

Área: Ciencias Sociales y Humanas

**«La propiedad intelectual y el desarrollo económico sostenible»  
(especial referencia al área geográfica Valle de Uco)**

**«Intellectual property and sustainable economic development» (Valle de Uco geographic area)**

Molina, Marcela Sandra. Universidad Juan Agustín Maza. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.  
Universidad Católica Argentina. Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas.

Cavichioli, Agostina. Universidad Juan Agustín Maza. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

Jan Naselli, Romina. Universidad Juan Agustín Maza. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

Solis, David. Universidad Juan Agustín Maza. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

Contacto: marcsmolina@yahoo.com.ar

**Palabras clave:** Propiedad intelectual- Sostenibilidad- Signos distintivos

**Key Words:** Intellectual property – Sustainability- Distinctive signs

La SAGyP de la Nación ha instrumentado programas de sellos de calidad y añadido de valor al producto para el desarrollo rural sostenible (a través de marcas colectivas, marcas comerciales, indicaciones de origen geográfico, marca país). El valor añadido y el renombre del producto y de la producción local depende del modo en que se lleve a cabo el proceso de valorización, difusión de sus caracteres distintivos para la apreciación por el consumidor y consiguiente fidelización. En este sentido, son indispensables las estrategias de comercialización y publicidad como así también la educación del consumidor. En la actividad vitivinícola se ha aplicado el régimen de las indicaciones de origen geográfico (Ley N°25.163) y se han reconocido más de un centenar de IG, varias IP y dos DOs. Sin embargo, resulta inexplicable la casi nula aplicación o instrumentación de estos programas nacionales con relación a los demás productos de Valle de Uco aun cuando hay algunos que han adquirido renombre (v.gr. manzanas de Tunuyán, nueces de Tupungato, etc). Nos preguntamos si será por falta de interés del productor o inercia o falta de difusión del programa en esta provincia, o falta de conocimiento de los objetos de propiedad intelectual tanto por el productor como por el consumidor, o tal vez por no advertir la importancia comercial de los nuevos signos distintivos ni su valor añadido al producto, o por los costos del régimen jurídico o por su litigiosidad.

¿Cómo se protegen jurídicamente los sellos de calidad específica? ¿Hay alguna categoría de la propiedad intelectual que permita aplicarse a todos los productos del área geográfica? ¿Cómo vincular

la publicidad de los signos distintivos con bienes culturales intangibles? ¿Cómo y quién puede gestionarlo estratégicamente? ¿Coadyuva al cumplimiento de los objetivos de desarrollo económico sostenible? Este trabajo de investigación teórico-práctica, unidisciplinar, está dirigido a estudiar en general los distintos objetos de propiedad intelectual, sus medios de defensa, la gestión y estrategias de valorización, la publicidad en la era digital. Todo ello para el posterior estudio de un caso: área geográfica de Valle de Uco y sus localidades. Analizamos concretamente, si el patrimonio productivo y condiciones agroecológicas de Tunuyán (v.gr. manzanas, cerezas, nueces, etc), nombres geográficos (Valle de Uco, Tupungato, Tunuyán, etc) o el patrimonio cultural (v.gr. Manzano Histórico o la Fiesta de la tonada) pueden ser protegidos como objeto de propiedad intelectual. En su caso, quien puede registrarlo, ejercer acciones de defensa, como coordinar y gestionar un objeto de propiedad intelectual cuya titularidad pertenece a innumerables productores, grupos, y qué papel le cabe al Estado en general, y a los municipios en particular. Se estableció como objetivo general, la profundización del estudio de los distintos objetos de propiedad intelectual para su aplicación al activo intangible de Valle de Uco y otras localidades renombradas. Entre los objetivos específicos, el diagnóstico de la necesidad y alcance de la capacitación de los medianos y pequeños productores. Dentro del marco conceptual, analizamos el régimen de la propiedad intelectual desde los siguientes ejes temáticos: Primero, analizamos de modo general e introductorio la propiedad intelectual y el desarrollo sostenible. Segundo,

## Área: Ciencias Sociales y Humanas

los signos distintivos como objeto de propiedad intelectual (marcas comerciales, marcas colectivas, indicaciones de origen geográfico, marca país/marca ciudad/marca región), diseños industriales. Analizamos su desarrollo conceptual en la doctrina y jurisprudencia, conflictos entre signos distintivos, los desafíos frente a las nuevas tecnologías. Tercero, la función administrativa de fomento y el concepto de sostenibilidad. En cuanto a la metodología, el trabajo de investigación tiene dos partes bien diferenciadas: una teórica (en la que usamos el método hermenéutico) y otro empírico-descriptivo. -Metodología exploratoria y descriptiva para el diagnóstico y análisis jurídico de los canales de comercialización y publicidad, signos distintivos. Hemos efectuamos un relevamiento de las marcas, indicaciones geográficas y nombres de dominio de internet que usan el nombre geográfico «Valle de Uco» y de otras localidades de esa región. -Hermenéutica. Efectuamos un estudio a partir de las fuentes formales y materiales del derecho, mediante el método comparativo, teleológico, sistemático, deductivo. El presente trabajo está en curso de ejecución. Hay aspectos sujetos a debate que dependen de la terminación del procesamiento de los datos de las encuestas y entrevista, relevamiento de signos distintivos. No obstante, señalamos como aspectos sujetos a debate los siguientes: a) La función de distintividad y publicidad de los signos distintivos para el acceso al mercado o la ampliación de la cuota del mercado nacional e internacional. b) Los conflictos jurídicos entre los signos distintivos. c) Los signos distintivos y los nuevos canales de comercialización. Ya mencionamos que este trabajo de investigación está en ejecución. No obstante, podemos señalar como resultados preliminares: -El nombre «Valle de Uco» está registrado en varias clases del nomenclador de marcas conformando un signo compuesto por dicho topónimo y otro elemento diferenciador. También existen marcas registradas con los nombres «Tupungato», «San Carlos», «La Consulta». Además, «Tupungato», «San Carlos» (San Carlos -Mendoza y San Carlos- Salta IG homónimas), «La Consulta», «Vista Flores», «Tunuyán» han sido registrados como IG para vinos. Los potenciales conflictos jurídicos entre signos marcarios deben ser resueltos mediante la aplicación de los principios de especialidad, y con relación a las indicaciones de origen geográfico también el principio de veracidad y reglas especiales de homonimia. También, debe tenerse en cuenta la jurisprudencia sobre marcas comerciales conformadas por nombres geográficos como elemento débil de un signo compuesto. -La matriz productiva

de Valle de Uco es heterogénea, aunque sobresale la vitivinicultura, también se producen manzanas, cerezas y nueces. Todo ello lleva a buscar un signo distintivo que permita aglutinar todas las actividades productivas para potenciar su renombre. Dentro de este marco, se presenta la marca regional como un signo distintivo que permite aglutinar los distintos sectores de la economía de la región de Valle de Uco, los distintos productos.

**Responsable del trabajo:** Marcela Molina  
**Correo del responsable del trabajo:**  
 marcsmolina@yahoo.com.ar  
**Modalidad de exposición:** Video  
**Disciplina:** Ciencias Sociales  
**Subdisciplina:** Ciencias Jurídicas  
**Universidad Organizante por la que se presenta el trabajo:**  
 Universidad Juan Agustín Maza