

BIBLIOGRAFÍA

BUNNEN, Louis Van. *Aspects actuels du droit des marques dans le Marché commun*
Humberto Briseño Sierra

432

y a la figura del inculpado, estimamos incompleta la definición de procedimiento que se aporta en la p. 47, en cuanto sólo se conecta a los actos ejecutados por los órganos persecutorio y jurisdiccional y deja fuera los llevados a cabo por el imputado y su defensor.

Entre los comentarios que sugiere el provechoso volumen del Dr. Arilla Bas, que sintéticamente expondremos, figuran: a) es discutible la anticonstitucionalidad del internamiento de enfermos mentales, aunque es plausible la reforma suprema que se solicita (pp. 50-51) a fin de incorporar a nuestra Constitución en definitiva, como ya se hace en la italiana, las medidas de seguridad; b) frecuentemente se critica la norma del artículo 4 del Código distrital, pero nuestra doctrina olvida enderezar la misma consura contra la segunda parte del artículo 134 del Código federal, que presta base a consignaciones (calificadas por nosotros como "anormales") sin que estén satisfechos los requisitos del artículo 16 constitucional; c) el Ministerio Público es autoridad administrativa (se afirma que no lo es en la p. 70): debe entenderse que la Constitución habla de autoridades administrativas por contraste con las judiciales, y al no pertenecer a éstas, ni mucho menos a las legislativas, el Ministerio Público encuadra en las primeras; d) las conclusiones del órgano persecutorio sólo pueden ser acusatorias o inacusatorias; las contrarias a las constancias procesales, que se mencionan como tercer género (p. 120), son sólo especie posible de aquellas dos, y e) llama la atención que se destine desarrollo al procedimiento de ejecución (pp. 151-154), no obstante que se acepta (pp. 49-50), como lo hace unánimemente nuestra doctrina, y nosotros con ella, que aquél no constituye procedimiento penal.

Sergio GARCÍA RAMÍREZ

BUNNEN, Louis Van. *Aspects actuels du droit des marques dans le Marché commun*. "Centre Interuniversitaire de Droit Comparé", Bruxelles, 1967, 690 pp.

Con un prólogo de Jean G. Renauld, profesor de la Facultad Católica de Lovaina, el libro de Bunnan se ha considerado como esencial para el conocimiento de la estrategia económica de las grandes empresas, atraídas por todas las seducciones de la publicidad, signo distintivo y factor de prestigio, lanza de hierro de la expansión comercial. Se concibe que la utilización de las novedades hayan exigido la adaptación de principios y renovación de soluciones. Este es el fenómeno que estudia Van Bunnan en todos sus aspectos a través de las principales legislaciones del Mercado Común.

El texto comprende un sumario en inglés con una importante bibliografía de los textos de las legislaciones en la C.E.E., así como el proyecto Benelux, un índice alfabético de materias y un índice de decisiones. En todo el estudio se puntualiza el hecho de que la publicidad de las marcas de fábrica, cuyo origen fue bien modesto, es ahora un verdadero factor de prestigio y una barrera contra la competencia.

El libro comienza con una parte introductiva dividida en dos secciones: la primera se refiere al objeto y plan de la obra, con un primer párrafo intitulado consideraciones liminares; otro para los factores específicos de la evo-

lución del derecho marcario, subdividido en dos capítulos: el primer factor específico, la evolución de las funciones económicas de la marca, y el segundo para el factor de la evolución del derecho de concurrencia. El tercer párrafo lleva el título concreto de plan de la obra. La sección segunda se destina al método de trabajo y materiales de la obra, con dos párrafos: uno específico sobre el método del trabajo y otro sobre los materiales de estudio, el cual se subdivide en: las leyes nacionales, los textos internacionales y las reglamentaciones en proyecto.

