

¿Sabes qué significan ©, TM, ® y SM, en propiedad intelectual?

Do you know what ©, TM, ® and SM mean in intellectual property?

Jesús Francisco García Pérez, Irma Noemí López Chunab, Luis Antonio Muñoz Barrera, Begonia Angelina Percastre Rivera y María Mercedes Álvarez Váldez

Resumen

Al hablar de *propiedad intelectual* nos referimos a las creaciones originales que se forman en la mente y se expresan a través de cualquier soporte, sean o no tangibles. En este contexto, resulta imprescindible abordar qué significan cada uno de los símbolos que acompañan a la propiedad intelectual, debido a que éstos otorgan prerrogativas exclusivas a los autores e inventores. En este texto se hablará del significado, uso y características de los símbolos: © (del inglés *Copyright*), TM (del inglés, *Trade Mark* o *Marca Comercial*), ® (Registrado) y SM (del inglés, *Service Mark* o *Marca de Servicio*).

Palabras clave: derechos de autor, propiedad intelectual, marca registrada.

Abstract

When we use the term *intellectual property* we are talking about the original creations that are formed in the mind and expressed through any medium, whether tangible or not. In this context, it is essential to address what each of the symbols that accompany intellectual property mean, because they grant exclusive prerogatives to authors and inventors. This text will discuss the meaning, use and characteristics of the symbols: © (Copyright), TM (Trade Mark), ® (Registered) and SM (Service Mark).

Keywords: copyright, intellectual property, trademark.

CÓMO CITAR ESTA COLABORACIÓN

García Pérez, Jesús Francisco, López Chunab, Irma Noemí, Muñoz Barrera, Luis Antonio, Percastre Rivera, Begonia Angelina, y Álvarez Váldez, María Mercedes. (2024, enero-febrero). ¿Sabes qué significan ©, TM, ® y SM, en propiedad intelectual? *Revista Digital Universitaria (RDU)*, 25(1). <http://doi.org/10.22201/cuaieed.16076079e.2024.25.1.1>

Universidad Nacional Autónoma de México, Coordinación de Universidad Abierta, Innovación Educativa y Educación a Distancia (CUAIEED)

Este es un artículo de acceso abierto bajo la licencia de Creative Commons 4.0



Jesús Francisco García Pérez

Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

Técnico Académico Titular C del Instituto de Investigaciones Sociales, PRIDE “D” desde hace más de 20 años. Fue por 25 años Coordinador Académico de la Biblioteca del Instituto. De 2015 a la fecha funge como responsable de la fototeca soy. Doctor en Bibliotecología y Estudios de la Información con mención honorífica y Medalla Alfonso Caso por ser el alumno más distinguido en los estudios de doctorado. Ha sido responsable jurídico del Repositorio Universitario Digital del Instituto de Investigaciones Sociales y responsable técnico del programa Toda la UNAM en Línea, así como representante del Consejo Académico del Área de las Ciencias Sociales en el Consejo del Sistema Bibliotecario de la UNAM. Profesor de asignatura en la licenciatura y el posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información desde el 2006 de la Facultad de Filosofía y Letras, UNAM. Sus líneas de investigación son la propiedad intelectual, derecho de autor, desarrollo de colecciones, industria editorial y de la información y teoría de la bibliotecología. Autor de más de 33 artículos, capítulos de libros y ponencias en el ámbito nacional e internacional.

Irma Noemí López Chunab

Universidad Autónoma de Yucatán (UADY)

Candidata a Maestra en Bibliotecología y Estudios de la Información por parte de la UNAM; tiene el título de Profesional Asociado en Biblioteconomía y la Licenciatura en Biblioteconomía por la Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía. Bibliotecaria desde hace 24 años en la UADY. Actualmente se desempeña como Coordinadora de la Biblioteca del Campus de Ciencias Biológicas y Agropecuarias, y es Profesora de Asignatura Libre en Enseñanza Superior de la materia Cinco pasos para obtener información académica.

