

Calidad: su marco legislativo y protección jurídica

IGNACIO QUINTANA CARLO. CATEDRÁTICO DE DERECHO MERCANTIL DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA.

Existe una notable complejidad del marco normativo de la protección de la calidad, y la diversidad de instrumentos jurídicos utilizables para ello, que no pueden sino dejar perplejo a quien acometa por vez primera el estudio de esta materia.

En principio, la protección de la calidad requiere de signos distintivos, pero los operadores económicos pueden escoger a tal fin entre toda una amplísima panoplia de estos signos, tales como los siguientes:

1. Las marcas, nacionales o comunitarias, y entre las mismas, marcas individuales, colectivas y de garantía (éstas últimas presentes solamente en las legislaciones nacionales de varios Estados miembros - entre ellos España, en los arts. 62 y sigs. De la Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas, o LM, por mimetismo de otros ordenamientos comparados-, pero no en el Reglamento del Consejo, 40/94/CE, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria, o RCM, que sólo contempla las marcas colectivas, en sus arts. 64 y sigs.).

2. Las denominaciones de origen, indicaciones geográficas y certificaciones de especificidad reguladas en la normativa comunitaria.

3. Las denominaciones de origen, denominaciones específicas, denominaciones genéricas y denominaciones geográficas reguladas en la normativa interna española.

4. La mención vino de calidad procedente de una región determinada (VCRPD), regulada en la normativa comunitaria para vinos.

5. Los distintivos o labels de calidad creados por las diversas comunidades autónomas en nuestro Derecho. Etc....

Por otra parte, el marco jurídico en el que se encajan tan diferentes instrumentos jurídicos presenta carácter plurinormativo, y procede de varias instancias legislativas de muy diverso ámbito y naturaleza, tales como las siguientes:



Existe una multitud de signos distintivos de calidad, como las marcas.

1. Las comunidades autónomas que, por unas u otras vías, ostentan en la actualidad las competencias exclusivas en materia de denominaciones de origen, salvo que el área geográfica de las mismas se sitúe a caballo entre dos o más comunidades autónomas, en cuyo caso tales competencias corresponden al Estado. De ahí que sea tan complicado en la práctica crear denominaciones de origen de este tipo (pese a que, materialmente, suele ser frecuente esta situación, ya que los límites administrativos de provincias y regiones no tienen porque coincidir con las comarcas naturales), pues las comunidades se resisten a perder competencias a favor del Estado.

2. El Estado central, cuya normativa vigente se resume muy sucintamente en la LM, para las marcas, la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, por la que se aprueba el Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes (LEVVA), así como los numerosos reales decretos que lo desarrollan, para las denominaciones de origen, específicas y genéricas. Como ya se ha indicado, esta normativa se halla en fase de reforma.

3. La Unión Europea, que cuenta con

reglamentos tanto en materia de marcas (el RMC) como en materia de indicaciones geográficas, denominaciones de origen y certificaciones de especificidad, (Reglamentos del Consejo 2081/92/CE y 2082/92/CE, ambos de 14 de julio de 1992), y de VCPRD (muy básicamente, el Reglamento del Consejo 823/87/CEE, de 16 de marzo de 1987).

4. Las conferencias y organizaciones internacionales, que ya desde muy antiguo concluyeron diversos convenios internacionales en esta materia, clasificables de la forma siguiente:

- El convenio de la Unión de París, de 20 de marzo de 1883 (CUP), cuya última modificación ha sido la del Acta de Estocolmo de 14 de julio de 1967, y que regula las marcas en sus arts. 6 y sigs., y las denominaciones de origen e indicaciones de procedencia en su art. 10 bis, junto con la competencia desleal.

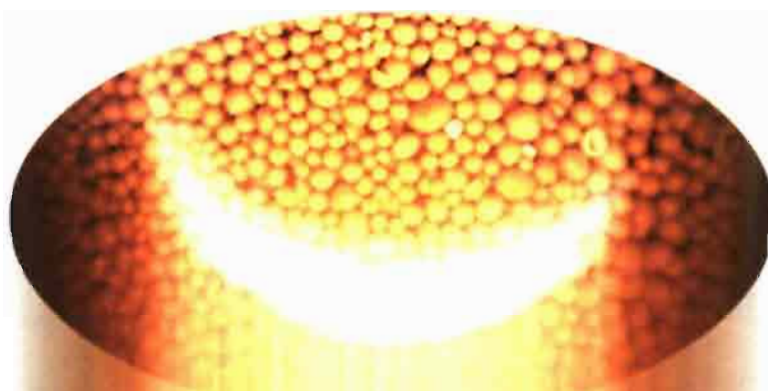
- El Arreglo de Madrid sobre el registro internacional de marcas, de 14 de abril de 1891 (AMMI) cuya última modificación ha sido la del Acta de Estocolmo de 14 de julio de 1967, y el Protocolo concerniente a dicho Arreglo, firmado en Madrid el 27 de junio de 1989 (PAMMI).

Nota: Trabajos presentados en las Jornadas sobre Denominaciones de Origen organizadas por la Diputación General de Aragón.

BIOSAF®

CONCENTRADO DE LEVADURA VIVA

**ESTIMULANTE DE LAS PRODUCCIONES
RESULTADOS PROBADOS
LA MEJOR ALTERNATIVA**



**LA
ALTERNATIVA**

SE PRESENTA EN DOS FORMAS:
MICROGRANULADO (Resistente a la granulación)
POLVO (Para piensos en harina)



FABRICADO POR: LESAFFRE
137, rue Gabriel Péri, BP 3029-59703 Marais en Barrois, France
Tel: (33) 03 20 81 91 00 Fax: (33) 03 20 89 20 25
E-mail: com@lesaffre.com

DISTRIBUIDO EN ESPAÑA POR: EUROTEC NUTRITION, S.L.
E/ Uruguos, 31 1º A. 28016 Madrid, España
Tel: +34 - 91 519 86 38 Fax: +34 - 91 416 44 01
E-mail: eurtec@eurotec-nutrition.com





La inflación de signos distintivos de calidad puede provocar desinformación.