La primera parte tiene el rubro de los elementos estructurales del derecho y se compone de tres capítulos. El primero: marcas y signos, con tres secciones (la primera sobre generalidades en las condiciones de protección de un signo o a título de marca: la condición de distintividad, la condición de licitud, y la condición de disponibilidad); el segundo atañe particularmente a la condición de distintividad con tres párrafos: sobre una extensión de los signos admitidos a la protección como marcas, sobre la abolición de la regla de la forma distintiva para todas las marcas nominales, que se subdivide en: una introducción, una mención de las reglas de la forma distintiva para todas las marcas nominales, con una parte introductiva, la regla de la forma distintiva aplicada a las marcas patronímicas, y la regla de la forma distintiva en los casos de nombres de lugares. El párrafo tercero analiza la evolución de las reglas de protección en materia de nombres de fantasía en cuatro partes: generalidades, denominaciones de fantasía y marcas descriptivas, denominaciones de fantasía y marcas genéricas, y denominaciones de fantasía y palabras comunes procedentes de una lengua extranjera. La sección segunda se refiere a la condición de licitud, y la cuarta a la condición de disponibilidad, con tres párrafos: el nombre civil de un tercero; principio de respeto del nombre, principio del carácter relativo a la nulidad. Pseudónimos y nombres notoriamente conocidos. El derecho de autor de un tercero.

El capítulo tercero alude a la marca y el producto, y en su sección primera habla del fenómeno de expresión de las bases del derecho marcario. En la siguiente se refiere al desenvolvimiento: el caso de los servicios y de las obras intelectuales con dos párrafos: uno para el caso de los servicios en dos partes: países que no protegen específicamente las marcas de los servicios, y países que expresamente protegen las marcas de los servicios. En el segundo párrafo se habla del caso de las obras intelectuales con dos apartados: generalidades y la protección de títulos en el estado actual del derecho comparado.

En el capítulo cuarto se trata de la marca y su explotación, con una sección primera introductiva y una segunda en que se inquiere si una marca puede pertenecer a un no-explotador, la que se divide en dos párrafos: estado actual del derecho positivo, sistema en que la marca no está vinculada al establecimiento y sistemas donde prevalece el principio de conexidad entre la marca y la empresa. El segundo párrafo estudia la conveniencia del principio de la conexidad. La sección tercera indaga si la marca puede ser explotada por varios y contiene tres párrafos: el principio de la individualidad, la evolución de las concepciones: la licencia y la copropiedad y los derechos paralelos.

La segunda parte se intitula "los límites del derecho" con dos capítulos. El primero habla de la marca y el sector económico y en su sección primera se mencionan las generalidades. La segunda atañe a los *tem éra, emtps* de

la regla de la especialidad, con dos párrafos: extensión de la protección a los productos llamados similares y extensión voluntaria de la protección por el depósito: el tratamiento de las mercancías de reserva y de defensa. La sección tercera se destina a la evolución de la regla en favor de las marcas célebres, con cuatro párrafos: introducción, sistemas pretorianos empleados para obtener una protección amplia de marcas célebres: extensión de la protección en la ley de marcas; protección extensiva por la vía oblicua del patronímico y la denominación social. Protección extensiva por la vía de las reglas de la responsabilidad civil. El párrafo tercero alude a las condiciones de una protección extensiva siguiendo la jurisprudencia comparada, con dos partes: condición primera, un alto grado de notoriedad; condiciones complementarias. El cuarto párrafo habla de las marcas altamente renombradas y de los proyectos de reforma. El capítulo siguiente se intitula "marca y territorio", con una sección primera introductiva y una segunda que menciona las derogaciones recientes del principio de la territorialidad en el comercio internacional, compuesta de dos párrafos, el primero sobre generalidades y el segundo, "de la situación del derecho comparado antes del advenimiento de las uniones económicas", en cuatro partes: titulares diferentes, tanto desde el punto de vista de una consideración económica como jurídica; titulares idénticos de la marca de origen y de aquella del país de importación: titulares diferentes pero ligados económicamente y acuerdo de unión. En la sección tercera se estudian las restricciones al principio de la territorialidad provocadas por advenimiento de las uniones económicas, con tres párrafos: generalidades, el Tratado de la Unión Económica Benelux, y el Tratado instituido en la CEF.

