contratantes se comprometen a adoptar con arreglo a sus Constituciones respectivas, las medidas legislativas necesarias para asegurar la aplicación de las disposiciones de la Convención, y especialmente a establecer sanciones penales eficaces para castigar a las personas culpables de genocidio.²⁶

Estas Convenciones representan un progreso, pues al menos se deja de lado a la nacionalidad, aunque no encaran de frente una justicia internacional, sino que preceptúan una de carácter nacional.

Los crímenes de guerra y lesa humanidad cometidos durante la Guerra del Golfo Pérsico y con posterioridad a la misma por Sadam Hussein obligaban a los Estados afectados a iniciar un proceso contra el mismo.

Ante la falta de cumplimiento de dicha obligación, no queda más que la esperanza de que se concluya un tratado que instaure un Tribunal Internacional Penal que juzgue a los criminales de guerra y de lesa humanidad, con jurisdicción obligatoria.

²⁶ Puede consultarse el texto de la Convención en VIEIRA, Manuel A., *op. cit.*, p. 431.

EL RÉGIMEN INTERNACIONAL DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS: DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES DE PROCEDENCIA

Horacio RANGEL ORTIZ

SUMARIO: I. Terminología. 1. Denominaciones de origen. Concepto. 2. Indicaciones de Procedencia. Concepto. 3. Diferencias entre la denominación de origen y la indicación de procedencia. II. Las denominaciones de origen: 4. Antecedentes. 5. Tres ideas centrales: protección del consumidor, protección del productor y garantía de calidad. 6. Las características del producto han de tener su causa exclusiva o esencialmente en el medio geográfico. 7. Productos susceptibles de ser designados con una denominación de origen. 8. La titularidad de las denominaciones de origen. 9. Las denominaciones de origen, las denominaciones genéricas y las indicaciones de procedencia. III. Arreglo de Lisboa, del 31 de octubre de 1958, relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional: 10. Protección de la denominación de origen en el país solicitante. 11. Usurpación o imitación de la denominación de origen. 12. Transformación en una denominación genérica. 13. Duración de la protección. 14. Utilización anterior por terceros. IV. Las indicaciones de procedencia: 15. Las indicaciones de procedencia en el Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial. 16. Las falsas indicaciones de procedencia en el Convenio de París. 17. Arreglo de Madrid, del 14 de abril de 1891, relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos. V. Las denominaciones geográficas y las marcas: 18. La prohibición de adoptar nombres geográficos como marcas no es absoluta. 19. Nombres geográficos considerados no aptos para constituir marca. 20. El empleo de nombres geográficos a título de marca está sujeto a condiciones particulares. VI. Trabajos preparatorios para la redacción de un anteproyecto de tratado en materia de indicaciones geográficas.

I. TERMINOLOGÍA

Uno de los factores determinantes de la complejidad del tema consiste en la indeterminación o ambigüedad que ha imperado en la terminología correspondiente. Ordenamientos legislativos hay que lo mismo utilizan la expresión "denominación de origen" que "indicaciones de procedencia" o "nombres geográficos". Tal observación es aplicable

a leyes nacionales como a las que en el ámbito internacional reglamentan la materia a estudio. En la doctrina acontece un fenómeno similar, ya que para hablar de la institución, indiscriminadamente se le designa como "denominación de origen" o como "denominaciones de procedencia" o como "indicaciones de procedencia" o finalmente, como "denominaciones geográficas" o "nombres geográficos".¹

Sin negar que pueda existir cierta interrelación entre esa variedad de denominaciones, conviene subrayar la que efectivamente exista, pero sin descuidar la mención de sus diferencias para que, en función de lo que tengan de común sea posible establecer si esa correlación es de género a especie, es de especie a especie, o, en último análisis, si se trata de acepciones que nada tienen que ver entre sí o de una

¹ A propósito de la complejidad para encontrar soluciones para la revisión del Arreglo de Lisboa o de la conclusión de un nuevo tratado sobre indicaciones geográficas. Véase RANGEL MEDINA David, "La protección internacional de las denominaciones de origen", en *Estudios sobre cuestiones relativas a la revisión del Arreglo de Lisboa o a la conclusión de un nuevo tratado sobre indicaciones geográficas escritos por consultores a invitación del Director General de la OMPI*, OMPI, TAO/S/5, enero 1979, p. 12. Sirve para ilustrar lo aquí dicho, el texto del artículo 208-A de la antigua Ley mexicana de la propiedad industrial, que tomando como patrón el concepto establecido en el Arreglo de Lisboa, en su primera parte definía la denominación de origen diciendo que es "la denominación geográfica de una región o de una localidad que sirve para designar un producto originario de los mismos y cuya calidad o características se deben exclusivamente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos". Hasta aquí, como puede verse, la definición reproduce casi literalmente el texto del tratado internacional. Pero la segunda parte del mismo precepto extiende el rubro más allá de los nombres geográficos o de localidades, al considerar también como denominación de origen "aquella que sin hacer referencia al nombre de un lugar determinado, se encuentra estrechamente vinculada a éste en virtud de factores geográficos, sociales, lingüísticos o culturales, de tal manera que sus características o prestigio se deban exclusivamente a dichos factores"; criterio que más que aclarar el contenido y concepto de denominación de origen entorpece su comprensión y aplicación. El asunto, sin embargo, lo aclara la exposición de motivos en esta forma: "Tomando en consideración las particularidades de nuestra cultura y desarrollo económico, se ha ampliado el concepto de denominación de origen para incluir, en el texto del Decreto, las denominaciones de origen impropias, es decir, las que sin identificar un lugar determinado son distintivas de uno o más productos estrictamente vinculados al territorio en que se producen en virtud de factores geográficos, sociales, culturales, vgr. la bebida alcohólica llamada "xtabentún", originaria de la península yucateca. En este caso hay el vínculo entre producto y territorio, de la misma manera que en una denominación de origen en sentido estricto aun cuando producto y territorio se identifiquen con una denominación distinta". Véase RANGEL MEDINA David, "El nuevo régimen de las denominaciones de origen en México", *La Propiedad Intelectual*, Revista trimestral de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, AJO VI, núm. 2, 1973, p. 65.

simple cuestión de terminología, ajena o intrascendente al Derecho, en cuyo lenguaje no hay restricciones para el uso de vocablos sinónimos.²

Habrà pues que aclarar, que para los efectos del desarrollo del tema, bajo el rubro de "indicaciones geográficas" se examinará lo que aquí se llaman denominaciones de origen por un lado e indicaciones de procedencia, por otro. En vista de que en uno y otro caso (en tanto indicaciones *geográficas*) está presente la noción de la denominación geográfica, parece conveniente empezar por mencionar que la misma corresponde al nombre con el que se designa cualquier lugar del planeta, trátase de un continente como Asia; de un país, como Francia; de una región como Centroamérica; o de una ciudad como Tokio. Lo mismo puede referirse esa denominación geográfica a un fenómeno de la orografía, como el volcán Popocatepetl, que a un río, como el Amazonas o a un valle, como el de Loire. Es decir conforme a su pura acepción gramatical, y tomada aisladamente, la denominación geográfica podría ser extraña al orden jurídico en tanto equivalga a un simple nombre consignado por la Geografía, que no produce consecuencias jurídicas.³

1. Denominaciones de origen. Concepto

La denominación de origen es la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirve para designar un producto que es originario del lugar y cuya calidad o caracteres son debidos exclusivamente o esencialmente al medio geográfico, comprendiendo los factores naturales y los factores humanos.⁴

2. Indicaciones de procedencia. Concepto

La indicación de procedencia es el uso de un nombre geográfico sobre un producto, indicando simplemente, sin más, el lugar de producción. Es la indicación del lugar geográfico de residencia del fabricante que acostumbra a figurar en los productos que llevan marca, etiqueta o envase. En realidad, la indicación de procedencia es un

² RANGEL MEDINA David, "La protección internacional de las denominaciones de origen", *op. cit.*, p. 13.

³ *Ibid.*

⁴ *Arreglo de Lisboa*, artículo 2, párrafo 1.

complemento de la marca, que permite al productor dar a conocer su residencia.⁵

3. Diferencia entre la denominación de origen y la indicación de procedencia

Para el profesor Carlos E. Mascareñas, la diferencia entre ambas es clara, evidente y concreta, pero es necesario insistir en ellas puesto que no se han ido delimitando los dos conceptos y ha existido entre ambas una gran confusión, tanto en la doctrina, como en las legislaciones nacionales, como en los tratados internacionales. De acuerdo con este autor, las diferencias que existen entre la indicación de procedencia y la denominación de origen son las siguientes:

a. No se hace uso de la indicación de procedencia como denominación del producto, mientras que sí se hace de la denominación de origen.

b. La indicación de procedencia se aplica a todos y a no importa qué producto de un lugar geográfico, mientras que la denominación de origen se aplica solamente a un tipo de producto, de calidad y características determinadas. La indicación de procedencia no indica, por consiguiente, una calidad y unas características en el producto (la indicación de procedencia designa simplemente el origen geográfico de un producto sin que el producto deba tener características o calidad determinadas).

c. Para el empleo de indicación de procedencia no es necesario que el lugar geográfico sea conocido a causa de sus productos típicos, como lo es cuando se trata de denominaciones de origen.

d. La denominación de origen es un signo distintivo de los productos, mientras que la indicación de procedencia no lo es.

e. La denominación de origen es, pues, una modalidad de la propiedad industrial y la indicación de procedencia no lo es.⁶

Como el propio profesor Mascareñas lo reconoció en su momento, el tema es complicado y difícil.⁷ Así como para este autor una de las

⁵ MASCAREÑAS Carlos E., "Las denominaciones de origen", en FELIPE DE SOLÁ CAÑIZARES, *Tratado de Derecho Comercial Comparado*, t. II, Montaner y Simón, S.A. Barcelona 1962, p. 393.

