

# *Breves anotaciones sobre las denominaciones de origen como elementos delimitadores de la identidad nacional*

Nayibe Chacón Gómez\*

RVDM, Nro. 4, 2020. pp- 55-65

**Resumen:** En este artículo su autora busca relacionar conceptos jurídicos de la propiedad intelectual con temas de psicología social, que *a priori* parecen ser ajenos. Puesto que se analizan las denominaciones de origen como elementos delimitadores de la identidad nacional y herramientas para el desarrollo regional y nacional, partiendo de la afirmación de que las denominaciones de origen promueven la formación y la conservación de los recursos regionales y locales, y ayudan al perfeccionamiento de tecnologías viables para la producción sustentable, generando capital humano capacitado, que en definitiva permite dar contenido a la identidad nacional.

**Palabras clave:** Denominaciones de origen, identidad nacional, bienestar social.

## *Brief notes on appellations of origin as delimiting elements of national identity*

**Abstract:** *In this article, the author seeks to relate legal concepts of intellectual property with issues of social psychology, which a priori seem to be alien. Since appellations of origin are analyzed as delimiting elements of national identity and tools for regional and national development, based on the affirmation that appellations of origin promote the formation and conservation of regional and local resources, and help the improvement of viable technologies for sustainable production, generating trained human capital, which ultimately allows giving content to the national identity.*

**Keywords:** *Appellations of Origin, national identity, social welfare.*

---

\* Abogada. Especialista en Derecho Mercantil. Doctora en Ciencias Mención Derecho. Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Instituto de Derecho Privado, Sección de Derecho Mercantil, Investigadora-Docente, categoría: Titular. Directora General de la Sociedad Venezolana de Derecho Mercantil - SOVEDEM. E-mail: nayibe.chacon@ucv.ve nayibe.chacon@gmail.com.



# *Breves anotaciones sobre las denominaciones de origen como elementos delimitadores de la identidad nacional*

Nayibe Chacón Gómez\*

RVDM, Nro. 4, 2020. pp- 55-65

## **SUMARIO:**

**INTRODUCCIÓN.** *1.- Conceptualización de las denominaciones de origen y su distinción con las indicaciones de procedencia. 2.- Contenido y alcance de la identidad nacional.* **CONCLUSIONES. BIBLIOGRAFÍA.**

## **INTRODUCCIÓN:**

Cuando pensamos en elementos de la cultura popular que caracterizan a las personas de países tales como Francia y México, no podemos dejar de imaginar a personas que producen y consumen quesos y vinos, en el primer caso, y otros sujetos cosechando y elaborando distinguidas botellas de tequila. Los productos reconocidos con denominaciones de origen que permiten identificar y describir a esos países a su vez son los que han moldeado la forma en que los terceros vemos y percibimos la identidad nacional de sus ciudadanos.

Si bien, los conceptos jurídicos de la propiedad intelectual, parecen ajenos a los de la psicología social, con este artículo se busca relacionarlos. Puesto que se analizan las denominaciones de origen como elementos delimitadores de la identidad nacional y herramientas del desarrollo regional y nacional, partiendo de la afirmación de que las denominaciones de origen promueven la formación y la conservación de los recursos regionales y locales, y ayudan al desarrollo de tecnologías viables para la producción sustentable, generando capital humano capacitado, que en definitiva permite el bienestar social.

---

\* Abogada. Especialista en Derecho Mercantil. Doctora en Ciencias Mención Derecho. Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Instituto de Derecho Privado, Sección de Derecho Mercantil, Investigadora-Docente, categoría: Titular. Directora General de la Sociedad Venezolana de Derecho Mercantil - SOVEDEM. E-mail: nayibe.chacon@ucv.ve nayibe.chacon@gmail.com.

## **1.- Conceptualización de las denominaciones de origen: su distinción con las indicaciones de procedencia:**

Tanto las denominaciones de origen como las indicaciones de procedencias forman parte de las llamadas indicaciones geográficas, y forman parte del objeto de estudio de la propiedad intelectual.

