



LAS IG EN ARGENTINA Y BRASIL: UNA DISCUSIÓN SOBRE LAS PROMESAS DE CALIDAD

THE IG IN ARGENTINA AND BRAZIL: A DISCUSSION ON THE PROMISES OF QUALITY

Marcelo Augustin Champredonde¹
Ligia Aparecida Inhan Matos²

RESUMEN

En el presente artículo analizamos el proceso de implementación de indicaciones geográficas en Argentina y Brasil, ambos países del Mercosur, signatarios del Protocolo de Armonización de Normas de Propiedad Intelectual. El objetivo de este documento es identificar las posibles causas de las dificultades que encuentra en estos países el proceso de implementación de IG. El análisis se basa en el postulado de tres hipótesis, considerando que las causas de dichas dificultades y del escaso impacto que generan las mismas son: a) el escaso conocimiento de las IG y de la calidad que comunican por parte de la población en general y de los consumidores en particular; b) las divergencias en las normativas y la diversidad en la interpretación sobre las calidades comunicadas por estos sellos; c) la diversidad de interpretaciones sobre las bases técnicas necesarias para demostrar la presencia de una determinada calidad específica vinculada al territorio en el proceso de solicitud de reconocimiento. La metodología de trabajo se basa en una investigación bibliográfica fundamental relativa al concepto de calidad específica vinculada al territorio y sobre la percepción de los consumidores sobre lo que son las IG. Para comprender las principales diferencias normativas nacionales, se realizó una comparación entre los dos países. Las primeras conclusiones nos orientan a considerar al conocimiento que tiene los consumidores de las IG como una de las limitantes. Con respecto a las bases técnicas que respaldan la IG, se observa cierta inestabilidad en las interpretaciones sobre qué se entiende por calidad específica y cómo analizar y reconocer su vínculo con el territorio.

Palabras clave: Argentina y Brasil. Indicaciones Geográficas. Calidad. Legislación.

ABSTRACT

In this article we analyze the process of implementation of geographical indications in Argentina and Brazil, both countries of Mercosur, signatories of the Protocol of Harmonization of Intellectual Property Standards. The purpose of this document is to identify

¹Doutor em *Espace, Société Rurale et Logique Economiqu* pela Université de Toulouse II da França, com atuação no Instituto Nacional de Tecnologia Agropecuária - Pigüé - Argentina. E-mail: champredonde.marcelo@inta.gob.ar. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4180-1157>

²Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. Presidente da Rede Sial Brasil. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: ligia.inhan@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7631-3877>

the possible causes of the difficulties encountered in these countries and the process of implementing IG. The analysis is based on the postulate of three hypotheses, considering that the causes of the difficulties and the little impact that the same effects generate: a) the lack of awareness of the IG and the quality that is communicated by the population in general and consumers in particular; b) the divergences in the normative and the diversity in the interpretation of the qualities reported by these Sellers; c) the diversity of interpretations on the technical bases needed to demonstrate the presence of a specific quality linked to the territory in the request process of recognition. The methodology of work is based on a fundamental bibliographical research concerning the concept of specific quality linked to the territory and on the perception of consumers about what they are the IG. To understand the main national normative differences, a comparison was made between the countries. The first conclusions lead us to consider the knowledge that consumers of GI have as a limiting factor. Concerning the technical bases that support the IG, one can observe a certain lack of stability in the interpretations of what is meant by specific quality and how to analyze and reconnect its link with the territory.

Keywords: Argentina and Brazil. Geographical Indications. Quality. Legislation.

RESUMO

Neste artigo, analisamos o processo de implementação de indicações geográficas na Argentina e no Brasil, ambos países do Mercosul, signatários do Protocolo de Harmonização de Padrões de Propriedade Intelectual. O objetivo deste documento é identificar as possíveis causas das dificuldades encontradas nesses países pelo processo de implementação da IG. A análise baseia-se no postulado de duas hipóteses, assumindo como um primeiro elemento limitante, mas dos quais não se tem mais informações, ao baixo conhecimento das IG e a qualidade que elas comunicam da população em geral e dos consumidores em particular. Além desse primeiro fator, consideramos como causas dessas dificuldades e o baixo impacto que elas geram como: a) as divergências nos regulamentos e a diversidade na interpretação das qualidades comunicadas por esses selos; b) a diversidade de interpretações sobre as bases técnicas necessárias para demonstrar a presença de uma qualidade específica vinculada ao território no processo de solicitação de reconhecimento. A metodologia de trabalho baseia-se em uma investigação bibliográfica fundamental sobre o conceito de qualidade específica vinculada ao território e sobre a percepção dos consumidores sobre o que são IGs. Para entender as principais diferenças regulatórias nacionais, foi feita uma comparação entre os dois países. As primeiras conclusões nos levam a considerar o conhecimento que os consumidores de IG têm como uma das limitações. No que diz respeito às bases técnicas que sustentam a IG, existe alguma instabilidade nas interpretações do que se entende por qualidade específica e como analisar e reconhecer sua ligação com o território.

Palavras-chave: Argentina e Brasil. Indicações geográficas Qualidade Legislação

Como citar este artigo: CHAMPREDONDE, Marcelo Augustin; MATOS, Ligia Aparecida Inhan. Las ig en Argentina y Brasil: una discusión sobre las promesas de calidad. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 9, Ed. esp. 2, p. 134-165, 20 dez. 2019. DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v9iEd. esp. 2.2520>

Artigo recebido em: 12/11/2019

Artigo aprovado em: 10/12/2019

Artigo publicado em: 20/12/2019

INTRODUCCIÓN

La implementación de las indicaciones geográficas (IG)³ en América Latina es relativamente reciente y al igual que en otros bloques regionales es objeto de debates y de situaciones y resultados contrastantes. La incorporación de estas herramientas legales en el marco regulatorio del Mercosur se produjo en el marco de las negociaciones internacionales de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Dado que las mismas fueron generadas y aplicadas originalmente en el contexto europeo, especialmente en la región del Mediterráneo, encuentra múltiples dificultades en su implementación en los países del Mercosur.

Un balance parcial de la implementación de las IG en dos de los países que lo componen, a saber, Argentina y Brasil, pone en evidencia la existencia de grandes dificultades de diversa índole. Por ejemplo, un punto en común es que en ambos casos se verifica una baja utilización por parte de los actores económicos que obtuvieron el sello y escasos impactos comerciales y territoriales en función de lo que se imaginaba inicialmente.

En el presente artículo, analizamos algunas particularidades de este proceso en los dos países de dicho bloque comercial, considerándolos principales aspectos técnicos que son objeto de debate y de controversias. Algunos de estos elementos permiten comprender por qué en la actualidad, en nuestros países, las IG no generan el entusiasmo con que se las promovió en una primera etapa y las razones por las cuales actualmente genera visiones críticas en algunos sectores.

Asumiendo como un posible factor limitante al bajo conocimiento que tienen los consumidores de las IG, postulamos la hipótesis que entre los factores que ayudan a explicar las dificultades encontradas en la implementación de las Indicaciones Geográficas en Brasil y en Argentina se encuentran, a) las divergencias en las normativas y sus interpretaciones respecto a las calidades comunicadas por las IG, y b) la diversidad de interpretaciones sobre las pruebas que se deben exigir para el reconocimiento de la presencia de “una” calidad específica vinculada al territorio, lo cual impacta directamente sobre el tipo de productos que finalmente es diferenciado mediante IG. La diversidad de situaciones respecto a los productos que comunican IG puede constituir una fuente de confusión para todos los actores de los Sistemas Agroalimentarios.

En el presente artículo expondremos elementos para el análisis de estas hipótesis, abordando en primer lugar el conocimiento que pueden tener los consumidores, para luego abordar la naturaleza legal de los sellos reconocidos en el ámbito del Mercosur en Argentina y

³ En el presente artículo se denomina en general a las Indicaciones Geográficas comprendiendo dentro de ellas a las de tipo Calificadas (Indicación Geográfica y Denominación de Origen) y a las No Calificadas o Simples tales como las IP. Cuando hacemos referencia al sello Indicación Geográfica lo hacemos en singular.

Brasil, citando algunas de las dificultades que evidencian las IG en ambos países, para considerar finalmente algunos aspectos técnicos relativos al reconocimiento de las IG.

La importancia del presente trabajo se basa en el escaso número de estudios que hacen comparaciones entre los países sudamericanos con respecto a las IG, basadas en la legislación posterior al Acuerdo de Derechos de Propiedad Intelectual relacionado con el Comercio (ADPIC). Como la búsqueda de la calidad es uno de los principales desafíos para quienes participan en los procesos de reconocimiento de IG, este artículo intenta aclarar puntos importantes para todos los actores que trabajan y estudian sobre IG.

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

La calidad es el principal factor diferenciador de toda IG. Por ello buscamos en primer lugar establecer el estado del arte en este tema, a través de la bibliografía fundacional y de aquella más reciente. Por un lado, en lo relativo a los conceptos base sobre calidad de los productos y su vínculo con el territorio, la primera tarea fue relevar la bibliografía referente de este tema. Luego se planteó cómo se introdujo la legislación sobre IG en ambos países para lograr esta calidad. Para aclarar las principales diferencias en la legislación y sus consecuencias, se realizó una comparación de los principales elementos de las normativas nacionales.

Por último, para contribuir a la evolución de la discusión sobre la implementación de las IG, se abordan algunos aspectos puntuales que son objeto de controversias sobre los aspectos técnicos del reconocimiento. Para ello nos apoyamos en aprendizajes que nos deja el análisis de algunos casos concretos de la región.

¿LOS CONSUMIDORES CONOCEN A LAS IG?

Dada la introducción reciente en América Latina, no se cuentan aún con estudios que permitan dimensionar el conocimiento o desconocimiento de las IG-DO por parte de los consumidores de la región. Sin embargo, el resultado de algunos estudios desarrollados en el continente europeo, en el cual estos sellos existen desde hace un siglo, nos conduce a pensar que una de las razones que contribuyen a la baja performance de las IG en la región sería el desconocimiento de los consumidores sobre estas etiquetas.

Distintas fuentes bibliográficas nos indican que en la Unión Europea, cuna de las Indicaciones Geográficas, los consumidores presentan, en general, un nivel medio a bajo de conocimiento y con fuertes variaciones entre regiones. Recordemos que las IG son sellos implementados principalmente en los países mediterráneos y que su historia en países como Francia data de principios del siglo XX. En este País la primera ley fue promulgada en 1905 y más tarde, en 1935, se crea el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (INAO),

institución dedicada específicamente a acompañar los procesos de construcción de las solicitudes y a reconocer las IG.

