

MARCA PAÍS, MARCA REGIÓN, MARCA CIUDAD, MARCA PROVINCIA

Marcela Molina, Universidad Juan Agustín Maza

En un mundo globalizado los países despliegan estrategias para atraer turismo, inversión extranjera, abrir nuevos mercados internacionales a sus productos. Los Estados nacionales, provinciales, ciudades han empezado a usar a ese fin, un signo distintivo de su identidad, agricultura y patrimonio natural y cultural, su atractivo turístico, su recurso humano calificado, su institucionalidad. **¿Cuál es su forma jurídica y régimen jurídico? ¿Cómo prevenir el uso indebido y competencia desleal? ¿Cuáles son los conflictos jurídicos?**

En el derecho comparado hay tres posturas sobre su régimen jurídico. Una que sostiene que debe regirse por el régimen marcario. Otros, que debe aplicarse el art.6 ter del Convenio de París (1883). Otros, que debe ser regulado por una norma específica.

Objetivos: Estudio de los aspectos jurídicos peculiares que diferencian este signo distintivo de las marcas comerciales y colectivas en el derecho argentino y tratados internacionales ratificados por Argentina; su titularidad, su alcance, limitaciones normativas y fácticas, su finalidad, su utilidad como herramienta para la promoción de la producción local, desarrollo del turismo y como factor aglutinante de los sectores de la economía. Estudiamos conflictos y vacíos normativos que generan inseguridad jurídica.

Metodología: exploratoria y descriptiva de registros marcarios, y de las marcas país, marcas ciudad y marca región aprobadas y en uso en Argentina y Mendoza, la forma jurídica, efectuando un análisis hermenéutico legislativo, doctrinario y jurisprudencial.



VALLE DE UCO
MENDOZA · ARGENTINA



2005



2012



2018



Mendoza Argentina
espíritu grande