14/12/2020

ECONOMIST&JURIST

Redacción

¿Qué son las marcas no convencionales?

Tradicionalmente, las marcas se han dividido en dos grandes grupos: las **marcas denominativas** (formadas exclusivamente por palabras, letras o dígitos), y las **marcas figurativas** (las que se componen de figuras, colores, símbolos o dibujos, y que también pueden incluir palabras o letras).

Con esta diferenciación clásica, el derecho marcario ha ido protegiendo los signos distintivos durante más de cien años. Sin embargo, **la revolución tecnológica que estamos viviendo en los últimos tiempos, ha provocado que sea insuficiente**, pues las empresas empezaron a distinguirse en el mercado a través de otros conceptos nuevos de marcas: un sonido, un olor, un color, o incluso un vídeo.

Las Oficinas de marcas se encontraron en ese momento con un gran obstáculo: las normativas exigían como requisito de una solicitud de marca su representación gráfica (a efectos de su publicación y, por tanto, conocimiento de terceros, en los correspondientes boletines de marcas). La pregunta era: **¿cómo se representa gráf**

...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |