



revista digital

redpi

EDICIÓN N°
45



EL VALOR DE LAS IG/DO DEL PARAGUAY

Las figuras de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen (IG/DO) protegen con un sello o nombre productos originarios de una región o localidad que dan reputación a los mismos, otorgando beneficios culturales y económicos.

PÁG. 9

HECHO EN PY

Productos sin gluten,
con marca

PÁG. 6

CALPYC

Más conciencia sobre
falsificación

PÁG. 14

EN LA MIRA

Novedades del
sector "PI"

PÁG. 17

La **Revista Especializada Digital de Propiedad Intelectual (REDPI)** es una publicación especializada de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual del Paraguay (**DINAPI**), sobre temas de interés relacionados a la propiedad intelectual, innovación y tecnología. Incluye, además el servicio opcional de avisos clasificados, en los términos que establece: la Ley N° 1294/98 de Marcas, la Ley N° 1328/98 de Derechos de Autor y Derechos Conexos; los Decretos del Poder Ejecutivo N° 8825, del 23 de abril de 2018 y el N° 9330 del 7 de agosto de 2018 y la Resolución DINAPI RG/N°25/2018.

El objetivo de la presente publicación es fomentar el interés público en temas vinculados a la propiedad intelectual, así como informar sobre las labores de la **DINAPI**, brindar espacios de opinión a especialistas u otros referentes dentro y fuera de la **DINAPI**, validar el proceso administrativo contemplado en las leyes precedentemente citadas, a través del servicio opcional de publicación de solicitudes de registro de marcas, renovaciones, actos jurídicos, derechos de autor, entre otros.

Las publicaciones de artículos de opinión no representan ni reflejan, necesariamente, la posición o punto de vista de las autoridades de la **DINAPI**.

Para toda observación o preguntas escribir a **rodrigo.irazusta@dinapi.gov.py**

El servicio de publicaciones no asume responsabilidad por errores u omisiones en las solicitudes de marcas.

ÍNDICE

- 04 Editorial.
Revalorizar el potencial de las regiones del Paraguay.
- 06 Hecho en Paraguay.
Productos sin gluten ya tienen marca de certificación.
- 09 Protección de productos regionales.
El valor de las Indicaciones Geográficas del Paraguay.
- 14 Presidenta de CALPYC apunta a la estrategia.
“Necesitamos más concienciación sobre el peligro de lo falsificado”.
- 17 En la mira.
Novedades del sector de Propiedad Intelectual.

© REDPI 2022



Atribución 3.0 Organizaciones intergubernamentales (CCBY3.0 IGO)

Todo usuario puede reproducir, distribuir, adaptar, traducir y presentar en público la presente publicación, también con fines comerciales, sin necesidad de autorización expresa, a condición de que el contenido esté acompañado por la mención de la **DINAPI** como fuente y, si procede, que se indique claramente que se ha modificado el contenido original.

Las adaptaciones/traducciones/productos derivados no deben incluir ningún emblema ni logotipo oficial, salvo que hayan sido aprobados y validados por la **DINAPI**.

En casos en los que el contenido publicado por la **DINAPI** como fotos, gráficos, marcas o logotipos sea propiedad de terceros, será responsabilidad exclusiva del usuario de dicho contenido obtener las autorizaciones necesarias por parte de los propietarios.

Para consultar la presente licencia, remítase a <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo>

Redacción, edición y diagramación: Dirección de Comunicación Institucional de **DINAPI**.

REVALORIZAR EL POTENCIAL DE LAS REGIONES DEL PARAGUAY



Abg. Joel Talavera

Director Nacional de Propiedad Intelectual
DINAPI

“

Paraguay es un país altamente productivo. Cada rincón de nuestra geografía posee un potencial muchas veces no descubierto o no explotado como se debe.

Sin embargo, otros puntos del territorio han sabido trabajar en comunidad y visibilizar un producto que los representa y que cuenta con características únicas en el país y en el mundo.

Para proteger este proceso y la originalidad de los productos nacieron los conceptos denominados “Indicaciones geográficas” y “Denominaciones de origen”, más conocidas, técnicamente, como IG/DO.