A pesar de la institucionalidad que adquirieron las Indicaciones Geográficas en ese país y del renombre internacional que alcanzaron productos con Denominación de Origen (DO) como el queso Roquefort (1925) y la Champagne (1936), parte de la población no reconoce a estos signos de calidad. Por ejemplo, un estudio realizado por Trognony otros, (1999), evidenciaron que en una región como el Auvergne, donde varios productos benefician de una IG/DO, este tipo de sellos era identificado por el 39 % de los consumidores.

Otro trabajo de investigación desarrollado en Francia en 2008, sobre la disponibilidad de información sobre las IG al momento de la compra (pollo y foie gras) muestra que el mero sello de la IG/DO, sin una información adicional no tenía impacto positivo sobre la percepción de la calidad del producto (CARPENTER y LARCENEUX, 2008).

En un país con menos tradición y sensibilidad por las IG como Alemania, al analizar las percepciones sobre los sellos de calidad en los vinos de Hesse, Teuber (2011, p. 905) afirma: “[...] los resultados del lado del consumidor indican que la conciencia y el conocimiento de los consumidores de Hesse acerca de las indicaciones geográficas es muy limitado” (p. 905). En los distintos casos analizados, los consumidores que conocen el sello lo asocian a una garantía de calidad y autenticidad, vinculadas al territorio de origen (VANDER LANS y otros, 2001 y VAN ITTERSUM y otros, 2007 citados por TEUBER, 2011 e TROGNON y otros, 2004).

Estos trabajos realizados en el continente europeo muestran por un lado que la efectividad de las IG como herramientas de marketing varía entre regiones (países mediterráneos vs países nórdicos) y de la información complementaria que acompaña al sello. Es decir, aún dentro de la región mediterránea, el nivel de conocimiento de estos sellos presentaría sus límites y requiere de esfuerzos de comunicación para lograr su efectividad.

Seguramente trabajos de investigación más recientes podrían mostrar un mayor grado de conocimiento de los sellos de calidad en la región Mediterránea por parte de los consumidores y quizás hasta una sobre oferta de productos con IG en algunos de esos países. Pero el diagnóstico efectuado luego de más de 80 años de la aparición de las primeras IG en Europeos conduce a pensar que en países donde las IG han sido introducidas recientemente y donde la comunicación sobre su significado ha sido muy limitada, este factor constituye una de las primeras limitantes para una implementación exitosa (sobre todo desde el punto de vista comercial) de las mismas. Si consideramos, por ejemplo, que en la ciudad de Colonia Caroya (Córdoba, Argentina), en la que el producto emblema como el salame local goza del reconocimiento de una Indicación Geográfica desde 2014 y que en 2019 gran parte de su población (unos 17.000 habitantes) desconoce el significado y los alcances del sello, comprendemos en qué medida el conocimiento del consumidor sobre las IG constituye una limitante.

En los próximos apartados, analizaremos en qué medida pueden influir factores como la diversidad de las calidades comunicadas por estos sellos, en función de la legislación disponible en cada País y qué evidencias son tenidas en cuenta para su reconocimiento, sobre la performance de la implementación de las IG.

¿QUÉ COMUNICAN LAS IG EN ARGENTINA Y EN BRASIL?

Los derechos de propiedad intelectual de un país son derechos nacionales y están claramente reconocidos en el ámbito territorial de cada nacionalidad. Las IG son un tipo de sello que se rige por tratados internacionales y que permite que un grupo de productores use exclusivamente un sello distintivo al tiempo que excluye la usurpación de otros. Pero esta ventaja competitiva solo tiene valor dentro del territorio donde fueron reconocidos (SCHIAVONE, 2018).

Si bien existe un entendimiento común sobre este concepto, el ADPIC ha permitido a los diversos países signatarios implementar la protección intelectual a través de las IG de manera bastante amplia en su legislación.

El Protocolo de Armonización de Normas de Propiedad Intelectual en el Mercosur del 5 de agosto de 1995 fue firmado por cuatro países, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. En materia de Marcas, las Indicaciones de Procedencia y las Denominaciones de Origen, el artículo 19 establece la obligación de protección y definiciones:

1) Los Estados Partes se comprometen a proteger recíprocamente sus indicaciones de procedencia y sus denominaciones de origen. 2) Se considera indicación de procedencia el nombre geográfico del país, ciudad, región o localidad de su territorio, que sea conocido como centro de extracción, producción o fabricación de determinado producto o de prestación de determinado servicio. 3) Se considera denominación de origen el nombre geográfico de país, ciudad, región o localidad de su territorio, que designe productos o servicios cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, incluidos factores naturales y humanos (MERCOSUR, 1995, s/p).

Aunque no fue aprobado, Paraguay y Uruguay lo adoptaron formalmente, y sirvió de base para que Brasil redactara su propia legislación sobre las IG, como lo fue también para Argentina. Mientras tanto, se han realizado esfuerzos para facilitar una protección más amplia e incluso transfronteriza (SCHIAVONE, 2018).

Según Niederle y otros (2019), IG se considera un tipo de estrategia que tiene como objetivo distinguir bienes basados en el enraizamiento territorial. Pero establecer la conexión entre el enraizamiento territorial de un producto requiere más que leyes. Los productores deben identificar estas cualidades y ser capaces de identificarlas con otros productos, y las instituciones de reconocimiento deben evaluar estas calificaciones. Con este fin, las definiciones de calidad y producto enraizado también deben compartirse dentro de los acuerdos firmados.

Sylvander (1994) y Casabianca y Valseschini (1996) distinguen entre las características de un producto, la calidad y el proceso de calificación y de un producto. Para Sylvander (1994), las características son los aspectos de un objeto que pueden ser medibles de forma objetiva, tales como el peso, color, tamaño, forma, textura, etc. y la calidad del mismo es la percepción que tiene del mismo cada consumidor. Y según el mismo autor la calidad resulta de la percepción del usuario del producto, es decir función de la subjetividad del mismo.

Por otro lado, el proceso de calificación resulta de acuerdos sobre los criterios para juzgar o calificar el producto. Este proceso colectivo puede involucrar a diferentes actores públicos y privados en un dispositivo de clasificación. Por lo tanto, las IG constituyen un dispositivo para la calificación de productos (y servicios), en base a criterios estipulados en las normas e interpretaciones nacionales que deberían ser similares entre los actores públicos y privados involucrados.

El origen de todo producto está vinculado a un grupo humano, ya sea una comunidad local o una cultura inmigrante. Así, la calidad constituye la resultante de construcciones sociales, dinámicas, de manifestaciones culturales que pueden expandirse o reducirse, e incluso, con el tiempo, pueden desaparecer. Existen también productos cuya expansión en el consumo hizo que se conocieran fuera de la región en la que se produjeron.

En este sentido, las etiquetas de calidad del producto que se refieren al origen aparecen como una estrategia de protección del conocimiento, pero también como una forma de intensificar la garantía de calidad para un público situado fuera del territorio.

JUSTIFICACIÓN DE LAS DEFINICIONES LEGALES EN AMBOS PAÍSES

En Brasil, el proceso de reconocimiento de las IG se hizo oficial desde principios del siglo XX, cuando se promulgó el Decreto Ley N° 16.254 de 1923. Pero este decreto no tenía la intención de distinguir un producto de una región en su origen geográfico; sólo apuntaba a afirmar la veracidad de su origen (BRUCH y BARBOSA, 2013; INHAN MATOS, 2016).

A partir de 1945, con el Decreto-Ley 7.903, entró en vigencia el nuevo Código de Propiedad Industrial, entendiéndose que la indicación de procedencia debe reconocerse como un lugar de extracción, producción o fabricación de bienes y productos. En este sentido, el reconocimiento oficial de la notoriedad del lugar garantizaba la calificación del origen.

Este reconocimiento normativo fue modificado por la Ley N° 9.279 del 14 de mayo de 1996, que inserta en la ley la modalidad del reconocimiento de la Denominación de Origen y también modifica la comprensión de la Indicación de Procedencia (IP) al cambiar el término “notoriamente reconocido” por “tornado conhecido”, como se muestra a continuación:

Artículo 176. Constituye indicación geográfica la indicación de procedencia o la denominación de origen.

Artículo 177. Se considera indicación de procedencia el nombre geográfico de un país, ciudad, región o localidad de su territorio, que se haya tornado conocido como centro para la extracción, producción o fabricación de un producto determinado o para la prestación de determinado servicio.

Artículo 178. Se considera denominación de origen al nombre geográfico de un país, ciudad, región o localidad de su territorio, que designa un producto o servicio cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, incluidos factores naturales y humanos (BRASIL, 1996).

El caso de la IP es particular, ya que esta modificación ya no apunta a una calidad específica del producto originario de un territorio sino solamente al mero conocimiento que esa región como lugar de producción o fabricación y extracción de un producto o servicio en

particular. El reconocimiento de la región está relacionado con el conocimiento que un cierto número de consumidores tienen en relación con el signo distintivo (MAPA, 2014; PELLIN, 2019).

Esto se debió a la elección de los legisladores brasileños de aproximarse a lo definido por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y al Acuerdo del Mercosur, promulgado en 1997 (BRUCH; BARBOSA, 2013; NIEDERLE y otros, 2019). Con el fin de aclarar las diferencias conceptuales entre DO e IP, OMPI (2008) detalla los conceptos de la siguiente manera:

IP significa cualquier expresión o signo utilizado para indicar que un producto o servicio se origina en un país, región o lugar específico, mientras que DO significa un nombre geográfico de un país, región o lugar específico en el que sirve para designar el origen del producto de ese lugar por las cualidades características que se deben exclusiva o esencialmente al entorno geográfico, incluidos factores naturales o humanos o factores tanto naturales como humanos (OMPI, 2008, p. 120, ítem 2.689).

En el caso de DO, la ley exige que el producto posea una determinada calidad, que a su vez tiene una relación causal en el origen geográfico y los métodos de producción (OMPI, 2008). Con respecto a la IP, refieren a la “reputación⁴” y la relación entre producto y origen no está tan vinculada al territorio, por lo que no es necesario que exista una relación directa con la cultura, el medio ambiente o cualquier otra cualidad esencial (SCHIAVONE, 2018).

En ambos países, la ley se aplicó de manera muy similar. En Argentina, por la Ley N° 25.380 de 2000 y al lado de Brasil, por la Ley N° 9.796 de 1996, ya mencionada

Artículo 2°: a) Indicación de Procedencia: El nombre geográfico de un país, región, provincia, departamento, localidad o área de su territorio, que sea conocido como centro de extracción, producción o fabricación de un producto agrícola o alimentario.

b) Denominación de Origen: El nombre de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o de un área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos (ARGENTINA, 2000).

