



**AgEcon** SEARCH  
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

*No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.*

# **Saberes, migraciones y nombres de los alimentos: Los genéricos y las denominaciones de origen.**

Schiavone, Elena <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Abogada. Co coordinadora de la Red SIAL Argentina



**PAPER PREPARED FOR THE 116<sup>TH</sup> EAAE SEMINAR "Spatial Dynamics in  
Agri-food Systems: Implications for Sustainability and Consumer Welfare".**

Parma (Italy)  
October 27<sup>th</sup> -30<sup>th</sup>, 2010

*Copyright 2010 Schiavone, Elena . All rights reserved. Readers may make verbatim copies  
of this document for non-commercial purposes by any means, provided that this copyright  
notice appears on all such copies.*

## Saberes, migraciones y nombres de los alimentos: Los genéricos y las denominaciones de origen.

Schiavone, Elena <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Abogada. Co coordinadora de la Red SIAL Argentina

*Abstract*— Los flujos migratorios de países europeos a América, y en particular a países de América Latina como Argentina y Brasil, y el posterior asentamiento de esos inmigrantes, dieron lugar a culturas híbridas que lograron un anclaje territorial. Entre los saberes que se trasladaron de Europa a América, estaban los usos y costumbres alimenticios y las formas de producir. Estas se adaptaron a las materias primas locales disponibles, y surgieron productos con identidad propia, pero que llevaban y llevan los nombres con que habitualmente los designaban en su países de origen.

Cuando, a partir de 1940, los Estados comienzan a emitir normas de inocuidad y rotulado de alimentos, esos nombres comunes terminan siendo objeto de codificación legal como “tipos” o “clases” de productos alimenticios. Así se convierten formalmente, en “nombres genéricos”.

En muchos casos, hoy coinciden con nombres geográficos que son Indicaciones Geográficas (IG) y Denominaciones de Origen (DO) protegidas en la Unión Europea, especialmente en quesos, chacinados y vinos.

Todos los países signatarios del ADPIC- 1994 y miembros de la OMC, deben proveer protección a las indicaciones geográficas; y para ello, muchos debieron construir marcos legales e institucionales nacionales. Sin embargo, El ADPIC exceptúa a los miembros del a obligación de dar protección a aquellos nombres geográficos que constituyen “...identicas al término habitual en el lenguaje corriente al nombre común de tales bienes en el país miembro”... es decir, los “genéricos”. Argentina y Brasil han recogido esa excepción.

Por otra parte, las negociaciones multilaterales y bilaterales (Tratados de Libre Comercio) en torno a la protección de las IG en el mundo continúan, y la UE reclama un reconocimiento efectivo de la exclusividad del uso de los nombres para productos producidos en el lugar geográfico donde históricamente se originaron.

Un recorrido breve por Argentina y Brasil –hoy con normativas comunes derivadas del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) intenta mostrar las tensiones que se

evidencian entre la construcción del marco legal e institucional necesario para implmentar las IG para productos naciones, y la demanda de reconocimiento de IGs europeas, así como clara inexistencia de error o engaño en el consumidor respecto del verdadero origen de los productos.

*Keywords*— Alimentos, nombres genéricos, indicaciones geográficas.

### I. INTRODUCCIÓN:

Entre 1821 y 1924, unos 55 millones de europeos emigraron a distintos continentes, fundamentalmente a América, expulsados por la exclusión de una revolución industrial que no los abrazó, la falta de tierras, pobreza, las hambrunas, las guerras; y con la esperanza de una vida mejor, prometida desde los mismos países receptores, necesitados mano de obra y de poblar inmensas extensiones de tierra.

También, los países con colonias, promovieron la emigración hacia las mismas para resolver el problema del hambre y el desempleo, y a la vez, generar condiciones de producción en los territorios de ultramar, con los consecuentes flujos de comercio. Luego, la emigración se alimentó a sí misma: los emigrantes irlandeses enviaban a su país de origen remesas que servían para pagar el viaje de familiares y amigos. La mitad de Irlanda emigró a EEUU. Entre 1851 y 1880, 5,3 millones de británicos abandonaron las islas, principalmente a EEUU, Australia y Canadá.

A mediados del siglo XIX, pero sobre todo a partir de 1880, italianos y españoles se sumaron al flujo migratorio.

En los países rioplatenses (Argentina, Uruguay), la inmigración italiana fue mayoritaria, seguida por la española: la proporción conjunta representó alrededor

del ochenta por ciento del total de los ingresados al país entre 1860 y 1930.

Cuadro 1: Emigración italiana:

	USA- Canadá	Argentina	Brasil	Australia
1861-1870	-	-	-	-
1871-1880	26.000	86.000	37.000	460
1881-1890	251.000	391.000	215.000	1.590
1891-1900	520.000	367.000	580.000	3.440
1901-1910	2.394.000	734.000	303.000	7.540
1911-1920	1.650.000	315.000	125.000	7.480
1921-1930	450.000	535.000	76.000	33.000
1931-1940	170.000	190.000	15.000	6.950
1946-1950	158.000	278.000	45.915	87.265
1951-1960	297.000	24.800	22.200	163.000
1961-1970	208.000	9.800	5.570	61.280
1971-1980	61.500	8.310	6.380	18.980
1981-1985	16.000	4.000	2.200	6.000
Emigrantes	6.201.000	2.941.000	1.432.000	396.000
Retornados	721.000	750.000	162.000	92.000
No retornados	5.480.000	2.191.000	1.270.000	304.000

Fuente: www.adsic.it

En Brasil, la inmigración se concentró tradicionalmente en cuatro grupos: portugueses, italianos, japoneses y españoles. Los portugueses fueron, sin lugar a dudas, los extranjeros más numerosos. Los italianos fueron el grupo mayoritario entre 1881 y 1930: 36 %, seguidos de los españoles. En los cafetales de San Pablo se asentaron una gran mayoría de inmigrantes; hasta los años veinte, tres cuartos de millón de españoles llegaron a esa región; y algunos lograron adquirir tierras y convertirse en importantes productores de café.

Otras minorías llegaron en proporciones variables: japoneses en Brasil, rusos (inmigrantes de Europa del Este) y turcos (sirios, libaneses y armenios) a Argentina.

Existe una frondosa bibliografía sobre la inmigración italiana y española en Argentina [1] que da cuenta cualitativa y cuantitativamente del fenómeno, que obviamente excede los límites y objetivos de este trabajo. Sólo algunas informaciones que sirve de base a la hipótesis de este trabajo:

A. El flujo migratorio que se estableció entre Italia y Argentina, desde fines del '800, fue la respuesta de

ambos países al desafío de la modernización de sus respectivas estructuras económicas en sentido capitalista. Masas de campesinos italianos, expulsados por una agricultura tradicional y atrasada en vías de transformación, hallaron desahogo en una Argentina entonces casi despoblada, sedienta de agricultores para explotar las enormes extensiones de terreno conquistada a los indios a partir de la década del '70. Mientras en Italia se consideraba la emigración una "valvola di sicurezza", en Argentina Juan B. Alberdi había formulado años atrás su famosa fórmula "gobernar es poblar".

Cuadro 2: Grupos ocupacionales de los inmigrantes de italianos a Argentina entre 1876 y 1929

Años	Total	Agricul tores	Jorna leros	Arte sanos	Com	Prof. Lib.
1876-91	536.535	82,3%	10,2%	2,0%	0,9%	1,3%
1891-94	100.965	69,6%	24,9%	2,2%	1,2%	1,0%
1895-99	224.322	65,9%	18,8%	7,7%	2,1%	1,5%
1900-06	44.640	71,0%	11,2%	6,7%	2,0%	1,0%
1907-09	233.637	49,6%	14,9%	18,9%	3,5%	1,0%
1913-14	123.862	36,1%	38,2%	17,3%	4,2%	1,0%
1915-19	17.477	23,4%	27,2%	19,8%	8,9%	3,4%
1920-24	220.725	56,4%	18,8%	16,7%	3,7%	0,6%
1925-29	171.625	45,3%	22,7%	25,6%	2,3%	1,4%

Años 1916 a 1930: Commissariato Generale dell' Emigrazione  
1876 a 1915: Departamento General de Inmigración.

B. la extraordinaria fusión de culturas: Ortega y Gasset, en 1923, pleno auge de la masiva emigración española a Argentina, dice en su ensayo "Meditación de Pueblo Joven", "que el pueblo criollo rompe el hermetismo tradicional de las razas y ha sabido hacer de su Nación un volumen perfectamente poroso, donde pueden entrar hombres de todas las razas, de toda lengua, de toda religión, y de toda costumbre, vienen aquí y hallan un área libérrima e ilimitada donde pueden trabajar, levantar hogares, henchir su peculio"

En América Latina se conforma un abanico de comunidades con situaciones culturales y territoriales contrastantes. Así, hay comunidades en las que predomina la cultura aborígen, en otras las culturas inmigrantes, en la gran mayoría identificamos lo que se denomina *culturas híbridas*. Se entiende por hibridación a los "procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas

*estructuras, objetos y prácticas*”[2] Un objeto característico del fenómeno de hibridación cultural, son justamente los alimentos, que desarrollaron calidades específicas.

## II. IDENTIDAD PARTICULAR DE LOS ALIMENTOS:

Muchos de los alimentos hoy característicos, no soy “originarios” de América: los españoles introdujeron en Argentina los primeros ejemplares de ganado caballar (1536), ovino (1550) y bovino (1553). Este último se reprodujo en forma inesperada, a punto tal que, al fin del Virreinato (1810) superaba los seis millones y medio de cabezas. Luego vino la agricultura: Desde 1890 hasta 1930, la agricultura pampeana pasó de cultivar unos 2 millones de hectáreas a más de 25 millones, una evolución similar ocurrió con la producción de carne, favorecida por el surgimiento del frigorífico. Las exportaciones argentinas pasaron de 70 millones de pesos oro en el quinquenio 1880-84, a 380 millones en la década de 1910. Para la década de 1920, las mismas oscilaron en torno de los 800 a 1.000 millones de la misma moneda.

En ese período, la explotación de la tierra mutó: el sistema productivo de la “estancia” pasó a convivir con el de la “chacra”: una institución nueva, impulsada por un sector social nuevo, como lo eran los inmigrantes provenientes mayoritariamente de Europa, a través de las leyes de colonización. La chacra era relativamente pequeña y su dueño vivía y trabajaba en el campo. El chacarero era así concebido como un trabajador autónomo rural propietario de sus tierras, con un gran parentesco al «*farmer*» norteamericano. Finalmente la chacra, al crear sólidas bases locales y una extendida clase media rural, abriría el paso al desarrollo de la agroindustria primero y de la industria metalúrgica después.

En estos asentamientos rurales y semiurbanos, los migrantes desplegaron sus costumbres y formas de producir, y las adaptaron a las condiciones y materias primas locales, que además debían roverse sus propios alimentos, y alimentar a una creciente población urbana.