”

Para entender mejor, se trata de nombres de lugares, países, ciudades, regiones, departamentos o localidades, que sirven para designar a un producto originario de algunos de estos, cuya cualidad, reputación o característica, deriva de dicho lugar y del medio geográfico en el cual se produce. Igualmente, pueden ser nombres no geográficos con los que se conoce al producto agrícola o alimenticio que cumplan las mismas condiciones. Dichas características poseen un vínculo con el área geográfica de la cual proceden, debido a determinadas condiciones de la naturaleza y al modo tradicional en el que sus productores trabajan.

Uno de nuestros cometidos en la DINAPI es investigar e identificar productos nacionales merecedores de esa protección; es decir, dotarles de un sello o nombre, siempre que tengan una calidad, reputación u otras características imputables al lugar originario. Nuestras acciones están alineadas a la misma Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

Localmente, guía nuestro proceso la misma la Ley N° 4923/2013, “De Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. Además de determinar los conceptos, la norma también señala que el reconocimiento y el registro de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen aportarán muchos beneficios al sector económico, social y cultural de nuestro país. El consumidor se verá beneficiado, al poder identificar productos de una calidad superior o diferenciada y los productores, al poder mejorar su posición en el mercado. En suma, se logrará una mejor retribución por sus productos.

“

El impacto positivo que generarán las IGYDO incluye resultados alentadores en diversas áreas de la economía, como el turismo, la gastronomía, la actividad publicitaria, entre otras. Consecuentemente, se incrementará las oportunidades laborales. Además, se aportará a la construcción de la identidad cultural y a la conservación de las tradiciones del área geográfica específica.

”

Con esas ideas y convicciones hemos impulsado la actividad a la que denominamos “Fiesta Creativa”, que llevamos adelante como el proceso de socialización de la novel herramienta. El objetivo principal es informar y concientizar a los eventuales beneficiarios sobre la protección que pueden recibir ciertos productos originarios, para resguardar la calidad y prestigio de los mismos, mediante el reconocimiento de IG/DO.

Y en este corto recorrido ya tenemos resultados. El gran equipo técnico que nos acompaña ayudó a reconocer como Indicaciones Geográficas nacionales: el Ao Po’i de Yataity, el Chorizo San Juanino, la Miel de Abeja de los Humedales del Ñeembucú, el Licor de Yegros, el Aceite de Almendra del Coco Mbocaya Paraguay y la Miel Negra de Arroyos y Esteros. Seguiremos por el buen camino de los registros correspondientes, en breve.

Finalmente, como ya hemos hecho con otros rubros gestionados por la DINAPI, hemos decidido sumar a la cooperación internacional como una fuerte aliada de trabajo. Continuando con el fortalecimiento y promoción de esta herramienta de propiedad Intelectual, la DINAPI, trazó, junto con la Cooperación Alemana al Desarrollo (GIZ, por sus siglas en alemán) una agenda de trabajo conjunta, enfocada a la difusión y al intercambio de experiencias sobre las Indicaciones Geográficas, las Denominaciones de Origen y las Marcas Colectivas.

¡Vamos a resaltar y revalorizar el potencial del Paraguay!

PRODUCTOS SIN GLUTEN YA TIENEN MARCA DE CERTIFICACIÓN

“

Para una persona con enfermedad celiaca que, en términos sencillos, se describe como una intolerancia a las proteínas presentes en cereales como el trigo, avena, cebada y centeno y otros derivados, que afecta o produce una mala absorción de los nutrientes en el intestino, la forma de cuidarse es evitar la ingesta de productos que contienen gluten. La acción final es sustituir los mismos por otros que no lo contengan.

”

El inconveniente surge cuando a la hora de comprar, vemos que las informaciones en el etiquetado de productos alimenticios son vagas o imprecisas sobre la materia o composición de aquellos. Janice Albert, autora de dos publicaciones sobre etiquetado de alimentos, que se desempeña como escritora y editora técnica senior de la FAO, da cuenta de la importancia que tiene un signo distintivo en los productos alimenticios, especialmente, para el caso de las personas con enfermedad celiaca. En ese contexto, en su artículo “Innovaciones en el etiquetado de alimentos”, afirma que: “el etiquetado de los alimentos se considera más que una forma de protección mínima, una herramienta política para motivar el cambio en el comportamiento del consumidor y diferentes prácticas de producción de alimentos”¹



¹ Publicado por la FAO en colaboración con Woodhead Publishing Limited, (Pág 13)

La ley en Paraguay

En Paraguay, a través del Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN), organismo técnico del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social no solo se registran los productos alimenticios sino además se realizan una evaluación del etiquetado de los alimentos.

