



Tema 7a) del programa

CX/EXEC 12/67/5

PROGRAMA CONJUNTO FAO/OMS SOBRE NORMAS ALIMENTARIAS COMITÉ EJECUTIVO DE LA COMISIÓN DEL CODEX ALIMENTARIUS

67.^a reunión

Sede de la FAO, Roma (Italia)

26-29 de junio de 2012

OTROS ASUNTOS Y TRABAJOS FUTUROS

PROPUESTA PARA EL USO DE UN LOGOTIPO O MARCA DEL CODEX

Presentada por el Presidente de la Comisión

1. Antecedentes

Los miembros del Codex han expresado la opinión de que la proliferación de normas privadas ha hecho más difícil, en diversos mercados desarrollados, el acceso al mercado. Con la promesa del acceso al mercado se ha promovido ampliamente el empleo de normas privadas a fin de obtener una mayor aceptabilidad. Entre las razones de la proliferación de normas privadas se han mencionado la velocidad de elaboración de las normas del Codex y la falta de armonización de las normas nacionales de algunos miembros con las del Codex. Sin embargo, un estudio reciente llevado a cabo por la Secretaría del Codex mostró que, de media, se necesitan 4,2 años para elaborar una norma del Codex (3,5 años para normas de inocuidad de los alimentos), salvo algunas excepciones de las que mucho se ha hablado; esto significa que el proceso es, con diferencia, más rápido de lo que se percibe.

La falta de uso de las normas del Codex puede estar relacionada con una falta de conocimiento por parte de algunas organizaciones comerciales, minoristas y consumidores. Las normas del Codex son disposiciones internacionales basadas en la ciencia y elaboradas mediante el consenso entre gobiernos y con la participación de entidades del sector privado en calidad de observadores; sin embargo, no han recibido la visibilidad de aceptación necesaria, pese a que en muchos casos constituyen la base de los reglamentos nacionales.

En el presente documento se sostiene que la creación de un logotipo del Codex podría contribuir a promover su labor, a obtener una mayor visibilidad de sus normas y, por último, a incrementar la aplicación de dichas normas.

2. Uso de logotipos por parte de otras organizaciones

En el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial del Comercio se mencionan de forma explícita tres organismos de establecimiento de normas internacionales (“las tres hermanas”): la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) en lo referente a la sanidad animal, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) en lo que atañe a la sanidad vegetal y el Codex respecto de la salud humana.

La OIE y la CIPF poseen logotipos reconocibles que han propiciado, a nivel mundial, un conocimiento apreciable de los respectivos organismos. Actualmente, el Codex no utiliza ningún logotipo comparable.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta sorprendente que un órgano que elabora normas sobre calidad e inocuidad de los alimentos, que protege la salud de los consumidores y que garantiza prácticas equitativas en el comercio de los alimentos no cuente con una identidad reconocible como los logotipos de otros organismos.

3. Utilidad del logotipo del Codex

La creación de un logotipo como parte de una estrategia general de comunicación podría facilitar la concienciación sobre las normas del Codex entre los comerciantes, los minoristas y los consumidores y, por tanto, fomentar la armonización de las normas nacionales con las normas del Codex. El uso de normas armonizadas facilitaría el comercio, especialmente en el caso de los países en desarrollo.

Se podrían considerar las siguientes actividades:

Actividad 1: Examinar la actual identidad visual del Codex y realizar las propuestas necesarias para mejorarla.

Actividad 2: Considerar formas de promover la identidad del Codex a fin de fomentar el uso de sus normas a nivel nacional.

3.1 Actividad 1: Examinar la actual identidad visual del Codex y realizar las propuestas necesarias para mejorarla.

El uso de una identidad visual coherente (por ejemplo, un logotipo) y su promoción en el ámbito internacional mediante su empleo en las normas, los informes, los documentos, las campañas de relaciones públicas y los anuncios relacionados con el Codex, así como en sus documentos oficiales, podría incrementar la visibilidad de la Comisión y del Codex Alimentarius a escala mundial. Esta iniciativa podría formar parte del conjunto de herramientas de una estrategia de comunicación más amplia.

El logotipo del Codex se debe registrar, para lo cual existen dos opciones: registrar la marca i) en virtud del artículo 6 ter del Convenio de París (Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial) aplicable a casi todos los Estados miembros del Codex (un proceso que no conlleva costo alguno) o ii) según el Arreglo de Madrid (solo 86 países); en este caso, el proceso sería costoso y largo, ya que el logotipo debería registrarse en cada uno de los países.

Respecto del Convenio de París, existen varios requisitos para la presentación de la solicitud pertinente a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI): ser una entidad autónoma e independiente, de carácter permanente y con presupuesto propio, disponer de reglas y procedimientos que regulen su composición y contar con una estructura organizativa (que incluya órganos rectores). El Codex quizás no cumpla algunos de estos requisitos, ya que su presupuesto procede de los presupuestos ordinarios de la FAO y la Organización Mundial de la Salud (OMS).

La FAO y la OMS han señalado su preocupación ante la proliferación de logotipos, ya que en numerosos proyectos pequeños se propone utilizarlos para crear una identidad individual y esto puede hacer que se perciban como entidades distintas de las organizaciones patrocinadoras. Ambas organizaciones deben convenir cualquier decisión relacionada con el logotipo del Codex. Se debe alcanzar un acuerdo entre la FAO y la OMS en cuanto a cuál será la organización que poseerá el logotipo en nombre del Codex.

3.2 Medida 2: Considerar formas de promover la identidad del Codex a fin de fomentar el uso de las normas de este organismo a nivel nacional.

Se debe considerar si el logotipo del Codex podría utilizarse a escala internacional y de qué forma se debe hacer uso de él (por ejemplo, en normas nacionales, a través del punto de contacto del Codex, etc.).

Se deberán definir la viabilidad y las normas y condiciones exactas para cualquier uso del logotipo.

La FAO y la OMS aplican criterios estrictos en lo referente al uso de sus respectivos logotipos dada, entre otras cosas, la significativa legitimidad que otorgan estos elementos. Al logotipo del Codex, cuya propiedad correspondería a una de las organizaciones (o a ambas) se le aplicarían los mismos criterios.