Fue -y es- un proceso permanente que pone en evidencia la dificultad de caracterizar la relación Cultura- Calidad Específica del producto-Territorio. Si

quedaba clara la relación entre una cultura “homogénea” y la calidad específica del producto, esa relación es menos clara cuando consideramos el impacto de los fenómenos de migración de las poblaciones humanas, sobre la tipicidad de los productos.

El proceso de localización de la calidad de productos anclado en las culturas inmigrantes, que llegaron a Argentina en la primera mitad del siglo XX, ha sido caracterizado como la resultante de dos procesos:

a) un proceso de difusión local de los saberes (relacionados a la producción y/o a la transformación de las materias primas, la elaboración del producto o su consumo dentro de la población local.

b) un proceso de especificación de la calidad del producto. Es decir, de la adquisición de una calidad específica, que descansa sobre diversos saberes locales, entre ellos los que permiten identificarlo y diferenciarlos de productos similares.

En Argentina y Brasil se generaron productos alimenticios, particularmente en el sector chacinados y quesos, que si bien se designaron con nombres europeos, desarrollaron no sólo una identidad diferente a los originales producidos en sus lugares originarios, sino que pasaron a formar parte de una nueva cultura productiva y del consumo, y con el tiempo, devinieron el nombre común con el cual el público consumidor los identifica.

Es decir, nombres “genéricos”, que no asocian al producto con un territorio determinado o una calidad específica derivada del mismo, sino que identifican a un tipo o variedad de producto alimenticio.

## III. MERCADOS CERRADOS: LA SUSTITUCION DE IMPORTACIONES:

Entre 1919 y 1929 el PBI de la Argentina creció al 3,61% anual, superando considerablemente a Canadá (2,65%), Estados Unidos (2,16%) y Australia (1,64%); también el aumento del PBI per cápita argentino fue el más alto de los cuatro países, promediando el 1,75% anual.

Después de la Crisis de 1929, un nuevo modelo de crecimiento económico comenzó a surgir. Los sectores exportadores de productos ganaderos y cerealeros, intentaron recrear el modelo exportador, el que

superpuso a un nuevo modelo de industrialización orientado al mercado doméstico, conocido como “sustitución de importaciones”.

Este proceso –que se dio en muchos países de América- fue posible gracias a varios factores. Por un lado, los inmigrantes europeos trajeron consigo una nueva mentalidad empresarial, la cual, acompañada de los conocimientos tecnológicos, fue fundamental para la aparición de las primeras empresas locales; junto a la clase empresarial, también se formó una clase obrera, formada en su mayoría por inmigrantes que venían de un mundo industrial y que conocían sus reglas de juego; lo que posibilitó el surgimiento temprano de sindicatos y agrupaciones obreras. Un segundo factor fue el crecimiento explosivo de la población, como consecuencia de la inmigración, que posibilitó el surgimiento de un mercado rentable para la producción local.

Por último, el país presentó una fuerte dependencia del flujo de manufacturas importadas, que al cortarse como consecuencia de la Primera Guerra, hizo que la demanda presionara para la creación de una oferta local que pudiera satisfacer sus necesidades.

El aislamiento forzoso, producto de la guerra, tuvo efectos dispares en la industria local, ya que aquellas ramas que dependían de la entrada de materias primas e insumos importados (industrias artificiales), debieron disminuir o incluso frenar la producción; mientras que aquellas ramas basadas en la utilización de insumos y materias primas obtenibles a nivel local fueron las que se beneficiaron.

El crecimiento de la industria alimentaria argentina tiene ese origen, y en general, apuntó al autoabastecimiento de los alimentos necesarios para la población.

Las importaciones de alimentos –algunos muy tradicionales, como los vinos comunes españoles, o los vinos de Burdeos, aceites, azafrán, pimentón, sal marina, fideos, pastas de tomate, fueron sustituidas por producción nacional; y ésta, a la vez, fue objeto de medidas de protección, particularmente arancelarias.

Ello, sumado a que las relaciones de cambio no fueron favorables, dieron como resultado que el consumidor local no accedió a los productos originales europeos durante casi 50 años, lo que dispuso la inicial referencia geográfica de muchos nombres que identificaban alimentos.

Por ende, tampoco los “nombres genéricos” inducían a error o engaño en los consumidores. No había una identificación de productos originales con los “nacionales”.

#### IV. EVOLUCION DE LAS NORMATIVAS DE ALIMENTOS EN ARGENTINA [3]

A partir de 1903 (Ley de Prohibición de uso de edulcorantes artificiales) se suceden una serie de normas sobre temas puntuales del sector alimentario: , protección de la salud e inocuidad, tipificación de productos, rotulación.

En 1947 el Parlamento encarga al Poder Ejecutivo la redacción de un Código y específicamente le ordena: “... establecer las condiciones sanitarias a las que deberá someterse la producción, elaboración, circulación y expendio de alimentos y de los locales y lugares donde se realicen esas operaciones y fiscalizar su aplicación ...”

En 1949 se dicta el Decreto 18107 que dispone sobre la producción, elaboración, circulación y expendio de alimentos, hasta tanto se dicte el Código Bromatológico, y

Finalmente, en 1953 se dicta el Primer Código sistematizado del sector: el Reglamento Alimentario aprobado por Decreto N° 141/53, que constaba de 954 artículos divididos en 20 capítulos (establecimientos fabriles, productos, conservación, rotulación), y establecía sanciones en caso de incumplimiento (multas, decomiso de mercaderías, etc).