✉ irma.noemi@correo.uady.mx

Luis Antonio Muñoz Barrera

Universidad Iberoamericana

Maestro y Licenciado en Bibliotecología y Estudios de la Información, por la UNAM. Con experiencia como encargado de biblioteca en la Dirección General de Servicios Urbanos de la Ciudad de México, así como jefe de Procesos Técnicos en la Universidad Latina, participante en la elaboración de proyecto “Creación e implementación de un sitio web para la difusión de recursos de información en acceso abierto y uso de redes sociales como académico en la Licenciatura en Bibliotecología a Distancia del SUAYED de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM” (PIFFYL-02-001-2019). Actualmente desarrolla como catalogador de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México.

Begonia Angelina Percastre Rivera

Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX)

Maestra en Bibliotecología y Estudios de la Información por la UNAM y Licenciada en Ciencias de la Información Documental por UAEMEX. Con experiencia como auxiliar de la Contraloría Universitaria de la UAEMEX, en el área de Archivo; en la elaboración del proyecto de Archivo para la Asociación Mexicana de Órganos de Control y Vigilancia en las Instituciones de Educación Superior, A.C., y como jefa del Departamento de servicio Social y Becas de la Facultad de Humanidades de la UAEMEX. Actualmente se desarrolla como Coordinadora de Planeación de la Facultad de Humanidades de la UAEMEX y como docente de asignatura en la Licenciatura en Ciencias de la Información Documental.

María Mercedes Álvarez Váldez

Universidad Autónoma de Yucatán (UADY)

Licenciada en Historia por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. En 2005, participó en el Primer Coloquio Los paradigmas de la Historia, con la ponencia El cine como industria cultural. En 2007, colaboró en la antología *Historias diacrónicas: Problematizaciones estéticas del tiempo y el espacio*, editorial Palíndromo. Forma parte de la Asociación Mexicana de Bibliotecarios A. C. desde 2022 y fue ponente en la LVII Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía en 2022. Actualmente, está estudiando la Maestría en Bibliotecología y Estudios de la Información en la UNAM, con el proyecto Lectores y cine: propuesta de alfabetización informacional crítica para estudiantes universitarios por medio de la cinematografía, que forma parte del campo Información, conocimiento y sociedad en la línea de investigación Lectura y su impacto en la sociedad.

 [0009-0009-3874-5992](https://orcid.org/0009-0009-3874-5992)

 [@merlavny](https://twitter.com/merlavny)

Introducción

La *propiedad intelectual* se refiere a las creaciones originales que se forman en la mente y se expresan a través de cualquier soporte, sea o no tangible. La propiedad intelectual tiene dos formas de expresión: los derechos de autor y la propiedad industrial.

Los *derechos de autor* se refieren a la distinción que brinda el Estado al creador de obras artísticas, otorgándole *derechos morales* —entendidos como el reconocimiento de su labor— y *derechos patrimoniales* —la oportunidad de obtener beneficios económicos por su creación— (Ley Federal del Derecho de Autor, 1996). En cambio, la *propiedad industrial* vela por el otorgamiento de patentes, registro de marcas, nombres comerciales, dibujos y modelos industriales (Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, 2020), entre otros, utilizados en diversos productos (creaciones del intelecto humano) y servicios que se ofrecen al público usuario. Tanto los derechos de autor como la propiedad industrial están protegidos por la [Ley Federal del Derecho de Autor vigente](#).

De manera cotidiana convivimos con estas creaciones y expresiones, las vemos a diario en nuestro entorno y en las diversas actividades que realizamos, en productos y servicios ofrecidos por el mercado. Así, en este artículo se pretende abordar el significado, uso y características de los símbolos: ©, TM, ® y SM con el fin de clarificar qué significa cada uno de ellos, cuándo se deben usar, de qué manera protegen al autor o creador, así como a la obra producto de su imaginación y, por lo tanto, cómo deben ser interpretadas y respetadas por los consumidores y otras empresas en el mismo ramo.