Las indicaciones de procedencia geográfica, como son llamadas por la autora Cristina Errázuriz Tortorelli

nacieron con la costumbre de designar a los productos con el nombre del lugar de su producción o fabricación. El asentamiento de personas en zonas específicas, y el aprovisionamiento de materias primas en los lugares de fabricación, condujeron a los productores a componer sus marcas con los nombres geográficos de los lugares, siendo su uso compartido por el conjunto de fabricantes de un producto determinado de la misma ciudad o región.<sup>1</sup>

A los fines de su conceptualización, abordaremos la definición de las indicaciones geográficas desde la perspectiva de sus funciones, que han permitido su calificación en dos categorías:

- 1) **Indicaciones geográficas simples**, aquellas comúnmente llamadas Indicaciones de Procedencia, tienen una función simplemente referencial, ya que atienden a identificar un lugar reconocido como centro de producción o transformación de productos, no vinculando origen con calidad o características específicas.<sup>2</sup>
- 2) **Indicaciones geográficas calificadas**, aquellas que son conocidas como denominaciones geográficas y que se refieren a los nombres geográficos que designan un producto originario de ese territorio (zona, región, provincia, país), cuya función es informar sobre ciertas cualidades o características, la fama o reputación, imputables fundamentalmente a su origen geográfico, comprendiendo los factores naturales o humanos. Dentro de estas se encuentran denominaciones de origen que registran subclases, tales como, las denominaciones de origen controladas (sujetas a regulación y control de la autoridad), las denominaciones de origen registradas (sujetas a registro), las denominaciones de origen calificadas y garantizadas (que hacen referencia a una mayor calidad y control del producto).<sup>3</sup>

Se puede establecer que las indicaciones de procedencias se diferencian de las denominaciones de origen, por estas ciertas cualidades o características, la fama o re-

---

<sup>1</sup> Cristina Errázuriz Tortorelli, «Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. Propiedad Intelectual en progreso», *Revista Chilena de Derecho*, vol. 37, n°2 (2010): 208.

<sup>2</sup> Errázuriz Tortorelli, «Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. Propiedad Intelectual en progreso», 210.

<sup>3</sup> Errázuriz Tortorelli, «Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. Propiedad Intelectual en progreso», 210.

putación, imputables fundamentalmente a su origen geográfico, comprendiendo los factores naturales o humanos, y este último elemento, el factor humano, el que resulta de interés a los efectos del presente estudio.

Según la doctrina citada, las denominaciones de origen tienen su antecedente a principios del siglo XX, en la búsqueda de formas para evitar el fraude a los consumidores y proteger a los productores respecto de quienes usaran indicaciones de procedencia falsas, siendo estas tareas de la protección en contra de la competencia desleal y la protección al consumidor. Sin embargo, se dio su incorporación definitiva como derechos de propiedad intelectual que permiten accionar los mecanismos legales propios de este tipo de derechos por medio del Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional del 31 de octubre de 1958, revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y modificado el 28 de septiembre de 1979, en cuyo artículo 2 se define a las denominaciones de origen como

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.<sup>4</sup>

En la obra del profesor mexicano José Guillermo García Murillo, que lleva por título *Las denominaciones de origen en México*, publicado por la Universidad de Guadalajara en el año 2009,<sup>5</sup> el autor enlista las cuatro funciones que cumplen las denominaciones de origen,

1. ***Función indicadora de procedencia geográfica:*** ya que las mismas vinculan directamente al producto con el lugar de procedencia, de manera que el consumidor lo ubica territorialmente de manera inmediata.
2. ***Función indicadora de calidad:*** estos signos distintivos no solo vinculan a los productos amparados con su lugar de procedencia geográfica, sino que también informan a los consumidores sobre ciertas características y cualidades especiales, atribuibles exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en ella los factores naturales y humanos, características que lo singularizan de los productos restantes del mismo género. Precisa el profesor García Murillo en anotar “que estas características “singulares” que el producto posee, no concurren en productos congéneres, y que es precisamente lo que lo hace merecedor

<sup>4</sup> Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional del 31 de octubre de 1958, revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y modificado el 28 de septiembre de 1979, *Publication No. 204 Madrid Agreement, Protocol, Regs, AI's and Fees*, <https://wipo.int/es/text/285840>

<sup>5</sup> José Guillermo García Murillo, *Las denominaciones de origen en México*. (Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2009), 46-50.

del gusto y la preferencia de los consumidores.”<sup>6</sup>

3. **Función de buena fama:** conocida también como *goodwill*; función que se traduce en beneficios económicos para las regiones incluidas en la zona amparada por la denominación, así como para los productores o industriales autorizados que utilizan dicha denominación.
4. **Función publicitaria:** resulta obvio que un producto que goza de cierta reputación entre el público consumidor tiene una fuerte carga publicitaria, pues los mismos consumidores lo van recomendando y el producto va adquiriendo cada vez más un fuerte mercado de compra.

