

Warenzeichengesetz in der Fassung vom 18.7.1953.-Comentada por Rudolf BUSSE. Walter de Gruyter & Cia., 3ª ed., Berlín 1960, pp. 714.

Un nuevo acierto de la editorial **Walter de Gruyter** de Berlín ha constituido la publicación de este libro, en el que se contiene la Ley de Marcas de 18 de julio de 1953 y otras leyes especiales, ordenamientos y preceptos secundarios en esa materia, con aclaraciones y comentarios del doctor Rudolf Busse, presidente de la Oficina alemana de Patentes.

A propósito y con motivo de dicha ley, el doctor Basse dedica especial atención a las decisiones de la Oficina alemana de Patentes y del Supremo Tribunal Federal alemán, relativas a los problemas planteados en el campo de las marcas comerciales e industriales. Algunos capítulos del libro se destinan también a las normas sobre competencia, en relación con el Derecho de marcas y, sobre todo, a los convenios internacionales como el de París, en sus revisiones de Londres (1934) y Lisboa (1958); el de Madrid, sobre el registro de marcas, en sus revisiones de Londres (1934) y Niza (1957); el de Madrid, sobre indicaciones de procedencia (revisiones de Londres; 1934; y Lisboa, 1958), y el Arreglo de Lisboa (1958), concerniente a la protección de las denominaciones de origen, cuyos textos transcribe en alemán y francés. Completa su trabajo expositivo con una lista de países en la que da una visión de conjunto acerca de la legislación respectiva en materia de marcas.

Antecede al estudio y comentario de las leyes citadas, una clara exposición del doctor Basse en la que explica la significación y trascendencia nacional e internacional del Derecho de marcas actual; define algunos conceptos fundamentales y hace una reseña histórica del Derecho de marcas, desde la Edad Media hasta la fecha, adicionándole con una breve síntesis del contenido de las principales leyes alemanas en la materia, a partir de 1894.

En esta parte introductiva expone también las prácticas de los diversos países en cuanto a sistemas de inscripción, de prueba, obligación de uso de la marca, plazos, etc. Y, para terminar, se refiere a las relaciones de la Ley de Marcas con otros ordenamientos jurídicos, como el procesal civil, el Código Civil, el Código de Comercio, la Ley de Patentes, y la de derechos de autor.

Elsa BIELER