© Copyright

El símbolo © o frase *copyright* es de origen anglosajón y se atribuye específicamente al derecho de copia; éste es aplicable en el entorno de los derechos de autor, y protege obras de índole artística y literaria, como pueden ser libros, pinturas, partituras, etcétera. La [Organización Mundial de la Propiedad Intelectual](#) (OMPI, 2016) menciona que el término *copyright* “se refiere al acto de copiar una obra original que, en lo que respecta a las creaciones literarias y artísticas, sólo puede ser efectuado por el autor o con su autorización” (p. 6).

Es importante mencionar que el derecho de autor tiene ciertas consideraciones importantes, entre las que destaca la protección a la forma en que las ideas se plasma. Si bien lo correcto es culminar su registro mediante el sistema pertinente de cada país, los derechos de autor comienzan desde el momento de creación de la obra; la calidad y el propósito que tenga no influyen en los mismos. Este derecho es aplicable sobre todos los formatos y soportes, por lo que resulta importante entender que, al adquirir una obra impresa, estamos adquiriendo ese formato —expresión de una obra—, no los derechos sobre la obra en sí.

Así, los objetivos del símbolo ©, como se observa en la imagen 1 (Álvarez, 2023a), son informar que la obra es original y está sujeta a los derechos de autor, advertir que no puede reproducirse sin aprobación del autor o propietario de los derechos patrimoniales, aportar legalidad para los casos de controversia e identificar al titular de los derechos y el año de publicación.

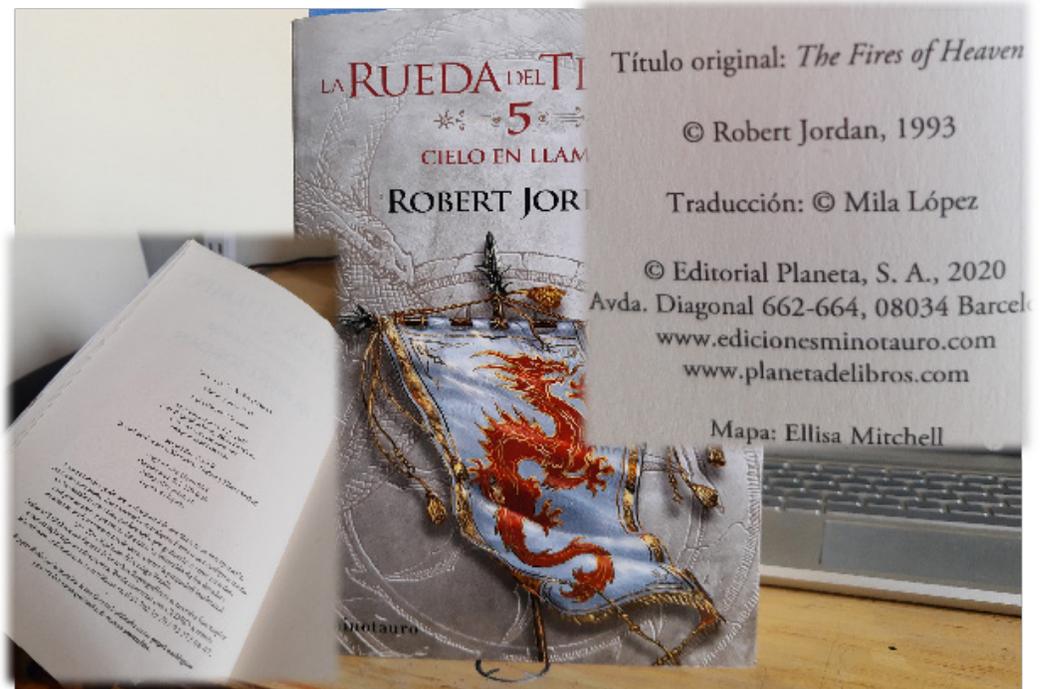


Figura 1. Collage de los derechos de autor de un libro, ejemplo de *copyright*. Crédito: María Mercedes Álvarez Váldez, 2023.