En el trabajo de la profesora María José Arancibia Obrador titulado *La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país*,<sup>7</sup> se afirma que la protección de las denominaciones de origen constituye un reconocimiento a la existencia de ciertos productos que gozan de características propias, que los dotan de una calidad superior, las cuales son esencialmente atribuibles al lugar de donde proceden, considerando tanto las particulares condiciones naturales presentes en ese lugar, como la utilización de ciertas técnicas tradicionales de producción o extracción, elementos que tienen una doble función, por una parte permiten diferenciar a las denominaciones de las simples indicaciones de procedencia, y por otra parte, advierten su vinculación social entre el producto y una región geográfica.

En lo que respecta al objeto de estudio de este artículo, interesa destacar esos factores naturales y humanos presentes como característica singular de la denominación de origen, es decir, que resultan ser relevantes a los fines de cumplir con la calidad y cualidades, que inciden en la buena fama de los productores de ciertos lugares del mundo reconocidos como tales, por ejemplo la utilización de técnicas tradicionales en la producción de los bienes puestos en el mercado,<sup>8</sup> y como estas pueden ser tenidas a la vez de elemento delimitador de la identidad nacional.

## **2.- Contenido de la identidad nacional y su relación con las denominaciones de origen:**

Para abordar el concepto de identidad nacional, primero se debe anotar que el mismo no ha sido estudiado por la doctrina jurídica como un concepto de relevancia

<sup>6</sup> García Murillo, *Las denominaciones de...*, 47.

<sup>7</sup> María José Arancibia Obrador, «La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país», *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, vol. 3, n° 8, (2016): 270. Redalyc, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=469546449013>

<sup>8</sup> Arancibia Obrador, «La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país», 270.

jurídica, de allí que debemos echar mano al conjunto de las ciencias sociales en general y en particular a la psicología, cuyos autores apuntan que “las identidades se constituyen en las diversas formas de relación entre las personas de los distintos grupos sociales, tanto al interior de estos grupos como en su relación externa con otros de una misma sociedad, o con sociedades diferentes.”<sup>9</sup>

La identidad no es algo estático ni inmutable. Esta se construye y se modifica de acuerdo con las circunstancias histórico-sociales específicas. La identidad colectiva de un grupo social determinado es el grado de identificación que los individuos miembros de ese grupo alcanzan con los valores culturales fundamentales de él.<sup>10</sup>

De allí que, la identidad nacional se identifica como un subtipo de la llamada identidad social,<sup>11</sup> la cual definen como “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia”,<sup>12</sup> destacando como aspecto central el hecho de que reconocerse como miembro de un grupo es un estado psicológico.

La identidad social o colectiva está marcada por una categoría social y se distingue por las reglas que deciden la pertenencia a la misma, así como por un conjunto de supuestas características y atributos que describen a la categoría o grupo en cuestión y que son incluidos en la auto-presentación.<sup>13</sup>

Así, la adquisición de una identidad nacional como parte o subtipo de la identidad resulta de un conjunto de motivos o funciones que tienen lugar dentro de los procesos de formación, los cuales promueven la aproximación de las personas hacia ciertos estados que ayudan a su identificación y el alejamiento de otros, que pudieran ser negativos o inducir a los estereotipos adversos. Entre los motivos que son anotados por la doctrina se encuentran la autoestima, la pertenencia, la distinción, la continuidad, la auto-eficacia y el significado.

Un análisis integrado de estos motivos sugiere que las personas tienden a percibir como más centrales en los procesos de construcción y mantenimiento de la identidad aquellos aspectos que les proveen de un mayor sentido de significado,

---

<sup>9</sup> Roberto López Sánchez, «Vicisitudes de la identidad y el desarrollo nacional», *Opción*, año 24, n° 56 (2008): 147.

<sup>10</sup> López Sánchez, «Vicisitudes de la identidad y el desarrollo nacional», 148.

<sup>11</sup> “Este concepto ha resultado de mucha utilidad para ayudar a comprender la naturaleza de la afiliación psicológica a grandes grupos sociales como una nación, permitiendo afirmar que la identidad nacional es un subtipo específico de identidad social” Agustín Espinosa y Guilliana Tapia, «Identidad nacional como fuente de bienestar subjetivo y social» *Boletín de Psicología*, n° 102, (2011): 71 <http://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N102-5.pdf>

<sup>12</sup> Espinosa y Tapia, «Identidad nacional como fuente de bienestar subjetivo y social», 71.