Si bien era una norma de aplicación en la Capital Federal y territorios nacionales, tendía a unificar la normativa en toda la República e invitaba a las provincias a adherirse a las mismas.

En 1964, mediante Decreto 5885, se crea una Comisión de Estudios para la redacción de una Ley Nacional de Alimentos, fundando la iniciativa en la necesidad de proteger la salud de los consumidores y fomentar el comercio, mediante el dictado de “normas genéricas y uniformes”

En 1969 se dicta la “Ley”- en realidad, una norma de facto- 18.284, como cuerpo normativo federal: el CODIGO ALIMENTARIO ARGENTINO (CAA).

La ordenación de su texto se concretó en 1971, mediante Decreto Reglamentario N° 2126, que se consolida el texto ordenado de las disposiciones

vigentes a ese momento. Más adelante, mediante Decreto 2584/77 se autorizó a que las modificaciones y actualización se realizaran mediante Resolución Ministerial con competencia en Salud Pública. En el mismo, se establecieron las características higiénico sanitarias, bromatológicas y de *identificación comercial* de los alimentos.

Cuadro 3: Principales características del CAA

	Es de cumplimiento obligatorio por las autoridades (Art. 2° Ley 18.284).
	Todo alimento, condimento, bebida, sus materias primas y aditivos, deben ser expresamente autorizados (Art 13 y 14 CAA; Art. 3° Reglamentación de la Ley 18.284).
	Las autoridades deben organizar un registro de Establecimientos y otro de Productos Alimenticios (Art. 7° Ley 18.284).
	El Código Alimentario está en permanente modificación, según los adelantos tecnológicos, por lo que las Autoridades deben obligadamente conocer cada nueva actualización.
	Las autoridades tienen el poder de policía sobre todos los alimentos que circulan y venden en su jurisdicción, aunque se produzcan en otra. Estos deben poseer certificado autorizante

En la tercer parte, dispone las normas para cada alimento en particular: condiciones generales, recipientes, rotulación, condiciones especiales para cada alimento en particular, publicidad. Se consideran ilegales los productos que no se ajusten en su composición, aspecto, presentación, estado de conservación y caracteres organolépticos a las denominaciones y especificaciones legales y comerciales que el Código admite.

Luego de las normas generales, dedica capítulos específicos a tipos de alimentos: carneos y afines, grasos, lácteos, azucarados, vegetales, bebidas hídricas, bebidas fermentadas; bebidas espirituosas, alcohólicas, destiladas y licores, etc.

Es dentro de esta larga enumeración y calificación de “tipos” de alimentos, donde aparecen algunos términos que revisten interés particular en materia de designaciones. Si bien refirieron originalmente a un lugar de producción, se transformaron en la forma común en el que el público designa, en su lenguaje

corriente, al nombre común o nombra un tipo de alimento en Argentina, y se normalizaron. Por ejemplo: variedades de quesos al: Brie y Camembert (art. 623); Gruyere y Emmenthal (art. 628), al Parmesano, Reggiano, Sbrinz (art. 635); a los turrone tipo alicante y jijona (art. 800). Las bebidas alcohólicas, por su parte, citan como variedades –entre muchas- al Kirsh, Calvados, Cherry (art. 1113); al Coñac y la Grappa (art. 1116).

Tema que se verá luego con más detalle.

Otra norma relevante es la Ley General De Vinos, N° 14.878 (1959), que regula la producción, industria y comercio vitivinícola en el territorio de la Nación. Define tipos de vinos en su art. 17:

a) vinos genuinos;

b) vinos especiales. Y dentro de éstos, define: 4. Categoría D: ... *Vinos espumosos, champaña o champagne*, el que se expende en botellas con una presión no inferior a 4 atmósferas, a veinte grados centígrados (20° C) y cuyo anhídrido carbónico provenga exclusivamente de una segunda fermentación alcohólica en envase cerrado. Esta fermentación puede ser obtenida por medio del azúcar natural de la uva o por la adición de sacarosa...i) Aguardiente de vino, pisco o brandy, el producto de la destilación especial de vino sano, cuya graduación alcohólica al salir del destilador no sea superior a setenta y cinco por ciento (75%) en volumen de acuerdo a la reglamentación que dicte el Instituto;

j) Cognac o coñac, el aguardiente de vino añejado en envases de roble por un término no inferior a dos años. Este lapso podrá computarse promediando el estacionamiento de partidas de distintas edades, ninguna menor de un año. Podrá autorizarse con carácter general el uso de envases de otras maderas de aptitud probada;

k) Grapa, grappa o aguardiente de orujos, el aguardiente obtenido por destilación de los orujos.

En estas codificaciones y otras sucesivas, es que aparecen las primeras referencias a las denominaciones de origen (DO) [4]

En su versión original (1969), ahora reemplazada por normas de rotulado MERCOSUR, el CAA hacía referencia a las DO, en sus artículos 236, 237 y 1135, como enmarcadas en la defensa contra la competencia desleal y la protección del consumidor.

El Art. 236 indica que:” En general, las denominaciones geográficas de un país, región o población no podrán usarse en la designación de los productos elaborados en otros lugares, cuando puedan inducir a engaño. *Constituyen excepción las denominaciones geográficas extranjeras que por el uso se han transformado en genéricas y que, por esta razón, no componen denominaciones de origen. Tales son Champagne, Emmental, Gruyere, Habana, Jerez, Madeira, Málaga, Oporto, Roquefort, Marsala, Salsa Indiana, Salsa Inglesa, Salsa Portuguesa y otras*”.