- El Arreglo de Madrid para la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas, de 14 de abril de 1891, cuya última revisión tuvo lugar en Lisboa el 31 de octubre de 1958.

- El Arreglo de Lisboa relativo a la protección internacional de las denominaciones de origen, por el que se crea la Unión de Lisboa, de 31 de octubre de 1958 (no ratificado por España).

- El Acuerdo por los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio, incluido el tráfico de mercancías falsificadas (TRIPs), incluido como Anexo I C al Tratado por el que se crea la Organización Mundial del Comercio (OMC) firmado en Marrakech el 15 de abril de 1994. El TRIPs regula las marcas en sus arts. 15 a 21 y las indicaciones geográficas en sus art. 22 a 24.

- Los diversos acuerdos bilaterales de mutuo reconocimiento y protección en materia de denominaciones de origen suscritos por los Estados exportadores de productos distinguidos con tales signos.

Se recalca la enorme complejidad del marco normativo de la protección de la calidad en una suerte de situación de "círculos concéntricos", cuyo ámbito territorial va de menor a mayor (comunidades autónomas, Estado, Unión Europea y Organizaciones Internacionales, en particular la OMC).

La coordinación de tales instancias legislativas es un problema en sí mismo, pero, además, se plantea otro de singular relevancia, como es la inflación e hiperabundancia de instrumentos jurídicos de protección a la calidad, en particular de denominaciones de origen, muy dadas a la proliferación incontrolada en los últimos tiempos. Ello tiene efectos muy negativos

tanto en el mercado en general, como en los sujetos que intervienen en el mismo:

- En los operadores económicos, por el fomento de la inseguridad jurídica en esta materia y el progresivo deterioro de la competencia entre los mismos, cada vez más agresiva. No obstante, la magnitud de tales disfunciones se ve compensada por la peculiar idiosincrasia de nuestro mercado, en el que la figura del empresario no ha alcanzado la importancia que ha tenido en los Estados anglosajones, de tradición calvinista: en efecto, nuestro mercado es más un mercado de productos que de productores.

- En los consumidores y usuarios y en el público en su conjunto, porque la excesiva información proporcionada por el inabarcable cúmulo de signos distintivos actualmente existentes provoca desinformación, ante la imposibilidad manifiesta para asimilar los múltiples datos a nuestra disposición. El hecho ya referido de que nuestro mercado lo sea de productos y no de productores agrava el problema en este punto, lejos de atemperarlo como en el supuesto anterior.

- En el mercado en general, porque las pretensiones de exclusividad y monopolio sobre los diferentes signos distintivos utilizables para proteger la calidad acaba por compartimentar dicho mercado en departamentos estancos. De ahí que el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas (TJCE), en multitud de sentencias (entre las que destacan los casos Cassis de Dijon, de 20 de febrero de 1979, sobre una bebida alcohólica de mayor graduación que el vino y menor que la de los licores, y Sekt/Weinbrand, de 20 de febrero de 1975, sobre la reserva de tales denominaciones para determinadas bebidas al-

cohólicas procedentes de áreas geográficas germanófonas, entre otras muchas), haya tenido que proteger la libre circulación de mercancías con base en los arts. 30 y 36 del Tratado de la Comunidad Europea (TCE), evitando que la protección de la calidad en sus numerosas variantes pase a convertirse en una medida de efecto equivalente. Por supuesto, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas pueden llegar a convertirse en tales medidas, pero las figuras más predisuestas a ello son, sin duda, los labels o distintivos de calidad de las comunidades autónomas.

Se destaca la orientación marcadamente administrativista del ordenamiento español en materia de denominaciones de origen, acentuada por la organización territorial del Estado español tras la Constitución Española de 1978, que ha diversificado los entes con potestad normativa.

Este fenómeno ha tenido su explicación en la escasa regulación de las marcas colectivas en el antiguo Estatuto de la Propiedad Industrial (EPI) de 30 de abril de 1930, y en la ausencia de normativa sobre las marcas de garantía hasta la promulgación de la LM en 1988 (arts. 62 y sigs.). Pero, actualmente, seguimos en la misma dinámica por la actitud autárquica de las comunidades autónomas, que pretenden a toda costa abarcar cuantas competencias sea posible, y que, por tanto, no ven con buenos ojos una regulación jurídico-privada de esta materia, que, de seguro, se enmarcaría en la competencia exclusiva del Estado sobre la legislación relativa a la propiedad industrial (art. 149.1.9.CE).

Sin embargo, se pone de relieve que las marcas colectivas y de garantía no se ven afectadas por la prohibición absoluta referente a las indicaciones geográficas del art. 11.1 c) LM ex art. 66.1 de la misma Ley, y que tales figuras gozan de un reconocimiento y prestigio internacionales mayor y más claro que el de las denominaciones de origen, carentes de protección en muchos Estados fuera del ámbito europeo continental, como demuestra, por ejemplo, la mayor enjundia de los preceptos sobre marcas en el TRIPs, en comparación con los que se ocupan de las indicaciones geográficas; de ahí que sea recomendable utilizar esta vía para la promoción internacional de los productos de calidad fuera de Europa.

En conclusión, se reconoce la evidente e imperiosa necesidad de proteger la calidad, pero sin incurrir en una inflación desmedida de signos distintivos, y delimitando con claridad meridiana las competencias y potestades normativas de las diversas administraciones públicas en lo referente a esta materia. ■