⁶ MASCAREÑAS, *op. cit.*, p. 393.

⁷ MASCAREÑAS, *op. cit.*, p. 407.

diferencias entre denominación de origen e indicación de procedencia radica en el hecho que la primera es un signo distintivo y forma parte de la propiedad industrial, en tanto que la segunda no,⁸ para otros autores como Chavanne y Burst, ambos forman parte de la propiedad industrial en tanto signos distintivos.⁹ Estos autores señalan que las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia son dos signos distintivos compuestos de denominaciones geográficas que son asignadas a unos productos para diferenciarlos de otros productos.

⁸ En el mismo sentido, David RANGEL MEDINA, "La protección internacional de las denominaciones de origen", *op. cit.*, pp. 27-28. El profesor Rangel Medina, igual que el profesor Mascareñas, opina que las indicaciones de procedencia *per se* no son elementos de la propiedad industrial: "...sería aconsejable reformar el artículo 1, párrafo 2) del Convenio de París para la Protección de la propiedad industrial revisado en Estocolmo en 1967, excluyendo las indicaciones de procedencia o suprimiendo la expresión "las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen" de las instituciones que son el objeto de la protección de la propiedad industrial según dicho precepto legal, ya que está demostrado que la disyuntiva "o" usada en esa parte del texto del Convenio no es correcta. Aun cuando nombres geográficos los dos, cada una de ellas tiene su propia connotación... Aceptada esta distinción, de primer impulso podría sugerirse que la modificación del texto legal se hiciera consistir en la sustitución de la conjunción disyuntiva "o" por la conjunción copulativa "y" de tal modo que la redacción del párrafo indicara: "La protección de la propiedad industrial tiene por objeto las patentes... las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen..." Mas ello implicaría reconocer a las indicaciones de procedencia *per se* el carácter de elementos de la propiedad industrial, lo cual no corresponde a la realidad, pues si bien es cierto que las leyes reprimen el empleo de falsas indicaciones de procedencia, o de indicaciones de procedencia engañosas, y que hay un instrumento administrado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, cual es el Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas, también es verdad que lo que dichos ordenamientos reglamentan, no es la indicación de procedencia en sí misma considerada, sino "una indicación falsa o engañosa" que lleven los productos, en virtud de la cual resulten indicados directa o indirectamente, como país o como lugar de origen alguno de los países o lugares situados en ellos, como establece el artículo primero del citado Arreglo. De ahí que la modificación más adecuada al Convenio de París, en la parte que se comenta, consistiría en excluir la frase "indicaciones de procedencia o" y dejar únicamente la expresión "denominaciones de origen", dentro de la enumeración que consigna el párrafo 2) del artículo 1 del Convenio". Véase también cómo a propósito de la "Precisión de la Terminología" este mismo autor estima que la indicación de procedencia o proveniencia en rigor debiera llamarse indicación *del lugar* de procedencia. RANGEL MEDINA, "La protección internacional de las denominaciones de origen...", *op. cit.*, p. 14.

⁹ CHAVANNE Albert y BURST Jean-Jacques, *Droit de la propriété industrielle*, Deuxième édition, Dalloz 1980, pp. 329, 330 y 617). Gómez Segade también se refiere a las denominaciones de origen y a las indicaciones de procedencia como "signos distintivos". Véase GÓMEZ SEGADE, José Antonio, "Denominaciones de origen españolas para productos no vinícolas", *Actas de Derecho Industrial*, t. 8, 1982, p. 406.

Así, al referirse a las diferencias entre denominaciones de origen e indicaciones de procedencia, señalan que la denominación de origen es una denominación constituida por el nombre de un lugar en donde los productos gozan de una prolongada reputación y por ello constituyen un verdadero signo distintivo y una garantía de calidad para el consumidor. La indicación de procedencia, señalan, es una simple mención del lugar en el que un producto ha sido creado, ya sea que dicha creación haya tenido lugar por cultura natural, extracción o fabricación. Se trata simplemente de un dato indicativo que permite primordialmente al comprador saber si el producto es de origen local o proveniente del extranjero, afirman Chavanne y Burst.¹⁰

Baste mencionar lo anterior como un dato indicativo del carácter complicado que presenta el estudio, y sobre todo la aplicación en la práctica de las instituciones que versan sobre indicaciones geográficas, trátase de denominaciones de origen o de indicaciones de procedencia. Lo que hay que destacar por ahora y en lo que parece haber una mayor armonía es que en el caso de las denominaciones de origen estamos ante la presencia de un signo indicativo no sólo del origen de la mercancía, sino además de una determinada calidad, circunstancia esta última ausente en el caso de las indicaciones de procedencia que, como se ha visto, simplemente designan el origen geográfico del producto.

II. LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN

4. Antecedentes

La denominación de origen constituye un signo distintivo de los productos, cuyas raíces se encuentran en el Derecho francés,¹¹ pero que han logrado reconocimiento en muchos otros países y a nivel internacional.¹²

Dice Fontbrune, evidentemente en un sentido muy amplio y genérico, que la noción de "denominación de origen" de alguna manera existe desde siempre y que procede del deseo del hombre de indivi-

¹⁰ CHAVANNE y BURST, *op. cit.*, p. 617.

¹¹ AUBY Jean-Marie y PLAISANT Robert, *Le droit des appellations d'origine. L'appellation Cognac*, Librairies Techniques, Libraire de la Cour de cassation, Paris 1974, pp. 43-44.

¹² Véase GÓMEZ SEGADE José Antonio, "Denominaciones de origen españolas para productos no vinícolas...", *op. cit.*, p. 403.

dualizar los productos a través de un nombre geográfico. Si bien, de acuerdo con este autor, la noción de "denominación de origen" es muy antigua, su protección, por el contrario, es mucho más reciente. De acuerdo con este concepto amplio de denominación de origen, se afirma que existió de hecho antes de beneficiarse de un reconocimiento jurídico.¹³

A fines del siglo XIX y a comienzos del XX, se producen diversos fenómenos. Estando ubicados en un momento de desarrollo cada vez más intenso de los comercios internos y externos y de la demanda de productos reputados, se entabla una lucha. Por un lado existe un sector que desea conservar celosamente un derecho o nombre adquirido gracias a factores como las condiciones climáticas muy especiales, a la naturaleza de los suelos, a las maneras de cultivar los productos, o la de fabricarlos, lo que da a dichos productos un carácter único; por otro, la presencia de un grupo que se esfuerza, sin razón ni derecho, en utilizar injustamente denominaciones usurpadas, obteniendo con ello un aprovechamiento ilegal. Si a ello se agrega la destrucción casi total del viñedo en Francia a causa de la filoxera¹⁴ hacia el año 1870, es fácil estimar que las consecuencias fueron considerables y dramáticas: al estar comprometido el suministro del mercado se acudía cada vez más a la elaboración de vinos en gran escala por medio de prácticas fraudulentas. Ante esta situación el poder político no podía quedar indiferente y decide intervenir.¹⁵

Una reglamentación abundante, a menudo desordenada y difusa, se va a elaborar poco a poco a principios del siglo XX, independientemente de la del derecho de marcas, con el fin de asegurar más probidad en las relaciones económicas y comerciales. Se tratará por una parte, de asegurar al consumidor que cuando compra un producto que se beneficia de una denominación de origen, éste sea verdaderamente auténtico, y por otra, procurar que el productor que se somete a las

¹³ La noción de denominación de origen como hoy se le conoce fue dada por primera vez por el Arreglo de Lisboa del 31 de octubre de 1958. Véase DE FONTBRUNE Valérie, *Ejemplo de un sistema de denominación de origen: las denominaciones de origen controladas de vinos y aguardientes franceses*, junio de 1989, OMPI /MAO/CTG/89/2, p. 2.

¹⁴ Género de insectos hemípteros muy pequeños, vecinos de los pulgones, que ataca la vid: la filoxera es oriunda de América.

¹⁵ Véase DE FONTBRUNE Valérie, *Ejemplo de un sistema de denominación de origen: ...*, *op. cit.*, p. 3.

reglas estrictas de producción o de fabricación. no sea víctima de competencia desleal.¹⁶

Tres grandes fechas marcan la historia de las denominaciones de origen en Francia:

— La ley de 1º de agosto de 1905 sobre la represión de fraudes en la venta de mercancías y de falsificaciones de productos alimentarios y productos agrícolas;

— La ley de 6 de mayo de 1919 relativa a la protección de las denominaciones de origen;

— El decreto-ley de 30 de julio de 1935 que crea el I.N.A.O. (Institut des Appellations d'Origine) y las denominaciones de origen controladas —"appellations d'origine contrôlées"— (relativo a la defensa del mercado de vinos y al régimen económico del alcohol.

Efectivamente, la ley de 1º de agosto de 1905 sobre fraudes abrogó y reemplazó las leyes de 27 de marzo de 1851 y de 5 de mayo de 1855 que versaba sobre materias similares.¹⁷

Por lo que hace a los antecedentes más remotos de la ley de 6 de mayo de 1919 sobre denominaciones de origen, hay que apuntar que ya una vieja ley de 28 de julio de 1824, aún en vigor, establecía medidas correctivas.