En la tercera parte se considera la adquisición, el mantenimiento y la transmisión del derecho a la marca. Su primer capítulo se intitula la marca, uso y registro. Sección primera: introducción: adquisición del derecho y conservación del derecho. Sección segunda, la evolución del papel que juegan el uso y el registro con dos párrafos: la noción de uso: generalidades y las condiciones de eficacia particular del uso. Párrafo segundo: superación de las reglas del uso y del registro: tendencia al prevailecimiento del registro sobre el uso como manera de adquisición del derecho; y tendencia de la prevalencia del uso como manera de conservación del derecho.

El capítulo octavo habla de la marca y el establecimiento. Sección primera: introducción. Sección segunda: los signos de debilitamiento del principio de la conexidad, con dos párrafos: atenuación extrema de la noción de establecimiento: cesiones voluntarias y cesiones forzadas. Admisión por la jurisprudencia de procedimientos destinados a eludir la regla. Sección tercera: contra el abandono del principio de la conexidad.

Cuarta parte: el contencioso marcario. Capítulo primero: los conflictos horizontales. Sección primera: introducción. Sección segunda: los ataques por confusión con tres párrafos: extensión de la noción de riesgo de confusión. Ampliación de los criterios de confusión con dos partes: marcas nominales y marcas emblemáticas. El tercer párrafo habla de las marcas fuertes y débiles; diferencia de tratamiento según la fuerza de una marca, con dos partes: la teoría de la apreciación analítica, y la teoría de la distancia. La sección tercera habla de los ataques sin confusión con dos párrafos: jurisprudencia

comparada y examen doctrinal, que se divide en dos partes: tesis de la licitud del principio del uso descriptivo y tesis de la ilicitud del principio del uso descriptivo. El capítulo décimo se intitula "los conflictos verticales", con una sección primera introductiva y una segunda sobre las prerrogativas de titularidad de la marca que se divide en dos párrafos: el primero sobre derechos de titularidad frente al revendedor antes de entrar en circulación y derechos de titularidad después de puesta en circulación bajo la marca. La sección tercera habla de los derechos del revendedor en dos párrafos: el derecho de anunciar y sus límites, y el derecho de supresión de la marca y sus límites.

El capítulo undécimo se intitula: acerca de la elaboración de una teoría de nulidades en materia de marcas con una sección primera introductiva que tiene tres párrafos: esbozo de una teoría de la ineficacia del derecho a la marca; distinciones teóricas y terminológicas; y distinciones fundamentales. La sección segunda atañe a la aplicación de la distinción entre exigencias de fondo y exigencias de forma, con dos párrafos: causas de nulidad o de decaimiento en el fondo: vicios de fondo relativos al signo escogido; vicios de fondo tendientes a la existencia de derechos anteriores, y vicios de fondo relativos al sujeto de derecho. El segundo párrafo habla de las causas de ineficacia o de carencia de forma. La sección tercera atañe a la aplicación de la distinción entre ineficacia absoluta y la relativa, con tres párrafos: caso de ineficacia que puede ser considerada como absoluta. Caso de ineficacia que puede ser considerada como relativa, y caso de ineficacia que se presta a dudas. El tercer párrafo se subdivide en nulidad proveniente de la existencia de una marca anterior y nulidad deducida de la mala fe del depositante. La sección cuarta se intitula efectos de la nulidad o de la declaración de decadencia.

Sigue el sumario inglés, el índice bibliográfico y como anexos se contienen: textos legislativos, índices alfabéticos, índice de decisiones citadas y tabla de materias. Es en el sumario inglés que se concreta la afirmación de que, si bien la legislación marcaria data del siglo XIX, ha sufrido una notable evolución que se caracteriza por depuraciones en las reglas tradicionales y por la introducción de nuevos principios que el autor ha hecho objeto de su estudio. También en esta parte se estudian: los elementos estructurales de la ley, las bases de este derecho: marca y producto; personas beneficiadas del derecho marcario y del uso de la marca. Limitaciones a este derecho. Adquisición, mantenimiento y transferencia del derecho marcario. Litigios sobre el derecho marcario. Es, pues, esta parte, un resumen en inglés de toda la obra, que de esta manera puede ser consultada en dos idiomas: inglés de una manera sintetizada, y francés con toda la amplitud del lenguaje original, ya que el sumario propiamente fue preparado por Eric Osterweil, de Nueva York.