

# Las marcas internacionales y su traducción al castellano

por MAREIRO

Se han dictado recientemente algunas disposiciones, encaminadas a nacionalizar los nombres extranjeros usados en España. Lo que comenzó como movimiento hostil contra los rótulos no castellanos en establecimientos, etc., llegó a repercutir en la esfera de la economía, reclamando normas del poder público, reguladoras de esta delicada materia.

El Ministerio de Industria y Comercio le consagró últimamente tres órdenes: la de 20 de mayo (B. O. del 30), la del 8 de julio (B. O. del 22) y la del 22 de igual mes (B. O. del 13 de sep.)

Por la primera se dispuso la nacionalización de las marcas registradas, nombres comerciales, etc., obligando a traducirlas al castellano cuando estuviesen formuladas en idioma extranjero, sin otras excepciones que las denominaciones «de personas jurídicas ya constituidas en España conforme a las leyes españolas» y las «marcas reconocidas con certificado de origen extranjero».

Algunas dificultades prácticas, que tal vez hayan sobrevenido por imposibilidad de abandonar las denominaciones extranjeras en los productos destinados a la exportación, han inspirado sin duda la segunda de aquellas disposiciones, que aumentó el campo de las excepciones a la regla general, eximiendo del requisito de la traducción al castellano, entre otras, «las marcas depositadas en la Oficina Internacional de Berna, con anterioridad a la fecha de la presente disposición».

Persistiendo en el criterio de amplitud que la segunda orden acusa, se dictó la tercera, ampliando la excepción transcrita a otras marcas registradas en países no acogidos a los beneficios del registro internacional, pero a los que se exportan productos españoles cuya demanda interesa conservar o estimular.

\* \* \*

La cuestión ofrece notoria importancia para las industrias exportadoras. De un modo singular afecta a la fabricación de conservas.

Todos conocemos en Galicia, la lucha árdua que ha costado la introducción de nuestras marcas en los mercados extranjeros. Desde la necesidad de imprimir los rotulados en francés o en otro idioma extranjero, hasta limitar estas menciones exóticas a las marcas registradas en nuestro país y en los de recepción, han pasado muchos años de trabajo y de afán, que no pueden olvidarse en un momento.

Además, la orden de 20 de mayo lleva consigo la variación de etiquetas, leyendas, traducción de marcas, etcétera; transformación que significa graves quebrantos para industrias que tienen grandes sumas de capital invertidas en envases litografiados, o en elementos de propaganda que no se consumen en pocos meses, sino que han de ser absorbidos en años.

En estas realidades prenden su raíz las inquietudes que despertó en nuestras industrias de exportación, la primera de las disposiciones glosadas. Pero han surgido algunas dudas, acerca de si las marcas exceptuadas del requisito de la traducción al castellano, por hallarse depositadas en la Oficina Internacional de Berna, eran todas o solamente las extranjeras.

Apuntaremos algunas razones que, a nuestro enten-

der, extienden el beneficio de la exención a las marcas españolas.

\* \* \*

Nuestra Ley de la Propiedad Industrial define como marcas internacionales, las españolas que, además de incorporarse al Registro de origen, están depositadas en la Oficina Internacional de Berna, amparándose en el acuerdo internacional de 6 de noviembre de 1925, ratificado por España en 1 de mayo de 1925. La misma Ley establece como duración del registro internacional el plazo de veinte años.

Es indudable que, durante este lapso, la marca internacional puede usarse tal y como fué registrada. Goza de indisputabilidad, de intangibilidad, por decirlo así. Alterar este principio de respeto a la situación jurídica que el Registro ampara, sería tanto como barrenar la institución básica de la propiedad industrial.

Además, las marcas pertenecientes a extranjeros, ya estaban exceptuadas del requisito de su traducción al castellano en la primera de las órdenes aquí citadas. Su certificado de origen las coloca fuera del ámbito de las disposiciones plausiblemente nacionalizadoras. Es lógico reconocer que, si el legislador amplió las excepciones para evitar perjuicios a nuestro comercio de exportación, quiso dispensar esa protección a los nacionales.

Finalmente, la última de las órdenes invocadas, aun sin resolver explícitamente la cuestión, la aclara implícitamente. Ampara a los españoles que tengan marcas registradas a países que no adheridos al régimen internacional expresado. Con mucha mayor razón han de suponerse protegidos los industriales nacionales que, extremando las garantías de su patrimonio industrial, con anterioridad a la fecha de los preceptos que se aplican, tenían depositadas en Berna las marcas y distintivos de los productos que elabora.

\* \* \*

Sobre estas razones de carácter imperativo, pudieran considerarse otras más ligadas al fondo del asunto.

La tendencia a castellanizar las leyendas extranjeras, interesa dentro y para la nación. La marca internacional no se crea para el mercado interior, sino para ampliar nuestra influencia comercial, asegurando su expansión más allá de las fronteras. La utilización del idioma extraño, con esa finalidad, no significa preferencia del propio; puesto que obedece al interés comercial, y constituye una mera facilidad para vender, que no se obtendría de otra manera.

Las disposiciones nacionalizadoras en esta materia, han de entenderse, como todas, racionalmente, no con un estrecho criterio que, de un modo evidente, no le quiso imprimir el legislador. Las sucesivas excepciones dictadas revelan, sin posible duda, la intención explícita que presidió la actividad ministerial, en orden al tema económico ligeramente glosado en estas líneas.

---

Es precisamente el medio marino aquel que mejor define la voluntad creadora de la naturaleza, frente a la inclinación al adormecimiento que esteriliza los actos y los recursos del hombre.