Cuatro años después de la promulgación de esta ley, Argentina prefirió reemplazar la IP con un IG y esto se explicará a continuación.

MODELO DE ARGENTINA

Argentina tiene una trayectoria regulatoria de las IG que se remonta a la década de 1960 con el Código Alimentario Argentino, que reafirma su defensa contra la competencia desleal y la protección del consumidor (CHAMPREDONDE y otros, 2014). Pero sólo

⁴ Para evitar confusiones en el uso de los términos "reputación" y "notoriedad", especialmente cuando se trata de identificar la propiedad intelectual, se sugiere lo que Matos (2016, p. 91) entiende: "[...] el producto debe tener una reputación, mientras que en la región debe ser ciertamente notoria”.

después de la adopción de los ADPIC por la Ley N° 24.425 de 1995, que se ocupa de las IG, sedesarrolla un marco regulatorio que incluye, además de ésta, las siguientes leyes:

- 1999: Ley 25.163, para vinos y bebidas espirituosas;
- 2000: Ley N° 25.380, régimen legal para IP y DO de origen de productos agrícolas y alimenticios;
- 2004: Ley N° 25.966: "Correctiva": extingue la IP y la reemplaza por la IG y otros procedimientos;
- 2009: Decreto N° 556: regula el DO y el IG.

Después de los primeros nueve años de la adopción del ADIPC, hubo un cambio importante que consistió en el reemplazo del concepto de Indicación de Procedencia por el de Indicación Geográfica, como se muestra en la Cuadro 1.

Cuadro 1 – Cambios entre la Ley N° 25.380 de 2000 y la 25.966 de 2004

| Lei n° 25.380/2000 | Lei n° 25.966/2004 |
|---|--|
| ARTICULO 2° - a) Indicación de Procedencia: El nombre geográfico de un país, región, provincia, departamento, localidad o área de su territorio, que sea conocido como centro de extracción, producción o fabricación de un producto agrícola o alimentario. | ARTICULO 2° — Sustitúyese el texto del artículo 2° inciso a) de la Ley N° 25.380, por el siguiente: A los efectos de esta ley se entiende por: a) Indicación geográfica: aquella que identifica un producto como originario, del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico. |

Fuente: Argentina (2001; 2004)

El reemplazo de IP por IG se justificó al considerar que la IP es neutral en relación con la calidad de sus productos (SCHIAVONE, 2009). La búsqueda obligatoria de calidad o característica causada por el origen geográfico fue el principal diferencial.

Los bienes protegidos son aquellos clasificados por producto típico, vinculados a su origen, que también son regionales y artesanales y deben tener sus características reconocidas (ARGENTINA, 2016).

La ley argentina distinguió dos institutos de IG según el Cuadro 2 a continuación.

Cuadro 2 – Distinción entre Denominación de Origen e Indicación Geográfica en Argentina

| Especie | Denominación de Origen | Indicación geográfica |
|------------------|--|---|
| Detalles | El producto debe ser producido Y procesado Y preparado en el área geográfica | El producto debe ser producido O procesado O preparado en el área geográfica |
| Requisito | Calidades O características esencialmente derivadas del origen geográfico | Calidad, reputación, características O características atribuibles al área geográfica |

Fuente: Schiavone (2009, p. 18)

Aquí se pueden considerar dos puntos: 1) distinción clara entre los dos institutos y 2) especificidad de los pasos del proceso de producción que pueden o deben realizarse en el sitio en ambos institutos. Además, al igual que los países europeos, Argentina regula dos

estructuras distintas para sus productos agrícolas: vinos y licores por un lado y productos agrícolas y alimenticios por otro.

La institución responsable de los registros de IG de productos agrícolas y agroalimentarios es la Dirección Nacional de Agroalimentación (DNA) del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAPA) (CHAMPREDONDE y otros, 2014). Las IG y las Denominaciones de Origen Controladas (DOC) de vinos y bebidas espirituosas están registradas por el Instituto Nacional del Vino (INV)⁵ (ARGENTINA, 2016).

El DNA incorpora diversas actividades que van desde el asesoramiento, vigilancia, verificación, control, registro hasta la defensa del sistema de denominación de origen y representación ante los Organismos Internacionales.

PROCESO DE RECONOCIMIENTO ARGENTINO

Los documentos para el reconocimiento están definidos por el Decreto 556/2009:

Artículo 16. - Recaudos y procedimiento de inscripción de las indicaciones geográficas:

[...]

- a) Delimitación del área geográfica conforme se indica en el Artículo 3°.
- b) Si se trata de un alimento, debe ser definido según las normas vigentes (Código Alimentario Argentino). En su caso, otras normas relativas al producto y/o su comercialización. Si corresponde, registro del producto alimentario, o constancia de inicio del trámite de inscripción. Otros productos como fibras, lanas, maderas, plantas ornamentales deberán describirse según sus normativas o tipificaciones específicas.
- c) Descripción a través de un Protocolo de la calidad/cualidad/característica/reputación/tipicidad que se revela en el producto, atribuible al origen geográfico, y que lo hace diferente a otros similares producidos en otras zonas o regiones.
- d) Descripción de la etapa o etapas del proceso productivo desarrollado en el área geográfica.
- e) Acreditación del vínculo entre la zona de producción y la cualidad o característica diferencial: Materias primas originales; las características del agua, del clima, suelo u otros factores; procesos o técnicas de producción típicas, artesanales, regionales u otras.
- f) La documentación deberá ser avalada o certificada por la autoridad competente provincial donde se encuentre la zona geográfica.
- g) Declaración jurada sobre estimación de volumen comercializable de los productos amparados.
- h) Métodos de control de la genuinidad de la producción: Se debe designar un responsable técnico —profesional universitario con incumbencias en la materia— u órgano de certificación externo, conforme normas en la materia.
- i) Nombre de la indicación geográfica; logo, etiquetas, marbetes y otros elementos identificatorios propuestos.
- j) Domicilio y persona autorizada a la ejecución del trámite de registro.

⁵ En este artículo no se abordarán los aspectos relativos a la implementación de las IG para vinos y bebidas espirituosas en Argentina

Recibida la solicitud por el Registro Nacional de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios conforme se describe, se efectuará el examen de los datos y documentos aportados.

Asimismo, se practicará una inspección de los lugares de producción, fabricación y/o acondicionamiento de los productos, que pretenden ampararse mediante la indicación geográfica.

Se correrá vista al INSTITUTO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL a los efectos previstos en los Artículos 25, inciso b) y 48 de la Ley N° 25.380 (ARGENTINA, 2009).

Se destacan los siguientes puntos:

- Los requisitos se aplican por igual a IG y DO;
- Todos los documentos requeridos no son simplemente para completar una formalidad burocrática. Por el contrario, deben ser probados por profesionales técnicos responsables fuera del grupo solicitante;
- La aceptación de las normas sanitarias vigentes para productos agrícolas y específicos para productos no agrícolas es condición *sine qua non*;
- Requisito de volumen estimado negociado para ayudar a justificar un producto reconocido en el mercado;
- Requisito de un técnico externo responsable para el control de calidad de la producción;
- Requisito de presentación del logotipo;
- Inspección de los lugares a reconocer por INPI-Ar.

Desde su implementación, la Secretaría de Valor Agregado ha recibido más de 50 solicitudes de reconocimiento, pero solo 24 tenían potencial para hacerlo. Hasta la fecha, hay ocho productos agroalimentarios reconocidos, que además de identificarse con su propio signo distintivo, IG recibe un sello distintivo del gobierno argentino después del reconocimiento, como se ve en la Figura 1.

Figura 1 – Sellos distintivos de IG del gobierno de Argentina



Fuente: Argentina (2016)

Aunque ambos países contaron con el apoyo del Mercosur para la redacción de su propia legislación, Brasil no ha podido cambiar su legislación, a pesar de que ocurren muchos problemas.

PATH DEPENDENCE PARA EL RECONOCIMIENTO EN BRASIL

A principios de la década de 1990, EMBRAPA Grape and Wine era consciente de la amenaza que el Mercosur ciertamente representaba para el sector vitivinícola brasileño (NIEDERLE y otros, 2019). Como resultado, inició una serie de investigaciones para centrarse en aumentar la calidad como una forma estratégica del mercado.

De hecho, fue a partir de la formulación de un modelo de reconocimiento en el sector vitivinícola del sur de Brasil que se creó la *path dependence*⁶, seguida por todas las instituciones que trabajaron y trabajan para implementar las IG en Brasil y especialmente para las DO brasileñas (INHAN MATOS, 2016; NIEDERLE y GELAIN, 2013).

El artículo de Yravedra de 1994, traducido por Tonietto en 2007, se publica en el portal Embrapa Grape and Wine. Es una pista de cómo esta institución ha impuesto la *path dependence* a todas las IG en Brasil.

La siguiente Cuadro 3, transcrita del artículo, explica en detalle cómo deben interpretarse las IP y las DO para la Ley N ° 9.279, implementada en 1996:

Cuadro 3 – Las diferencias entre los conceptos DO e IP

| Artículos | Denominación de origen | Indicación de Procedencia |
|-----------------------|---|--|
| Entorno natural | El entorno geográfico marca y personaliza el producto; La delimitación del área de producción es indispensable. | El entorno geográfico no es necesariamente de especial importancia, y el nombre geográfico puede referirse al origen del vino, la ubicación de la cantimplora o el lugar de embotellado. |
| Renombre / Prestigio | Indispensable. | No necesariamente indispensable. |
| Perfil de producto | Debe existir un tipo o “aire de familia en sus características”. | Se puede aplicar a un conjunto de productos de diferentes características, que tienen en común solo el lugar de producción, el centro de distribución o el lugar de embotellado. |
| Régimen de producción | Existen reglas de producción específicas y características cualitativas mínimas de los productos. | No existe una disciplina de producción a la que se deben someter los productos; Solo hay una disciplina de marca. |
| Características | Los productos deben conservar sus | No implica un cierto nivel de calidad o |

⁶ Existe una extensa literatura evolutiva que trata sobre la teoría de la dependencia de la trayectoria. Nierdele y Gelain (2013) presentan cómo las IG en Brasil se establecieron dentro de un camino institucional, técnico y organizativo irreversible promovido por los actores sociales involucrados para lograr el desarrollo del mercado.

| | | |
|-----------------------|---|----------------------------------|
| constantes | particularidades y cierta consistencia en sus características. | consistencia de características. |
| Volumen de producción | Hay un límite de producción por hectárea, que está relacionado con la calidad del producto. | No hay limite de producción. |

Fuente: Adaptado de Inhan Matos, citado por Yravedra (2016, p. 82)

Yravedra (1994) afirma que debería ser más fácil obtener una IP, ya que la identificación sería menos compleja. Lo que determinaría IP debería ser el producto como el identificador de región, que lo valora. La DO debe tener una calidad y tipicidad directamente relacionada con la región. Además, enfatiza la necesidad de delimitar la región productiva con base en criterios objetivos, y aconseja alejarse del reconocimiento basado en criterios subjetivos, como ocurre en la UE.

