

Impacto de la Inteligencia Artificial en la Propiedad Industrial e Intelectual

Autor: [Carles Molina](#)



Cada día, las noticias sobre la Inteligencia Artificial (IA) llenan los medios de comunicación, a menudo destacando aspectos negativos, como la creación de fotografías falsas de celebridades o incluso huelgas de guionistas en Hollywood que exigen protección contra la IA. Sin embargo, en lugar de sucumbir al pesimismo habitual, nos centraremos aquí en una visión general de cómo la IA está influyendo en el ámbito de la Propiedad Industrial e Intelectual y las oportunidades que presenta.

IA como autor

La IA ha estado involucrada en la generación de invenciones durante mucho tiempo. Se ha utilizado internamente para inspirar ideas, ayudar en la creación de escenarios de prueba y, más comúnmente, incorporar herramientas de IA en soluciones técnicas para abordar problemas específicos, como la clasificación, el reconocimiento de texto, imágenes y voz, o el análisis de datos masivos.

Con la reciente explosión de las redes neuronales generativas como ChatGPT, Stable Diffusion, DALL-E o Midjourney, la IA ha llegado al gran público y se han empezado a usar esas herramientas para generar obras gráficas e invenciones y, aunque no hay una constancia directa, posiblemente también diseños industriales y marcas gráficas. Por supuesto, esto también ha dado lugar a cuestiones sobre la infracción de derechos de autor.

[Leer más](#)

El Tribunal General aporta una definición diferente del riesgo de confusión para las marcas de certificación

Autor: [Emil Edissonov](#)



En su reciente sentencia de 11/10/2023, relativa a otro conflicto entre las marcas HALLOUMI (marca de certificación nacional) y GRILLOUMI (marca de la UE), el Tribunal General de la UE elabora una nueva definición del riesgo de confusión para los casos en los que la marca anterior es una marca de certificación.

Preliminar

La Directiva de la UE sobre marcas [Directiva (UE) 2015/2436] define una «marca de certificación» como una marca que se describa como tal en el momento de la solicitud y que sea adecuada para distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica por lo que respecta al material, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, la calidad, la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación [artículo 27, letra a)]. El Reglamento sobre la MUE [Reglamento (UE) 2017/1001] contiene esencialmente la misma disposición para las marcas de certificación de la Unión [artículo 83. apartado 1].

Según el TJUE, el riesgo de confusión es el riesgo de que el público pueda creer que los correspondientes productos o servicios proceden de la misma empresa o de empresas vinculadas económicamente (Canon, §29).

Pero al examinar si existe riesgo de confusión con una marca de certificación anterior, ¿se aplica el criterio basado en el origen comercial, teniendo en cuenta que la función esencial de las marcas de certificación difiere de la de las marcas individuales?

[Leer más](#)

Porsche acelera el motor intentando registrar una marca sonora

Autora: [Jiarong Wu Zhou](#)



Las marcas sonoras

Las marcas sonoras son aquellas constituidas, exclusivamente, por un sonido o combinación de sonidos. Algunos ejemplos son el famoso jingle de “QUÉ BUENAS SON LAS GALLETAS FONTANEDA”, el de “I’m loving it” de McDonald’s o la melodía del supermercado Mercadona.

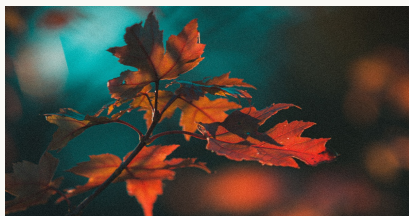
Igual que con cualquier otro tipo de marca, el requisito indispensable para el registro de una marca sonora es que el sonido posea carácter distintivo por sí solo, es decir, que el consumidor medio sea capaz de percibir el sonido como un sonido memorable asociado exclusivamente a los productos o servicios que ofrece una determinada empresa, y que tenga una “cierta fuerza” que permita al consumidor percibirlo y considerarlo como una marca.

Ello es inexistente cuando el sonido es percibido como un elemento funcional de los productos y servicios cuya protección se solicita o como un indicador sin características intrínsecas propias. Y esto es precisamente lo que le ocurrió a Porsche con el sonido de motor que pretendía registrar como marca.

[Leer más](#)



BREVES



Anuncio de día festivo: 1 noviembre

Nuestras oficinas permanecerán cerradas el miércoles 1 de noviembre de 2023 por ser festivo en España.

Cualquier plazo cuyo vencimiento caiga ese día pasará automáticamente al día hábil siguiente, jueves 2 de noviembre de 2023.

CURELL SUÑOL SLP

Barcelona - Madrid - Alicante

mail@curell.com

Tel. +34 934875166

www.curell.com



Protegemos vuestros proyectos, proyectamos vuestro futuro

**TOP RANKED - IP STARS - IAM 1000 - WTR 1000 -
LEADER'S LEAGUE - BEST LAWYERS - BEST FIRM OF THE YEAR -
FINANCIAL TIMES**

Se ha enviado este e-mail a {{ contact.EMAIL }} porque tenéis servicios de PI contratados con CURELL SUÑOL

[Cancelar la suscripción](#)



© 2023 CURELL SUÑOL