



FACULTAD DE DERECHO

LA PROTECCIÓN DE LOS DISEÑOS DE MODA EN EL DERECHO INTERNACIONAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Autor: Cecilia Pindado Sánchez

5º E-3 C

Director: Diego Agulló Agulló

Área de Derecho Internacional Privado

MADRID

Marzo 2025

Resumen

Este trabajo aborda la protección jurídica internacional de los diseños de moda, una industria donde la creatividad, la innovación y la originalidad constituyen los pilares fundamentales de su valor económico y cultural. A través de un análisis comparativo entre Europa y Estados Unidos, se examinan los distintos marcos legales aplicables a los diseños, incluyendo los derechos de autor, los diseños industriales, las marcas registradas y otras figuras relevantes de la propiedad intelectual. El análisis revela cómo en Europa existe un sistema relativamente armonizado y adaptado a las necesidades específicas de la industria de la moda, gracias a instrumentos como el diseño comunitario registrado y no registrado. En contraste, el modelo estadounidense se caracteriza por una protección fragmentada y menos especializada, que depende de una combinación de normas generales, lo que puede dificultar una defensa eficaz ante la rápida reproducción de creaciones originales.

Asimismo, se estudian los desafíos actuales derivados del auge de la tecnología y la consolidación del modelo de negocio *fast fashion*. Estos factores han acelerado tanto la difusión global de tendencias como la proliferación de copias e imitaciones, debilitando la posición de los diseñadores frente a prácticas abusivas o desleales.

A modo de cierre, se proponen mejoras orientadas a lograr una mayor armonización normativa y una protección más eficaz y flexible, capaz de adaptarse al dinamismo y la dimensión global de la industria de la moda.

Palabras clave: Diseño de moda, diseño industrial, propiedad intelectual, *fast fashion*, falsificación.

Abstract

This paper addresses the international legal protection of fashion designs, an industry where creativity, innovation and originality are the fundamental pillars of its economic and cultural value. Through a comparative analysis between Europe and the United States, it examines the different legal frameworks applicable to designs, including copyrights, industrial designs, trademarks and other relevant intellectual property figures. The analysis reveals how in Europe there is a relatively harmonized system adapted to the specific needs of the fashion industry, thanks to instruments such as registered and unregistered community design. In contrast, the U.S. model is characterized by fragmented and less specialized protection, relying on a combination of general rules, which can make it difficult to defend effectively against the rapid reproduction of original creations.

It also examines the current challenges arising from the rise of technology and the consolidation of the fast fashion business model. These factors have accelerated both the global spread of trends and the proliferation of copies and imitations, weakening the position of designers in the face of abusive or unfair practices.

Finally, the paper proposes improvements aimed at achieving greater regulatory harmonization and more effective and flexible protection, capable of adapting to the dynamism and global dimension of the fashion industry.

Key words: Fashion design, industrial design, intellectual property, fast-fashion, counterfeit.

ÍNDICE DE CONTENIDO

LISTA DE ABREVIATURAS.....	4
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	5
1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	5
2. OBJETIVOS	8
3. METODOLOGÍA.....	8
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO Y NORMATIVO	9
1. MARCO TEÓRICO.....	9
1.1 Introducción	9
1.2 El concepto de propiedad intelectual e industrial	9
1.3 La protección en la industria de la moda.....	11
1.3.1 <i>Concepto de derecho de autor</i>	<i>12</i>
1.3.2 <i>El concepto de diseño industrial.....</i>	<i>14</i>
1.3.3 <i>Protección</i>	<i>17</i>
2. MARCO NORMATIVO INTERNACIONAL	18
2.1 Tratados Internacionales.....	18
2.1.1 <i>Convenio de París.....</i>	<i>18</i>
2.1.2 <i>Convenio de Berna.....</i>	<i>20</i>
2.1.3 <i>Arreglo de Madrid.....</i>	<i>21</i>
2.1.4 <i>Sistema de la Haya.....</i>	<i>21</i>
2.1.5 <i>Acuerdo sobre los ADPIC.....</i>	<i>22</i>
CAPÍTULO III: COMPARATIVA PROTECCIÓN EUROPEA VS. ESTADOS UNIDOS.....	24
1. INTRODUCCIÓN	24
2. UNIÓN EUROPEA	24
3. ESTADOS UNIDOS.....	29
4. ANÁLISIS	33
5. CONCLUSIÓN.....	35
CAPÍTULO IV: DESAFIOS: LA TECNOLOGÍA Y EL <i>FAST FASHION</i>.....	36
CAPÍTULO V: FUTURO DE LA PROTECCIÓN DE LOS DISEÑOS: RECOMENDACIONES Y VÍAS DE MEJORA	39
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	41
BIBLIOGRAFIA	44
1. LEGISLACIÓN	44
2. JURISPRUDENCIA.....	44
3. OBRAS DOCTRINALES	45
4. RECURSOS DE INTERNET	46
ANEXOS.....	50

LISTA DE ABREVIATURAS

1. OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
2. WIPO: World Intellectual Property Organization
3. STS: Sentencia del Tribunal Supremo
4. EEUU: Estados Unidos
5. USPTO: United States Patent and Trademark Office
6. TJUE: Tribunal Superior de Justicia de la Unión Europea
7. BIRPI: The United International Bureaux for the Protection of Intellectual Property
8. ADPIC: Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio
9. UE: Unión Europea

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Para crear un diseño de moda no basta con hacer un dibujo y mandarlo a una fábrica para ser confeccionado, hay muchos pasos detrás de cada boceto, de cada garabato para llegar a las prendas que encontramos en cada tienda. Para entender mejor estos pasos lo haremos a través de una historia.