Por lo tanto, si bien es necesario revelar una historia y tradición local, son los factores de calificación objetivos por los cuales las instituciones han reconocido DO en Brasil.

El dilema de la IP

En lo que respecta a la propiedad intelectual, la situación es más compleja, a diferencia de lo que se pretendía cuando se estableció la ley. ¿Qué permite o define el conocimiento de los consumidores de un producto fuera de la región? ¿Qué elemento/s hacen posible identificar el lugar de producción, extracción o fabricación de un producto?

Hasta la fecha, el reconocimiento rutinario por parte de las instituciones se debe a las instrucciones normativas publicadas por el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INPI). Tanto la Instrucción Normativa (IN) No. 75 de 2000 como el INPI No. 25/2013 prescribieron la descripción del producto o servicio y sus características para ambos sellos, IP y DO, con la diferencia de que el DO lo requería prueba de calidad o características debido al medio ambiente.

Ya el nuevo IN 95/2018 (p. 3) retoma la comprensión de la IP de la ley:

Alínea b) Descrição do produto ou serviço objeto da Indicação Geográfica.

[...]

Alínea d) Em pedido de Indicação de Procedência, a descrição do processo de extração, produção ou fabricação do produto ou prestação do serviço, pelo qual o nome geográfico se tomou conhecido (INPI, 2018, p. 3).

En este sentido, la descripción del producto y su proceso determinan las características por las cuales se debe conocer la región. Pero estas características no necesitan ser demostrablemente diferentes de otros productos similares; sólo que la región es conocida, sin especificar el alcance de este conocimiento (NIEDERLE, 2015). Por lo tanto, en el caso de la propiedad intelectual, no es necesario garantizar una calidad desde el origen del producto hasta el consumidor.

Sin embargo, las instituciones de promoción para la implementación de IG en Brasil siempre han tratado de elevar los requisitos de una región, sin distinguir el proceso de reconocimiento entre IP o DO, ya que una encuesta de tradición e historia local era parte de la

rutina para ambos (CERDAN y otros, 2011). Para DO, además requería los elementos que podrían caracterizar los productos con investigación en podología (INHAN MATOS, 2019).

Uno de los ejemplos que se pueden citar es la reciente estructuración de IP Socol, que fue reconocida en 2018. Según Santiago y otros, (2019) además de la estructuración de la cadena de producción, “[...] este proyecto también proporcionó inversiones para investigación para definir la identidad de Socol y los requisitos técnicos de calidad” (SANTIAGO y otros, 2019, p. 80).

Niederle y otros (2019) consideran que Brasil ha elegido un camino *sui generis* en relación con la Unión Europea y otros países dada la preponderancia de los intereses del Mercosur, como señalan:

Aunque el mandato legal principal surgió del Acuerdo sobre los ADPIC, la Ley de Propiedad Industrial (LPI n. 9.279 / 1996) también estuvo muy influenciada por el Protocolo del Mercosur para la Armonización de Normas sobre Propiedad Intelectual (Decisión CMC n. 8/1995), que no reproducía exactamente los mismos términos que la OMC. Brasil definió sus dos modalidades de IG (PI y DO) sobre la base del Protocolo Mercosur, que no corresponden ni a los términos de los ADPIC ni al sistema europeo. En la práctica, en las últimas dos décadas, los acuerdos formales firmados por Brasil han sido menos importantes para determinar la implementación de IG que la influencia informal del modelo europeo y especialmente el modelo francés, que es la referencia común para investigadores, productores y administradores por igual. Las organizaciones de investigación europeas, articularmente el Centro Francés de Investigación Agrícola para el Desarrollo Internacional (CIRAD), han jugado un papel decisivo en la difusión de las indicaciones geográficas no solo en Brasil sino en todo el mundo (NIEDERLE y otros, 2019, p. 10 - nuestra traducción).

Mientras que para DO existe un cierto consenso sobre los procesos cuyas cualidades o características deben ser probadas cuantitativamente; para IP hay situaciones paradójicas. La IP puede entenderse como una especie de paso para laDO, en boga en las indicaciones geográficas del vino (NIEDERLE, 2011). En otros casos, puede entenderse como un elemento diferenciador, como la IP Pampa Gaucho da Campanha Meridional, la construcción de protocolos basados en objetivos como la conquista de mercados en lugar de subrayar las particularidades de la ganadería local (CHAMPREDONDE y otros, 2014). En ambos casos se genera una gran exclusión de los pequeños y medianos productores locales (NIEDERLE y GELAIN, 2013).

Otro ejemplo emblemático es el reconocimiento de IP Porto Digital, una región centrada en el desarrollo de software, cuya existencia no alcanza las dos décadas. No tiene conexión con los fundamentos de un IG, es decir, la protección de los conocimientos, la historia, la tradición, el desarrollo económico regional, etc. (OLIVEIRA y MOREIRA, 2018; PELLIN, 2019).

Si bien la ley fue una innovación importante en relación con la protección de las indicaciones geográficas (DE SOUZA BORDA, 2003), la falta de detalles de la legislación en sí y las regulaciones posteriores significaron que las instituciones y sus respectivas asociaciones interesadas en implementar las indicaciones geográficas en Brasil tenían interpretaciones y adoptan sus propias rutinas (NIEDERLE y otros, 2019).

En este sentido, la legislación argentina supera con creces la calidad brasileña cualitativamente, ya sea por los detalles o la exclusividad del acuerdo legislativo. En el caso de Brasil, la ley sobre IG está junto con otras leyes de protección industrial. Estas son algunas de las diferencias entre los dos países y a continuación se analizaron otras.

DISCUSSÃO SOBRE AS DIFERENÇAS DE RECONHECIMENTO DE LAS IG EN ARGENTINA Y EN BRASIL

Para no detenerse en paralelos innecesarios, este documento abordará cuatro elementos de las leyes de protección de los dos países, a saber, el régimen legal; tipo de protección; condición de reconocimiento; quién puede solicitar y finalmente, la presentación obligatoria del logotipo, importante porque ayuda al consumidor a identificar una IG. Finalmente, se presentarán las principales diferencias de prueba de calidad de ambos países.

En el Cuadro 4 se compara el régimen legal adoptado por ambos países.

Cuadro 4 – Comparación entre el régimen jurídico de Argentina y de Brasil

| Argentina, Ley N° 25.966/2004 | Brasil, Ley N° 9.279/1996 |
|---|--|
| Artículo 1° - Las indicaciones geográficas y denominaciones de origen utilizadas para la comercialización de productos de origen agrícola y alimentarios, en estado natural, acondicionados o procesados se registrarán por la presente ley. Se excluyen a los vinos y a las bebidas espirituosas de origen vínico, las que se registrarán por la Ley N° 25.163 y sus normas complementarias y modificatorias | Art. 176. Indicación geográfica significa indicación de origen o denominación de origen. |

Fuente: Elaboración propia (2019)

Como se mencionó anteriormente, aquí aparece la primera diferencia sustancial: la separación de los sectores agrícola y artesanal del vino. En una entrevista, Laurence Bérard, investigadora francesa, explica la diferencia en el proceso del vino y otros productos, especialmente el queso

El concepto de terroir funciona perfectamente para el vino... exposición, pedología... por lo que el factor natural es una especie de objeto perfecto. [...] lo contrario en otros productos, es muy complicado. [...] El vino se elabora una vez al año, hay poca diversidad, ya que el queso se elabora todos los días, por lo que hay una gran variación en el medio ambiente (BÉRARD apud INHAN MATOS, 2016, p. 121).

Encontramos allí una posible justificación de por qué Argentina creó un instituto separado de protección y control para el vino, de otros productos, siguiendo la lógica de los países productores de vino europeos. El Cuadro 5 muestra la diferencia entre los dos institutos de protección.

Cuadro 5 – Comparação quanto ao tipo de proteção da Argentina e Brasil

| Argentina, Ley N° 25.966/2004 | Brasil, Ley N° 9.279/1996 |
|--|--|
| <p>Artículo 2°: a) Indicación geográfica: aquella que identifica un producto como originario, del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico.</p> <p>b) Denominación de Origen: El nombre de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o de un área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos.</p> | <p>Art. 177. La indicación de origen es el nombre geográfico del país, ciudad, región o localidad de su territorio, que se conoce como un centro para la extracción, producción o fabricación de un producto o servicio en particular.</p> <p>Art. 178. La denominación de origen es el nombre geográfico del país, ciudad, región o localidad de su territorio, que designa un producto o servicio cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al entorno geográfico, incluidos los factores naturales y humanos.</p> |

Fuente: Elaboración propia (2019)

Hay una diferencia sustancial entre IG e IP, no solo en términos de expresión, sino fundamentalmente en lo que se requiere para ser reconocido en términos de calidad, como se indicó anteriormente, pero no se observan diferencias sustanciales en las definiciones de DO. A continuación el Cuadro 6 se detallan los requisitos previos para el registro de una IG.

Cuadro 6 – Comparación sobre a quién puede solicitar una IG

| Argentina, Ley N° 25.966/2004 | Brasil, Ley n° 9.279/1996 | IN n° 095/2018, de 28/12/2018 |
|--|---|--|
| <p>Artículo 3° - La determinación y registro de las indicaciones geográficas de productos agrícolas y alimentarios podrán ser solicitadas ante la Autoridad de Aplicación por cualquier persona física o jurídica dedicada a la extracción, producción o fabricación del mismo en la zona respectiva. Los requisitos y procedimientos para la determinación del área de producción y el control de los productos pertenecientes a esta categoría se establecerán en el decreto reglamentario de la presente ley</p> | <p>Art. 182. El uso de la indicación geográfica está restringido a los productores y proveedores de servicios establecidos en el sitio y, además de las denominaciones de origen, debe cumplir con los requisitos de calidad.</p> | <p>Art. 5°. Puede requerir el registro de Indicaciones Geográficas, como sustitutos procesales, por la asociación, el sindicato o cualquier otra entidad que pueda actuar como tal según la ley.</p> <p>Art. 6° Los productores y proveedores de servicios establecidos en el sitio pueden usar la Indicación Geográfica siempre que cumplan con las disposiciones de la especificación técnica y estén sujetos al control definido.</p> |

Fuente: Elaboración propia (2019)

Se debe tener en cuenta que el artículo 3 de la ley argentina especifica qué procesos deben realizarse en la región para ser reconocidos. La ley brasileña, por otro lado, no detalla qué fase del proceso debe llevarse a cabo, pero limita y controla de alguna manera el uso de IG mediante el Cuaderno de Especificaciones Técnicas (CET), antiguo reglamento de uso. Desde la perspectiva de una buena gobernanza institucional, todos los representantes de la cadena de producción y consumo deben elaborar el CET (NIEDERLE, 2014). En la práctica, hay casos en los que la asociación, generalmente se la elabora con un número limitado de productores (CHAMPREDONDE y otros, 2014; INHAN MATOS, 2016; NIEDERLE, 2014); otras veces, otras instituciones externas lo elaboran (SILVA y otros, 2019).