En general, la nota de *copyright* está formada por tres partes: “El © símbolo, o la palabra ‘*Copyright*’ o la abreviación ‘*Copr.*’; el año de la primera publicación de la obra con derechos de autor e identificación del propietario de los derechos de autor, ya sea por su nombre, abreviatura, u otra designación por el cual es conocido general” (fsymbols, 2010, párr.3).

TM, R y SM

Al margen del símbolo que identifica la existencia de derechos de autor, tenemos tres más, que expresan el estatus jurídico del registro de productos y servicios. Suelen estar escritos al lado del nombre de la marca, en miniatura. Contamos con TM (del inglés, *Trade Mark* o marca comercial), ® (registrado) y SM (del inglés, *Service Mark* o marca de servicio). Aunque el nombre pudiera confundirnos de primera instancia, la principal diferencia radica en el grado de legalidad que cada uno aporta al registro de la marca.

La OMPI manifiesta la necesidad de contar y nombrar las marcas comerciales de manera que los usuarios puedan diferenciarlas, valorar sus alternativas y elegir en el mercado al proveedor de servicios y productos que mejor satisfaga sus necesidades, esto a razón del aumento considerable de entidades que ofrecen

los productos. En general, es conveniente designar las marcas con un elemento representativo para individualizar el producto, lo que a su vez contribuye a que los dueños trabajen por desarrollar mejoras significativas en los bienes que ofrecen y así cumplir con las expectativas de sus usuarios.

De este modo, se define una *marca comercial* o *trademark* (™) como “cualquier signo que individualiza los bienes de una empresa y los distingue de los de sus competidores” (World Intellectual Property Organization [WIPO], 1993, p.10); por consiguiente, su fin es advertir que se trata de una marca ya existente para evitar usos fraudulentos. Sin embargo, esto no implica que la marca haya sido registrada ante una instancia de la propiedad intelectual¹: puede no estarlo, encontrarse en proceso de registro o incluso puede haber sido rechazada. Por ello, no existe garantía de que el producto esté protegido por la [leyes de marcas registradas](#) (International Trademark Association [INTA], 2021. párr.1), más bien, sirve para informar que la marca ya está siendo utilizada.

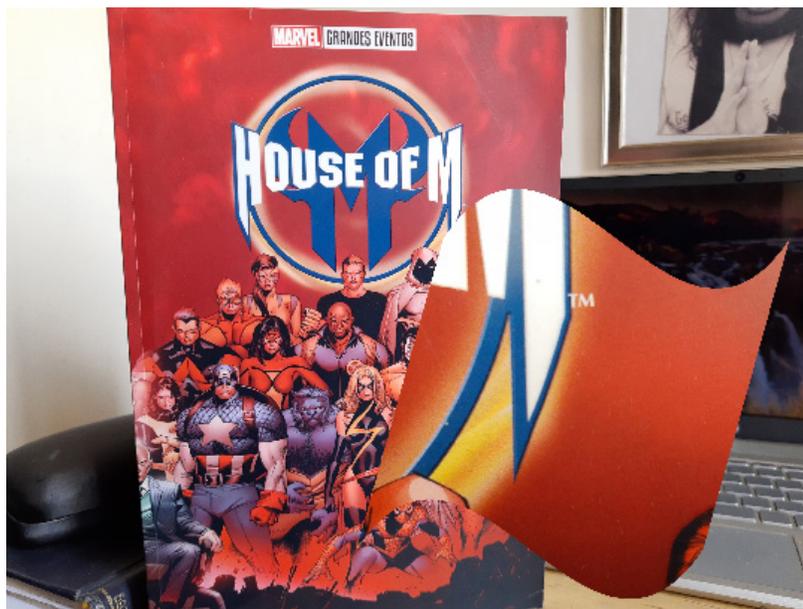


Figura 2. Cómic, ejemplo de *marca comercial* o *trademark* (™).
Crédito: María Mercedes Álvares Váldez, 2023.