Quienquiera que fijando, haciendo aparecer por adición, supresión o por alteración sobre los objetos fabricados el nombre de fabricante distinto al verdadero, o la razón comercial de una fábrica distinta de aquella en la que los productos han sido fabricados, o, en fin, el nombre de un lugar distinto al de fabricación...¹⁸

En la ley de 6 de mayo de 1919 el derecho a la denominación de origen se apoya en dos elementos: el origen geográfico y los usos. Ello constata la insuficiencia de esta legislación, pues adopta el principio que quienquiera que cultive o fabrique en un lugar determinado tiene el derecho de designar sus productos con el nombre correspondiente, de tal suerte que los más diversos artículos, sea por su naturaleza o por su calidad, pueden beneficiarse de la misma denominación.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ AUBY Y PLAISANT, *op. cit.*, p. 44.

¹⁸ Véase AUBY Y PLAISANT, *op. cit.*, pp. 43-44.

Vista la denominación de origen como un derecho natural, por un lado, carece de cualquier valor comercial y por otro, no proporciona garantía alguna al público. En efecto, ambos elementos están íntimamente relacionados. Percibida de esta forma la denominación de origen, carece de valor comercial porque es susceptible de designar las más diversas mercancías y sin garantía para el público porque todo aquello a lo que se aplica no corresponde a alguna norma de calidad.¹⁹

Es en Francia donde la evolución hacia una nueva concepción de la denominación de origen, la de proporcionar una garantía de calidad, se consuma, no modificando la ley de 5 de mayo de 1919, sino agregando una nueva institución, especial para los vinos y aguardientes. Ese fue el objeto del decreto-ley de 30 de julio de 1935 por virtud del cual se instituyen las denominaciones de origen controladas y se crea el comité que más adelante habría de ser el I.N.A.O. Debe destacarse que desde el título de la ley de 30 de julio de 1935 (relativo a la defensa del mercado de vinos y al régimen económico del alcohol) resulta que el objetivo de esta reglamentación ya no es proporcionar a los propietarios el goce de sus denominaciones de origen, sino defender el mercado de vinos, esto es, de organizar la producción y la distribución del producto para asegurar prosperidad a los viticultores. La ley relativa a las denominaciones de origen controladas no es sino una pieza de una organización más compleja. Ello no obstante, una pieza importante en la medida que la calidad y la garantía de calidad proporcionadas al público son necesarias para permitir la comercialización del vino. De ello resulta que la noción de calidad y garantía de calidad dominan esta legislación.²⁰ La denominación de origen apa-

¹⁹ Algunas de las disposiciones de la ley de 6 de mayo de 1919 fueron modificadas por la ley de 6 de julio de 1966, pero no en los principios. AUBY Y PLAISANT, *op. cit.*, pp. 58 y 59. Efectivamente, el gran paso se aprecia hasta la ley de 1935; sin embargo, una legislación intermedia establece un punto de demarcación entre dos periodos distintos: la ley de 22 de julio de 1927. Bajo la ley de 1919 incumbía al poder judicial la tarea de precisar quiénes tenían derecho a la denominación de origen. Si bien esta situación no es modificada por la ley de 1927, el legislador de 1927 previó que el juez, en la determinación de las nuevas condiciones requeridas para apoyar el derecho a la denominación, podía recurrir a los usos locales, leales y constantes... y otras cuestiones relacionadas. Véase ROUBIER Paul, *Le droit de la propriété industrielle*, Editions du Recueil Sirey, 22, Rue Soufflot, Paris (5e) 1954, t. II, p. 786.

²⁰ Artículo 22. Funciones. Se crea un instituto nacional de denominaciones de origen de vinos y aguardientes y se le dota de personalidad civil. Artículo 22, a) Este organismo determinará, después de escuchar la opinión de los sindicatos interesados, las condiciones de producción que deban satisfacer el vino de cada una

rece ahora como un título jurídico destinado a garantizar las calidades de origen del producto.²¹

El decreto-ley de 1935 representa además el triunfo del sistema de reglamentación administrativa en esta materia, pues de acuerdo con la ley de 1919, de estas cuestiones conocían sólo los jueces.²²

5. Tres ideas centrales: protección del consumidor, protección del productor y garantía de calidad

Un análisis sumario, hecho desde el punto de vista histórico de la reglamentación francesa, conduce a constatar la intervención de tres ideas centrales en la materia, que habrán de influir las legislaciones modernas sobre el tema.

La primera idea es la *protección del consumidor* contra el engaño, estando también presente la noción de la salud pública. Esta idea domina la ley de 1º de agosto de 1905 sobre fraudes, que no puede ser ignorada pero que juega tan sólo un papel accesorio en materia de denominaciones de origen. Ello es así pues, por indispensable que fuera, dicha ley no respondía a las necesidades comerciales sobre las cuales se funda la denominación de origen. La ley de 1º de agosto de 1905 fue insuficiente para permitir la protección de las denominaciones de origen. Debía adoptarse una legislación especial.

Una segunda idea es la *protección del productor*. La tierra que permite obtener productos apreciados por razón de su calidad, es, en el comercio nacional e internacional una ventaja que ni el interesado ni el Estado pueden ignorar. De ahí la necesidad, en primer término, de una delimitación que la ponga al abrigo de las usurpaciones, y en segundo, de instrumentar una política tenaz para obtener una protección de otros países que, no gozando de tal ventaja, están dispuestos a calificar de genéricas las denominaciones de origen caracterizadas por una gran notoriedad. Sin embargo, esta idea por sí misma es insuficiente, pues al no asegurar la perennidad de la calidad que ha permitido el gran renombre de la denominación, conduce al envilecimiento de la denominación y en última instancia, a su desaparición.

de las denominaciones de origen "controladas" establecidas en virtud del artículo 42. AUBY y PLAISANT, *op. cit.*, pp. 47, 48, 77 y 78.

²¹ ROUBIER Paul, t. II, *op. cit.*, p. 794.

²² Véase ROUBIER Paul, t. II, *op. cit.*, p. 755.

La tercera idea, que no está necesariamente vinculada a la segunda, pero que es su complemento indispensable, es la *garantía de calidad*. Ella tiene por consecuencia una reglamentación estricta y detallada de las condiciones de producción y de comercialización por los poderes públicos.²³

6. Las características del producto han de tener su causa exclusiva o esencialmente en el medio geográfico

Entre el producto y la denominación de origen existe una conexión geográfica y cualitativa: las características del producto han de tener su causa, exclusiva o esencialmente en el medio geográfico.

7. Productos susceptibles de ser designados con una denominación de origen

Por estas razones, tradicionalmente las denominaciones de origen se han utilizado para distinguir productos vinícolas y aguardientes como las denominaciones de origen francesas Cognac y Champagne, la denominación de origen mexicana Tequila y otros similares que en la doctrina francesa algunos denominan "productos del suelo"²⁴ por su relación con el medio geográfico, particularmente con el "suelo" del que son extraídos y donde son producidos.

Sin embargo, cabe la posibilidad de extender el régimen de denominaciones de origen a otros productos agrarios²⁵ en tanto las características de dicho productos tengan su causa exclusiva o esencialmente en el medio geográfico, incluidos los factores naturales (como el clima y la materia prima) y humanos (como la mano de obra). En España, por ejemplo, el régimen de las denominaciones de origen se aplica lo mismo a productos vinícolas que

- al aceite de oliva (Borjas Blancas, Siurana, Sierra de Segura, Baena);
- al queso (Mahón, Roncal, Cabrales, Queso Manchego);
- al jamón curado (Jamón de Teruel);

²³ AUBY y PLAISANT, *op. cit.*, pp. 49 y 50.

²⁴ Véase AUBY y PLAISANT, *op. cit.*, p. 1. Véase también RANGEL MEDINA David, "El nuevo régimen de las denominaciones de origen en México", *op. cit.*, p. 60.

²⁵ Véase GÓMEZ SEGADE José Antonio, "Denominaciones de origen españolas para productos no vinícolas", *op. cit.*, p. 403. Véase también AUBY y PLAISANT, *op. cit.*, p. 1: "La denominación de origen... se aplica a un producto del suelo, vinos, aguardientes, quesos...".

— a las judías secas, garbanzas y arroz (Calasparra, para el arroz producido en esta comarca).²⁶

El interés económico de algunos productos ha provocado que las denominaciones de origen rebasen el campo de los productos vinícolas y agrarios. Así se han protegido, mediante la técnica de las denominaciones de origen, productos no agrarios, como aguas minerales, en tanto las características de dichos productos se derivan de la conjunción de los factores naturales y humanos. De acuerdo con estos criterios, se ha pensado que no hay razón para cerrar el paso a las denominaciones de origen de otros productos no agrarios, tales como la porcelana.²⁷ Si bien existe un consenso que cuando las características de algunos productos tienen su causa exclusiva o esencialmente en el medio geográfico (comprendidos los factores naturales y los factores humanos) no hay razón para impedir la aplicación del régimen de las denominaciones de origen para la protección de dichos productos y las denominaciones que sirven para designarlos, no reina el acuerdo a la hora de decidir si las denominaciones de origen pueden designar productos estrictamente industriales, que se basan de manera exclusiva o esencial en factores puramente humanos, tales como aceros, relojes, etcétera.²⁸

Efectivamente, la ley define en abstracto la denominación de origen, y es la autoridad responsable de aplicar la ley²⁹ quien en concreto reconoce tales denominaciones de origen y fija las características que

²⁶ Véase GÓMEZ SEGADÉ, José Antonio, "Denominaciones de origen españolas para productos no vinícolas", *op. cit.*, pp. 404-405.