Mediante la norma del Art. 237 se prescribe que *“Queda prohibido designar productos nacionales (vinos, quesos y otros) con denominaciones geográficas argentinas, que no correspondan a la región o lugar de elaboración”*.

Esta norma también se refiere a los nombres geográficos, dentro de los cuales corresponde incluir a las denominaciones de origen, al prescribir en su Art. 1135 que *“Los nombres geográficos para designar o calificar bebidas alcohólicas destiladas o licores no podrán aplicarse a los productos obtenidos en otro lugar que no sea la región determinada por los mismos, salvo que se los haga preceder de la palabra “tipo” o de cualquier otro adjetivo que indique el verdadero origen geográfico, en cuyo caso en el rótulo se inscribirá formando una sola frase, con tipo de letras, tamaño, realce y visibilidad idénticas a la designación del producto. Se exceptúan los vinos nacionales en cuyos rótulos no se admitirá, ni aún precedida de vocablos tipo, cepa o estilo denominaciones geográficas de zonas vitivinícolas del país que no sean las correspondientes a las de su elaboración*.

En la Ley De Lealtad Comercial N° 22.802 (mayo de 1983), sobre identificación de mercaderías y publicidad, se señala – art. 1°- que: “Los frutos y los productos que se comercialicen en el país envasados llevarán impresas en forma y lugar visible sobre sus envases, etiquetas o envoltorios, las siguientes indicaciones: a) Su denominación; b) Nombre del país donde fueron producidos o fabricados; c) Su calidad, pureza o mezcla; d) Las medidas netas de su contenido. Se prohíbe consignar en la presentación, folletos, envases, etiquetas y envoltorios, palabras, frases, descripciones, marcas o cualquier otro signo que pueda inducir a error, engaño o confusión,

respecto de la naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla o cantidad de los frutos o productos, de sus propiedades, características, usos, condiciones de comercialización o técnicas de producción.

Pero además, contiene dos disposiciones específicas sobre las denominaciones de origen: Artículo 7° — *No podrá utilizarse denominación de origen nacional o extranjera para identificar un fruto o un producto cuando éste no provenga de la zona respectiva, excepto cuando hubiera sido registrada como marca con anterioridad a la entrada en vigencia de esta ley. A tal efecto se entiende por denominación de origen a la denominación geográfica de un país, de una región o de un lugar determinado, que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico*.

Su exposición de motivos, en referencia a estos artículos, señalaba ya entonces (1982) que *“...tiende a proteger al consumidor y al productor: a éste por cuanto se considera que sólo puede usufructuar del prestigio adquirido aquel que de una manera u otra ha contribuido a ganarlo. En efecto, con el paso del tiempo distintas zonas de nuestro país y del extranjero se han caracterizado por ser origen de determinados productos: nombres como Cafayate, Chilecito, Maipú, Colonia Caroya y Ullum indican áreas de distintas provincias que se caracterizan por sus vinos; Balcarce, por sus papas; el Valle del Río Negro por sus frutas, etc. Es justo que quienes producen o elaboran en esas zonas usen el nombre o la indicación que demuestre dicho origen. A la vez, se protege al consumidor que de otra manera hubiese podido caer en error al adquirir mercadería”* [5]

Por su parte, la ley de Marcas, N° 22.382 (1983): -vigente y pendiente de necesarias adaptaciones a partir del ADPIC, entre ellas, la regulación de las marcas colectivas y de certificación- hace una explícita mención de las DO, cuando mediante el Art. 3° inc. c) prohíbe el registro de las denominaciones de origen, sean éstas nacionales o extranjeras; y a continuación define que *“... se entiende por denominación de origen el nombre de un país, de una región, de un lugar o área geográfica determinados que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades y características se deben exclusivamente al medio geográfico. También se*

*considera denominación de origen las que se refieren a un área geográfica determinada para los fines de ciertos productos...*”, tomando casi textualmente la definición que da la “Ley Tipo para los países en desarrollo sobre la protección de las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia, elaborada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

Este marco fáctico y legal, se completará en años sucesivos con la normativa armonizada del MERCOSUR, el ADPIC y las Leyes nacionales específicas para IG.

#### V. ADPIC: IG Y LA EXCEPCION A LA PROTECCION DE LOS NOMBRES GENERICOS

La Sección 3 de la Parte II del ADPIC contiene el primer conjunto de reglas internacionales sobre indicaciones geográficas, de aplicabilidad casi universal lo que constituyó un importante triunfo para la posición europea en el tema.[6], y pese a que pudo armonizar en alguna medida fuertes intereses contrapuestos, no se logró una solución definitiva.

Se divide en cuatro partes principales :

(i) Una definición de las indicaciones geográficas: “indicaciones que identifiquen un producto como originario del territorio de un miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico”.Es decir que la protección se limita a las indicaciones calificadas (Art. 22).

(ii) El régimen general de protección, que podrá invocarse respecto de todas las indicaciones geográficas, referidas no sólo a los productos agrícolas y alimentarios, sino también a los productos elaborados (relojes, textiles, perfumes) en los que la calidad o ciertas características se puedan atribuir al origen geográfico. No obliga a los Miembros a reconocer un “derecho exclusivo”, sino a establecer los “medios legales” para prevenir ciertas conductas, tales como:

a) la utilización de cualquier medio que en la designación o presentación del producto, indique o sugiera” un cierto origen geográfico distinto del verdadero,”de modo que induzca al público a error en

cuanto al origen geográfico del producto” (Art. 22.2.a)

b) cualquier otra utilización que constituya un acto de “competencia desleal” según lo estipulado en el Convenio de París (Art. 22.2.b);

c) la obtención o subsistencia del registro de “una marca de fábrica o de comercio que contenga o consista en una indicación geográfica respecto de productos no originarios del territorio indicado, si su uso en ese Miembro es de naturaleza tal que induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen” (art.22.3).

