

Pablo Escobar: marca contraria al orden público o a las buenas costumbres.

Alexa Micle

Recientemente, el Tribunal General de la Unión Europea confirmó la decisión de la EUIPO de denegar el registro de la marca “PABLO ESCOBAR”, al considerar que la misma es contraria al orden público y las buenas costumbres, dado que el público asociaría dicho nombre con el tráfico de drogas y el narcoterrorismo.

En la historia criminal, el nombre de “Pablo Escobar” resuena con una intensidad inigualable e, incluso hoy en día, tras décadas de su muerte, su nombre provoca controversias a la luz del imperio criminal sin precedentes creado por este ante los Tribunales Europeos.

Para entrar en contexto, en fecha de 30/09/2021, la entidad Escobar Inc. solicitó ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) la marca denominada “PABLO ESCOBAR” para una amplia gama de productos y servicios. Sin embargo, la decisión de la EUIPO fue de denegar dicha solicitud por motivos absolutos en base al artículo 7.1 (f) del RMUE dado que la misma es contraria al orden público y a las buenas costumbres.

El peso de la decisión gira entorno a que el público en general de la UE (especialmente, el público espa-

ñol) asociará “PABLO ESCOBAR” con el nombre del líder del cartel de Medellín, habida cuenta de la notoriedad mundial alcanzada tanto por la organización como por su líder a raíz de su frecuente exposición en la prensa europea.

En virtud de lo anterior, el titular impugna la decisión ante el Tribunal de General de la Unión Europea (TGUE), en base a tres motivos:

El primer motivo es la interpretación errónea del artículo 7.1 (f) del RMUE dado que los conceptos de “orden público” y “buenas costumbres” al no estar definidos por la regulación deben apreciarse acorde a la percepción que de él tuviera el público pertinente de la UE, y que, además, la aplicación del precepto debe hacerse de forma restrictiva. En este sentido, el solicitante cuestiona si realmente el nombre de “Pablo Escobar” será percibido como inmoral, consi-

derando que, debido a sus numerosos buenos hechos, se le denominaba el “Robin Hood de Colombia”.

El peso de la decisión gira en torno a que el público en general de la UE (especialmente, el público español) asociará “PABLO ESCOBAR” con el nombre del líder del cartel de Medellín.

Antes los ojos del Tribunal el hecho de que la persona “Pablo Escobar” sea conocida también por buenas acciones es irrelevante, ya que éstas son desconocidas para la mayoría de los consumidores relevantes de la UE, que sólo reconocerán al criminal.

Igualmente, el solicitante alega la ausencia de motivación de la decisión, requisito impuesto por la regulación europea. Este motivo también es denegado por el TGUE, al determinar que las Salas de Recurso no están obligadas, en la motivación de las resoluciones que adoptan, a pronunciarse sobre todas las alegaciones que los interesados aduzcan ante ellas. Es suficiente con que expongan los hechos y consideraciones jurídicas que revisten una importancia esencial para decidir por qué la denominación es contraria al orden público y a las buenas costumbres. Una vez más, el Tribunal concluye que dicho nombre sería interpretado como un símbolo ofensivo del crimen organizado.

Para el TGUE prevalece la percepción que pudiera tener el público relevante sobre su figura, así como su asociación con el tráfico de drogas y el narcoterrorismo.

Ahora bien, lo poco habitual en el presente caso es la reivindicación del derecho fundamental a la presunción de inocencia por parte del solicitante, derecho “supuestamente” vulnerado por los Tribunales Europeos.

Es cierto que Pablo Escobar nunca llegó a ser condenado por los presuntos delitos que se le imputaban al morir a manos de la policía antes de poder ser juzgado. Sin embargo, para el TGUE prevalece la percepción que pudiera tener el público relevante sobre su figura. En otras palabras, la ausencia de una condena penal en cualquier lugar del mundo no impide a que el nombre de “PABLO ESCOBAR” sea vinculado con su organización delictiva, así como la comisión de los peores delitos, considerando todas las referencias bibliográficas y películas que contribuyeron a ello.

La interpretación del Tribunal abre un abanico de posibles denegaciones de marcas europeas compuestas por nombres de personas, políticas o públicas, que evocan en la mente del consumidor una conexión de estos con organizaciones criminales, que causaron un gran deterioro a la sociedad, así como numerosos sufrimientos.

La decisión invita a reflexionar sobre el poder de las marcas, así como el mensaje que transmiten, en el tejido social.

Claramente, el contenido de la decisión invita a reflexionar sobre el poder de las marcas, así como el mensaje que transmiten, en el tejido social. Las marcas van mucho más allá de identificar un producto en el mercado, pues las mismas también pueden representar un medio de comunicación de cara al consumidor, reflejando así los valores, la misión y personalidad de la marca.