Pongamos a una joven diseñadora recién aterrizada en París, ciudad de la moda. Trabaja en un estudio, desde donde puede ver las clásicas calles de la capital francesa y entra ellas, rodeada por las aguas del Sena, la famosa Catedral de *Notre Dame*. Cada día observa durante horas esta obra de estilo gótico francés, dos siglos de obra frente a sus ojos y de ahí llega su inspiración para su próxima obra, buscando combinar tradición y modernidad, como las calles de París.

Con un lápiz en la mano, comienza a dibujar finas líneas que tratan de imitar los arcos de las ventanas góticas. Podríamos decir que este es el primer momento relevante, ha surgido una **idea**, esta permanece todavía en la mente de la diseñadora fuera de la protección del derecho de la protección intelectual ya que lo que protege esta rama va a ser la forma en la que los autores expresan sus ideas, no estas como tal¹. No obstante, a medida que va tomando forma sobre el papel la idea comienza a ser ilustrada y pasa a ser algo concreto.

Esta expresión concreta de ideas, que en este caso sería el boceto sí que podría ser protegido por el derecho, concretamente por los derechos de autor, siempre que tenga la suficiente originalidad.

Los **derechos de autor** son aquella protección que reciben los creadores para proteger sus obras, siempre que sean originales y se hayan creado de forma independiente y no copiada. Pese a otorgar una protección, siguiendo lo establecido en el artículo 5.2 del Convenio de Berna, se obtiene de forma automática, sin necesidad de realizar ningún

¹ “El derecho de la propiedad intelectual no protege las ideas”, (s.f.) *Almacén de Derecho*. <https://almacenederecho.org/el-derecho-de-la-propiedad-intelectual-no-protege-las-ideas>

trámite. “2) *El goce y el ejercicio de estos derechos no estarán subordinados a ninguna formalidad y ambos son independientes de la existencia de protección en el país de origen de la obra. (...)*”². Aunque, como complemento, algunos países ofrecen la posibilidad de registrar la obra en oficinas de derechos de autor, para demostrar su autoría.

Finalizado el boceto, el siguiente paso sería convertirlo en el primer “prototipo”. La diseñadora selecciona las telas, inspirándose en los vitrales de la catedral y tras largas horas y días de confección el vestido está terminado. En este punto ya no es una idea ni la expresión de esta, tampoco es solo arte, sino que la diseñadora ha creado una prenda, un producto con su particular forma, textura y colores. Esta prenda al ser algo nuevo y distintivo, entraría en la protección otorgada por los **diseños industriales** que también alcanzan la forma estética del vestido.

Los **diseños industriales** ofrecen una protección de la apariencia externa u ornamentación de los productos o una parte de ellos, es aquello que los diferencia, desde el punto de vista visual, del resto de productos. Para ser un diseño ha de ser novedoso y tener un carácter singular, único³.

El vestido ya está terminado, pero para darle el acabado la diseñadora decide incorporar su sello personal, como hace con cada prenda que acaba. Se trata de un bordado discreto en el forro del vestido, indicando que ha sido diseñado y pertenece a su marca. Este pequeño sello estaría protegido, ya que los logos, están amparados por las **marcas registradas** para que solo puedan ser utilizados y comercializados por sus dueños.

Las **marcas registradas** son aquellos “*símbolos que permite diferenciar los productos de una empresa a los de otra*” (Organización Mundial de la Protección Intelectual, en adelante OMPI o WIPO en inglés)⁴, puede ser desde un símbolo, a una combinación de letras al embalaje del producto, etc. Este símbolo protegido otorga a su propietario la

² “Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas”. 1979. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). https://www.wipo.int/wipolex/es/text/283700#P103_15707

³ “Diseños industriales”. (s.f.). *Asociación para la Defensa de la Marca (Andema)*. <https://www.andema.org/que-son-las-marcas/otras-figuras-de-la-propiedad-industrial/disenos-industriales>

⁴ “Marcas”. (s.f.) Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). <https://www.wipo.int/es/web/trademarks>

explotación en exclusiva pudiendo comercializarlo otorgando licencias a terceros. A diferencia de otros derechos este otorga una protección de 10 años, renovable indefinidamente.