²⁷ AREAN LALIN Manuel, "Extensión de las denominaciones de origen a las piedras ornamentales", *Actas de Derecho Industrial*, t. II, 1985-1986, pp. 575-577. Véase, sin embargo, AUBY y PLAISANT, *op. cit.*, p. 1: "La denominación de origen, que se aplica a un producto del suelo, vinos, aguardientes, quesos, se opone a la indicación de procedencia: ésta es el nombre de un lugar que designa un producto de donde es originario, pero en el que la calidad no tiene que ver con el suelo; siguen las reglas de los productos manufacturados, como la porcelana de Limoges y los aceros de Solingen."

²⁸ En Galicia, la Ley de protección de las piedras ornamentales parece adoptar una respuesta afirmativa en su artículo 1: "1. Los productos procedentes del granito, de la pizarra o de otras piedras ornamentales que tengan calidades y caracteres diferenciales debidos al medio natural y/o a su elaboración, quedan amparados por denominación de origen. 2. Se entiende por denominación de origen, a los efectos de esta ley, el nombre de la comarca, parroquia o lugar geográfico empleado para designar los productos que, extraídos y/o elaborados en esta zona, se refieren al apartado anterior." AREAN LALIN Manuel, "Extensión de las denominaciones de origen a las piedras ornamentales", *op. cit.*, pp. 575-577.

²⁹ Normalmente, el Ejecutivo,

debe reunir el producto para poder ser distinguido con la denominación de origen. Este es el sistema adoptado en diversos países como Francia, Bélgica,³⁰ México, etcétera.

8. La titularidad de las denominaciones de origen

A diferencia de lo que ocurre con otros signos distintivos, la titularidad de las denominaciones de origen no corresponde a empresarios individuales. Tratándose de denominaciones de origen, la titularidad puede ser una *titularidad colectiva* de los empresarios de la correspondiente zona geográfica,³¹ o bien puede corresponder al gobierno como ocurre en México en donde el gobierno es el titular de la declaración general de protección de una denominación de origen; emitida la declaración general de protección, el gobierno expide autorizaciones específicas a quienes acrediten ajustarse a los términos de la declaración general de protección.

9. Las denominaciones de origen, las denominaciones genéricas y las indicaciones de procedencia³²

En tanto las denominaciones de origen son el nombre mismo del producto así designado, se plantea el problema sobre si la denominación que sirve para designar un determinado producto en estas circunstancias constituye una denominación de origen o una denominación genérica. La cuestión es de importancia particularmente en aquellos casos en que se ha hecho un uso no controlado de una determinada denominación geográfica para referirse a un producto que no proviene de la región conocida con el nombre geográfico y que por tanto sus

³⁰ Véase GÓMEZ SEGADÉ José Antonio, "Las denominaciones de origen españolas para productos no vinícolas", *op. cit.*, p. 404.

³¹ Como ha destacado, por ejemplo, en España el Tribunal Supremo, véase GÓMEZ SEGADÉ José Antonio, "Las denominaciones de origen españolas para productos no vinícolas", *op. cit.*, p. 404.

³² Para un estudio sobre la degeneración de las denominaciones de origen y su transformación en denominaciones genéricas, incluyendo ejemplos, puede consultarse: AUBY y PLAISANT, *op. cit.*, pp. 71 y 72, DE FONTBRUNE Valérie, *La denominación de origen y su infracción: impacto sobre las políticas de producción y la protección del consumidor*, OMPI/MAO/CTG/89/3, junio 1989, pp. 2-18, ROUBIER Paul, t. II, *op. cit.*, pp. 802 y ss., BODENHAUSEN, George H. C., *Guía para la aplicación del convenio de París para la protección de la propiedad industrial*, Revisado en Estocolmo en 1967, BIRPI 1969 Ginebra, Suiza, p. 155.

características no son el resultado del medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos.

Un "nombre geográfico" se convierte en una indicación genérica, dice Fernández Novoa, cuando ha perdido su carácter inicial (aludir al origen geográfico) para convertirse en la denominación de un género de productos; en este caso el nombre es geográfico sólo en apariencia y puede ser utilizado por todas las empresas que elaboran el producto del género correspondiente.³³

Por ejemplo, ha sido objeto de crítica el reconocimiento provisional como denominación de origen a la denominación "Queso Manchego" (Orden Ministerial de 2 de julio de 1982), que en opinión del profesor Gómez Segade³⁴ no parece ser una denominación de origen, sino más bien una denominación genérica. Así, dice este autor, en las Órdenes que efectúan el reconocimiento provisional de las denominaciones de origen para productos no vinícolas, existen confusiones dogmáticas de relieve, que se manifiestan en normas jurídicas en principio erróneas. Por ejemplo, cuando se ha hecho un reconocimiento provisional se aclara que durante la fase provisional no podrá utilizarse la expresión "denominación de origen" en la comercialización de los productos. Y se añade que, en tanto no se apruebe definitivamente el Reglamento correspondiente de la denominación de origen, "podrá utilizarse el nombre geográfico como indicación de procedencia por las industrias situadas en la comarca".

Independientemente de lo anterior, lo cierto es que el simple transcurso del tiempo no puede convertir una indicación de procedencia en una denominación de origen, porque tanto las denominaciones de origen como las indicaciones de procedencia poseen distinta relación con los productos.³⁵ En consecuencia ningún precepto legal puede establecer que un nombre geográfico puede pasar de indicación de procedencia a denominación de origen, por el simple mandato del legislador; y tampoco puede aceptarse que la indicación de procedencia constituya la primera fase de la denominación de origen, porque hay indicaciones de procedencia que nunca pueden convertirse en denominaciones de origen

³³ FERNÁNDEZ NOVOA Carlos, *Fundamentos de Derecho de Marcas*, Montecorvo, Madrid 1984, p. 170.

³⁴ Véase GÓMEZ SEGADE José Antonio, "Denominaciones de origen españolas para productos no vinícolas", *op. cit.*, pp. 405-406.

³⁵ "Porque ambos signos distintivos poseen distinta relación con los productos", señala el profesor Gómez Segade, "Denominaciones de origen españolas para productos no vinícolas", *op. cit.*, p. 406.

de un producto, al carecer de influencia sobre la calidad del producto el origen geográfico del mismo. Por lo demás, para la defensa de los intereses de una denominación de origen, lo decisivo no es el reconocimiento en el interior de una denominación de origen cualquiera, sino conseguir su eficaz defensa, prestigio y respeto, sobre todo en los mercados exteriores.³⁶

Hay que apuntar que la cuestión del uso de una denominación de origen como un término genérico ha sido uno de los temas más espinosos, especialmente en el ámbito internacional, ya que es natural que los beneficiarios del régimen de protección de las denominaciones de origen se opongan a utilidades del signo para designar genéricamente a un producto que ni proviene de la región geográfica designada, ni ha sido el resultado de los factores naturales y humanos propios de la región. Es pues evidente que este interés se oponga al de los productores y comerciantes de productos similares que han sido designados genéricamente con la denominación, quienes defienden su utilización genérica afirmando que ha perdido toda significación que aluda al origen geográfico.

En estos casos, dicen los defensores de la utilización genérica, se hace necesario e inevitable la utilización del nombre geográfico, pues no existe otra forma de referirse al producto. Esta postura es apoyada, además, en el hecho que el origen real del producto aparece en la etiqueta del producto (v. gr. Champagne de California), con lo que se elimina la posibilidad de engaño a los consumidores. De acuerdo con esta perspectiva, la cuestión del descrédito para el producto verdadero pasa a ser una cuestión secundaria. Se dice, por tanto, que en esos casos no debe existir monopolio alguno respecto del uso de la denominación.

Los adversarios de estas nociones han respondido que la lealtad del comercio internacional está necesariamente vinculada a la protección de las denominaciones de origen y que en realidad no hay monopolio alguno, sino simplemente el uso exclusivo de una denominación en armonía total con la geografía, agregando que la apropiación de la denominación en otros países no es sino una confirmación del valor de la denominación y del espíritu de usurpar un bien que pertenece a otro.³⁷ Insisten en que debe recordarse que la denominación de origen

³⁶ Véase, *Ibid.*

³⁷ Véase ROUBIER Paul, t. II, *op. cit.*, p. 803.

corresponde a los beneficiarios del régimen de protección de estos signos ubicados en una región en la que el suelo o el clima han sido determinantes en el reconocimiento de la protección: aquello que es donado por la naturaleza sobre un punto del globo no se encontrará en otro lugar y en consecuencia habrá engaño toda vez que se haga uso de la denominación para referirse a un producto que no proviene de la región.³⁸

Efectivamente, pueden llegar a presentarse situaciones en las que, debido a la tolerancia y falta de control, una denominación de origen ha perdido toda significación en relación con el origen geográfico de un producto así designado y en las que el consumidor identifica el nombre geográfico como el nombre de un producto proveniente de un lugar distinto al que alude la denominación. Ello, desde luego, ha provocado que los auténticos beneficiarios de la denominación de origen se encuentren ante situaciones de hecho que han dado lugar a problemas como los que aquí se apuntan. Se trata de denominaciones de origen que han adquirido celebridad en los mercados internacionales justamente por razón de las calidades del producto original y que han sido utilizadas para designar productos en los que el método originario ha sido imitado a fin de satisfacer la clientela de otros países.

