

La Navidad está llena de inventos: solo que nunca te lo habían contado



Sumario

POR

Catalina Muñoz

Baylos ^{IP}

En este artículo analizamos la cara menos visible de la Navidad: el papel clave de la propiedad intelectual e industrial en proteger su música, sus juguetes y sus símbolos más icónicos. Desde los derechos de autor que mantienen vivo el éxito de Mariah Carey hasta las patentes que blindan juguetes como LEGO, Barbie o las muñecas de FAMOSA, la temporada navideña está sostenida por un fuerte entramado jurídico. Sin estas protecciones, villancicos, diseños y marcas serían terreno fácil para las copias y la falsificación. La magia navideña no solo se crea, también se protege.

Diciembre ya ha llegado y, como cada año, vuelven sus tradiciones. Cada Navidad nos sumergimos en un ambiente de regalos, luces, celebraciones y buenos deseos. Sin embargo, detrás de esa apariencia festiva se esconde un entramado legal que pocas veces se menciona y que resulta esencial para que todo ese universo funcione: villancicos protegidos, juguetes patentados, marcas registradas y sistemas anti-falsificación sostienen la experiencia navideña tal y como la conocemos. Sin estas herramientas jurídicas, la creatividad que alimenta la temporada estaría mucho más expuesta a las copias y a la explotación descontrolada.

Pensemos en la banda sonora de estas fechas. Como cada año, *All I Want for Christmas Is You* vuelve a liderar las listas. Tres décadas después de su lanzamiento, Mariah Carey sigue generando ingresos millonarios gracias a los derechos de autor de esta obra. Y lo hará durante mucho tiempo: la protección no expira hasta 2045. Hasta entonces, cualquier uso de la canción requiere permiso y el pago de la licencia correspondiente. Pero no todos los ritmos navideños funcionan igual. Muchos villancicos tradicionales (*Noche de Paz*, *Adeste Fideles*, *Campana sobre campana*) pertenecen al dominio público, lo que permite interpretarlos, grabarlos o utilizarlos en anuncios sin pedir autorización. Son parte del patrimonio cultural compartido.

Incluso expresiones aparentemente inocuas pueden registrarse como marca en ciertos sectores. En Estados Unidos, *Merry Christmas* está inscrito como marca para vinos y espumosos desde 2011, y también aparece asociada a productos tan diversos como adornos navideños o artículos infantiles. Esto no impide felicitar las fiestas, pero sí protege su explotación comercial en mercados específicos. En la Unión Europea no existe un registro idéntico, aunque sí variantes aplicadas a cervezas, decoraciones o incluso servicios agrícolas.

Muchos villancicos tradicionales son de dominio público; otros, como *All I Want for Christmas Is You*, seguirán generando derechos hasta 2045.

El sector del juguete depende especialmente de la propiedad industrial. Cada diseño, mecanismo o forma distintiva puede (y debe) protegerse para evitar imitaciones. La marca LEGO es un ejemplo emblemático: blindó desde el principio tanto sus piezas como sus personajes mediante patentes, registros de diseño industrial y marcas tridimensionales. Esa estrategia le ha permitido mantenerse líder y ganar numerosos litigios contra competidores que intentaban reproducir sus bloques.

En otro ámbito, LucasFilm ha convertido el universo *Star Wars* en una fortaleza jurídica. Desde 1977, la productora ha registrado en Estados Unidos más de 200 patentes, 1.100 marcas y cerca de 3.500 creaciones amparadas con derechos de autor. Hablamos de la inscripción de denominaciones, del icónico logotipo de *La Guerra de la Galaxias*, pero también del registro de diseños y patentes para muñecos, así como de marcas tridimensionales, como los casos de *Darth Vader* o los de los soldados del Imperio, conocidos como *Stormtroopers*.

Sin derechos de autor y marcas registradas, la creatividad navideña estaría a merced de las copias.

La historia de los juguetes ofrece más casos relevantes. *Monopoly* nació a partir de *The Landlord's Game*, patentado en 1904, y obtuvo su forma actual en 1935. *Barbie*, desde 1959, aseguró legalmente su diseño articulado, decisivo para su éxito global.

Y España también tiene un lugar especial en esta historia. En Onil, un pequeño pueblo de Alicante conocido como “el valle de los juguetes”, se encuentran las FABRICAS AGRUPADAS DE MUÑECAS DE ONIL, S.A., más conocidas como FAMOSA. Para muchos, su nombre evoca automáticamente al mítico villancico publicitario que anuncia que “las muñecas de FAMOSA se dirigen al portal”, una melodía que marcó generaciones y que convirtió sus muñecas en un símbolo de la Navidad española. Allí, cada diseño debe registrarse y patentarse para garantizar que, cuando salga al mercado pueda disfrutar de una exclusividad de 10 a 20 años, según se trata de modelo de utilidad o de patente. No es casualidad que FAMOSA sea

solicitante de cientos de patentes y la creadora de marcas que nos han acompañado generación tras generación en estas fechas como *Nenuco*, *PinyPon*, *Minions*, *Barriguita* o *Nancy*. Una fábrica que ha dado forma -literalmente- a la infancia de todos nosotros.

Las muñecas de FAMOSA se dirigen al portal... y también a un Registro de Propiedad Industrial que las protege.

A pesar de todas estas protecciones, la falsificación sigue siendo una amenaza real. España es uno de los países europeos más afectados, especialmente en juguetes y textil. Las operaciones policiales son frecuentes y cada año se incautan miles de productos peligrosos o fraudulentos. Para reducir riesgos en las compras online, la Oficina Española de Patentes y Marcas recomienda asegurarse de que la web sea oficial, desconfiar de precios anormalmente bajos, comprobar que la empresa ofrece datos verificables, utilizar métodos de pago seguros y revisar el aviso legal y la política de privacidad.

La creatividad que define la Navidad se sostiene gracias a un conjunto de derechos que protege a los creadores y garantiza que lo que compramos sea auténtico y seguro. Sin ese marco legal, la magia navideña sería mucho más vulnerable.