

Tratado de Derecho Marcario. Las Marcas Industriales y Comerciales en México.—
David RANGEL MEDINA. México, 1960, 471 pp.

Ha sido hasta esta última década que la literatura sobre la propiedad industrial ha cobrado vida en México. Ya para ahora existe un regular número de trabajos sobre la materia: monográficos, ensayos, artículos, tesis, que exhiben el interés académico que hay actualmente en nuestro medio por los problemas de esta joven rama del derecho.

Pero se notaba la falta de obras más amplias, que trataran más extensamente sobre cada una de las cuestiones. El libro del abogado Rangel Medina viene a suplir esa necesidad en lo que respecta a una parte del derecho de las marcas. Este volumen es el primero de una magna obra sobre la propiedad industrial que, según nos advierte el autor, comprenderá cinco volúmenes: dos de ellos dedicados a marcas, uno tratará de patentes de invención; otro más versará sobre los delitos de propiedad industrial, y el último tendrá que ver sobre nombres y avisos comerciales y sobre la competencia desleal. Ojalá que este gran programa pueda realizarse pronto.

La parte introductoria de la obra examina en unas noventa páginas el desarrollo de la legislación mexicana sobre marcas, y contiene información muy interesante sobre el devenir de las disposiciones en esta materia.

Continúa el volumen con la parte primera, dedicada a una teoría general sobre el derecho de las marcas, en donde se examinan los conceptos principales de la disciplina. Termina con una útil reseña sobre bibliografía mexicana sobre marcas.

El concepto legal y doctrinario de las marcas se examina por **Rangel Medina** en la segunda parte, y en uno de los incisos analiza el uso de las marcas registradas. Concluye ahí el autor (pp. 202-203) que no es legalmente necesario que el empleo de la marca se haga precisamente sobre las mercaderías. En alguna parte tendría yo que diferir con **Rangel Medina**, y es aquí donde encuentro una pequeña discrepancia con él, pues a mi entender, un examen de ciertas disposiciones (arts. 141, 142, 143, 146, 155, 255 de la L.P.J.; Decretos de Uso Obligatorio de Marca) dejan bien establecido que sólo la utilización del signo sobre los artículos que ampara se considera productora de efectos.

Sin que deba considerarse crítica, sino como una sugestión a deshora, confieso que me hubiera gustado que **Rangel** se extendiera en esta sección sobre los

problemas que acontecen con el uso de la marca por tercero, que hoy día han surgido en buen número. La experiencia del autor hubiera resultado muy ilustrativa a ese respecto, dado que es cuantiosa.

Dedica el autor la parte tercera al análisis de las diferentes clases de marcas, tal como las concibe la técnica tradicional: nominales, gráficas, compuestas, etc. Se muestra partidario de la vieja distinción entre las marcas de fábrica y las marcas de comercio, lo cual se confirma, además, en el subtítulo de la obra, pese a que, según entiendo, esta separación está ya superada, atento a que las mercancías a las que se aplica la marca son, sin diferencia alguna, todas cosas de comercio. Por otra parte, los fundamentos aportados por **Rangel** no aparecen, para este comentarista, como muy convincentes.

La copiosa experiencia personal del autor aparece con excelentes caracteres en la cuarta y última parte del volumen. Se revela aquí **Rangel Medina** como el fino jurista que es de gran mente analítica. Esta cuarta parte se refiere a todo aquello que no puede ser registrable como marca. El estudio de este aspecto, el más abundante de la obra, es competente y completo.

La presentación de la obra es excelente. El lenguaje, cuidado y sencillo a la vez. La bibliografía empleada es completísima. Tiene todas las cualidades que se requieren de un libro de primera línea. El neologismo "derecho marcario", aunque útil y práctico, pudiera no enraizar, sin embargo, en el medio de la propiedad industrial.

César SEPÚLVEDA