No es este el momento ni el lugar para examinar casos que involucren situaciones "consumadas" pues, como se ha visto, no reina la armonía en cuanto a la solución que debe darse a los problemas que dichas situaciones suscitan. Baste mencionar que una sana política de protección a los signos distintivos y de respeto a las reglas de la sana competencia debe incluir la represión de utilizaciones de nombres geográficos para nombrar un producto originalmente designado con la denominación de origen, a fin de evitar la degeneración de la denominación de origen y su eventual transformación en un término genérico, que por lo demás únicamente puede ocurrir como consecuencia de la tolerancia y falta de control en el uso de la denominación geográfica para aludir a productos distintos a los designados por la denominación de origen.

Sin desconocer que aun en las llamadas situaciones "consumadas" pueden aplicarse medidas correctivas que sean el resultado de soluciones negociadas entre las partes involucradas tendentes a una even-

³⁸ Véase ROUBIER Paul, t. II, *op. cit.*, p. 804.

tual regeneración del nombre, el hecho es que en el ámbito de lo preventivo deben reprimirse conductas que se aparten del ánimo que llevó al legislador francés y a sus seguidores al establecimiento de reglas estrictas en lo que hace a la adopción, utilización y respeto de las denominaciones de origen propiamente dichas, como hasta aquí han quedado expuestas.

Asimismo, reconociendo que la cuestión puede ser abordada desde distintas perspectivas, se estima que el criterio que debe prevalecer en la protección de las denominaciones de origen a nivel internacional deberá ser en el sentido que mientras el signo goce de la protección originalmente reconocida en el país de origen, por razón de que subsisten las condiciones que le dieron origen, deberá reprimirse toda utilización de la denominación de origen para referirse a un producto imitador.

III. ARREGLO DE LISBOA, DEL 31 DE OCTUBRE DE 1958, RELATIVO A LA PROTECCIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y SU REGISTRO INTERNACIONAL

La finalidad del Arreglo, concertado en 1958 y revisado en Estocolmo en 1967, consiste en dar protección a las denominaciones de origen, o sea, la "denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos" (artículo 2).³⁹

Al 1º de enero de 1991 los 16 Estados siguientes eran parte de este Arreglo: Algeria, Bulgaria, Burkina Faso, Congo, Cuba, Checoslovaquia, Francia, Gabón, Haití, Hungría, Israel, Italia, México, Portugal, Togo, Túnez.

Con excepción de Haití, México y Portugal —que únicamente se encuentran obligados por el Acta de Lisboa— los Estados restantes se encuentran obligados por el Acta de Estocolmo.⁴⁰

Esas denominaciones son registradas por la Oficina Internacional (OMPI), en Ginebra, a petición de las autoridades competentes del

³⁹ OMPI, *Informaciones Generales*, Ginebra 1984, p. 31.

⁴⁰ Véase WIPO, *Industrial Property*, Geneva, 30th Year-núm. 1. January 1991, p. 13.

Estado contratante interesado. La Oficina Internacional comunica el registro a los Estados contratantes. Excepto en el caso de que un Estado contratante declare, dentro del plazo de un año, que no puede conceder la protección de una denominación registrada, todos los países miembros del Arreglo están obligados a proteger la denominación internacionalmente registrada mientras siga estando protegida en el país de origen.⁴¹

10. Protección de la denominación de origen en el país solicitante

De lo anterior se sigue que una condición para que surja la protección internacional, esto es, para que una denominación de origen pueda ser registrada ante la Oficina Internacional, es precisamente el reconocimiento de la protección en el país solicitante, ya sea que dicho reconocimiento se haya otorgado por virtud de disposiciones legislativas o reglamentarias o como consecuencia de decisiones judiciales que reconozcan la protección.⁴²

11. Usurpación o imitación de la denominación de origen

El Arreglo de Lisboa dispone que la protección será asegurada contra toda usurpación o imitación, incluso si el verdadero origen del producto figura indicado o si la denominación se emplea en traducción o va acompañada de expresiones tales como "género", "manera", "imitación" o similares (artículo 3).

12. Transformación de una denominación genérica

La cuestión de la transformación de una denominación de origen en una denominación genérica está prevista en los términos del artículo 6 del Arreglo en donde se establece que una denominación admitida a la protección en un país de la Unión del Arreglo de Lisboa no podrá considerarse que ha llegado a ser genérico en el mismo, en tanto se encuentre protegida como denominación de origen en el país de origen. De ello se sigue que en el caso de las denominaciones de origen se presupone el carácter de signo distintivo del origen del producto en tanto se cumpla con el requisito aludido.

⁴¹ Véase OMPI, *Informaciones Generales*, op. cit., p. 31.

⁴² Véase artículo 1 del Arreglo de Lisboa y artículo 1, apartado 5 del Reglamento para la Ejecución del Arreglo de Lisboa.

13. Duración de la protección

Por lo que hace a la duración de la protección y del registro internacional, el Arreglo hace una remisión similar a la de la cuestión de la transformación en denominación genérica, al establecer que los efectos del registro internacional durarán tanto tiempo como subsista la protección en el país de origen. Normalmente el reconocimiento de la protección originaria está sujeto a que subsistan las condiciones que dieron origen al reconocimiento de la protección, incluidos los factores naturales y humanos. Esto significa que una vez efectuado el registro internacional no se requiere de renovación alguna para conservar su vigencia (artículo 7 del Arreglo).

14. Utilización anterior por terceros

El Arreglo establece que si una denominación admitida a la protección en un país, previa notificación de su registro internacional, estuviere ya utilizándose por terceros en dicho país, desde una fecha anterior a la notificación, la administración competente de dicho país tendrá un plazo, que no podrá exceder de dos años, para poner fin a la referida utilización con la condición de informar de ello a la Oficina Internacional dentro de los tres meses siguientes a la expiración del plazo de un año estipulado para que las administraciones de los países declaren que no pueden asegurar la protección de una denominación de origen, cuyo registro internacional les haya sido notificado (artículo 5, apartado 6).

IV. LAS INDICACIONES DE PROCEDENCIA

15. Las indicaciones de procedencia en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial

Al 1º de enero de 1991 eran parte en este Convenio 100 países. De América Latina son parte en el Convenio Argentina, Brasil, México y Uruguay (sólo Uruguay y México han ratificado el Acta de Estocolmo); de la región del Caribe y América insular también son miembros Bahamas, Cuba, Haití, República Dominicana y Trinidad y Tobago (Industrial Property, enero 1991).

El concepto de indicación de procedencia aparece en la legislación internacional con su incorporación en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (artículo 1, párrafo 2): "La protección de la propiedad industrial tiene por objeto... las indicaciones de procedencia o las denominaciones de origen,..."

16. Las falsas indicaciones de procedencia en el Convenio de París

Si bien el concepto de indicación de procedencia aparece incorporado en el texto del Convenio de París, en realidad es difícil afirmar que ésta se encuentre regulada en dicho instrumento, pues como señala el profesor Rangel Medina, lo que en realidad reglamenta, no es la indicación de procedencia en sí misma considerada, sino "la utilización directa o indirecta de una indicación falsa concerniente a la procedencia del producto..."⁴³

El texto más reciente del artículo 10 del Convenio de París (Acta de Estocolmo 1967) se lee como sigue:

1) Las disposiciones del artículo precedente serán aplicadas en caso de utilización directa o indirecta de una indicación falsa concerniente a la procedencia del producto o a la identidad del productor, fabricante o comerciante.

2) Será en todo caso reconocido como parte interesada, sea persona física o moral, todo productor, fabricante o comerciante dedicado a la producción, la fabricación o el comercio de ese producto y establecido en la localidad falsamente indicada como lugar de procedencia, o en la región donde esta localidad esté situada, o en el país falsamente indicado, o en el país donde se emplea la indicación falsa de procedencia.

Los elementos principales de este artículo estaban incluidos ya en el texto original del Convenio de 1883, pero en aquella época la disposición se aplicaba únicamente a los productos que llevasen falsamente, como indicación de procedencia, el nombre de una localidad determinada y cuando esa indicación fuese unida a un nombre comercial ficticio o utilizado con intención fraudulenta.⁴⁴

⁴³ Véase RANGEL MEDINA David, "La protección internacional de las denominaciones de origen", *op. cit.*, pp. 27-28.

