses de los creadores africanos y, en general, como promotor del desarrollo cultural.

Otras dos mesas redondas organizadas por la OMPI dieron la oportunidad a los responsables de la formulación de políticas, los productores de cine, los artistas, los consumidores y otras partes interesadas, de explorar la relación entre la protección de la propiedad intelectual y la promoción de las artes, la cultura y la innovación en África y fuera de ella. Los participantes intercambiaron opiniones sobre los distintos desafíos a los que se enfrentan los creadores africanos, en especial la amenaza de la falsificación y la piratería, que pone en peligro la subsistencia de muchos de ellos. Estas actividades contribuyeron a fomentar la conciencia entre la comunidad de artistas sobre el derecho de autor y cómo puede usarse para conceder licencias, distribuir y comercializar las creaciones en África y en todo el planeta.

Una serie de actividades literarias permitieron al público encontrarse con los principales autores africanos y estimularon el debate entre los escolares y los estudiantes acerca del reto de la renovación africana. Las producciones teatrales sobre la tradición africana ayudaron a que muchos comprendiesen el origen de la civilización negroafricana.

También se celebraron conciertos en varias ciudades del país. En Dakar actuaron los nombres más destacados de la escena musical, como Wyclef Jean, To Face Idibia, Angélique Kidjo, Akon, Salif Keita, la gran diva Aïcha Koné, Bembeya Jazz, Lokua Kanza, y el rapero francés Saïd M'Roumbaba, alias Soprano. La atmósfera festiva se extendió también a regiones como Saint-Louis y Ziguinchor, donde actuaron artistas como Alpha Blondy, Tiken Jah Fakoly, Youssou Ndour y Urban Bush Woman. La cantante y compositora beninesa Angélique Kidjo afirmó: "como artista, celebrar la riqueza de la cultura africana que se extiende más allá de las fronteras de África es un honor, una alegría." Un cantante de Côte d'Ivoire entrevistado por el periódico senegalés *Festival*, señaló que "un acontecimiento de esta envergadura cambia la imagen de África [...] proyecta la cultura africana. La otra África, la que no llora sin cesar. El África del Fesman III no se lamenta, sino que se ríe. Estamos celebrando el amor y nuestra cultura."

Todo el continente batía al ritmo del Festival. El acceso a este acontecimiento era gratuito para promover la máxima participación. Dos poblados construidos a propósito para el Festival (en Ngor y Almadies), con 2.400 plazas de residencia cada uno, albergaron a los varios artistas que lucían aspectos culturales de sus países respectivos, haciendo hincapié en el carácter particular de su identidad en esta zona. Un bailarín de la delegación de Marruecos confesó: "Nuestro grupo lleva a cabo todo tipo de danzas urbanas, la atmósfera que se respira es explosiva, mostramos lo que somos capaces de hacer, lo que constituye la esencia de nuestro ser como marroquíes y africanos, y estamos encantados de expresar todo nuestro talento ante este público." Otro artista de Malí, Victor Sangaré, era de la opinión de que el habernos alojado en estos poblados fue una gran idea, ya que acercaba a las personas. Estamos ante una "implicación total", señaló. Para Kwame Kwei-Armah, el poblado del artista era "como Naciones Unidas [...], te sientas en la cafetería y los mauricianos están con la música a todo volumen, los de Guadalupe ofrecen recitales improvisados... es el paraíso artístico."⁴

El presidente del Senegal, Abdoulaye Wade, calificó de "éxito sin precedentes"⁵ este espectáculo cultural de tres semanas de duración, anunciado como la mayor celebración mundial de la cultura negra.

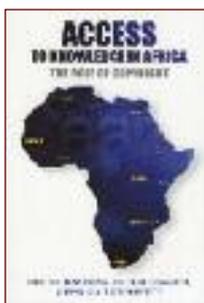
El director del Festival, Abdul Aziz Sow, en la clausura de este gran espectáculo dio la enhorabuena a todos los artistas y asistentes. Dijo que el acto no sólo había consistido en "canciones y bailes, sino en una sobria reflexión durante las sesiones plenarias en las que los discursos intelectuales trataron el pasado y el futuro y la contribución del pueblo negro al desarrollo del arte creativo y el sector cultural." Las reflexiones resultantes de estos debates, según señaló, contribuirán a moldear el futuro del arte y la cultura de África y del mundo.

4 En: www.guardian.co.uk/stage/2011/jan/03/world-festival-of-black-arts-kwei-armah

5 Agencia de noticias del Senegal.

EL ACCESO AL CONOCIMIENTO EN ÁFRICA

la función del derecho de autor



Access to Knowledge in Africa: the role of copyright puede descargarse en inglés de forma gratuita en www.aca2k.org con una licencia Creative Commons.

En este artículo, Dick Kawooya¹ presenta el libro *Access to knowledge in Africa: The Role of Copyright* (El acceso al conocimiento en África: La función del derecho de autor), publicado recientemente. El proyecto internacional de investigación interdisciplinario conocido como el Derecho de Autor y el Acceso al Conocimiento en África (*African Copyright and Access to Knowledge – ACA2K*) se puso en marcha en 2008 con el apoyo del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID) de Canadá y la Shuttleworth Foundation de Sudáfrica. Su objetivo primordial era estudiar los efectos del derecho de autor en lo referente al acceso al conocimiento en África.