Por su parte, encontraremos la letra ® (registrada) en aquellos productos cuyo proceso de registro ha culminado satisfactoriamente. Este proceso comúnmente implica el pago de una tarifa y otorga el derecho exclusivo para usar la marca en cuestión, de manera que sólo podrá ser utilizada por el propietario o mediante un permiso a cambio del pago respectivo, con lo que se tiene certeza y seguridad jurídica (WIPO, s.f. párr.3).

No obstante, en algunos países se utiliza el símbolo ® de marca registrada en una marca cuyo proceso de registro no se ha finalizado. Esto puede constituir un delito con sanciones de carácter civil o penal, debido a que se considera una práctica industrial desleal. Por lo anterior, debemos entender que el símbolo ® al lado del nombre de una marca sólo puede ser utilizado cuando ya ha sido registrada oficialmente; de lo contrario, es aconsejable usar el símbolo ™ para informar del uso de la marca y en todo caso su estatus en proceso de registro.

¹ Cada país tiene oficinas para registrar los derechos de autor y la propiedad industrial.



Figura 3. Tortillas, ejemplo de ® (registrada). Crédito: María Mercedes Álvarez Váldez, 2023.

Finalmente, identificamos el símbolo SM como una marca de servicio, cuyo funcionamiento es muy similar al de TM. Al respecto, la Oficina de Patentes y Marcas de los EE. UU. define una marca de servicio como:

Una palabra, nombre, símbolo o dispositivo que se utiliza para indicar la fuente de los servicios y para distinguirlos de los servicios de otros. Una marca de servicio es lo mismo que una marca comercial, excepto que identifica y distingue la fuente de un servicio en lugar de un producto. (United States Patent and Trademark Office [USPTO], 2021)

Con esto, los usuarios, a través de la marca, pueden reconocer y distinguir los servicios de su preferencia de los competidores en el mercado.

En general, el uso de estos símbolos no posee reglas que determinen dónde, cuándo o cómo ubicarlos, pero comúnmente los encontramos como subíndices o superíndices junto al nombre o logo de la marca. En este tenor, la [Organización Mundial de la Propiedad Intelectual](#) y la [Asociación Internacional de Marcas](#) destacan la importancia de colocarlo la primera vez que se use la marca o logotipo, así como en todos los anuncios, etiquetas, sitios web y demás elementos publicitarios.

Para finalizar, se considera importante mencionar que únicamente los símbolos de marca registrada y *copyright* tienen cabida en la legislación mexicana con algunas adecuaciones. De esta manera se hace referencia a los símbolos ® y M de marca registrada en el artículo 236 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial. Al respecto se menciona que:

Artículo 236.- Las leyendas “Marca Registrada”, “Marca Colectiva Registrada” o “Marca de Certificación Registrada”, las siglas “M.R.” o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada. (Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, 2020)

Por lo tanto, se entiende que en la república mexicana el símbolo, siglas o el nombre de marca registrada pueden ser utilizados tanto en marcas de productos como de servicios sólo hasta que hayan sido registrados.

Por su parte, el símbolo de *copyright* se incluye en el artículo 17 de la Ley Federal del Derecho de Autor. Un punto por destacar es que esta ley otorga cierto sentido de obligatoriedad al uso del símbolo de *copyright* debido a que señala que su ausencia no significa pérdida de derechos, pero acarrea sanciones. En este artículo se especifica que:

Artículo 17.- Las obras protegidas por esta Ley que se publiquen, deberán ostentar la expresión “Derechos Reservados”, o su abreviatura “D. R.”, seguida del símbolo © y, en su caso, el Número Internacional Normalizado que le corresponda; el nombre completo y dirección del titular del derecho de autor y el año de la primera publicación. Estas menciones deberán aparecer en sitio visible. La omisión de estos requisitos no implica la pérdida de los derechos de autor, pero sujeta al licenciatario o editor responsable a las sanciones establecidas en la Ley. (Ley Federal del Derecho de Autor, 1996).