(iii)Un régimen especial aplicable a vinos y bebidas espirituosas, en el que la protección deviene más fuerte, ya que no está condicionada a una inducción de error en el público; es decir, como derecho específico de PI y bajo la disciplina general de la competencia desleal. Según éste, los Miembros deberán establecer medios legales para que las partes interesadas puedan:

a) Impedir la utilización de una indicación geográfica que identifique vinos o bebidas espirituosas para esos productos de ese género que no sean originarios del lugar designado. Esta limitación que se aplica incluso cuando no exista posibilidad de inducción a engaño al público, no exista competencia desleal o la indicación geográfica vaya acompañada de de expresiones tales como “clase”, “tipo”, “imitación”, y otros similares (Art. 23.1).

b) La obligación de rechazar o invalidar la solicitud de registro de una marca, sea de oficio o a petición de parte, se aplicará en forma directa, cuando la marca “contenga o consista en una indicación geográfica” que identifique vinos o bebidas espirituosas (Art. 23.2)

c) En los casos de homonimias, que existan mecanismos que diferencien en la práctica las indicaciones homónimas, teniendo en cuenta que los productores interesados reciban un trato equitativo y que los consumidores no sean inducidos a error. La protección se concede a ambas -hay casos críticos, como "La Rioja", que nombra regiones vitivinícolas tanto en España como en Argentina- pero se recomienda incluir un aditamento de ubicación, que despeje la duda.

(iv) las disposiciones sobre futuras negociaciones y las excepciones.

Aquí (art. 24.6) especialmente exceptúa a los miembros de la obligación de dar protección a las IG

“...en el caso de una indicación geográfica de cualquier otro Miembro utilizada con respecto a bienes o servicios para los cuales *la indicación pertinente es idéntica al término habitual en lenguaje corriente que es el nombre común de tales bienes o servicios en el territorio de ese Miembro*. Nada de lo previsto en esta Sección obligará a un Miembro a aplicar sus disposiciones en el caso de una indicación geográfica de cualquier otro Miembro utilizada con respecto a productos vitícolas para los cuales la indicación pertinente es idéntica a la denominación habitual de una variedad de uva existente en el territorio de ese Miembro en la fecha de entrada en vigor del Acuerdo sobre la OMC.”

#### VI: LOS NOMBRES “GENERICOS” Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN

Que son, entonces, según distintas normas, los “genéricos”?

Si vamos a la definición más general, se puede recurrir al Diccionario de la Real Academia Española, que define “Nombre Genérico” = nombre común.

Luego, define a éste como “El que se aplica a personas, animales o cosas que pertenecen a una misma clase, especie o familia, significando su naturaleza o sus cualidades; p. ej., *naranja* es un **nombre** común, que se aplica a todos los objetos que poseen las propiedades de forma, color, olor, sabor, etc. que distinguen a una naranja de cualquier otra cosa.

También el término se asocia a las marcas, como un nombre propio que se hace común, favorecida no sólo por la repetición del uso o de la demanda, sino por factores naturalmente propicios, como el de ser nombres inaugurales de mercados o consumos nuevos. Ej: Martini y Campari, Vermouth, Curita, Maizena, Chiclets, Vaselina, Mentolado, Blue jeans, bikini, Celuloide, Celofán, Video, Margarita, Gillete, Nylon, teflón.

Por ultimo, relacionado a patentes, se denomina genérico a un producto que ha sido copiado de otro, original, cuya patente expiró.

En materia específica de denominaciones de origen, debe señalarse que el Arreglo de Lisboa dispone sobre las mismas, sin definir las: Art. 6: **Denominaciones genéricas:** Una denominación admitida a la protección en un país de la Unión

particular según el procedimiento previsto en el Artículo 5, no podrá considerarse que ha llegado a ser genérica en el mismo, mientras se encuentre protegida como denominación de origen en el país de origen.

Aquí la protección mediante el Acuerdo, impide que el término devenga genérico.

En la Unión Europea, el tema ha generado muchos debates [7] El Reglamento CE 510/2006, al igual que su predecesor, el 2081/92, en su artículo 3° dispone que: “ 1. *Las denominaciones que han pasado a ser genéricas no podrán registrarse. A efectos del presente Reglamento se entenderá por «denominación que ha pasado a ser genérica» el nombre de un producto agrícola o de un producto alimenticio que, aunque se refiera al lugar o la región en que dicho producto agrícola o alimenticio se haya producido o comercializado inicialmente, haya pasado a ser el nombre común de un producto agrícola o alimenticio en la Comunidad.*

*Para establecer si un nombre ha pasado a ser genérico, se deberán tener en cuenta todos los factores y en especial: a) la situación existente en los Estados miembros y en las zonas de consumo; b) las legislaciones nacionales o comunitaria pertinentes.*

En Brasil, la Ley de Propiedad Intelectual, que incluye a las IG, dispone en el art. 180: *Nombres Genéricos: Cuando el nombre geográfico se hubiere tornado de uso común, designando un producto o servicio, no será considerado indicación geográfica.*

El Art. 4° de la Resolución INPI 75/2000 señala que no son susceptibles de registro los nombres geográficos que se hubieran tornado de uso común, designando un producto o servicio.