En este punto es importante comprender que la información presentada en los productos resulta uno de los medios más importantes y directos para informar al consumidor sobre los ingredientes, la calidad o el valor nutricional.

La definición internacionalmente aceptada de etiqueta alimentaria es cualquier rótulo, marca, marbete, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o en huecograbado o adherido al envase de un alimento o a un producto alimenticio.

“ *En el caso particular de los productos para celíacos se ha establecido por Ley 6072/18, medidas de control de productos sin gluten en el país. Esta normativa tiene por objeto establecer medidas de control de productos alimenticios, farmacéuticos y otros productos para la salud elaborados, importados y comercializados sin gluten, a fin de garantizar al consumidor el acceso a la información precisa, clara y veraz respecto a la composición nutricional de los productos mencionados.* ”

Los productos cubiertos por la presente Ley deberán llevar impresos en sus envases, envoltorios, marbete, etiqueta o rótulo de modo claro y visible la leyenda “SIN GLUTEN”, “NO CONTIENE GLUTEN” o “SIN T.A.C.C.”.

Historia del signo distintivo paraguayo

El artículo 8 de la mencionada norma estableció que el diseño del símbolo que identifique al producto sin gluten de elaboración nacional estuviese a cargo de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), debiendo el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social realizar los recaudos para su registro y protección.

Esta tarea fue llevada adelante con la suscripción de un convenio específico con la Facultad de Arquitectura Diseño y Arte - FADA de la Universidad Nacional de Asunción que prestó colaboración para el diseño de una terna de signos, de los cuales fue seleccionado el actual, gracias a la votación de representantes del MIC, SEDECO, INAN.





El diseño del isologo estuvo a cargo de Bruno Olmedo (FADA) quien además elaboró el Manual de Aplicación del Isologo Identificador para Productos Sin Gluten. Posteriormente, y mediando un acta de entrega, la DINAPI cedió al Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, tanto el isologo, como el manual para que sean los administradores del mismo, a través del INAN.

Identificación eficaz

El 1 de agosto de 2022 por Decreto del Poder Ejecutivo N° 7553, finalmente se estableció el símbolo nacional que identifica a los productos alimenticios farmacéuticos y otros productos para la salud, sin gluten elaborados en la República del Paraguay. Además, aprobó el manual de aplicación y facultó al INAN a establecer los requisitos y condiciones sanitarias para la utilización del símbolo nacional SIN GLUTEN en productos alimenticios, bebidas y aditivos de consumo humano y a la Dirección Nacional de Vigilancia Sanitaria – DINAVISA a establecer de igual manera lo mismo en productos farmacéuticos y otros productos para la salud.

El objetivo principal de esta pieza gráfica es que las personas celíacas identifiquen de manera eficaz productos sin gluten al momento de la compra.

La decisión presidencial tiene además la connotación de asimilar al mencionado isologo con las implicaciones de una **marca de certificación**, ya que las empresas que se encuentren dentro de los estándares preestablecidos por el INAN O DINAVISA deberán incluir en el etiquetado de productos el mencionado signo.



EL VALOR DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS DEL PARAGUAY

“Nuestro país cuenta con diversos y afamados productos autóctonos, que pueden adquirir protección por medio de las figuras denominadas “Indicaciones Geográficas” o “Denominaciones de Origen”, técnicamente conocidas como (IG/DO), según el caso. La Dirección Nacional de Protección de Propiedad Intelectual (DINAPI), a través de la unidad que gestiona este resguardo, se encarga de identificar y apuntalar esos productos por medio del acercamiento a la comunidad productora, de manera a sensibilizar a los mismos sobre los beneficios inherentes al uso de esta herramienta.

”



Las indicaciones geográficas se utilizan para designar a los productos agrícolas, los alimentos, los vinos, las bebidas espirituosas, la artesanía y los productos industriales, que tienen un origen geográfico específico y poseen cualidades que se relacionan específicamente a ese lugar.

“Para constituir una indicación geográfica, se debe identificar un producto como originario de un lugar determinado. Además, es preciso que las cualidades, características o reputación del producto, se deban esencialmente al lugar de origen y las mismas dependen del lugar geográfico de producción, demostrándose un claro vínculo entre el producto y su lugar original de producción” señala la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).



reglamentado. Luego de dicha reunión en la UE, inmediatamente trabajamos con un equipo técnico y jurídico de la DINAPI, para elaborar el proyecto de reglamentación de esa normativa”, resaltó el director Talavera y destacó que, tras esas labores, en el 2019 se aprobó por Decreto 1.286/19 del Poder Ejecutivo, las Regulaciones de la Ley 4923/13 de IG/DO.