Figura 4. Palomitas, ejemplo de ® (registrada). Crédito: María Mercedes Álvares Váldez, 2023.

Por lo anterior, la República mexicana respalda al autor y protege su obra contra actos ilícitos y mal uso, a pesar de la ausencia del símbolo *copyright*, la expresión de derechos reservados y los datos antes mencionados. No obstante, prescindir de esos símbolos repercutirá en alguna penalización legal.

Conclusiones

La propiedad intelectual implica tanto el respeto a los derechos de autor como a la propiedad industrial, instrumentos que hacen valer el derecho de los creadores/inventores a ser reconocidos por su obra y a obtener beneficios de ella

dentro de la competitividad del mercado. Estos derechos suelen representarse y recordarse tanto a los usuarios como a los competidores por medio de los signos: ©, para el derecho de autor; TM, para las marcas que no cuentan con un registro legalmente culminado y favorable; ®, para aquellas que han realizado el proceso de registro correcto y obtenido respuesta favorable y oficial, y SM para los servicios que no tienen un registro formal.

Para que los derechos exclusivos sobre la marca sean reconocidos por otras empresas y los consumidores, es de suma importancia que los creadores o inventores realicen el proceso de registro oficial. Con ello, se garantiza el respaldo legal en caso de delitos cometidos por infractores de derechos de autor o de propiedad industrial. Una vez obtenido el registro es conveniente utilizar la simbología pertinente, ya que no usarla atrae perjuicios legales, puesto que no se podrá comprobar que el infractor tenía conocimiento del registro de la marca antes de utilizarla.

Es sumamente importante conocer y difundir estos símbolos que día con día son utilizados, sobre todo porque no todos los usuarios conocen su significado ni uso correcto.

Referencias

- ❖ Fsymbols. (2010). *Símbolo de Copyright ©-®TM*. <https://fsymbols.com/es/signos/copyright/>
- ❖ Ley Federal del Derecho de Autor. (1996). *Diario oficial de la Federación* [Estados Unidos Mexicanos]. <https://tinyurl.com/fcn92nn8>
- ❖ Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial. (2020). *Diario oficial de la Federación* [Estados Unidos Mexicanos]. https://portalhcd.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPI_010720.pdf
- ❖ International Trade Association. (2021, 1 de abril). *Trademark Symbols*. <https://www.inta.org/fact-sheets/trademark-symbols/>
- ❖ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2016) *Principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos* (2.^a ed.). OOMPI. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_909_2016.pdf
- ❖ United States Patent and Trademark Office. (s.f.). *What is trademark?* <https://www.uspto.gov/trademarks/basics/what-trademark>
- ❖ World Intellectual Property Organization. (1993). *Introduction to trademark law & practice the basic concepts: a WIPO training Manual* (2.^a ed.). WIPO. <https://www.bbaw.ac.in/dept/Law/TM/11.pdf>
- ❖ World Intellectual Property Organization. (s.f.) *Marcas*. WIPO. <https://www.wipo.int/trademarks/es/index.html>

Otras obras consultadas

- ❖ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2005 marzo-abril). La P.I. y las empresas – La propiedad intelectual y la publicidad. *Revista de la OMPI*, 2. https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2005/02/article_0005.html
- ❖ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2006). *Guía del empresario sobre marcas e indicaciones geográficas*. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/marks/859/wipo_pub_859.pdf
- ❖ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2004, marzo-abril). Nociones básicas para usar correctamente la marca. *Revista de la OMPI*, 2, 6-9.
- ❖ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2019). *El secreto está en la marca. Introducción a las marcas dirigida a las pequeñas y medianas empresas*. OMPI. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_900_1.pdf