Otra diferencia notable es que la ley argentina profundiza un poco más en la especificación de las particularidades del producto, incluso entre condiciones ecológicas y tecnológicas similares.

El Cuadro 7 a continuación detalla las diferencias entre las condiciones para el reconocimiento.

Cuadro 7 – Comparación de la condición de reconocimiento

| Argentina, Ley N° 25.966/2004 | IN n° 095/2018, de 28/12/2018 |
|---|---|
| Artículo 4° - A los efectos del artículo 2°, inciso b) se considerará producto agrícola y/o alimentario amparable por una denominación de origen, a aquellos originarios de una región, provincia, departamento, localidad, área o zona, de reconocida tipicidad y originalidad que, producido en un entorno geográfico determinado, desarrolla cualidades particulares que le confieren un carácter distinto al resto de los productos del mismo origen, aun en condiciones ecológicas y con tecnologías similares, por la influencia del medio natural y del trabajo del hombre | VI - En el caso de la Indicación de Procedencia, documentos que prueben que el nombre geográfico se conoce como centro para la extracción, producción o fabricación del producto o servicio; VII - En el caso de la Denominación de Origen, los documentos que prueban la influencia del entorno geográfico sobre las cualidades o características del producto o servicio, y deben contener los elementos descriptivos: a) Del entorno geográfico, incluidos los factores naturales y humanos; b) De las cualidades o características del producto o servicio y c) Enlace causal entre los puntos “a” y “b”. |

Fuente: Elaboración propia (2019)

Como se ve en el Decreto de Argentina 556/2009, la documentación para el reconocimiento de IG y DO es la misma, excepto lo especificado en el Art. 4 para DO en la Ley N° 25.966/2004. En Brasil se hace mención solo en término de documentos, pero sin especificar de qué tipo. En lo que respecta a la DO, existe cierta similitud, pero en el caso de Brasil sin requiere una prueba de diferencias respecto a productos similares. Así, en el caso brasileño, el vínculo con la región parece más importante que la presencia de una determinada calidad específica.

En Brasil, no existe ningún requisito respecto al control de terceros, por parte de algún organismo oficial y ni siquiera por aquellas instituciones de la región que ayudaron en la solicitud de reconocimiento. En ese mismo país, el control sanitario de los productos alimenticios se efectúa mediante mecanismos generales de inspección y no se realiza ningún control sobre las IG de otros productos no alimenticios. Por su parte, el INPI requiere que la documentación presentada sea respaldada solo por el propio solicitante, a través de los estatutos, las actas de las reuniones a IG y el libro de especificaciones, lo que resulta en la transferencia completa del control de supervisión de IG al nivel local, lo que permite flexibilidad en estos mecanismos de control como lo señalan Niederle y otros (2019).

Este es un punto importante pues al acordar su propio sello el gobierno argentino impone obligaciones a los productores el cumplir con los protocolos acordados. Este mecanismo es más estricto que en Brasil, donde el INPI simplemente entrega un certificado de registro a la asociación responsable de la IG, y sin requerir la presentación del logotipo en el proceso, incluso si la ley brasileña establece que la protección se extiende a la representación gráfica o figurativa de las IG. En el Cuadro 8 se muestra que en Brasil, a diferencia de Argentina, a nivel institucional federal no existe obligación de usar ninguna etiqueta de identificación para los productos que comunican la IG.

Cuadro 8 – Comparación respecto a la obligatoriedad de presentar la logomarca

| Argentina, Decreto 556/2009 | IN nº 095/2018, de 28/12/2018 |
|---|--|
| ARTÍCULO 16.- Recaudos y procedimiento de inscripción de las indicaciones geográficas: i) Nombre de la indicación geográfica; logo, etiquetas, marbetes y otros elementos identificatorios propuestos. | Ítem IX - Si corresponde, la representación gráfica o figurativa de la Indicación Geográfica o la representación geográfica del país, ciudad, región o localidad del territorio. |

Fuente: Elaboración propia (2019)

France y Vigna (2019) y Pellin (2019) explican que la IP funciona como un "sello de control" proporcionado por el INPI, después del registro otorgado, que tiene como objetivo hacer que los consumidores identifiquen los productos; pero quién define cómo y cuándo usarlo es la propia asociación. Resulta importante señalar que sin un logotipo específico para las IG a nivel nacional, no hay forma de que los consumidores reconozcan el producto en el mercado. La presentación no obligatoria del logotipo deja margen para que las asociaciones tengan sus propias marcas privadas. Aunque la ley no excluye la creación de etiquetas privadas, si la asociación solo usa la etiqueta privada para los servicios de IG, lo que está sucediendo es la transferencia de la reputación de IG a la etiqueta privada de la asociación. Tales casos tienen el potencial de debilitar el uso de este mecanismo de protección en Brasil, si hay más iniciativas como estas (Cuadro 9).

Cuadro 9 – Registro de marcas con nombres similares de las IP para fines económicos exclusivos de las respectivas asociaciones de IG en Brasil

| Registro en INPI | Representación gráfica |
|---|---|
| IG201002 Asociación de Productores de Queso Canastra – APROCAN Canastra indicación de origen Fecha de registro: 13/03/2012 | Solo el nombre Canastra |
| Asociación de Productores de Queso Canastra – APROCAN Logotipo “Região do Queijo da Canastra” Nº proceso: 911147926 de 08/06/2016, colectivo Nº proceso: 908746202 de 11/12/2014, de servicios |  |
| Sello de proteína del queso para el reconocimiento de IP Canastra recientemente desplegado para su uso por 23 productores asociados ⁷ . |  |
| IG200908 Asociación de Productores de Salinas Cachaça Indicación de Origen Región Salinas 16/10/2012 Imagen del logotipo colocado en el sitio web de ventas http://www.apacs.com.br/?/ , consultado el 07 de noviembre 2019 |  |
| Asociación de Productores de Salinas Cachaça Logotipo: Región Salinas Nº Procesos: 913485829 y 913485861, ambos concedidos en 04/12/2018, de servicios |  |

⁷ Disponível em: <https://quejodacanastra.com.br/indicacao-de-procedencia/>. Acesso em 05 Dez 2019.

Imagen del logotipo colocado en el sitio web de IP Salinas
<http://www.regiaodesalinas.com.br/a-regiao.html>, consultado el 07 de noviembre 2019.



Obs.: Todos los registros están a nombre de sus asociaciones.

Fuente: Elaboración propia (2019)

En el caso de Salinas IP, existe un uso claro del reconocimiento de IP en el logotipo privado de la asociación, lo que va en detrimento de la IP. En el sitio web de la Región de Salinas se encuentra la marca registrada de la asociación con el nombre "Indicación de origen" a continuación. En este caso, uno nota la falta de inspección del uso de la marca por parte de INPI, ya que está registrada como perteneciente a la asociación y no a IP.

En el caso de Canastra IP, que obtuvo su registro en 2012, se puede observar que las marcas colectivas y de servicio se registraron en 2014 y 2016, respectivamente. La marca utilizada para identificar el queso hecho de proteína de queso, aparece solo en 2019 más el nombre Indicación de origen, este último aún no está registrado en el INPI. Como IP solo tiene el nombre como representación de IG, utilizaron el diseño de la marca que anula el nombre de IP registrado, por lo que parece posible evitar su uso por parte de cualquier productor de la región, restringiéndolo a productores asociados. Esto parece estar aprovechando la notoriedad de la región para un grupo restringido de productores.

Como se puede ver, no hay obligación incluso de presentar un sello en el proceso para el INPI, e incluso, si hay algún tipo de sello, no hay una fecha límite definida para su uso por parte de los productores. En ambas situaciones, el mecanismo de protección de IG no permite el reconocimiento por parte de los consumidores. Si, como afirman Bruch y Kretschmann (2014), el marco legal creado por la ley brasileña ha permitido una protección positiva a las IG, ¿cómo, por qué y para qué proteger legalmente lo que luego no se identifica? Estos son sólo algunos cuellos de botella con respecto al uso de marcas distintivas. De hecho, la complejidad de este tema ha sido debatida en los últimos dos años por las diversas instituciones involucradas en Brasil, y no es posible llegar a una conclusión sobre cómo se lograría (SANTIAGO et al, 2019).

La prueba de calidad

Los requisitos respecto a las pruebas de calidad difieren en ambos países y están asociadas tanto a la naturaleza de los sellos (IP, IG y DO) como a las idiosincrasias de las administraciones nacionales. El en Cuadro 10 se resumen las principales diferencias.

Cuadro 10 – Diferencias principales entre las pruebas de calidad para el reconocimiento de una IGen Argentina y Brasil

| Items del Reglamento | Argentina | Brasil |
|---|---|--|
| Prueba documentada del vínculo territorial de calidad por un tercero. | IG y DO | Solo para DO |
| Prueba documental de un tercero. | Si | Solo para la confección del mapa geográfico territorial. |
| Declaración de volumen de negociación | Si | No |
| Métodos de control | Control externo y autocontrol | Autocontrol |
| Inspección para verificar la documentación presentada | Si | No |
| Sello Institucional de Reconocimiento | Logotipo de MAPA | Certificado INPI |
| Uso obligatorio del signo distintivo exclusivo | Obligatorio junto con el logotipo oficial de MAPA | No |

Fuente: Elaboración propia (2019)

Un aspecto en el que se observan diferencias es la validación de documentos por parte de profesionales o instituciones de terceras partes, así como el reconocimiento oficial del gobierno argentino de los bienes producidos con IG. Ello permite estimar la oferta de producto con IG en el mercado, gracias a la declaración de volumen comercializado. La importancia de poder estimar el volumen de la producción y la participación en el mercado es la de contar con información para el diseño de estrategias de marketing y para la implementación de políticas de apoyo desde el Estado.