“Ya con la vigencia del procedimiento, iniciamos el siguiente paso que fue el proceso de socialización de esta novel herramienta y consecuentemente iniciamos el evento Fiesta Creativa, cuyo objetivo principal es brindar toda la información a los eventuales beneficiarios sobre la protección que pueden recibir ciertos productos originarios, para resguardar la calidad y prestigio de los mismos, mediante el reconocimiento de IG/DO”, puntualizó el titular de la DINAPI.

Puesta en vigencia

“Lo que define una IG/DO no es el signo distintivo en sí mismo, sino la fama o reputación que genera el producto en la mente del consumidor”, inició detallando el Director Nacional, Joel Talavera y recordó que, cuando asumió el cargo, a finales del año 2018, participó en representación del Paraguay y en forma conjunta con la Cancillería, de una ronda de negociaciones sobre el Acuerdo Comercial Unión Europea – MERCOSUR, celebrado en Bruselas - Bélgica, específicamente en lo relacionado con el capítulo de propiedad intelectual.

“Uno de los principales temas abordados en dicha ronda fueron: los intercambios de listas de productos con IG/DO tanto europeas como de nuestra región. En aquel entonces, nuestro país no contaba con una posición negociadora, dado que carecía de un régimen legal de IG/DO debidamente reglamentado, por lo cual no existían productos reconocidos y protegidos, solo se había elaborado una lista en el año 2015, en la que se incluyeron enunciativamente, productos “aptos para resguardo”, recordó Talavera.

“En ese tiempo, nuestro país ya tenía una Ley de IG/DO que data del año 2013, pero el procedimiento de registro no se había

El valor económico y cultural

“Por el rol que cumplen en el comercio, cada vez es mayor la importancia que adquieren las IG/DO. Ofrecen beneficios económicos, tanto para el productor, extractor, artesano y, en general, para quien se dedica al rubro respectivo, así como también para el consumidor final, que tendrá seguridad del origen y de la reputación del producto elegido”, señaló la abogada Patricia Schémori, directora de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de la DINAPI. Refirió, además, que las IG/DO otorgan un sello o signo particular que las diferencian de otros productos, ofreciendo una mayor ventaja para su comercialización.



Abg. Patricia Schémori, Directora de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de la DINAPI

“Estos sellos o nombres le dan una protección a los productos originarios del país, de la región o de la localidad de donde proceden, siempre que tengan una calidad, reputación u otra característica atribuible al lugar originario”, definió la directora Schémbori al referirse a las IG, al tiempo de precisar que “las Denominaciones de Origen (DO), son un tipo de IG en el que, además todos los factores deben ser naturales, humanos, así como los insumos y la elaboración, deben ser específicamente en una zona geográfica determinada y que lógicamente inciden en la caracterización final del producto”, especificó.

Proceso para reconocimiento

La Ley N°4.923/13 señala que esta protección especial la pueden solicitar los productores, sean personas físicas o jurídicas, que desarrollen sus actividades dentro del área correspondiente a la futura IG/DO. Asimismo, pueden pedirla las autoridades departamentales o municipales en sus respectivas circunscripciones. Finalmente, la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual está facultada a solicitar de oficio, pero solamente cuando se trate de un producto que, por ser el resultado de procesos y conocimientos culturales tradicionales, sea considerado de interés nacional y por ello requiera su reconcomiendo y registro, según señala parte de la normativa.

Promoción y regulación

“Un producto con reputación reconocida genera muchos beneficios aleatoriamente. Fomenta el turismo generando ingresos en hotelería, gastronomía y en los rubros relacionados a la artesanía”, indicó el director Talavera. Señaló además que, es sumamente importante la asociación de los productores para velar por la calidad del producto.

En ese contexto, cabe mencionar que la ley establece que los solicitantes, asociados en un Comité de Promoción, deberán realizar el pedido de reconocimiento preliminar de una IG/DO. Este comité no necesita ser una asociación con personería jurídica, basta que sea constituido por personas dedicadas a la producción, extracción y elaboración del producto de la zona originaria, según establece la reglamentación.

