

Marcas Falsificacion De Marca Ley 22 362 Auto De Procesamiento

JURISPRUDENCIA

Marcas. Falsificación de marca. Ley 22.362. Auto de procesamiento

Se confirma el auto que ordenó el procesamiento del imputado por hallarlo prima facie autor del delito del artículo 31 (inciso d) de la Ley 22.362, al concluirse que la falsificación, presentación u ofrecimiento al público de productos con marca registrada falsa, aun cuando se llegue a descartar que el consumidor haya sido inducido a engaño produce -de todas formas- un daño al titular marcario siendo punible en virtud de las normas penales que tutelan las marcas registradas. San Martín, 11 de abril de 2019.-

VISTOS Y CONSIDERANDO: I. Viene este legajo a estudio del Tribunal, a raíz del recurso de apelación deducido por la defensa oficial de M. A. F., contra el auto que ordenó el procesamiento del nombrado, por hallarlo prima facie autor del delito acuñado en el Art. 31, inciso 1º, de la ley 22.362 (Cfr. Fs. 1218/21Vta. y 1225/8). II. Puesto a decidir sobre el objeto en debate, se advierte que el señor juez a quo ha evaluado con acierto las probanzas de autos, en tanto le ha permitido dirigir al encausado la imputación discernida en el pronunciamiento en crisis, con los límites que caracterizan este segmento del proceso. En lo que respecta al planteo de atipicidad fundado en que no se ha probado el perjuicio para el titular, o que haya tenido incidencia en su giro comercial -según la defensa el énfasis radica en lo burdo de las imitaciones de los productos secuestrados- cabe resaltar en forma liminar, las múltiples funciones que cumple la marca, como la de conocer el origen del objeto, distinguir el producto o servicio de otros, garantizar una calidad uniforme en ellos, así como la publicitaria. De ahí que el distinguir un producto o un servicio con una marca hace a la esencia del sistema marcario y a su efectiva protección. En ese orden, se ha dicho que la marca es la garantía de las actividades económicas a que se refiere contra la competencia desleal en la producción o circulación de la riqueza y ampara el esfuerzo del hombre, individualizando sus productos, sus fábricas o sus establecimientos, para cimentar su responsabilidad, su mérito y su legítimo beneficio (Fallos: 163:5), así como que la finalidad primordial de la legislación marcaria, consiste en la protección de las buenas prácticas comerciales y también la buena fe del adquirente (Fallos: 253:267; 259:282; y 258:249). Es que el bien jurídico tutelado no descansa en la sola protección del público consumidor, garantizándole la calidad de origen o la legitimidad de cualquiera de los actos que integran la cadena de comercialización de los productos que le son exhibidos, sino que también protege al titular registral del uso que, sin su autorización, se haga de la misma. Ello así, pues el acto vulnera el derecho de propiedad industrial al dejar desamparado a quien cumplió con todos los requisitos que el Estado le exigió para otorgarle protección a su marca. En consecuencia, la falsificación, presentación u ofrecimiento al público, de productos con marca registrada falsa, aun cuando se llegue a descartar que el consumidor haya sido inducido a engaño, produce, de todas formas, un daño al titular marcario, siendo punible en virtud de las normas penales que tutelan las marcas registradas (CCCFed. Sala II, Causa: ?TELLERIA NAVARRO, Domingo?, Reg. N° 20370, del 24/10/02; Sala I, Causa: ?OSORIO, Donato?, Reg. N° 586, del 10/7/03; y sus citas); es que cualquier puesta en venta, por su propia naturaleza, es apta para provocar un eventual perjuicio al titular del signo, de modo que, decididamente, afecta el bien jurídico protegido por la norma implicada. Por último, resta destacar que, puntualmente, en otros casos en los que se planteó la ausencia de posibilidad de engaño del consumidor, por el supuesto carácter burdo de los productos que ostentaban las marcas falsificadas, se sostuvo que, teniendo en cuenta el ámbito protegido por la ley marcaria, no deviene en un planteo que habilite a concluir sobre la ausencia de afectación al bien jurídico tutelado (CFCP, Sala III, Causa N° 16.575, ?Sánchez Sosa, Rolison Harley s/ recurso de casación?, Reg. N° 1912.12.3, del 28/12/12). Ello, en consonancia al criterio del Máximo Tribunal en cuanto a que el engaño del comprador no es un requisito contemplado en la ley de marcas (Fallos: 312:1919). Por ello, la Sala homologará la decisión del juez de primera instancia, en cuanto fuera motivo de agravio. Por lo expuesto, el Tribunal RESUELVE: CONFIRMAR el auto apelado en cuanto fuera materia de recurso. Regístrese, notifíquese transcurrida que sea la feria judicial, hágase saber a la Dirección de Comunicación Pública de la C.S.J.N. (Acordada 15/13 y ley 26.856) y devuélvase.-

MARCELO DARÍO FERNÁNDEZ MARCOS MORAN JUAN PABLO SALAS
YANINA GROSSO PROSECRETARIA DE CÁMARA Correlaciones: R., L. G. y otros s/proc.
- Cám. Nac. Crim. y Correc. Fed.- sala II- 12/04/2017 - Cita digital IUSJU021235E 038276E