El caso de la Indicación Geográfica de Salame de Colonia Caroya parece muy similar a la Indicación de Procedencia Canastra. Ambos parten de una situación en la que existía un alto porcentaje del volumen de comercializado en el mercado informal. Este aspecto podría constituir una de las posibles explicaciones del escaso suceso y de la disolución de las asociaciones que promovieron algunas IP. Los precios no tuvieron un aumento significativo en la implementación de IP Vale dos Sinos, cuyo producto es el cuero, causando su disolución. Lo mismo sucedió con IP Pedro II, de joyas y piedras preciosas, también ya disueltas (INHAN MATOS, 2019), así como con IP Pampa Gaúcho, mencionado anteriormente.

Además de la escasa adhesión de los propios productores locales, la artificialidad del proceso y la sobrevaloración del producto y la región para lograr el reconocimiento de la IP se convierten en una carga adicional después de toda la inversión en mejoras en los procesos productivos, como es el caso del IP de la artesanía en Capim Dourado de la región de Jalapão (SILVA y otros, 2019).

Además, en Brasil los documentos de respaldo requeridos por la ley para reconocer cualquier IG por el INPI son meramente formales y burocráticos, sin análisis de mérito, como se indica en los procedimientos publicados en las revistas del INPI (INPI, 2019). Excepto por el mapeo de la región a IP y DO y los criterios de calidad del producto para obtener el reconocimiento de una DO, no se requiere de la evaluación externa de otros documentos.

Todo eso ayuda a explicar el problema crónico posterior a la implementación de muchas IP brasileras. En un contexto amplio de IG también es recurrente observar la exclusión de pequeños productores económicamente vulnerables, la falta de información, la

falta de inversión en divulgación e incluso la falta de estructura básica relacionada con la legislación sanitaria (FROEHLICH, 2019; INHAN MATOS y LA ROVERE, 2018).

Teniendo en cuenta que el modelo argentino se asemeja al modelo de la UE, que es más efectivo para proteger y mantener sellos de calidad, las ventajas del sistema argentino sobre Brasil no solucionaron algunos problemas crónicos preexistentes a la implementación de las IG. Estos, por cierto, también se encuentran en Brasil. Algunos de ellos son:

- Alta informalidad de los productores;
- Exclusión de productores que están menos interesados o menos capaces de implementar cambios estructurales para formalizar procesos;
- La ignorancia de la población de lo que es IG;
- Falta de personal técnico para monitorear la implementación y continuar haciéndolo después de IG, entre otros (CHAMPREDONDE Y BENEDETTO, 2017; INHAN MATOS y LA ROVERE, 2018; NIERDELE y otros, 2019; OLIVEIRA y MOREIRA, 2018).

Otra debilidad de la normativa argentina es que la protección no alcanza al uso exclusivo de la denominación que se desea proteger mediante la IG. Sólo se prevé el uso exclusivo del logo de la IG/DO. Por ejemplo, cualquier Dulce de Membrillo rubio de San Juan o cualquier Melón de Media Agua pueden portar el nombre del territorio, aunque no formen parte de la DO en el primer caso y de la IG en el segundo. Sí se reserva el uso exclusivo del logo propio a cada uno de los proyectos.

En Brasil, cualquier productor dentro del área protegida puede usar el nombre de IG en su etiqueta, siempre que cumpla con las especificaciones CET definidas por la asociación, ya que IG es un registro declaratorio definido por la ley. El artículo 6 de IN 95/2018 dejó en claro que:

Art. 6 - Indicación geográfica Los productores y proveedores de servicios establecidos en el sitio pueden usar, siempre que cumplan con las disposiciones de la especificación técnica y estén sujetos al control definido.
Párrafo unico. La ausencia de vínculos entre el productor o el proveedor de servicios con el sustituto procesal no constituye un obstáculo para el uso de la Indicación Geográfica (INPI, 2018, Art. 6).

Este artículo y el único párrafo están justificados debido a las fallas inherentes en la divulgación de la asociación sobre IG e intentan evitar cualquier otra barrera que la asociación o los asociados puedan usar contra productores fuera de la asociación.

En el caso de IP Canastra, si dicho procedimiento parece injusto para los productores asociados, que han estado trabajando activamente para mejorar los procesos y las indicaciones geográficas, ¿qué decir a los más de 700 productores establecidos en la región si sólo 23 de ellos cumplirían con los requisitos para usar el sello?

Como se observa, la implementación de las IG en ambos países presenta grandes contrastes, tanto en la definición de los productos que pueden beneficiar de estos sellos, como en los procesos de reconocimiento. Una de las principales diferencias concierne la

interpretación de las bases técnicas para el reconocimiento y algunos de ellos son objeto de controversias, aún en el continente europeo. Analizaremos a continuación algunos de los aspectos técnicos que pueden ser objeto de controversias y que están implícitas en las diferencias entre la aplicación de las IG en Argentina y en Brasil.

ALGUNAS CONTROVERSIAS SOBRE LAS CALIDADES COMUNICADAS Y LAS BASES TÉCNICAS DE LAS IG

A la diversidad de legislaciones y de las definiciones legales de los sellos se suma la diversidad de criterios para el reconocimiento de las solicitudes presentadas en cada País. Este fenómeno no es nuevo, ya que fue señalada por Sylvander y Barjolle (2000) para los productos con IG en la Unión Europea en el año 2000. Fue señalado también como una limitante para la implementación de las Indicaciones Geográficas en América Latina, lo que generó la elaboración de un manual para funcionarios que analizan las solicitudes de reconocimiento de IG y DO en el marco de un proyecto regional de la FAO (CHAMPREDONDE y otros, 2012)

A propósito de los criterios para el reconocimiento de las IG analizaremos cuatro elementos relacionados a la calificación de los productos en los que las a saber: a) la anterioridad y la tradición como elementos base para justificar una IG. Asociado a ello, b) el renombre que puede adquirir un territorio en torno a una actividad productiva, c) la influencia del medio ambiente local sobre las características de un producto como prueba suficiente para la solicitud de una IG y d) la prueba técnica como único elemento justificatorio en la solicitud de una IG.

Para ello, nos apoyaremos en primer lugar en el concepto de calidad específica vinculada al territorio. Específica, cuyo significado etimológico del latín significa “hacer especie” implica la posibilidad de ser considerada como “una” calidad o tipo. Tal como lo explican Casabianca y otros (2005, p. 11):

El tipo contiene una variedad (en el sentido matemático del término en la teoría de los conjuntos), es decir una diversidad interna, organizada por las operaciones de calificación, donde todos los individuos tienen un “aire de familia” y que son equivalentes desde el punto de vista de su tipicidad.

Un elemento central que debe ser tenido en cuenta es que la calidad específica o tipicidad de un producto local no está dada per se, sino que resulta de un proceso de acuerdo entre los actores locales involucrados en el proyecto. Esos acuerdos se orientan a definir con qué se hace, como se hace y como es el producto típico local. Tal como lo expresan De Sainte Marie C. y otros (1995, p. 11) se trata de “Lograr una representación común del producto...a partir de consensos sobre los elementos no negociables (determinantes de identidad del producto) y [...] acuerdos provisorios, susceptibles de ser negociados, sobre elementos variables”.

El otro proceso de acuerdos concierne la delimitación del territorio del producto. Los criterios evocados por Bérard y Marchenai (2007), para esta delimitación son: i) el origen de las materias primas y sobre todo su capacidad para determinar la calidad de un producto; ii)

los factores ecológicos que incluyen los elementos naturales (el clima, la topografía, etc.), algunos de los cuales pueden ser modificados por el hombre (como los pastos, el suelo etc.); iii) la ubicación de los agentes económicos; iv) los conocimientos técnicos locales, que se reflejan en el producto y determinan su especificidad; v) la realidad económica actual vinculada a la presencia o ubicación de los productores y/o fabricantes; vi) la realidad económica histórica vinculada a la presencia o ubicación de los productores y/o fabricantes que originaron la reputación del producto; y, vii) la existencia de una subdivisión anterior que puede ser una zona de protección previa, como una delimitación administrativa que utiliza el mismo nombre geográfico del producto.

Estos autores indican que la delimitación de un territorio para una IG debe considerar una combinación de estos criterios, ponderando su importancia relativa según cada caso. El territorio es así delimitado según la influencia de los factores territoriales sobre la calidad específica del producto local. El vínculo calidad específica y territorio se encuentran en el núcleo de las delimitaciones.

LA DIMENSION HISTÓRICA: CAUSA, PERO NO JUSTIFICACIÓN

En muchos casos la tendencia al construir una solicitud de reconocimiento de una IG es la de considerar por un lado la historia del producto y por otro lado las particularidades objetivables del mismo. La solicitud de reconocimiento resulta así de la suma de capítulos donde se da cuenta, por un lado, del anclaje histórico de la actividad en el territorio. Sin embargo, esta forma de abordar la calidad específica puede inducir a errores. En principio, en el contexto de la construcción de una IG, el objetivo es comprender cómo, en un determinado territorio, los actores locales construyeron en el tiempo una determinada calidad específica. Y puede existir el caso en el que la calidad específica resulta de una construcción relativamente corta, por ejemplo 40 años y en otros casos, a pesar de una presencia local de la actividad productiva desde hace siglos, no se ha construido una determinada calidad específica. Por ejemplo, en la localidad de Andalgalá, Catamarca, Argentina, existen plantas de olivos centenarias y las plantaciones comerciales fueron plantadas en la década de 1960. Sin embargo, el aceite de oliva no forma parte de la cultura gastronómica de la comunidad ni se ha comprobado hasta el momento que se haya construido especificidad alguna en el aceite de oliva local.

Se comprende entonces que la dimensión histórica no es sólo un requisito formal, ni un elemento aislado a sumar en la justificación de una solicitud de reconocimiento de una IG. Es un factor que permite explicar el proceso de construcción colectiva y situada de la calidad específica (cuando esta existe) del producto a diferenciar.

LA REPUTACIÓN: UN INDICADOR INDIRECTO

El concepto de reputación (o renombre) es presentado en diversas legislaciones como un requisito para el reconocimiento de una IG. En los siguientes párrafos explicaremos por qué, a nuestro juicio, es un factor que puede estar relacionado indirectamente con la calidad específica de un producto local, pero de ninguna manera una prueba concreta de la presencia de la misma.

Existen varios conceptos relacionados con el de reputación. En una de sus acepciones se refiere al buen nombre que puede adquirir un producto en el tiempo, y asociado al mismo el territorio de origen, en base a atributos que lo diferencien. Sin embargo, como lo demostraron Champredonde y Muchnik (2012), la calidad simbólica y la calidad objetivable de un producto pueden seguir trayectorias diferentes en el tiempo. Es decir, un producto puede conservar su reputación vinculada al territorio, pero con el tiempo sus características objetivables pueden haber cambiado en forma sustancial e inclusive haber perdido su especificidad. Esto se explica en muchos casos por la incorporación “indiscriminada” de tecnologías exógenas, acompañada en algunos casos por una pérdida de los saberes de los consumidores locales.