⁴⁴ Véase BODENHAUSEN, *op. cit.*, p. 152 y WIPO, *The Paris Convention for the Protection of Industrial Property from 1883 to 1983*, International Bureau of Intellectual Property, Geneva 1983, pp. 52 y 53. De acuerdo con el antiguo texto

En posteriores revisiones (Bruselas 1900, Washington 1910, La Haya 1925, Londres 1934 y Lisboa 1958) se modificó el artículo en varios puntos, pero sólo la Conferencia de Lisboa logró darle un mayor alcance. Se aplica ahora a todas las utilizaciones directas o indirectas de una indicación falsa concerniente a la procedencia de productos, independientemente de que dicha indicación sea el nombre de una localidad determinada o que vaya unida a un nombre comercial ficticio o utilizado con intención fraudulenta. En su versión actual la disposición se extiende también a toda utilización directa o indirecta de una indicación falsa concerniente a la *identidad del productor*, fabricante o comerciante de los productos (primer párrafo).⁴⁵

La utilización *directa* de una indicación falsa de procedencia se produce cuando resulta de las palabras utilizadas; la utilización *indirecta* de esa indicación se produce, por ejemplo, cuando se suministran los productos sin ninguna indicación de procedencia después de haber llevado a cabo una falsa publicidad en cuanto a la procedencia, o cuando se hace la indicación de procedencia mediante una imagen que sugiera tal procedencia,⁴⁶ como podría ser una reproducción del retrato de Sus Majestades Juan Carlos y Sofía, de la Tour Eiffel o de la bandera inglesa, ya fuera en el producto, la etiqueta del producto, los empaques del producto o en materiales publicitarios o de otro tipo asociados al producto, lo que sugeriría que la procedencia es España, Francia o Inglaterra.

El segundo párrafo del artículo se refiere a los casos en los cuales se indica falsamente como procedencia de los productos una *localidad*, una *región* o un *país* y, por lo tanto, sólo se aplica a las indicaciones *geográficas* falsas. En estos casos, se presenta la dificultad derivada del hecho que una indicación geográfica no suele ser de propiedad particular, de tal modo que, contrariamente a lo que ocurre con las marcas, los nombres comerciales y las indicaciones falsas sobre la identidad del productor, etcétera, no hay propietario ni ninguna otra persona que sea competente de manera obvia para oponerse al uso de indicaciones geográficas falsas. La disposición establece esa compe-

del artículo 10 del Convenio de París el producto podía llevar una falsa indicación de procedencia y no constituir una infracción por razón de que el nombre comercial no era falso. Véase ROUBIER Paul, t. II, *op. cit.*, p. 805.

⁴⁵ La disposición se extiende también a toda utilización directa o indirecta de una indicación falsa concerniente a la identidad del productor, fabricante o comerciante de los productos. BODENHAUSEN, *op. cit.*, p. 153.

⁴⁶ BODENHAUSEN, *op. cit.*, p. 152.

tencia reconociendo como parte interesada a todo productor, fabricante o comerciante dedicado a la producción, a la fabricación o el comercio del producto de que se trate y establecido en la localidad o en el país falsamente indicado o en la región en que esa localidad esté situada o en el país en el que se emplea la indicación falsa de procedencia. Está claro que los productores, etcétera, del primer grupo están directamente interesados porque pueden verse perjudicados por la indicación falsa de la localidad, la región o el país en el que están establecidos; los productores, etcétera, del segundo grupo, cabe suponer que están indirectamente interesados porque la utilización de una indicación falsa de procedencia en cualquier país puede considerarse como un acto de competencia desleal. Se ha pensado que, probablemente, los productores, etcétera, del último grupo podrán intervenir con mayor rapidez.⁴⁷

Estrictamente hablando, la disposición que trata de las falsas indicaciones de procedencia es únicamente el artículo 10 del Convenio de París y no el artículo 9, que versa sobre productos que lleven ilícitamente una marca o un nombre comercial. Sin embargo, como el artículo 9 contiene una serie de medidas que las autoridades de los países miembros del Convenio de París están obligadas a aplicar en el caso de productos que ostenten ilícitamente una marca o un nombre comercial, el artículo 10 del Convenio hace una remisión a las medidas previstas en el artículo 9 para casos que involucren falsas indicaciones de procedencia.

Por lo tanto, en los casos de utilización de falsas indicaciones de procedencia a que se refiere el párrafo 1 del artículo 10 del Convenio de París, deberán aplicarse las siguientes medidas que son las previstas en el artículo 9 del Convenio, es decir:

- todo producto que lleve una falsa indicación de procedencia será embargado al importarse en los países de la Unión;
- el embargo se efectuará igualmente en el país donde se haya hecho la aplicación ilícita, o en el país donde haya sido importado el producto;
- el embargo se efectuará a instancias del Ministerio Público, de cualquier otra autoridad competente o de parte interesada, persona física o moral conforme a la legislación interna de cada país;

⁴⁷ BODENHAUSEN, *op. cit.*, pp. 154-155. Respecto de las reclamaciones que de modo directo podrían intentar los consumidores en circunstancias similares con apoyo en principios represores del fraude, véase ROUBIER Paul, t. II, *op. cit.*, p. 800.

- las autoridades no estarán obligadas a efectuar el embargo en caso de tránsito;
- si la legislación de un país no admite el embargo en el momento de la importación, el embargo se sustituirá por la prohibición de importación o por el embargo en el interior; y
- si la legislación de un país no admite ni el embargo en el momento de la importación, ni la prohibición de importación, ni el embargo en el interior, y en espera de que dicha legislación se modifique en consecuencia, estas medidas serán sustituidas por las acciones y medios que la ley de dicho país concediese en caso semejante a los nacionales.⁴⁸

17. Arreglo de Madrid del 14 de abril de 1891, relativo a la Reprimición de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos

Al 1º de enero de 1991, 30 Estados eran parte de este Arreglo.⁴⁹

El Arreglo, concertado en 1891, ha sido revisado en Washington en 1911, en La Haya en 1925, en Londres en 1934, en Lisboa en 1958 y en Estocolmo en 1967.⁵⁰

Este Arreglo surge para suplir lo que se estimaban como deficiencias en el Convenio de París en su versión más temprana. Entre esas deficiencias destaca la exigencia originalmente prevista en el Convenio de París en el sentido que la falsa indicación de procedencia debía ir acompañada de una indicación igualmente falsa de un nombre comercial o con intención fraudulenta para que el acto fuese reprimible en los términos de este Convenio.⁵¹

El descontento de los países insatisfechos con el artículo 10 del Convenio de París por lo que se estimaba una protección muy modesta dio lugar al nacimiento de un proyecto de Arreglo, que fue presentado

⁴⁸ Véase HERNÁNDEZ SUÁREZ Liliana Claudia. *Los signos engañosos en el Derecho marcario mexicano*, Universidad Iberoamericana, México, D.F. 1990, pp. 148-150.

⁴⁹ WIPO, *Industrial Property*, Geneva, January 1991. Algeria, Brasil, Bulgaria, Cuba, Checoslovaquia, República Dominicana, Egipto, Francia, República Democrática de Alemania, República Federal de Alemania, Hungría, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Líbano, Liechtenstein, Mónaco, Marruecos, Nueva Zelanda, Polonia, Portugal, San Marino, España Sri Lanka, Suecia, Suiza, Siria, Túnez, Turquía y Reino Unido.

⁵⁰ OMPI, *Informaciones Generales*, *op. cit.*, p. 20.

⁵¹ En lo que se refiere al texto original del artículo 10 del Convenio de París, véase WIPO, *The Paris Convention... from 1883 to 1983*, *op. cit.*, pp. 52 y 53.

a la Conferencia de Madrid en 1890. El proyecto tendía a una protección más amplia, pero naturalmente no podía ser aprobado por todos los Estados unionistas, por lo que únicamente fue firmado por unos cuantos países. Es así como fue creado, en el seno de la gran Unión, una Unión reducida para la represión de las falsas indicaciones de procedencia.⁵²

El artículo 1 del Arreglo de Madrid estipula que los productos que lleven una identificación falsa o engañosa en virtud de la cual resulten designados directa o indirectamente como país o lugar de origen de alguno de los países que son miembros del Arreglo de Madrid, o algún lugar situado en alguno de ellos, tendrán que ser embargados al momento de su importación en cualquiera de estos países.

Con la incorporación de este texto en el Arreglo de Madrid los países signatarios superan la exigencia originalmente prevista en el Convenio de París consistente en que la falsa indicación de procedencia debía ir acompañada de una indicación igualmente falsa de un nombre comercial o con intención fraudulenta.

Sin embargo, como el propio texto del artículo 1 del Arreglo de Madrid lo dispuso, esta extensión de la protección era aplicable únicamente para los países miembros del Arreglo de Madrid y no para la totalidad de los países miembros del Convenio de París. Años más tarde, los inconvenientes que llevaron a la redacción del artículo 1 del Arreglo de Madrid habrían de ser tomados en cuenta para una reforma del Convenio de París hasta llegar al texto del artículo 10 de este Convenio como hoy se conoce. No existe duda, por tanto, que el espíritu y el texto del artículo 1 del Arreglo de Madrid influyeron decisivamente en la reforma del artículo 10 del Convenio de París.⁵³

De acuerdo con lo previsto en el Arreglo de Madrid, el embargo también podrá efectuarse en los países donde se hubiese colocado la indicación de procedencia falsa o engañosa o en el lugar de donde se hubiese importado el producto provisto de tal indicación. Si la legis-

⁵² ROUBIER Paul, t. II, *op. cit.*, pp. 804-805.

⁵³ En posteriores revisiones (Bruselas 1900, Washington 1910, La Haya 1925, Londres 1934 y Lisboa 1958) se modificó el artículo en varios puntos, pero sólo la Conferencia de Lisboa logró darle un alcance mucho mayor que antes. Se aplica ahora a todas las utilidades directas o indirectas de una indicación falsa concerniente a la procedencia de productos, independientemente de que dicha indicación sea el nombre de una localidad determinada o que vaya unida a un nombre comercial ficticio o utilizado con intención fraudulenta. Véase *supra* nota 46.

lación no admitiera el embargo al momento de la importación, esta medida será reemplazada por la prohibición de la importación. En defecto de estas dos medidas, deberán aplicarse las medidas que la ley del país en cuestión conceda en casos parecidos a los nacionales del país.