La citada normativa de 2013, en su Capítulo III, dispone expresamente que “Por cada IG/DO habrá un único Comité Regulador que estará integrado exclusivamente por quienes se dediquen a la extracción, producción, acondicionamiento o procesamiento de los productos, que desarrollen sus actividades dentro del área correspondiente y que sus productos se adecuan totalmente a la especificación registrada”. Luego precisa que es el Comité Regulador, con personería jurídica, el que deberá administrar el sello, una vez reconocido.

REQUISITOS PARA SOLICITAR RECONOCIMIENTO PRELIMINAR DE IG/DO EN LA DINAPI:

- 1 Formulario E1 3 (tres) ejemplares.
- 2 Dossier técnico.
- 3 Documentos autenticados (cédula, poder si existiere), debidamente foliados.
- 4 Si es un Comité de Promoción, se requiere acta original o autenticada.
- 5 Si es una persona física, se requiere cédula de identidad.
- 6 Sin tasa.

REQUISITOS PARA SOLICITAR DE REGISTRO EN LA DINAPI:

- 1 Formulario E1 3 (tres) ejemplares.
- 2 Estatuto aprobado de la personería del Comité Regulador.
- 3 Documentos autenticados. (cédula, poder si existiese)
- 4 Reglamento de uso.
- 5 Dossier técnico.
- 6 Tasa: 5 jornales.

“Desde la DINAPI estamos para identificar productos nacionales que podrían tener esta protección (IG/DO) y que puedan destacarse como sellos nacionales de nuestro país ante el mundo” destacó la directora Schémbori, al tiempo de indicar que, bajo la tutela de estos signos distintivos, ya fueron reconocidas como Indicaciones Geográficas nacionales: el Ao Po’i de Yataity, el Chorizo Sanjuanino, el Cordero Misionero, la Miel de Abeja de los Humedales del Ñeembucú, el Licor de Yegros y la Miel Negra de Arroyos y Esteros.



También mencionó que, mediante los relevamientos de datos elaborados por la dirección a su cargo, se encuentran en trámites las solicitudes de reconocimientos nacionales de: el Aceite de Almendra del Coco Mbocaya Paraguayo, la Miel de Abeja del Pantanal del Chaco Paraguayo, el Ka’a He’e del Paraguay, el Palmito del Bosque del Atlántico del Alto Paraguay, entre otros productos que a corto o mediano plazo podrían contar con esta protección.

Intercambio de experiencias

En seguimiento del proceso de fortalecimiento y promoción de esta herramienta de propiedad Intelectual, la DINAPI, conjuntamente, con la Cooperación Alemana al Desarrollo (GIZ, por sus siglas en alemán), trazaron una agenda de trabajo que está enfocada a la difusión y al intercambio de experiencias sobre las Indicaciones Geográficas, las Denominaciones de Origen y las Marcas Colectivas.

enorgullecen a una comunidad que se identifica con su producto auténticamente regional. “Ese orgullo se formaliza con un sello y ese sello pasa a ser la identidad de todo un pueblo, y eso lo está logrando la DINAPI”, ponderó Krause.

La agenda de trabajo incluye la organización de más actividades en todo el territorio nacional, con un aporte importante de los técnicos alemanes, quienes cooperarán con sus pares de la DINAPI y de otras instituciones públicas y privadas, enmarcadas en el reconocimiento y protección de productos originarios.



En esa ocasión, la Representante Residente de GIZ – Paraguay, Bárbara Krause, señaló que las IG/DO





PARAGUAY



CORDILLERA

**MIEL NEGRA DE
ARROYOS Y ESTEROS**



GUAIRÁ

AO PO'I DE YATAITY



ÑEEMBUCÚ

MIEL DE LOS HUMEDALES



MISIONES

CHORIZO SANJUANINO



YEGROS

LICOR DE YEGROS

BENEFICIOS DE UNA IG/DO

- 1) RESPALDO COMERCIAL.
- 2) VENTAJA COMPETITIVA.

- 3) VALOR DEL PRODUCTO.
- 4) OPORTUNIDAD DE EXPORTACIÓN.

- 5) FORTALECIMIENTO DE MARCA.

“NECESITAMOS MÁS CONCIENCIACIÓN SOBRE EL PELIGRO DE LO FALSIFICADO”



Dra. Virginia Cervieri

Presidenta

Cámara de Lucha contra la Piratería y el Contrabando
CALPYC

La protección de los derechos de propiedad intelectual es un desafío en los países de Latinoamérica. Varias son las organizaciones que dedican recursos para contrarrestar los ilícitos referentes al ámbito referido. Una de ellas es la Cámara de Lucha contra la Piratería y el Contrabando (CALPYC), una asociación civil sin fines de lucro, que tiene como objeto social promover la lucha contra la falsificación de marcas y patentes y contra la violación de los derechos de Propiedad Intelectual en nuestra región.