<sup>13</sup> Espinosa y Tapia, «Identidad nacional como fuente de bienestar subjetivo y social», 71.

continuidad, distinción y autoestima. Los motivos de pertenencia y auto-eficacia además de sus influencias directas en la identidad, también la influyen indirectamente a través de sus aportes a la auto-estima.<sup>14</sup>

Todos estos motivos pueden tener lugar en la creación de ciertos productos que son reconocidos como denominaciones de origen y que aportan o pueden llegar a generar crecimiento y bienestar social. Este último, desde una perspectiva psicológica, “permite evaluar la relación con otras personas, a través de la aceptación social y permite hacer una evaluación del funcionamiento de la sociedad a través de la actualización social y la coherencia social.”<sup>15</sup> El bienestar social ha sido estudiado a partir de cinco dimensiones:

- 1) **Integración social:** es la evaluación de la calidad de la relación que una persona mantiene con la sociedad. Ésta establece el grado en que las personas sienten que comparten algo en común con los otros miembros constituyentes de su entorno social, así como el grado en que se sienten pertenecientes a la comunidad o sociedad.
- 2) **Aceptación social:** es la valoración que se realiza de la sociedad a través del carácter y las cualidades de otras personas como una categoría generalizada. Indaga sobre la confianza y la estima que se le confiere a las personas de la sociedad.
- 3) **Contribución social:** es la evaluación de las propias capacidades para considerarse como alguien socialmente valioso. En esta dimensión se mide la confianza en uno mismo, la sensación de realizar un aporte a la comunidad, así como la sensación de sentirse útil para ella.
- 4) **Actualización social:** es la evaluación del potencial y la trayectoria de la sociedad. En esta dimensión se valora la percepción sobre el funcionamiento institucional de la sociedad, que repercute en las creencias sobre el beneficio que los sujetos reciben o no por parte de la misma.
- 5) **Coherencia social:** es la valoración sobre la capacidad de entender la dinámica social y encontrar una lógica en los acontecimientos que ocurren en la sociedad. Es la percepción de la calidad, organización y funcionamiento del mundo social, e incluye una preocupación por conocer el mundo. Básicamente, mide la capacidad de comprender las reglas que rigen y conducen la sociedad.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Espinosa y Tapia, «Identidad nacional como fuente de bienestar subjetivo y social», 71.

<sup>15</sup> Espinosa y Tapia, «Identidad nacional como fuente de bienestar subjetivo y social», 74.

<sup>16</sup> Agustín Espinosa, Maite Beramendi y Elena Zubieta, «Identidad nacional y bienestar social: Una síntesis meta-analítica de estudios en Argentina, México y Perú», *Revista Interamericana de Psicología*, vol. 49, n° 1, (2015):27-39.



Ahora bien, al tratar el contenido y alcance de la identidad nacional los autores consideran que la misma abarca no solo los motivos o funciones autoestima, la pertenencia, la distinción, la continuidad, la auto-eficacia y el significado del individuo en la sociedad conceptos que como hemos vistos son propios del bienestar social, sino que la identidad nacional también cuenta con el reconocimiento por parte de esos individuos de la existencia de una serie de derechos y obligaciones comunes con los que se identifican como miembros de una nación.<sup>17</sup>

Por otro lado, el concepto aquí anotado de identidad nacional no busca atender acepciones o estereotipos negativos o adversos al desarrollo nacional, por el contrario, se enfoca en encontrar su vinculación con las ciertas cualidades o características, la fama o reputación, imputables fundamentalmente a su origen geográfico, comprendiendo en los factores naturales o humanos, propios de las denominaciones de origen.

Ciertamente cuando pensamos en determinados países y en particular, cuando nos planteamos cuáles son los elementos que definen su identidad nacional, pensamos en los productos que provienen de esos países, y como las personas y el entorno natural de quienes los producen se ven identificados con ellos.

Resulta importante advertir, tal como apunta la doctrina consultada, que el titular de los derechos que provienen del reconocimiento de una denominación de origen no es exclusivamente la persona del productor o conjunto de productores del bien reconocido, sino también el país o la localidad donde éste se produce.

