

EL ESPECTADOR

¿QUIÉN QUIERE REGISTRAR CASA FRIDA?

HIROSHI TAKAHASHI

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IM-PI) mantiene abierta una disputa por la marca Casa Frida, una denominación impugnada por Frida Kahlo Corporation, que considera que su uso representa un intento de apropiación comercial del nombre de la pintora mexicana más reconocida en el mundo.

El expediente 2755643, correspondiente a la clase internacional 35 —servicios de gestión de oficinas de negocios para terceros—, fue solicitado por Alejandro Martínez Araiza el 26 de mayo de 2022. El registro fue publicado para oposición el 2 de junio de ese mismo año. En respuesta, Roberto Arochi Escalante, apoderado legal de Frida Kahlo Corporation, presentó una oposición formal el 17 de junio.

“El registro de dicha solicitud debe ser NEGADO”, escribió Arochi en su recurso, “en virtud de que la marca propuesta se conforma de una denominación SEMEJANTE EN GRADO DE CONFUSIÓN” con marcas previamente registradas por la Frida Kahlo Corporation, las cuales abarcan desde productos temáticos y promoción de ventas, hasta plataformas tecnológicas, software, redes sociales y servicios de marketing.

El 26 de septiembre de 2022, el propio IMPI emitió un oficio en el que objetó el registro de la marca Casa Frida en la clase internacional 43 (restaurantes y hospedaje), argumentando que “reproduce parte del nombre de la pintora mexicana Magdalena Carmen Frida Kahlo Calderón (...) y no presenta la autorización del titular del derecho correspondiente para su registro”. Entre los antecedentes marcarios citados como impedimento legal se encuentran los registros Frida Kahlo, Casa Kahlo, Frida, Frida M Ji by Frida Kahlo, entre otros.

Aunque Alejandro Martínez Araiza, secretario general del Sindicato Nacional Alimenticio y del Comercio (SNAC), respondió tanto a la oposición como al oficio de impedimento en octubre de 2022, los argumentos de defensa no aparecen en los documentos disponibles. El último movimiento en el expediente fue la presentación de alegatos por parte de la Frida Kahlo Corporation el 2 de mayo de 2023, lo que confirma que el caso permanece abierto y sin resolución definitiva.

Martínez Araiza no es un solicitante casual. Su nombre figura en múltiples trámites de registro de marcas y constitución de sociedades, todos bajo esquemas similares. El 7 de junio de 2022, solicitó el registro de un aviso comercial titulado Transformando vidas para el bien común, tramitado por la abogada Marisol Bonilla Moreno en su representación.

También está vinculado a las marcas SNAC (solicitada el 2 de junio de 2022) y Natural Market (30 de mayo de 2022); así,

como a la sociedad Hostel Apapacho, S.A.P.I. de C.V., constituida el 5 de noviembre de 2024, cuyo objeto social abarca desde hospedaje hasta promoción turística, guías culturales, franquicias y servicios de alimentación.

En el pasado, también ha sido apoderado con facultades plenas para actos de administración y dominio en Herramientas Agropecuarias de Michoacán S.A. de C.V., según consta en el acta protocolizada el 25 de agosto de 2011 en Morelia. En esa misma fecha, fue registrado como nuevo accionista con 20 mil pesos en acciones adquiridas a Maribel Ramírez Ponce.

Lo que está en juego no es sólo una marca, sino el derecho a vincularse —comercial o simbólicamente— con una de las figuras culturales más potentes de México. Frida Kahlo, escribe Arochi, es “un fenómeno social”, y su nombre, “una de las marcas más famosas en el mundo”.