La organización también apunta entre sus objetivos la promoción de acciones contra las violaciones cometidas en el ámbito de internet, la competencia desleal y la importación y

comercialización de productos objeto del contrabando y evasión de impuestos en el país, mediante actuación junto a órganos competentes de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de los países de la región.

La doctora Virginia Cervieri, presidenta de la CALPYC, señaló algunos desafíos actuales en materia de protección de derechos de propiedad intelectual. Entre ellos mencionó la importancia de la coordinación con las autoridades y la necesidad de una mayor participación de los titulares de los derechos intelectuales en las inspecciones. Igualmente, refirió que se requiere de una mayor concienciación sobre los peligros de consumir productos falsificados.

“Es muy importante el trabajo coordinado con las autoridades, el rol de las aduanas es fundamental. De un tiempo a esta parte ha habido una reducción considerable respecto a las incautaciones en este ámbito, por lo que se deben implementar mecanismos más ágiles que permitan a los titulares de derechos intelectuales participar de las inspecciones, colaborar en la búsqueda de productos falsos y apoyar desde un primer momento”, refirió la profesional.

Por otro lado, también apuntó al crecimiento del comercio on line. “Otro desafío es el crecimiento del comercio online, principalmente como consecuencia de la pandemia. El negocio online no difiere del offline en cuanto el tratamiento legal, por lo que la mercadería puede ser incautada, destruida y los responsables condenados”, indicó.

Colaboración público-privada

En cuanto a nuevas estrategias y acciones, la titular de CALPYC hizo énfasis en la trascendencia de las alianzas y colaboraciones entre el sector público y el privado para mejorar la situación general.

“Es importante que el titular de la marca y las autoridades se complementen en el trabajo. Legislativamente hablando creo que la región tiene normas armonizadas que no suelen ser periódicamente modificadas porque están en consonancia con los instrumentos internacionales. Es en la aplicación práctica de estas normas donde creo que algunos países tienen problemas. La colaboración público-privada es muy importante”, puntualizó.

Cuestiones a mejorar

En el mismo contexto, la doctora Cervieri remarcó que, lamentablemente, en la región de Latinoamérica, los indicadores de falsificación y piratería siguen en aumento y que ve como algo preocupante la existencia de algunas zonas donde se precisa mayor control.

“Hoy en día existen innumerables maneras de comercializar productos falsificados, ya mencioné las tiendas online, y no hay que olvidar tampoco a los pequeños envíos que se realizan diariamente

y que llegan vía aérea. Algunos factores son los costos bajos, mayor oferta de productos falsos y la posibilidad de esconderse online”.

La número uno de CALPYC profundizó un poco más el análisis y manifestó que deben incrementarse las acciones preventivas como la concienciación sobre peligro que conlleva adquirir y consumir un producto falsificado. “Existe una baja condena social a los hechos de falsificación y piratería. Se debe mejorar en la concienciación, poniendo énfasis en el peligro que representa para un consumidor un producto falsificado”, enfatizó.

Apostar a la sustentabilidad

Como novedad en la lucha contra la falsificación y la piratería, la entrevistada mencionó la apuesta a la sustentabilidad. “Estamos poniendo sobre la mesa la cuestión de la sustentabilidad. Esto es, encontrar maneras inteligentes de contribuir a la economía circular mediante el reciclaje de los residuos, producto de las destrucciones de mercancía falsificada.

Creo que esto es fundamental para que, luego de realizada una destrucción, los residuos contribuyan a generar nuevos productos ya sin marcas y que tengan una segunda vida, ya lejos de la informalidad”, apuntó. Agregó que en Uruguay, la CALPYC apoya el proyecto Score Green.

Capacitar recursos humanos

La CALPYC tiene como otro de sus objetivos promover cursos, seminarios y capacitaciones para los servidores de todo y cualquier órgano público, organismos municipales, estatales y entidades públicas y privadas en general. “Las capacitaciones tienen una doble utilidad; en primer lugar, sirven como acercamiento con las autoridades, para que éstas que son las encargadas de velar por la defensa de los derechos de propiedad intelectual obtengan información actualizada sobre las últimas tendencias, novedades y desafíos en la materia, que le permitan aplicar estos nuevos conocimientos en su día a día. En estas capacitaciones, las marcas envían características y medidas de detección

e identificación de productos falsos, de carácter confidencial, por lo que son realmente útiles ya que de no asistir los funcionarios no podrían tener acceso a las mismas”, señaló la doctora Cervieri.

