

LEGAL



Propiedad intelectual Solicitado el registro de 'Yo sobreviví al coronavirus' como marca de cerveza

En España hay ya seis peticiones de marcas con referencias al virus

Los expertos auguran que serán denegadas por resultar ofensivas

PEDRO DEL ROSAL
MADRID

Algunos aplican a rajatabla aquello de que toda crisis es una oportunidad. Prueba de ello es que, tanto en España como en otros países de nuestro entorno, están apareciendo los primeros intentos de registro de la marca Coronavirus para obtener en exclusiva los derechos para comercializar productos con tal distintivo.

Según la información recabada por el bufete Fieldfisher Jausas, hasta el día de ayer la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) había recibido, al menos, seis solicitudes de registro de marcas que empleaban en sus signos distintivos los términos coronavirus o Covid-19.

Pero no solo es llamativo el número de escritos presentados que emplean el nombre de la enfermedad (teniendo en cuenta el corto espacio de tiempo transcurrido desde el estallido de la crisis), también los productos que se pretenden identificar.

Así, atendiendo a las solicitudes entregadas, la marca Covid-19 quiere emplearse para productos farmacéuticos y material médico; Coronavirus, para bebidas alcohólicas; y C-V (Coronavirus), para identificar servicios de publicidad y gestión de negocios comerciales. Asimismo, el distintivo Yo sobreviví al coronavirus pretende ser usado, por un lado, para productos de papelería y prendas de vestir y, por otro, para ropa y calzado, cervezas y servicios de publicidad y gestión de negocios comerciales. La marca #Yo sobreviví al Covid-19 también se ha presentado para las últimas categorías.

A nivel comunitario, en la Oficina Europea de



Propiedad Intelectual (Euipo) ha sido solicitada la marca Coronavirus para identificar a una variedad de productos entre los que se incluyen bebidas alcohólicas y aceites esenciales.

Nulidad

¿Tienen futuro estas solicitudes de registro de marca? Josep Carbonell, socio de propiedad intelectual e industrial de Fieldfisher Jausas, y Joan Ibern, abogado del mismo departamento, auguran que todas ellas están destinadas a la declaración de nulidad por parte de la oficina correspondiente porque, según explican, "contravienen las prohibiciones absolutas que establece la legislación de marcas en sus diferentes vertientes".

En todo caso, remarcan los letrados, la razón de la nulidad sería diferente según el tipo de bienes o servicios identificados.

En primer lugar, para productos médicos y far-

macéuticos, pretender emplear la marca Covid-19 sería valerse de una denominación "totalmente genérica y carente del carácter distintivo necesario para erigirse como marca", subraya Ibern. Razonamiento que completa Carbonell: "Una marca no puede emplear la denominación que se refiere al destino de ese producto".

Para el resto de bienes y servicios (bebidas alcohólicas, productos de papelería, prendas de vestir, etc.) operaría la prohibición de que las marcas sean contrarias al orden público y a las buenas costumbres. "Dichas denominaciones resultan ofensivas porque con ellas se banaliza una situación de extrema gravedad para la salud pública", manifiesta Carbonell.

En este punto, no obstante, Ibern subraya que los criterios de la OEPM resultan menos rígidos y previsibles que los de la Euipo, que suele ser "más

Una persona pasa junto a una pantalla de información sobre el coronavirus de la Comunidad de Madrid.

PABLO MONGE

En otros países, como Italia, EE UU o el Reino Unido, también hay intentos de registro

Las marcas tampoco pueden emplear el nombre del producto al que se refieren

restrictiva" cuando entienden que una marca atenta contra el orden público.

Un intento habitual

Reacciones como las descritas, no obstante, ni son excepcionales ni exclusivas de España, explican los letrados. Así, por ejemplo, en Italia se han producido dos intentos de registro de marcas similares; en Estados Unidos, once; o en el Reino Unido, una. "En las situaciones difíciles el ingenio se agudiza. Siempre hay quien ve la oportunidad de negocio", afirma Carbonell.

Para Ibern también entra en juego el desconocimiento jurídico de algunos particulares y empresas, "porque de lo contrario no se entiende que alguien intente registrar la marca Covid-19 o coronavirus para un medicamento. Eso está condenado al fracaso". En los próximos días o semanas, la OEPM y la Euipo deberán resolver las solicitudes descritas.

Marcas contrarias al orden público y las buenas costumbres

► **La Mafia se sienta en la mesa.** Una de las razones por las cuales se puede considerar que una marca atenta contra el orden público o las buenas costumbres (y, por tanto, merece ser rechazada o anulada) es que pueda estimarse que justifican, alientan o apoyan conductas delictivas, el genocidio o el terrorismo. Esta ha sido la razón por la que se han anulado marcas como La Mafia se sienta en la mesa, Top Manta, Hitler o Bin Ladin.

► **Racismo o xenofobia.** Otro de los motivos que puede hacer decaer una marca es que el término (o los términos) que emplee se consideren racistas, xenófobos, discriminatorios o insultantes. Así, marcas como Paki, Sudaca, Apartheid o Fack Ju Göhte fueron rechazadas por este motivo.

► **Expresiones de mal gusto, soeces o groseras.** Otras marcas como Aguardiente de puta madre o Aguardiente hijoputa fueron rechazadas en 2009 por el Tribunal Supremo. Según estableció el alto tribunal en su sentencia, resultaban de mal gusto por resultar soeces y groseras para una buena parte de los consumidores, y su generalización en el tráfico mercantil resultaría atentatoria contra las buenas costumbres.