LITORALPRESS

Fecha: 19-07-2025
Medio: El Día
Supl. : El Día
Tipo: Columnas de Opinión
Título: Columnas de Opinión: Cuando la marca es de más de uno: lecciones del caso Fuenzalida-Bravo

Pág. : 3
Cm2: 170,8
VPE: $ 260.869

Tiraje: 6.500
Lectoría: 19.500
Favorabilidad: No Definida

OPINIÓN

Cuando la marca es de más de uno: lecciones del caso Fuenzalida-Bravo

Agustina Davis
Docente Facultad de Derecho UNAB y socia en BBD Badilla Davis

Las marcas constituyen activos intangibles que en determinadas circunstancias pueden alcanzar un alto valor, por lo que su adecuada gestión puede prevenir conflictos complejos. Lo anterior queda en evidencia luego de que se desatara una polémica entre Daniel "Huevo" Fuenzalida y Rosario Bravo, a propósito del registro de la marca "Dónde están los weones". Lo ocurrido no es un hecho aislado: tanto personas como empresas suelen verse envueltas en disputas similares por desconocimiento o falta de previsión. Las marcas, al igual que un bien raíz por ejemplo, pueden ser inscritas o registradas a nombre de una persona natural, un grupo de personas o una o más persona jurídica. Así, varias personas pueden ser dueñas de la misma en la misma o distinta proporción. Si alguien desea identificar un producto o servicio con un determinado signo, debe presentar una solicitud ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI). Si la marca fue creada y es utilizada por más de una persona, debe ser solicitada a nombre de todos los involucrados; y si se crea y explota a través de una sociedad, corresponde que sea esta quien la registre. En el caso de Fuenzalida y Bravo, al tratarse de un podcast desarrollado conjuntamente, lo razonable habría sido registrar la marca a nombre de ambos participantes. Sin ánimo de justificar, lo cierto es que el "error" cometido por Fuenzalida es más frecuente de lo que se piensa. Por desconocimiento, muchas personas registran a título personal marcas que, en justicia, deberían pertenecer a un conjunto de personas o a una empresa. ¿Significa esto que todo está perdido? Afortunadamente no. Al igual que otros derechos de propiedad, los derechos marcarios pueden transferirse total o parcialmente, mediante un procedimiento ante INAPI. Esta transferencia debe acreditarse formalmente, por ejemplo, a través de un contrato. Y eso es justamente lo que hizo Fuenzalida, transfirió el registro marcario de "Dónde están los weones" a Bravo. El problema se da en aquellos casos en que la persona que registró la marca a su nombre no está dispuesta a transferir el dominio de la misma. Sin embargo, tampoco está todo perdido, pues si el registro fue realizado de mala fe por uno de los involucrados, la ley contempla mecanismos para impugnar. Tanto la solicitud en trámite como el registro ya concedido. Si la marca ha sido solicitada y está en trámite, sería posible presentar una demanda de oposición a la solicitud. Si la marca ya se hubiera concedido, se podría presentar una demanda de nulidad marcaria. En ambos casos, el fundamento sería la causal de irregistrabilidad de la letra k) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial No. 19.039, que prohíbe el registro de signos contrarios a la ética mercantil y a la competencia leal.