En segundo lugar, refirió que, en estos encuentros se da un puntapié inicial a la tan mentada coordinación público-privada. “Estos espacios sirven para que, los funcionarios compartan con los titulares de derechos los desafíos y dificultades que tienen en su trabajo, y que por su parte el sector privado pueda articular mejores estrategias para coadyuvar de una manera más eficiente”, indicó.



Colaboración con organismos paraguayos

Según compartió la presidenta de CALPYC, los vínculos con instituciones paraguayas afines se dan desde hace varios años. “Estamos realizando jornadas de capacitación, tanto seminarios como talleres de manera conjunta con varias instituciones tales como la DINAPI, la Dirección contra Hechos Punibles y Económicos de la Policía Nacional, la Coordinación Administrativa de Investigación Aduanera (CAIA) de la Dirección Nacional de Aduanas, la Unidad Especializada de Propiedad Intelectual del Ministerio Público, solo por citar algunas.

Este año también colaboramos con la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC, por sus siglas en inglés) en un evento de capacitación a funcionarios de distintas dependencias estatales como la SENAD, Aduanas, el Ministerio del Interior, la Policía Nacional, entre otros”, apuntó, al tiempo de agregar que “el siguiente paso y al que aspiramos desde la Cámara es poder suscribir convenios de colaboración con distintos organismos paraguayos en materias de interés”.

“Uno de los pocos países con autoridades especializadas”

Finalmente, la doctora Cervieri destacó el trabajo que llevan adelante en Paraguay. “Me permito valorar y destacar el trabajo que se realiza en Paraguay, uno de los pocos países de la región que tiene autoridades especializadas: fiscales, jueces, una Dirección de Observancia en la DINAPI, divisiones especializadas en Policía y Aduana, etc. En este mismo sentido, iniciativas tales como la creación de un Centro Nacional de Coordinación de Propiedad Intelectual demuestran que las autoridades paraguayas entienden que deben trabajar de manera coordinada, lo cual celebro. La inclusión del sector privado como observador en este Centro, podría ser un paso más en aras de esa colaboración entre todas las partes interesadas”, aseveró.

Mujeres líderes

Sobre el posicionamiento de mujeres en puestos de relevancia en organizaciones como la suya, la presidenta de CALPYC refirió que la significancia se puede ver en los resultados de la incorporación de mujeres en niveles jerárquicos. “La presencia de mujeres líderes ofrece múltiples ventajas que no podemos pasar por alto, y ser presidenta de la cámara es un orgullo ya que implica y demuestra nuestra capacidad para ocupar cualquier nivel jerárquico, así como demuestra el efecto positivo de incorporar mujeres en los puestos de mando de diferentes organizaciones. La significancia la podemos ver en los resultados”, concluyó.



En la mira

NOVEDADES DEL SECTOR DE “PI”



1) MÚSICA VERSUS INTELIGENCIA ARTIFICIAL

¿Puede la Inteligencia Artificial afectar a la música? Para los industriales discográficos, sí. Por eso, se unen en organizaciones, como es el caso latinoamericano, para denunciar software y aplicaciones que afectan su negocio.

El tema es planteado en un artículo publicado en “El diario”, de Caracas, Venezuela, en el que se destaca la denuncia de la Asociación de la Industria Discográfica de América contra los sitios web Remove-Vocals, Songmastr y Acapella-extractor considerados como los más perjudiciales para los derechos de autor de artistas y autores, haciendo vulnerable la existencia de negocios musicales.

Según el gremio norteamericano, los extractos musicales producidos con inteligencia artificial se encargan de duplicar voces o instrumentos de una grabación.

“Estas herramientas digitales son utilizadas por otras personas con la intención de masterizarlos y remezclarlos para que puedan asemejarse a las pistas usadas por los artistas, algo que no está autorizado e infringe los derechos de autor”, afirmó la Asociación en el informe sobre el caso planteado.

