

RESUMEN

En el juicio se impugnó una resolución que negó el registro de una marca porque se consideró que resultaba el aumentativo de una palabra contraria a la moral y a las buenas costumbres, en términos del artículo 4º de la Ley de la Propiedad Industrial.

La Sala determinó declarar la nulidad de la negativa del registro y ordenar que se registre la marca, al considerar, en primer lugar, que los conceptos de orden público, moral y buenas costumbres son conceptos jurídicos indeterminados y variables, como también lo es la connotación de la palabra a registrar, por lo que su registro no amenaza la coexistencia pacífica o la existencia de las sociedades.

Se explicó que en idioma español, los aumentativos se conforman al colocar, entre otros, el sufijo, “ÓN” a nombres, adjetivos e incluso verbos y se usan para agrandar o expresar que algo es de gran tamaño o que tiene gran importancia, tal y como fue construida la palabra en aumentativo propuesta; en tanto que la palabra MEGA (también agregada a la marca) significa “grande” o “amplificación”, lo que en el caso es relevante porque la marca se buscaba aplicar a dulces de gran tamaño, entre otros productos, por lo que al ligar la denominación con el producto se obtenía, por una parte, lo pertinente de la denominación y, por otro, que tal frase no tenía solamente la connotación contraria, ofensiva para referirse a una persona “muy perezosa o imbécil”, lo que la hacía una frase con carácter polisémico, sin que el hecho de que la palabra sujeta a registro tenga más de un significado y que alguno o algunos de ellos tengan, a juicio de la autoridad, relación con nociones groseras o malsonantes no era razón suficiente para negar su registro, de ahí que la negativa de registro se haya basado en una noción extremadamente amplia de la palabra “moralidad” para tachar de contraria a ella el término propuesto.