Como respuesta a la perentoria necesidad de investigación empírica en el área, el proyecto llevó a cabo un estudio comparativo en ocho países africanos, a saber, Egipto, Ghana, Kenya, Marruecos, Mozambique, Senegal, Sudáfrica y Uganda. Estos países representan ampliamente la diversidad lingüística, religiosa, política, económica e histórica de África, así como sus diferentes tradiciones jurídicas.

ba dos hipótesis: en primer lugar, que los marcos del derecho de autor en los países analizados no aprovechan al máximo en la actualidad el acceso al conocimiento que contienen los materiales de aprendizaje; en segundo lugar, que se pueden introducir cambios en estos contextos para mejorar ese acceso. El libro pone de relieve algunos de los resultados más importantes del proyecto de investigación. Se ha concebido

ses estudiados aprovecha las ventajas de todos los mecanismos de flexibilidad, o ni siquiera de la mayoría, que recogen los acuerdos internacionales pertinentes. Asimismo, el estudio destaca que existe una “desconexión” entre las leyes nacionales de derecho de autor y las prácticas reales en todos los países estudiados. Se concluye que, en la mayor parte de los países africanos, la legislación y las políticas en materia de derecho de autor suelen hacer caso omiso de las circunstancias de las sociedades africanas y que suelen elaborarse sin los fundamentos empíricos suficientes.

“Incluso los que se tienen por expertos en propiedad intelectual se beneficiarán en enorme medida de este libro y, más ampliamente, de la labor de ACA2K.”

Sisule Musungu, Presidente de IQsensato, Ginebra

Desde el principio, el proyecto tuvo una orientación práctica y aplicada, con la intención de ofrecer “datos empíricos que pudiesen contribuir de modo positivo a los procesos de reforma de la normativa del derecho de autor en todo el continente y también en el ámbito internacional.” El propósito era crear una red de investigadores africanos que recogiera pruebas sobre los efectos del derecho de autor en el acceso a materiales educativos y de aprendizaje en los países estudiados.

como una contribución específica para que se comprendan los efectos jurídicos y prácticos del derecho de autor en el acceso a los materiales de aprendizaje en África, y como un posible modelo para futuras investigaciones empíricas que respalden con datos las estrategias desarrolladas en esta zona.

La investigación reveló que los ocho países estudiados cuentan con legislación en materia de derecho de autor que cumple, en muchos casos en exceso, con las normas mínimas internacionales que se reflejan en los instrumentos y acuerdos internacionales aplicables. De los resultados se desprende que ninguno de los paí-

El libro acerca al lector a las cuestiones jurídicas y prácticas del derecho de autor que se relacionan con el acceso a los materiales de aprendizaje en África. Ofrece un examen pormenorizado de las cuestiones de acceso y derecho de autor que se suscitan en todos los países estudiados y analiza los resultados comparando la casuística de todos ellos. Se espera que las ideas y las conclusiones extraídas del estudio serán de utilidad para los responsables de la formulación de políticas en la ejecución de la Agenda de la OMPI para el Desarrollo, y que contribuirán a los debates internacionales sobre las excepciones y limitaciones previstas en la legislación internacional sobre el derecho de autor.

¹ Investigador principal de ACA2K. Dirección de correo electrónico: kawooya@uwm.edu

RESUMEN DE NOTICIAS

Una década con Wikipedia

Wikipedia, la enciclopedia libre multilingüe que se ha convertido en una parte habitual de la vida cotidiana para la comunidad virtual celebró el 15 de enero de este año su décimo aniversario. Tras esta década, el sitio es ahora el quinto más visitado del mundo, y ofrece un acceso gratuito e inmediato a unos 17 millones de artículos. Considerada "la colaboración por antonomasia", reúne el conocimiento colectivo periódicamente actualizado de cientos de miles de personas y ha transformado el modo en que accedemos a la

información en Internet y contribuimos a su creación. Se aparta del estilo tradicional de elaboración de enciclopedias en pro de un modelo de edición de colaboración abierta.

Larry Sanger y Jimmy Wales fundaron Wikipedia en 2001. El nombre se lo debemos a Sanger, que combinó la palabra hawaiana *wiki* (rápido) con 'enciclopedia'. Wales ha descrito la Wikipedia como "un esfuerzo por crear una enciclopedia gratuita de la calidad más alta posible y hacerla llegar a todas las personas del planeta

en su propio idioma." Actualmente está disponible en 262 versiones lingüísticas. Según Wales, "Wikipedia es un recurso público creado y mantenido por ciertos de miles de voluntarios, en el que confían más de 400 millones de personas y al que contribuyen medio millón de donantes. Es un recurso verdaderamente creado, financiado y mantenido por los usuarios." La gestión del sitio está a cargo de la Wikimedia Foundation, una institución benéfica no lucrativa con sede en los Estados Unidos. ■