En la legislación se hace referencia en términos de territorio que es conocido o asociado a una determinada actividad productiva. Sin embargo, como fuera explicado artículo sobre tipicidad territorial (CHAMPREDONDE, 2016) este vínculo demuestra en primer lugar el anclaje territorial de la actividad productiva y de los productos. Este anclaje está vinculado a la calidad simbólica de los productos y no necesariamente a la presencia de una determinada calidad específica.

Analizando distintas situaciones, encontramos dos tipos de productos que pueden tener calidad simbólica pero no tener “una” calidad específica objetivable:

- a) territorios conocidos pero cuyos productos presentan grandes diferencias en sus características (calidad objetivable). Es el caso, por ejemplo, de la ciudad de Tandil, en la provincia de Buenos Aires, asociada a la producción de quesos de calidad. De hecho, en 2019 se organizó la primera fiesta del “Queso Tandilero”. Sin embargo, la denominación de queso tandilero no se puede asociar a un producto específico sino a una gran diversidad de quesos, muy diferentes entre ellos, según las prácticas de producción, la forma de maduración y consecuentemente en sus características sensoriales (muchas calidades)⁸ y, por otra parte,
- b) producto que tuvo “una” calidad específica pero cuya calidad se banalizó, frecuentemente por una incorporación indiscriminada de tecnologías exógenas (CHAMPREDONDE y MUCHNIK, 2012).

Por lo tanto, la reputación puede constituir un indicador indirecto de la presencia de una determinada calidad específica vinculada al territorio, pero no alcanza por sí misma como

⁸ Distinta es la situación del queso Banquete, originario de Tandil, el cual sí presentaría una calidad específica vinculada al territorio, especialmente al saber hacer. Sin embargo, hasta el momento dicho queso no ha sido objeto de un proceso de diferenciación mediante una IGC

base técnica para diferenciar un producto. Y sino, ¿Cómo se generar acuerdos en torno al protocolo sobre las materias primas, las prácticas de producción y elaboración? Cuales se aceptan y cuales se descartan y sobre todo como es el producto típico local si no existen características particulares que lo hacen único? Es decir, ¿Cuáles serían los elementos que orientan los acuerdos entre productores cuando éstas no están asociadas a resultados tangibles en los productos?

EL MEDIO AMBIENTE LOCAL: UN FACTOR INSUFICIENTE POR SÍ SOLO

¿Es adecuado reconocer mediante una IG a un producto que tiene alguna característica particular derivada únicamente de la influencia del medio biofísico local? Para los autores Bérard y Marchenay (2007).

Existen lugares físicamente «predispuestos», al interior de los cuales se desarrollan producciones; pero el medio natural no puede explicar por sí sola la génesis de la especificidad de los productos. Son las actividades humanas, a través de los saberes, los modos de organización social, las prácticas y las representaciones, que dan sentido a esta relación⁹ (2007, p. 17).

Se entiende entonces la importancia central del factor humano en la génesis y sobre todo en la proyección de la calidad específica del producto local. Se debe considerar que toda IG postula no sólo la presencia de una determinada calidad específica vinculada al territorio, sino también la previsibilidad y la oferta sostenida de la misma en el tiempo. Recordemos que una IG es reconocida por tiempo indeterminado, lo que implica que el colectivo que la comunica debe asegurar la gestión de los recursos locales para que dicha calidad específica perdure en el tiempo.

Nos preguntamos entonces cómo podría proyectarse en el tiempo la calidad específica del producto local si depende exclusivamente de la influencia del medio biofísico. Por ejemplo, ¿cómo se podrían corregir a mediano y largo plazo, derivas en la calidad de un alimento por incidencia del cambio climático?

LA CALIDAD ESPECÍFICA Y LA PRUEBA TÉCNICA

Manteniendo la postura de considerar al factor humano como central, surge la pregunta sobre lo concluyente que puede ser una prueba técnica, mostrando, por ejemplo, la presencia de un componente químico particular en el producto a diferenciar. Al respecto, analizando divergencias y deficiencias en los criterios para reconocer productos con IG en la Unión Europea, Barjolle y Sylvander (2000), citan como situación inadecuada cuando “El

⁹Il existe des lieux physiquement «prédisposés», à l'intérieur desquels des productions se développent; mais le milieu naturel ne peut seul expliquer ce qui fait la spécificité des produits. Ce sont les activités humaines, à travers les savoirs, les modes d'organisation sociale, les pratiques et les représentations, qui donnent sens à cette relation

vínculo entre calidad y el medio puede, por ejemplo, ser simplemente citado o estar basado en un dato científico” (p 28). Este dato científico proviene frecuentemente de determinaciones de laboratorio. Sin embargo, el dato científico no explica por sí mismo la presencia de una calidad específica construido localmente en el tiempo.

El camino para reconocer la calidad específica de un producto y su vínculo con el territorio debería iniciarse identificando las particularidades que lo hacen único y reconocible por parte de los evaluadores concededores y luego generar y exponer la información que lo explica desde un punto de vista técnico. En ese contexto, los análisis de tipo físico-químico pueden venir en apoyo para explicar las particularidades del producto y relacionarlo con los factores territoriales que lo originan. Una vez más subrayamos que el factor territorial más importante es el humano.

CONCLUSIONES

La introducción de las IG en las legislaciones de América Latina, se dio en forma relativamente reciente y llegaron de la mano de expectativas como proteger en los mercados, el conocimiento y las especificidades de los procesos y de los productos locales, mejorar su inserción en los mercados, aumentar sus cotizaciones, etc. Sin embargo, los primeros resultados de este proceso ponen de relieve las numerosas limitantes asociadas a la implementación de estas herramientas. Los términos en los que se intrudujeron los sellos en cada país, respecto a las calidades comunicadas, las bases técnicas sobre las cuales se apoyan las mismas, el tipo de protección que brindan, las garantías de calidad requeridas, el contexto de mercado en el cual se comunican y los conocimientos de los consumidores se revelan como las principales limitantes.

Al inicio del proceso los acuerdos en el marco de la ADPIC abrieron la posibilidad de uniformizar las normativas, pero no limitaron suficientemente las interpretaciones de la legislación en sí que cada país adoptó. Ni siquiera el Mercosur ha logrado tal ambición. Comparar la legislación de IG en Argentina y Brasil permite identificar las diferencias, pero también comprender las similitudes de los problemas no resueltos antes, durante y después de la implementación de IG en Brasil y Argentina.

De acuerdo con la bibliografía planteada y los casos ejemplificados, se plantearon hipótesis para comprender las dificultades en la implementación de las IGY se brindaron elementos de análisis para el abordaje de las mismas.

En cuanto a la legislación implementada en ambos países para garantizar la calidad, aunque ambos países iniciaron el camino con una legislación muy similar, Argentina ajustó su legislación a sus propias necesidades.

La orientación que dió Brasil a su legislación de IG está fuertemente orientada por una lógica de propiedad industrial. El INPI brasileño, como responsable de regular la ley, trató de incorporar en el Instruccions Normativas varias reglas para el reconocimiento como una forma de remediar las lagunas en la legislación. Todavía no ha sido posible ajustar la legislación, incluso con IG con resultados fallidos, como se explicó.

Es por ello que las reglas actuales dejan en manos de los productores locales la resolución de prácticamente todos los aspectos, desde la formación del grupo y la formación de la asociación de productores, el desarrollo de los protocolos, los mecanismos de respaldo para el autocontrol, el uso del logo de la IG, etc.

Con una orientación diferente, Argentina tiene un organismo federal específico de monitoreo de procesos de IG, además de exigir a los profesionales externos que respalden los documentos oficiales, así como el autocontrol y el control gubernamental para cumplir con los requisitos de IG.

El etiquetado obligatorio de IG en Argentina donde el logo oficial de las IG y el logo de la IG o DO del producto, acompañan a las marcas privadas, es un medio para que los productos sean reconocidos en el mercado por los consumidores. En Brasil, este mecanismo no es utilizado por el INPI. En ambos países, existe una dificultad para proteger el uso del nombre, ya que los productores que están ubicados dentro de la región pueden usar el nombre IG sin restricciones. Pero dado que la representatividad de los productores asociados ha sido una participación casi insignificante en relación con el número total de productores en la región, lo que se suma a la falta de divulgación y comprensión de lo que es IG, se puede afirmar que el nombre oficial de IG ha sido utilizado exclusivamente por miembros cuando lo desean.

Por un lado, en Brasil, no es obligatorio usar la IG y se permite que la asociación de productores use su propia marca, lo que implica apropiarse de la reputación del producto asociado a la región. Por otro lado, los consumidores no pueden reconocer a las IG si no hay un signo distintivo que las identifique. Sin el uso obligatorio del sello, ni a nivel local ni nacional, se debilita la protección que ofrecen las IG.

Respecto a las bases técnicas sobre las que se apoyan las IG, hemos introducido algunos debates que suscitan las IG en los distintos continentes. La diversidad en la interpretación sobre la validez que pueden tener como factor único, la reputación o la prueba técnica para justificar el reconocimiento de una IG, la presencia histórica en el territorio de la actividad productiva o la mera influencia del medio biofísico, genera inestabilidad en las calidades reconocidas y comunicadas. Estas inestabilidades están asociadas en muchos casos al desconocimiento de estas herramientas por parte de productores, profesionales del medio y mismo de los funcionarios concernidos por estas temáticas.

Por último, la presumible falta de conocimiento de los consumidores sobre las IG en varios continentes y en América Latina en particular, es un aspecto importante que merece atención. El desconocimiento no solo se resuelve con una estrategia de comunicación nacional, acompañada de estrategias de marketing por parte de cada asociación, permitirían al consumidor comprender que el valor del producto hace referencia a la presencia de una calidad específica, vinculada a factores humanos y naturales del territorio de origen.

REFERENCIAS

ARGENTINA. **Decreto 556 de 2009**. Reglaméntase la Ley N° 25.380 y su modificatoria N° 25.966 donde se estableció el Régimen Legal para las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios en la República Argentina. Disponível em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/153460/norma.htm>. Acesso em 29 out 2019.