El artículo 3 del Arreglo de Madrid establece el derecho que tendrá el vendedor de un producto de indicar su nombre o su dirección sobre los productos que fueran objeto de su comercio, aun cuando ellos procedieran de un país diferente a aquel en que se realiza la comercialización. Sin embargo, es necesario en tales casos que la dirección y el nombre del vendedor sean acompañadas de una indicación precisa y en caracteres visibles del país o del lugar de fabricación o de producción del producto, o de cualquier otra indicación que fuese suficiente para evitar cualquier error sobre el verdadero origen de las mercancías.⁵⁴

El artículo 3 bis del Arreglo de Madrid reprime el uso de las falsas designaciones al establecer la obligación de los países de prohibir el uso de cualquier indicación que tuviese carácter de publicidad y fuese susceptible de inducir al error al público sobre la procedencia de los productos. Ese uso podrá ocurrir con ocasión de la venta, la exposi-

⁵⁴ En relación con esta disposición y su asociación con las marcas véase el comentario de José Alonso Yagüe, quien sostiene que no existe falsa indicación de procedencia cuando con tal carácter se haga constar en una marca el nombre del lugar geográfico como punto de naturaleza de un producto vendido en otro distinto, siempre que se haga constar también el lugar de residencia y nombre de quien lo distingue con esa marca, en forma tal que el consumidor advierta la duplicidad de lugares, uno como naturaleza del producto y otro como residencia de quien lo lanza al mercado, y siempre también que el producto distinguido proceda realmente del lugar que con tal carácter se indique. ALONSO YAGÜE José Juan, *La propiedad industrial al alcance de todos*, Editorial Victoriano Suárez, Madrid, España, 1952, p. 194. Según Mascareñas puede figurar en un producto un nombre geográfico que no sea el del lugar de producción y no constituir falsa indicación de procedencia, si de una manera clara y expresa se hace constar otra circunstancia que desvirtúe que la denominación geográfica indica el lugar de fabricación, elaboración o extracción del producto. Uno de estos casos es aquel en que se hace la indicación del lugar geográfico del comerciante, diferente al de producción, siempre que además se haga constar el lugar de procedencia del producto. MASCAREÑAS Carlos E., *Los delitos contra la Propiedad Industrial*, José Ma. Mosch-Editor, Barcelona, 1953, p. 124. Aquí hay que destacar una de las diferencias fundamentales entre el régimen del Arreglo de Madrid y el del Arreglo de Lisboa, pues el artículo 3 del Arreglo de Lisboa dispone que la protección será asegurada contra toda usurpación o imitación, incluso si el verdadero origen del producto figura indicado (o si la denominación se emplea en traducción o va acompañada de expresiones tales como "género", "manera", "imitación" o similares).

ción o el ofrecimiento de los productos referidos, pudiendo figurar sobre insignias, anuncios, facturas, tarjetas, papeles de comercio o cualquier otra clase de comunicación comercial.

Esta disposición amplía la del artículo 1 de este tratado, al prohibir el uso de indicaciones de origen falsas y actividades publicitarias o comerciales en cualquier de los países miembros del Arreglo.

El artículo 4 del Arreglo de Madrid establece que las autoridades judiciales de cada país decidirán cuáles son las denominaciones geográficas que no quedan sujetas a las disposiciones del Arreglo de Madrid por tratarse de denominaciones de carácter genérico para designar a los productos de que se trata. Esta disposición reconoce el hecho de que muchas denominaciones geográficas constituyen hoy en día denominaciones genéricas de los productos a los cuales se aplican, de tal manera que no existe posibilidad de engaño con relación al origen del producto por la utilización de esas denominaciones. Tales son, por ejemplo, los casos de las denominaciones "agua de colonia" (para aguas perfumadas), "cachemira" (para lanas), "tinta china" (referido a determinado tipo de tintas para escribir), "persiana veneciana" (referido a cierto tipo de persianas), etcétera.

En relación con esta disposición se ha dicho que no existe la falsa indicación de procedencia cuando se haga referencia a un producto con el nombre de un lugar geográfico que por el uso constante en el comercio haya adquirido carácter de genérico, empleándose, no ya para designar el origen del producto, sino su naturaleza, composición o forma especial de ser.⁵⁵

V. LAS DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS Y LAS MARCAS ⁵⁶

Las denominaciones geográficas vuelven a aparecer en los códigos que regulan otro sector de los signos distintivos, como son las marcas. Así, en la mayoría de las leyes de marcas se hace mención de las denominaciones geográficas como causa de no registrabilidad y como elemento cuyo empleo en el uso de las marcas es prohibido.

⁵⁵ ALONSO YAGUE, *op. cit.*, p. 194.

⁵⁶ Para un examen global de las reglas aplicables a la prohibición de adoptar signos engañosos como marcas (teoría general de los signos engañosos), incluyendo un análisis del régimen aplicable a los signos que pueden inducir a error en cuanto a la procedencia, véase HERNÁNDEZ SUÁREZ Lilitiana Claudia, *Los signos engañosos en el Derecho marcario mexicano*, *op. cit.*, pp. 79 y 187.

Las referencias a las denominaciones geográficas pueden ser expresas o implícitas. Serán implícitas cuando se prohíba el registro como marca de denominaciones, signos o figuras susceptibles de engañar al público o inducir respecto de la procedencia u origen de los productos o servicios. En uno y otro caso se está en el campo de los signos engañosos.

De las distintas prohibiciones de registro de signos engañosos (v. gr. naturaleza, caracteres, calidad, etcétera) la que mayor complejidad presenta es la que se refiere a la prohibición de registrar como marca, falsas indicaciones respecto de la procedencia u origen. Ello se debe no sólo al carácter equívoco del término "procedencia" en el derecho marcario (en su acepción marcaria y en su acepción geográfica), sino además a la duplicidad de situaciones en las cuales una indicación de procedencia no es registrable como marca.

Puede así hablarse de dos hipótesis en las cuales la exclusividad marcaria está restringida para las denominaciones geográficas: el caso de los signos engañosos propiamente dichos y el caso de los signos no monopolizables.

En la primera hipótesis, el producto no proviene del lugar geográfico designado con el nombre que se utiliza como marca para distinguir ciertos productos, propiciando con ello el engaño en el público consumidor, quien adquiere un producto creyendo que dicho producto proviene del lugar geográfico al que se alude, precisamente por razón de que el lugar geográfico es reconocido por la reputación de los productos que ahí se elaboran.

En la segunda hipótesis, los productos que ostentan como marca una designación geográfica sí provienen del lugar geográfico al que se hace referencia, pero en este caso lo que se trata de evitar es que el nombre de una localidad sea monopolizado por un empresario, atrayendo y concentrando la atención de la clientela únicamente sobre su producto mediante aquel nombre que es del patrimonio común.⁵⁷

18. *La prohibición de adoptar nombres geográficos como marcas no es absoluta*

De acuerdo con Mathély,⁵⁸ la cuestión de saber si un nombre geográfico puede ser adoptado como signo distintivo es discutida con

⁵⁷ Véase RANGEL MEDINA David, *Tratado de Derecho Marcario*, Edit. L'ebros de México, México 1960, pp. 417-418.

⁵⁸ MATHÉLY Paul, *Le Droit Français des Signes Distinctifs*, Librairie du Journal

frecuencia. A veces se sostiene que un nombre geográfico no es apto para constituir un signo distintivo. En efecto, en razón de su función natural que es designar un lugar, el nombre geográfico puede aparecer como no propio para cumplir la función de un signo distintivo, que es precisamente identificar una empresa o un objeto de industria o de comercio. En todo caso, en el ejercicio de una función distintiva existe el riesgo de que un nombre geográfico sea engañoso por la indicación o evocación falsas de una cierta procedencia.

Pero, en realidad, las cosas son diferentes. Existe en efecto una gran multitud de nombres geográficos. A pesar de esto último, la mayoría de ellos no tiene un verdadero significado geográfico, sea por sí mismos o por razón de las condiciones de su empleo. Por ello hay que entender que muchos nombres son desconocidos del público como designaciones del lugar o que aplicados a la designación de una empresa, de un producto o de un servicio, no evocan procedencia alguna. En esos casos, los nombres geográficos aparecen como siendo nombres de fantasía. No es pues posible rehusar pura y simplemente a un nombre geográfico la posibilidad de constituir un signo distintivo.⁵⁹

Así, la regla para determinar si un nombre geográfico puede ser o no objeto de registro es relativa y no absoluta.⁶⁰ En el contexto de la prohibición de registro de nombres geográficos por ser signos engañosos, según César Sepúlveda, la prohibición de registrar los nombres geográficos obedece a la finalidad de proteger al público, pues éste podría confundirse en cuanto a la calidad u origen de las mercancías, cuando coincide con una calidad o disposición especial de la mercadería. Sin embargo, esta regla admite excepciones, así una marca constituida por nombres de lugares no habitados, como son montañas, ríos, mares, no conduce a confusión alguna del producto proveniente de esa montaña, río o mar, pudiendo constituir así una marca apta para el registro.

Según el profesor Carlos E. Mascareñas para que exista falsa indicación de procedencia es necesario que la designación del nombre geográfico sea hecha como lugar de producción sin serlo realmente. Así, teniendo presentes los principios aplicables a los nombres de fantasía

de Notaires et des Avocats, Paris, 1984, p. 865.