En ARGENTINA, la Ley N° 25.380, modificada expresamente en este punto por la Ley 25.966, recoge ampliamente la excepción del art. 24.6 del ADPIC, y dispone: ARTICULO 25: *No podrán registrarse como indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen las que:*

- a) *Sean nombres genéricos de productos agrícolas o alimentarios, entendiéndose por tales aquellos que por su uso han pasado a ser nombre común del producto con el que lo identifica el público en la República Argentina.*

El Decreto Reglamentario N° 556/2009 describe que: *Se considerarán nombres "genéricos" a los fines de la Ley N° 25.380 y esta reglamentación, aquellos nombres y/o designaciones de productos agrícolas o alimentarios que constituyen el nombre corriente o vulgar con el cual el público en general identifica un producto —o clase, categoría o variedad— en el mercado nacional, sin relacionarlo con su origen o lugar de fabricación.*

*Asimismo, se considerarán nombres genéricos — salvo prueba en contrario— a nombres y/o designaciones de variedades o tipificaciones contenidas en normas y regulaciones del sector alimentario y agropecuario.*

Y, hay muchos ejemplos de tipificaciones del Código Alimentario Argentino – hoy, en muchos casos, derivada de normativa común del MERCOSUR- que constituyen nombres genéricos, particularmente en el sector lácteo.

Cuadro 5. Ejemplos de Resoluciones Mercosur y CAA

Lácteos	ResGMC 79/94	Identidad y calidad de quesos	Incorporado al C.A.A. por ResMSyAS 110/95
Lácteos	ResGMC 1/97	Reglamento Técnico MERCOSUR de Identidad y Calidad del Queso Parmesão, Parmesano, Reggiano, Reggianito y Sbrinz.	
Lácteos	ResGMC 78/96	Reglamento técnico do mercosul de identidade e qualidade do queijo mozzarella (muzzarella ou mussarella)	Incorporado al C.A.A. por ResMSyAS 587/97

## VI. LAS CULTURAS MIGRANTES, EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA Y LOS NOMBRES COMUNES: EL CASO DE LA LECHERIA Y LOS NOMBRES DE LOS QUESOS.

La lechería argentina comienza a desarrollarse a principios del siglo XX producto de las corrientes migratorias europeas, representadas básicamente por españoles, franceses, escoceses, ingleses y en especial vascos, que vinieron al Río de la Plata a desarrollar actividades comerciales y no estaban dispuestos a cambiar sus hábitos alimentarios, entre los cuales la leche y sus productos derivados ocupaban un lugar preponderante [8] Los italianos, suizos y dinamarqueses también imprimieron su propio sello y tradiciones a la producción lechera argentina.

Si bien en principio se trataba de una producción lechera netamente urbana en las grandes ciudades, luego de varios años nuevos inmigrantes europeos se encargaron de desarrollar la producción láctea como una actividad comercial organizada, aportando tecnología e innovación tanto en la producción como en la comercialización y almacenamiento de la leche.

No es casual que los inmigrantes europeos que se dedicaban a la producción de lácteos denominaran a sus productos con los mismos nombres que le daban en sus países de origen.

Sin ninguna intención, ya que es imposible pensar que en esa época (donde los medios de información y comunicación no estaban desarrollados como en la actualidad) esos inmigrantes -que sólo conocían el idioma de su tierra- imaginaran que, en el futuro, existirían derechos sobre ciertos términos que vinculaban a un producto con su origen geográfico.

Lo cierto es que muchos de los nombres que actualmente se utilizan en nuestro país para denominar ciertos productos lácteos constituyen en la actualidad IG protegidas con DPI en Europa, lo cual plantea un conflicto de difícil resolución entre los países europeos y los productores de lácteos del Nuevo Mundo.

En Argentina muchas de estas IG europeas se constituyeron desde hace décadas en los nombres genéricos de ciertos productos, o se han convertido en marcas que identifican a sus productores.

Varias empresas lácteas de las más tradicionales cuentan con antecedentes de publicidades antiguas y folletería donde aparecen las denominaciones de estos

productos, ya sea como nombres genéricos o como marcas.

La tradición en el uso de esos términos también se vio reflejada en el Capítulo de Lácteos del Código Alimentario Argentino, puesto que los estándares de identidad y calidad de lácteos utilizaron como denominación de venta estos nombres genéricos de quesos para incluir en la etiqueta.

Posteriormente con la conformación del MERCOSUR (Mercado Común del Sur) integrado por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, se comenzó con el proceso de armonización de normas, siendo una de las más relevantes aquellas destinadas a facilitar la comercialización de productos lácteos.

Por esta razón, las Resoluciones MERCOSUR que aprueban estándares de identidad y calidad de productos lácteos también adoptaron estos términos genéricos para nominar básicamente a los quesos.

El uso de ciertas IG europeas en quesos no es sólo una costumbre arraigada en Argentina, sino también en los otros Estados Parte del MERCOSUR, dado que ellos también han sido objeto de una importante afluencia de inmigrantes europeos.