_____. **Ley 25.380 de Janeiro de 2001**. Régimen legal para las indicaciones de procedencia y denominaciones de origen de productos agrícolas y alimentarios. Disposiciones generales. Solicitud preliminar de adopción de una denominación de origen. Consejos de denominación de origen. Registro de las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen. Alcances de la protección legal. Modificación y/o extinción de los registros. Autoridad de aplicación. Infracciones y sanciones. Disposiciones complementarias..Disponível em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/65000-69999/65762/texact.htm>. Acesso em 29 out 2019.

_____. **Ley 25.966 de dezembro de 2004**. Modificase la Ley N° 25.380. Disponível em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102149/norma.htm>. Acesso em 29 out 2019.

_____. Secretaria de Agregado de Valor. Ministerio de Agroindustria. Presidencia de la Nación. **Caderno Informativo**, 2016. Disponível em: http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Publicaciones/Revista/AA_69.pdf#page=12. Acesso em 29 out 2019.

BARJOLLE D., SYLVANDER B. PDO and PGI products: market, supply chains and institutions. **Final Report, FAIR**, 2000.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. **Produits de terroir-Comprendre et agir**. CNRS–Ressources des terroirs-Cultures, usages, sociétés, Bourg-en-Bresse, Francia, 2007.

BRASIL. **Decreto-lei nº 7.903, de 27 de agosto de 1945**. Seção V -Das indicações de Proveniência. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-7903-27-agosto-1945-417251-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 23 out 2019.

_____. **Lei no 9.279, de 14 de maio de 1996**. Brasil: [s.n.]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>. Acesso em: 20 set. 2019.

BRUCH, K. L.; BARBOSA, P. M. S. Evolução histórica e perspectivas das indicações geográficas brasileiras. In: **Eficiência energética, inovação e propriedade intelectual**. 1.ed. Florianópolis: FUNJAB, 2013. v. 500. 498p. p.325- 354.

_____; KRETSCHMANN, A. A compreensão da indicação geográfica como um signo distintivo de origem. In: MEZZARROBA, Orides et al. (Org.). **Propriedade Intelectual**. 1.ed. Curitiba: Clássica, 2014, v. 32, p. 12-36.

CARPENTER, M.; LARCENEUX, F. Label equity and the effectiveness of values-based labels: an experiment with two French Protected Geographic Indication labels. **International Journal of Consumer Studies**, v. 32, n. 5, p. 499-507, 2008.

CASABIANCA, F.y outros. Terroir et Typicité: deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. In: Symposium International sur les Territoires et Enjeux du Développement Régional, **Anales...** 2005.

_____; VALCESCHINI, E. **La qualite dans l'agro-alimentaire**: emergence d'un champ de recherches: rapport fina, juin 1996. Inra, 1996.

CERDAN, C. y otros. La mise en politique des Indications géographiques et du *terroir* au Brésil : principaux défis et perspectives. In: DELFOSSE, C. (Org.). **La mode du terroir et les produits alimentaires**. Lyon: Laboratoire d'études rurales – Université de Lyon (Lyon 2-Isara), 2011, p. 323–346.

CHAMPREDONDE, M. A Qualidade vinculada à origem: da imersão à tipicidade territorial. In: MASCARENHAS (org). **O sabor da origem**. Porto Alegre: Escritos do Brasil, 2016, p. 21-50.

_____; BENEDETTO, A. Los actores y sus dinámicas de interacción en torno a la valorización de productos locales. **Anais...** X Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agro, industriales – CIEA, 7-10 de noviembre, Buenos Aires, Argentina, 2017.

_____; MUCHNIK, J. A Constructivist View on the Quality of Food: Argentinean Experiences. In: **Local Agri-food Systems in a Global World: Market, Social and Environmental Challenges**. Cambridge Scholars Publishing in association with GSE Research, 2012, p. 215-241.

_____; y otros. La Pampa como indicación geográfica para diferenciar carnes vacunas en Argentina y en Brasil: motivaciones y limitantes. **Agroalimentaria**, v. 20, n. 38, p. 35-52, 2014.

_____; y otros. **Orientaciones para la evaluación de solicitudes de registro Indicación Geográfica Denominación de Origen**. Guía destinada a funcionarios que examinan solicitudes de registro de productos mediante Indicación Geográfica y Denominación de Origen en América Latina, FAO, 2012. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-bt581s.pdf>. Acceso en: 11 nov 2019.

DE SAINTE MARIE, Christine y otros. La construction sociale de la qualité. Enjeux autour de l'Appellation d'Origine Controlée «Brocciu Corse». NICOLAS P. H., VALCESCHINI E. **Agro-alimentaire: une économie de la qualité, Economica**. Paris, 1995,p.185-197.

DE SOUSA BORDA, Ana Lucía. Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas—su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional. Derechos intelectuales. Buenos aires, Argentina: Astrea. Fernández, C.(1978). Las funciones de la marca. **ADI**, v. 5, p. 33-66, 2003.

FROEHLICH, J.M. A Primeira Denominação de Origem Brasileira: análise da experiência do arroz do Litoral Norte Gaúcho. In: VIEIRA y otros. **Indicações Geográficas, Signos Coletivos e Desenvolvimento Local/Regional** - Vol. 2. Erechim: Deviant, 2019, p. 199-225.

INHAN MATOS, L.A. O Papel das Instituições de Ensino Superior na Implementação das Indicações Geográficas Brasileiras, In: VIEIRA y otros. **Indicações Geográficas, Signos Coletivos e Desenvolvimento Local/Regional** - Vol. 2. Erechim: Deviant, 2019, p. 39-72.

_____. **O conhecimento regional do queijo Minas artesanal na indicação de procedência Canastra: ensinando o padre a rezar**. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, 2016.

_____; LA ROVERE, R. L. Conceitos dos Irmãos Polanyi como Ferramentas de Análise de Indicações Geográficas: o Caso da Indicação de Procedência do Queijo Minas Artesanal da Região da Canastra/MG. **Revista Econômica do Nordeste**, v. 49, n. 2, p. 133-148, 2018.

INPI. **Instrução Normativa nº. 95**, Registros de Indicações Geográficas, 2018. Disponível em: http://www.denisbarbosa.addr.com/paginas/leis/leis_marcas_res075.html, acesso em 03 jul 2019.

_____. **Instrução Normativa nº. 25**, Registro de Indicações Geográficas, 2013. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf, acesso em 03 jul 2019.

_____. **Instrução Normativa nº. 75**, Registros de Indicações Geográficas, 2000. Disponível em: http://www.denisbarbosa.addr.com/paginas/leis/leis_marcas_res075.html, acesso em 03 jul 2019.

MAPA. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio: módulo II - Indicação geográfica**. 4. ed. Florianópolis: Luiz Otávio Pimentel (org.), 2014.

MERCOSUR. Protocolo sobre Armonización de Normas sobre Propiedad Intelectual en el Mercosur, en Materia de Marcas, Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen. **Decisión Nº. 8/95 del Consejo del Mercado Común**. 1995.

NIEDERLE, P. A institucionalização de um mercado para produtos com indicações geográficas no Brasil: uma abordagem sociológica. **Indicação geográfica, signos coletivos e desenvolvimento**. São Paulo: IBPI, 2015.

_____. Desenvolvimento, instituições e mercados agroalimentares: os usos das Indicações Geográficas. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 4, n. 2, p. 21-43, 24 out. 2014.

_____. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França**. 2011. 263 f. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, 2011.

_____; GELAIN, J. Geographical indications in Brazilian food markets: quality conventions, institutionalization, and path dependence. **Journal of Rural Social Sciences**, v. 28, n. 1, p. 26, 2013.

_____; WILKINSON, J.; MASCARENHAS, G. The multilevel, multi-actor and multifunctional system of geographical indications in Brazil. In: BONANNO, A.; SEKINE, K.; FEUER, H. N. (Ed.). **Geographical Indication and Global Agri-Food: Development and Democratization**. Routledge, 2019.

OLIVEIRA, A. B.; MOREIRA, E. C.P. Indicações Geográficas e Agrobiodiversidade no contexto amazônico: a necessidade de um desenvolvimento territorial que leve em consideração a identidade cultural inerente aos produtos oriundos do conhecimento tradicional. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, Curitiba, v. 9, n. 2, p. 261-280, maio/ago. 2018.

OMPI. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL. **International Treaties and Conventions on Intellectual Property**. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use. 2008. p. 238–364.

PELLIN, V. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. **Interações (Campo Grande)**, v. 20, n. 1, p. 63-78, 2019.

RODRÍGUEZ SANTOS, M. C; CERVANTES BLANCO, M. La implicación del consumidor con la denominación de origen como determinante de su comportamiento de compra. **Anales del Congreso de la Economía Aplicada**, León, España, 2004,

SANTIAGO, D.G. y otros. Ministério da Agricultura e o Fomento às Indicações Geográficas no Brasil. In: VIEIRA y otros. **Indicações Geográficas, Signos Coletivos e Desenvolvimento Local/Regional**. Erechim: Deviant, 2019, v. 2, p. 73-96.

SHIAVONE, E. **Análisis y Recomendaciones Relacionadas con el Marco Legal de Las Indicaciones Geográficas en Argentina Y Brasil**. Texto INTA. 2018.

_____. Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios en Argentina. Ley 25.380/25.966 – DR 556/09. Seminario SAGPYA, **Anales...** 3/09/2009. Disponible em: <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/capacitacion/seminarios/IG_DO/schiavone.pdf>. Acesso em: 08 nov 2019.

SILVA, L. P.; RODRIGUES, W.; DE BRITO, S. C. D. (Des) Governança Na Experiência Tocantinense. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 2, 2019.

SYLVANDER, B. La qualité: du consommateur final au producteur: La construction sociale de la qualité: des produits aux façons de produire. **Études et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement**, INRA Editions, 1994, p.27-49.

_____; BARJOLLE, D.; ARFINI, F. (Ed.). **The socio-economics of origin labelled products in agri-food supply chains: Spatial, institutional and co-ordination aspects**. Editions Quae, 2000.

TEUBER, R. Consumers' and producers' expectations towards geographical indications: Empirical evidence for a German case study. **British Food Journal**, v. 113, n. 7, p. 900-918, 2011.

TROGNON, L.; LAGRANGE, L.; MARSAT, J. B. **Perception des produits alimentaires régionaux de qualité par le consommateur**. Signes Officiels de Qualité et développement agricole. Paris: Lavoisier, 1999.

YRAVEDRA, G. Denominações de origem e indicações geográficas de produtos vitivinícolas. Trad. TONIETTO, J. Bento Gonçalves - RS: EMBRAPA Centro Nacional de Pesquisa de Uva e Vinho, 1997. Disponível em: <http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/Repositorio/Doc18_000fqzj1uh802wyiv80084arlxo84qp9.pdf>. Acesso em: 05 dez 2015.