El artículo completo está disponible en <https://eldiario.com/2022/10/24/la-inteligencia-artificial-podria-afectar-a-la-industria-musical/>



2) ACCESO AL CONOCIMIENTO, EN DEBATE

En el contexto del acceso al conocimiento, un tema de debate desde hace tiempo es la tensión entre el sistema legal del derecho de autor y el derecho de las sociedades a acceder al conocimiento y la información que puede apoyar el desarrollo social. La a2k-coalition.org es una entidad creada para exponer ideas sobre el acceso al conocimiento (A2K) como un Derecho Humano.

Carolina Botero Cabrera, columnista del diario El Espectador, de Bogotá (Colombia), menciona la organización, en un análisis sobre el acceso al conocimiento (A2K) como derecho humano, íntimamente ligado a la libertad de expresión. Se aborda interesantes desafíos y complejas problemáticas potenciadas por la digitalización.

La articulista enfatiza que en la coalición se encuentran organizaciones de educadores, investigadores, estudiantes, bibliotecas, archivos, museos, personas usuarias, creadoras y organizaciones de sociedad civil. Todas ellas tienen como propósito común buscar un sistema de derecho de autor balanceado que recuerde la cara oculta de este sistema: el interés público.

El artículo de referencia, en su versión integral, está disponible en <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/carolina-botero-cabrera/un-nuevo-espacio-digital-dedicado-al-acceso-al-conocimiento/> y la dirección de A2K es <https://www.a2k-coalition.org/es/>



3) LOS DESAFÍOS DEL “NEW SPACE”

El “New space”, concepto que refleja el protagonismo de la industria privada emergente, con vocación comercial, en actividades espaciales, es un campo nuevo que genera retos para la propiedad intelectual.

El tema es analizado por el abogado español Carlos Albareda Úbeda, especializado en Derecho Espacial, en una columna del diario El País de Madrid, en la cual se expone uno de los campos más novedosos de la propiedad intelectual mundial.



Albareda manifiesta que las empresas aeroespaciales pueden desarrollar con rapidez y de manera económica tecnologías que atienden a oportunidades de negocio concretas: navegación por satélite, observación de la Tierra, gestión de datos espaciales, telecomunicaciones, construcción en el espacio, turismo espacial, internet of Things (IoT). Empero, advierte, la escasa regulación jurídica de la materia podría derivar en la desconfianza posibles inversores.

El artículo de referencia ayudará a orientar a interesados en conocer este innovador campo de la propiedad intelectual del futuro para comprender una parte de la problemática jurídica relacionada con su aplicación. El enlace a la publicación es https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/10/03/legal/1664808182_153830.html



4) PARAGUAY: N° 1 EN FRANQUICIAS ARGENTINAS

El diario digital www.munipy.com.py destaca que Paraguay lidera el ranking de países en los cuales las empresas argentinas realizan franquicias, por encima de Brasil, México y España cuyas economías superan los mil billones de dólares y, en algunos casos, superan 40 a 1 al tamaño del Producto interno Bruto (PIB) del país.

La información de un sondeo realizado por la Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF) destaca que dos de tres de las empresas más grandes e importantes de Argentina y que operan con franquicias en el exterior realiza algún negocio de esas características en Paraguay.

De acuerdo con el relevamiento, realizado en junio de este año, de las empresas consultadas, en Paraguay están presentes casi dos tercios. Sigue en la lista Chile (50%), Uruguay (44%), España (25%), Bolivia (13%), Brasil y Perú (13%). En menor medida, en México, Colombia y Centroamérica (Costa Rica, Guatemala y Panamá).

El artículo, una adaptación local de una nota original publicada por INFOBAE, puede ser leído en el siguiente enlace: <https://www.munipy.com.py/2022/10/23/argentinos-franquician-mas-en-paraguay/>



CLASIFICADOS
CLASIFICADOS
CLASIFICADOS

CÓDIGOS NUMÉRICOS

Para identificar datos bibliográficos sobre marcas,
conforme a la norma de **OMPI ST.60**

(210)

Número de serie de la solicitud.

(220)

Fecha de presentación de la solicitud.

(510)

Lista de productos y servicios.

(511)

La Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de la Marcas.

(540)

Reproducción de la marca.

(731)

Nombre y dirección del solicitante.

(740)

Datos del agente (representante).



DIRECCIÓN NACIONAL DE
PROPIEDAD INTELECTUAL
DINAPI

Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Avda. España 323 c/ EE.UU. y Brasil

Asunción, Paraguay

www.dinapi.gov.py