Radiohead aprueba la publicación de un DVD pirata

La innovadora banda de rock indie Radiohead ha aprobado recientemente la publicación de una DVD "pirata oficial" del improvisado concierto benéfico para Haití que ofrecieron en el teatro Henry Fonda de Hollywood en 2010 y que no se había grabado, según informó la BBC el 10 de enero de 2011. Durante el último año, sus seguidores han ido recopilando un DVD con material filmado por 14 asistentes al concierto. La banda aceptó publicar el DVD con la condición de que los beneficios se destinasen al fondo de emergencia de Oxfam. La filmación se puso a disposición de los internautas durante las vacaciones y hasta el momento ha conseguido más de 11.500 dólares de los Estados Unidos. Un portavoz de Oxfam declaró: "Estamos muy contentos de tener el apoyo de Radiohead y de sus seguidores, despiertos y motivados, para recaudar los fondos que tanto necesitamos para nuestra labor en Haití". ■

El Consumer Electronics Show se inunda de artilugios

La edición de 2011 de la feria de la Consumer Electronics Association, la mayor feria electrónica del mundo, se celebró en Las Vegas (Estados Unidos) entre el 6 y el 9 de enero. En ella se presentaron más de 80 tabletas, redes inalámbricas LTE 4G, domótica,¹ aparatos inteligentes y vehículos electrónicos. El acto congregó a más de 2.700 empresas tecnológicas de todo el mundo, más de 140.000 profesionales del sector y más de 30.000 asistentes internacionales. "La edición de 2011 fue un acto

extraordinario de alcance mundial en el que estuvieron representadas casi todas las ramas de la industria, incluidos los mercados de la tecnología, la automoción y el ocio," afirma Gary Shapiro, Presidente y Director General de la Consumer Electronics Association. "Este encuentro tecnológico mundial," señaló, "contó con más innovación, más noticias, más comentarios en las redes sociales y más asistencia internacional que ningún otro espectáculo en toda la historia de CES." ■

¹ Tecnologías que permiten la conexión de todos los electrodomésticos en una misma red.

Los mineros firman un acuerdo para proteger sus derechos de propiedad intelectual

Los 33 mineros atrapados en 2010 bajo tierra durante 70 días en el desierto chileno de Atacama han firmado recientemente un acuerdo con los estudios chilenos de abogados Carey y Cía y Remberto Valdés Abogados y Consultores para la protección, concesión de licencias y venta de los derechos de propiedad intelectual por la experiencia en la mina de San José.

NUEVOS PRODUCTOS



Records of the Diplomatic Conference for the Adoption of a Revised Trademark Law Treaty - Singapore 2006

Inglés N° 329E
100 francos suizos (más gastos de envío)



The Strategic Use of Intellectual Property for Prosperity and Development - Compendium of the Proceedings of the High-Level Forum on Intellectual Property for the Least Developed Countries (July 23 and 24, 2009, Geneva, Switzerland)

Inglés N° 362E
35 francos suizos (más gastos de envío)



Intellectual Property and the Safeguarding of Traditional Cultures - Legal Issues and Practical Options for Museums, Libraries and Archives

Inglés N° 1023E
25 francos suizos (más gastos de envío)

Compre publicaciones por Internet en: www.wipo.int/ebookshop

Descargue productos de información gratuitos en: www.wipo.int/publications/

Para obtener esas publicaciones, también puede dirigirse a: Sección de Servicios de Divulgación, 34 chemin des Colombettes, CP 18, CH-1211 Ginebra 20 (Suiza) | Fax: +4122 740 18 12 | Correo-e: publications.mail@wipo.int

En los pedidos deberán constar las siguientes informaciones:

- el número o código de letra de la publicación deseada, el idioma, el número de ejemplares;
- la dirección completa para el envío;
- el modo de envío (superficie o aéreo).

Para más información,
visite el sitio Web de la OMPI
en www.wipo.int

Dirección:
34 chemin des Colombettes
C.P. 18
CH-1211 Ginebra 20
Suiza

Teléfono:
+4122 338 91 11
Fax:
+4122 733 54 28

La *Revista de la OMPI* es una publicación bimestral de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Ginebra (Suiza), destinada a mejorar la comprensión del público sobre la propiedad intelectual y el trabajo de la OMPI y no constituye un documento oficial de la OMPI. Las opiniones expresadas en los artículos y en las cartas de articulistas externos no son necesariamente las de la OMPI.

La Revista se distribuye gratuitamente.

Si está interesado en recibir ejemplares, diríjase a:

Sección de Servicios de Divulgación
OMPI
34 chemin des Colombettes
C.P. 18
CH-1211 Ginebra 20 (Suiza)
Fax: +4122 740 18 12
Correo-e: publications.mail@wipo.int

Para formular comentarios o preguntas, diríjase a:

Jefe de Redacción, Revista de la OMPI
WipoMagazine@wipo.int

Copyright © 2011 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

Derechos reservados. Los artículos que figuran en la presente publicación pueden reproducirse con fines educativos. Sin embargo, ninguna parte puede reproducirse con fines comerciales sin el consentimiento expreso por escrito de la División de Comunicaciones de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, C.P. 18, CH-1211 Ginebra 20 (Suiza).