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ SEPÚLVEDA César, *El Sistema Mexicano de Propiedad Industrial*, Porrúa, Segunda Edición, México, 1981, p. 128.

y las reglas previstas en el artículo 3 del Arreglo de Madrid, en principio, toda indicación de un lugar geográfico con referencia a un producto deberá ser interpretada como indicación de procedencia, y, por tanto, toda designación, con referencia a un producto, de un lugar geográfico que no sea el de producción deberá ser considerada como falsa indicación de procedencia.⁶¹

19. Nombres geográficos considerados no aptos para constituir marca

Hildegart Rondón de Sansó al considerar el uso de nombres geográficos no registrables señala que no puede registrarse una marca compleja cuyo elemento característico sea un nombre geográfico no registrable, así como tampoco una marca constituida por una etiqueta en la cual el elemento esencial característico sea un nombre geográfico indicativo de falsa procedencia. Cita como ejemplo la marca "*Cubana Sello Verde*" para distinguir bebidas alcohólicas. Esta marca no puede ser registrable, dice esta autora, por cuanto la palabra *Cubana* es el elemento que más se destaca en dicha marca, lo cual da a entender que los productos a los cuales se destina son de origen cubano, por lo cual induce a error sobre su procedencia.⁶²

Apunta también que los nombres geográficos no pueden registrarse cuando sean indicativos de una procedencia falsa. Así, dice Rondón de Sansó, la marca *Scotland* no puede registrarse para distinguir ropa por cuanto este nombre es característico de una región geográfica, una de cuyas principales actividades es la industria del tejido y por cuanto en el mercado se conoce el nombre "escocés", aplicado a telas de cuadros y rayas formando cuadros de colores, se considera que dicha marca cae dentro de las disposiciones prohibitivas.⁶³

El catedrático español Carlos Fernández Novoa, en su comentario a la sentencia del Tribunal Supremo de 11 de diciembre de 1979, señala que el registro de la marca *Veneto*, aplicada a productos como el calzado, cordelería, etcétera, fue negado por ser el nombre de una región, en la que existe una floreciente industria del calzado, con centros principales en *Verona* y *Vicenza*, que por sus rela-

⁶¹ MASCAREÑAS Carlos E., *Los delitos contra la Propiedad Industrial*, op. cit., p. 124. Véase también el comentario del mismo autor *supra* nota 54.

⁶² RONDON DE SANZO Hildegart, *Patentes y Signos Distintivos*, Publicaciones de la Facultad de Derecho, Venezuela, 1968, p. 50.

⁶³ *Ibid.*

ciones mercantiles exteriores, incluidas las sostenidas con España, es claramente conocida de un gran número de consumidores de los artículos de la clase que ampara calzado, cordelería, etcétera, con lo cual su mención evoca fácilmente una procedencia asentada en la buena reputación industrial de los productos correspondientes, y que hacen a tal denominación inapta para ser admitida a registro.⁶⁴

20. *El empleo de nombres geográficos a título de marca está sujeto a condiciones particulares*

Como puede apreciarse, la solución razonable es admitir los nombres geográficos a título de signos distintivos, pero si un nombre geográfico puede en principio ser adoptado a título de signo distintivo, su empleo está sujeto a condiciones particulares.⁶⁵ Esas condiciones particulares bien pueden ser en opinión de Rangel Medina las siguientes:

— que el nombre geográfico no sea evocativo o indicativo del lugar de procedencia de los respectivos artículos y

— que tampoco sea una expresión que sirva de símbolo común para individualizar determinado género de productos o mercancía.⁶⁶

A partir de estas condiciones particulares se pueden citar las siguientes excepciones a la prohibición de registrar como marca designaciones geográficas:

1a. Cuando el comercio no ha establecido una relación de origen entre la palabra geográfica y las mercancías, porque en ese lugar no se producen esos artículos en calidad y cantidad bastante para tener renombre en el mercado nacional o mundial.

2a. Cuando dicha palabra tiene connotaciones distintas.

3a. Cuando la marca es notoriamente conocida tanto en el país de origen como en otros países para distinguir los objetos para los que se solicita su registro.⁶⁷

Sobra indicar que en la determinación sobre si un nombre geográfico puede o no ser adoptado como marca, lejos de estar ante reglas

⁶⁴ FERNÁNDEZ NOVOA Carlos, "La adopción de un nombre geográfico extranjero como marca", en *Actas de Derecho Industrial*, t. II, 1975, Instituto de Derecho Industrial, Universidad de Santiago, Editorial Montecorvo, S.A., p. 347.

⁶⁵ MATHÉLY, *op. cit.*, p. 866.

⁶⁶ RANGEL MEDINA, *Tratado...*, *op. cit.* p. 269.

⁶⁷ Véase RANGEL MEDINA, *Tratado...*, *op. cit.*, pp. 420-421.

matemáticas de aplicación inmediata a situaciones generales, invariablemente deberán tenerse en cuenta todas las circunstancias de hecho.

VI. TRABAJOS PREPARATORIOS PARA LA REDACCIÓN DE UN ANTEPROYECTO DE TRATADO INTERNACIONAL EN MATERIA DE INDICACIONES DE PROCEDENCIA Y DENOMINACIONES DE ORIGEN

Para concluir sólo hay que decir que durante los meses de mayo y junio de 1990 tuvo lugar en Ginebra la primera sesión del Comité de Expertos sobre Protección Internacional de Indicaciones Geográficas. Las discusiones se basaron en un memorándum preparado por la Oficina Internacional titulado "Necesidad de un Nuevo Tratado y su Posible Contenido".⁶⁸ Dicho documento contiene un análisis histórico de los conceptos y terminología básicos en relación con la protección de indicaciones geográficas, los tratados multilaterales existentes sobre protección de indicaciones geográficas y los trabajos antes realizados en el seno de la OMPI tendientes a la adopción de nuevas disposiciones internacionales en esta materia. En el trabajo se destacan los inconvenientes detectados en los tratados multilaterales existentes y se investigan posibles enfoques que pudieran ser adoptados en un nuevo tratado multilateral, especialmente en lo relacionado con cuestiones tales como:

- objeto de la protección,
- condiciones para conferir la protección,
- extensión de la protección,
- mecanismos para hacer efectiva para protección,
- posibilidad de un mecanismo para la resolución de conflictos e
- instauración de un nuevo sistema de registro internacional.

El Comité acordó que la Oficina Internacional prepararía un anteproyecto de tratado, que sería presentado en el curso de la próxima sesión del Comité e incluiría alternativas en todos aquellos casos en

⁶⁸ El texto de la Parte II y la Parte III del Memorándum pueden consultarse en WIPO, *Industrial Property*, Geneva, 29th Year-núm. 9, September 1990, pp. 252 y ss.

que el Comité no haya llegado a un acuerdo.⁶⁹ Esta reunión está programada para tener verificativo del 2 al 5 de diciembre de 1991 (Segunda Sesión del Comité de Expertos sobre Protección Internacional de Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen), a la que están invitados a participar los Estados miembros de la Unión de París y, con el carácter de observadores, ciertas organizaciones.⁷⁰

EL JUICIO DE AMPARO A LA LUZ DE LA MODERNA JUSTICIA CONSTITUCIONAL

Arturo F. ZALDÍVAR LELO DE LARREA

SUMARIO: I. Introducción. II. Algunas consideraciones sobre los conceptos de defensa constitucional, justicia constitucional y jurisdicción constitucional. III. Breve panorama comparativo de la justicia constitucional. IV. Algunos problemas contemporáneos del juicio de amparo. 1. Generalidades. 2. El concepto de autoridad para los efectos del amparo. 3. La suspensión del acto reclamado. 4. Otros problemas.

I. INTRODUCCIÓN

En Europa, la justicia constitucional, es un fenómeno que nace en este siglo con la Corte Austriaca de 1920, inspiración del ilustre Hans Kelsen. La facultad controladora de la constitucionalidad de las leyes significaba la aceptación de un principio, novedoso por aquellas tierras, consistente en que el órgano legislativo estaba sujeto a límites, a través de una "legalidad superior" aplicada por una Corte Constitucional.¹ El desarrollo posterior de este principio exigió el reconocimiento de la Constitución como norma jurídica, vinculante para todas las autoridades del Estado.

Sin embargo, es a partir de la segunda posguerra cuando se inicia un gran crecimiento de la justicia constitucional a nivel mundial. Las terribles experiencias vividas por el hombre durante la absurda guerra que terminaba, exigían respuestas jurídicas y políticas contra la intolerancia, la opresión y la tiranía.

Tales respuestas fueron proporcionadas por los diversos países, a través de los siguientes elementos: a) una Constitución escrita vinculadora para todos los órganos del Estado; b) un procedimiento dificultado de reformas constitucionales; c) la adopción de una declaración

¹ CAPPELLETTI, Mauro: "Apuntes para una Fenomenología de la Justicia en el Siglo XX", en *Revista Judicial*, Costa Rica, año XII, número 45, diciembre de 1988, p. 26.

⁶⁹ WIPO, *Industrial Property*, Geneva 30th Year-núm. 1, January 1991 (Activities of the International Bureau. *The World Intellectual Property Organization 1900-Overview of Activities and Developments*, p. 38.

⁷⁰ WIPO, *Industrial Property*, Geneva 30th Year-núm. 1, January 1991, p. 100.