*Cuadro 6: Nombres de quesos y actuales IG-DO UE.*

Tipo de queso	Normas	IG-DO en la Unión Europea	Registro Europeo
RICOTADec 111 (12-11-76)	CA 614	DOP Ricotta di Bufala Campana DOP Ricotta Romana	20-05-10 14-5-05
Neufchatel Dec 111 (12-11-76)	616	DOP Neufchâtel. Francia	Sol: 16-3-06
Cottage	616 bis	no	
MOzzarella	617	DOP Mozzarella di Bufala Campana Etg MOZZARELLA	5-2-2008 26-11-98
Cuartirolo	621	DOP Quartirolo Lombardo	21-6-96
Brie	623	DOP Brie de Melun DOP Brie deMeaux (FR)	21-6-96
Cammembert	623	DOP Camembert de Normandie (FR)	Sol: 16-4-09
Limburgo	624		
Romadour	=	no	
Azul		IG P Exmoor Blue IGP Dorset Blue DOP Buxton Blue DOP Blue Stilton	28-4-99 23-12-98 21-6-96 21-6-96

		Cheese	
Roquefort Res 292 (14-4-99)	627	DOP Roquefort 25-9-2008	Francia
Gorgonzola	=	DOP GORGONZOLA	ITALIA. 21-6-96 4-6-09
Gruyere	628	DOP GRUYERE SUIZA: DOP GRUYERE Francia	Sol: 15-6-07  Sol: 25-6-2007
Emmental	=	Emmenthal de Savoie FR . Ver SUIZA	21-6-96
Fontina	629	DOP FONTINA	21-6-96 italia
Colonia	=	NO	
Pategras /Gouda	630	NO	
Cheddar	632	DOP West Country farmhouse Cheddar cheese	RU 21-6-96
Tilsit	633 bis	IGP Hosteiner Tilsiter Sol 26-4-2010	
Prato	633 tris	no	
Cacciocavall o	634	DOP Caciocavallo Silano	5-7-03
Parmesano	Art 635 - (Res 300, 14.04 .99	DOP Parmigiano Reggiano 6-9-2003	

## VII. CONCLUSIONS

El análisis del tema, por razones de espacio, ha quedado finalmente limitado al análisis de los nombres genéricos y las denominaciones de referidas básicamente a quesos.

Sin embargo, es un ejemplo concreto donde la conjugación de los elementos reseñados, tanto históricos, económicos como legales, pone en relieve

la necesidad de sostener posturas que, sin afectar las obligaciones asumidas por países como Argentina y Brasil en el orden multilateral, permitan llegar a negociaciones donde el beneficio sea mutuo.

Las negociaciones están hoy en la OMC en punto muerto, y mientras tanto, se avanza en el reconocimiento mutuo de IG en el marco de tratados comerciales amplios.

En el sector lácteo, hay una cultura productiva, y fundamentalmente, un modo de producir diferente, aunque sea industria de alta tecnología. No se ha analizado aún las potencialidades de los quesos argentinos para su calificación mediante IG, ni es dable suponer que tengan las características y tipicidad que este instrumento requiere. La industria láctea se creó para abastecer al mercado interno, y recién cuando logra afianzarse y romper algunas barreras competitivas y arancelarias, se destina a exportación, en primer lugar a otros países de América Latina.

En el contexto nacional argentino, no hay dudas sobre el uso de nombres geográficos para identificar tipos de quesos, y que hoy son nombres genéricos, que llevan décadas de uso, son públicos, previos al ADPIC, y se encuentran normatizados

Sobre estas bases, y postulando que el consumidor argentino y latinoamericano no verifica una coincidencia entre un queso europeo bajo IGP/DOP con un queso “genérico argentino”, y no tiene evocación geográfica, tampoco existe error o inducción al engaño de los consumidores.

En este sentido, los países de fuerte inmigración europea, tendrán que defender la excepción de genericidad que permite el ADPIC, para evitar el daño a sus industrias, sin desmedro del reconocimiento de la herramienta de calificación de productos con identidad territorial que constituyen las IG.

## REFERENCES

1. Sallé Alonso M.A. y otros “La Emigración española en América: Historias y lecciones para el Futuro”-, Edición Ministerio de Trabajo del Reino de España y Fundación Directa.: <http://www.migraventura.net/libros/libro1/.pdf/>  
Para todos los hombres del mundo que quieran habitar suelo argentino. Buenos Aires, Diario Clarín S/F.; Alvarez, Marcelo y Pinotti, Luisa: A la mesa. Buenos Aires, Grijalbo, 2000.
2. Champredonde, Marcelo: La Valorización De La Tipicidad Cultural y Territorial De Productos Mediante Certificaciones en Países De América Latina, en Identidad e Desenvolvimento Territorial”. Foehlich y Waquil.(en prensa)
3. Guajardo, Carlos Alberto: El Código Alimentario Argentino: valoración jurídica. Ediciones Jurídicas Cuyo, 1998.
4. Schiavone, Elena “Indicaciones Geográficas”. Código de Comercio Comentado, Tomo de Propiedad Intelectual, Obra colectiva, Editorial Hammurabi, nov. 2006.
5. OTAMENDI, Jorge: *Derecho de marcas*, 3° ed, Abeledo Perrot, 1999. Pag. 100
6. CORREA, Carlos: *El Acuerdo TRIPS*, Ed. Ciudad Argentina
7. O’CONNOR, Bernard: *The Law of Geographical Indications*, Ed Cameron May, 2004, pag. 95 y ss.
8. Wegbrait Pablo: “Las negociaciones sobre indicaciones geográficas. El caso del sector lácteo” – Programa De Inserción Agrícola. Disponible en línea: [www.insercionagricola.org.ar](http://www.insercionagricola.org.ar)
9. Guía de indicaciones Geográficas, Vinculación de Productos con su origen CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL (ITC) Pagas. 40, 79 y otras. Ginebra: ITC, 2009. xxi, 221 págs.

([eschlavone@hotmail.com](mailto:eschlavone@hotmail.com))