Resulta indudable que el empresario que cuenta con una autorización para utilizar la DO –denominación de origen– y distinguir a través de ella sus productos en el mercado –en forma exclusiva (aunque colectiva) y excluyente–, cuenta con una titularidad que debe ser protegida: este empresario será siempre titular a lo menos de un derecho de uso exclusivo de la denominación, o en el mejor de los casos, de un derecho de propiedad limitado en cuanto a la posibilidad de disposición. Sin embargo, cualquiera sea la regulación que se adopte, existen dos elementos que no podrán estar ausentes: la protección del interés público y la posibilidad de usar la denominación en forma exclusiva por el productor que cumpla los requisitos.<sup>18</sup>

Lo que le imprime ese carácter de elemento delimitador de la identidad nacional a las denominaciones de origen es que las mismas son “consecuencia de un esfuerzo colectivo llevado a cabo por todos los productores de la zona, la cual no es suscep-

---

<sup>17</sup> Agustín Espinosa y Alicia Calderon-Prada, «Relaciones entre la identidad nacional y la valoración de la cultura culinaria peruana en una muestra de jóvenes de clase media de Lima», *Liberabit*, vol. 15, n° 1, (2009): 22. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-48272009000100003&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272009000100003&lng=es&nrm=iso).

<sup>18</sup> Arancibia Obrador, «La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país», 273.

tible de apropiación individual<sup>19</sup> y que dado el nivel de buena fama y publicidad que ostentan se incorporan como herramienta indispensable para el desarrollo cultural y económico del país.

## CONCLUSIONES

El análisis del concepto de la identidad nacional y de los elementos que la delimitan ha permanecido prácticamente dentro del campo de estudio de la psicología social, como parte integrante de la identidad social. Sin embargo, en la actualidad las investigaciones de las ciencias sociales no pueden ser realizadas como islas, así en una perspectiva transversal las ciencias jurídicas, y especialmente la disciplina del Derecho Mercantil (donde se inscribe la propiedad intelectual y las denominaciones de origen), se puede observar que existen elementos que se relacionan y permiten atender y entender los fenómenos sociales en su conjunto.

Las denominaciones de origen protegen la producción nacional que dan lugar a la identidad social y a la identidad nacional como un subtipo de ésta, de la cual hemos querido destacar sus elementos más positivos y que generan crecimiento socioeconómico, y tal como lo apunta el autor Roberto López Sánchez,

El desarrollo socioeconómico de las naciones se relaciona directamente con la identidad que los pueblos de dichas naciones construyen como mecanismo inspirador de un proyecto de crecimiento republicano. Sin una sólida identidad nacional no puede avanzarse en el crecimiento económico y social de un país, como tampoco pueden fortalecerse el ámbito político y los valores culturales.<sup>20</sup>

Como se indica en el título de esta colaboración se trata de breves anotaciones, que no pretenden ser definitivas ni exhaustivas, toda vez que hay mucho que estudiar en relación a las denominaciones de origen, sobre todo porque en nuestro país no existe regulación particular de las mismas.

## BIBLIOGRAFÍA

Arancibia Obrador, María José, «La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país», *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, vol. 3, n° 8, (2016): 267-283. Redalyc, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=469546449013>

---

<sup>19</sup> Arancibia Obrador, «La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país», 273.

<sup>20</sup> López Sánchez, «Vicisitudes de la identidad y el desarrollo nacional», 168.

---

Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional del 31 de octubre de 1958, revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y modificado el 28 de septiembre de 1979, *Publication No. 204 Madrid Agreement, Protocol, Regs, AI's and Fees*, <https://wipolex.wipo.int/es/text/285840>

Errázuriz Tortorelli, Cristina, «Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. Propiedad Intelectual en progreso», *Revista Chilena de Derecho*, vol. 37, n°2 (2010): 207- 239.

Espinosa, Agustín y Alicia Calderon-Prada, «Relaciones entre la identidad nacional y la valoración de la cultura culinaria peruana en una muestra de jóvenes de clase media de Lima», *Liberabit*, vol. 15, n° 1 (2009): 21-28. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-48272009000100003&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272009000100003&lng=es&nrm=iso).

Espinosa, Agustín y Guilliana Tapia, «Identidad nacional como fuente de bienestar subjetivo y social», *Boletín de Psicología*, n° 102 (2011): 71-87 <http://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N102-5.pdf>

Espinosa, Agustín, Maite Beramendi y Elena Zubieta, «Identidad nacional y bienestar social: Una síntesis meta-analítica de estudios en Argentina, México y Perú», *Revista Interamericana de Psicología*, vol. 49, n° 1, (2015): 27-39.

García Murillo, José Guillermo, *Las denominaciones de origen en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2009.

López Sánchez, Roberto, «Vicisitudes de la identidad y el desarrollo nacional», *Opción*, año 24, n° 56 (2008): 145-173.