Como cada temporada, la diseñadora presenta la mayoría de sus diseños en un desfile donde buscara capturar la atención de los críticos y futuros compradores. En estos desfiles sus diseños quedan expuestos, con el riesgo que eso supone, ya que los fotógrafos capturarán cada uno de los detalles de su obra. Estas fotos quedarán al alcance de todo el público en cuestión de segundos, incluidas las marcas de *fast fashion*, cuyo proceso de fabricación y puesta a la venta es bastante inferior al de la marca de la diseñadora, pudiendo así imitar su diseño⁵. Aquí podremos ver la actuación de la **propiedad intelectual** al completo, la combinación entre los derechos de autor, los diseños industriales y la marca registrada permitirá a la diseñadora tomar medidas legales para evitar que sigan utilizando su creación sin permiso.

La protección de los diseños de moda es un tema de gran relevancia, no solo por el impacto económico sino también por el cultural y artístico que tiene la industria de la moda en la sociedad. La innovación y la originalidad son fundamentales para la competitividad de los diseñadores y las marcas, y en gran manera su éxito depende de ello. El proceso creativo de un diseñador, desde la concepción de la idea hasta su materialización y comercialización, demuestra la necesidad de contar con un sistema sólido y eficaz. Sin embargo, la realidad actual refleja un entorno diverso, donde la normativa varía en función del país y en muchos casos, resulta insuficiente frente al dinamismo de la industria y sus desafíos. Por todo ello, resulta fundamental analizar en profundidad las herramientas jurídicas existentes.

Este estudio busca aportar una visión crítica sobre la situación actual con el objetivo de contribuir al debate sobre la protección de la moda, una industria que se encuentra entre negocio y arte y necesita de una protección que se adapta esta situación.

⁵ Dictum Abogados. “Las consecuencias jurídicas del fast fashion”. (s.f.) <https://dictumabogados.com/e-dictum-publicaciones-derecho-mercantil/las-consecuencias-juridicas-del-fast-fashion/31164/>

2. OBJETIVOS

El presente trabajo tiene como objetivo principal analizar en profundidad la protección jurídica que reciben los diseños de moda desde una perspectiva internacional, examinando los distintos marcos normativos y los mecanismos de defensa que ofrece el derecho de la propiedad intelectual a los creadores y empresas del sector. Asimismo, se abordará un estudio comparativo entre las dos principales tradiciones jurídicas a nivel global: el sistema de derecho anglosajón (Common Law) y el sistema de derecho continental (Civil Law), tomando como referencia Estados Unidos y Europa, con el objetivo de identificar sus similitudes, diferencias y el grado de eficacia de cada modelo en la salvaguarda de la originalidad y exclusividad de los diseños de moda. Por último, se aportará recomendaciones y posibles vías de mejora con el objetivo de participar en el debate y contribuir a este sistema.

3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este trabajo de investigación, se ha recurrido a un enfoque de estudio jurídico basado en el análisis normativo y doctrinal. A través de la revisión de la legislación vigente, tanto nacional como internacional, la doctrina especializada y diversas fuentes jurisprudenciales, se busca ofrecer una interpretación fundamentada sobre la protección del diseño industrial en el marco de la propiedad intelectual e industrial.

En primer lugar, se realizará una aproximación conceptual a los términos de propiedad intelectual e industrial, con el objetivo de contextualizar el ámbito en el que se inscribe el diseño industrial y comprender su relevancia dentro del sistema jurídico, estableciendo así una base teórica. Seguido de una definición y limitación del concepto de diseño industrial para así poder realizar el examen de la normativa internacional mediante una comparación de los sistemas anglosajón y comunitario identificando las diferencias entre ellos.

Por último, se estudiará los desafíos que plantea esta industria, para poder aportar una visión más completa del contexto de la protección. Finalmente, en base a este estudio, se

ofrecerá una conclusión con posibles propuestas de mejora en la regulación del diseño industrial aplicado a la industria de la moda.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO Y NORMATIVO

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Introducción

Para el desarrollo del trabajo y con el objetivo de comprender en profundidad el tema, centraremos el análisis en el concepto de diseño industrial. Sin embargo, antes de abordar este análisis conviene enmarcarlo dentro de su contexto: la propiedad intelectual e industrial.

1.2 El concepto de propiedad intelectual e industrial

En la tradición jurídica latina, se distingue entre propiedad intelectual e industrial mientras que, en el sistema anglosajón, el concepto *intellectual property* englobaría ambos términos. De forma general, podríamos definir propiedad intelectual, combinando las definiciones del Convenio de creación de la OMPI y a nivel nacional, el Ministerio de Cultura y Deporte, como el conjunto de normas que protegen las creaciones del intelecto humano, desde obras literarios, artísticas y científicas, así como su gestión comercial (Practicum, 2022)⁶.

En el plano nacional, siguiendo la tradición latina, son conceptos completamente divididos, protegidos por leyes separadas y gestionadas por diferentes instituciones. Por un lado, tenemos la **Propiedad intelectual** que podemos definir como “*conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares (artistas, productores, organismos de radiodifusión, etc.) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación*”⁷. Continúa diciendo que son derechos tanto de carácter personal como

⁶ Practicum. “La Propiedad Intelectual: Marco legal nacional e internacional (1ª ed.)”. Editorial Aranzadi, S.A.U., 2022.

⁷ Real Academia Española. *Propiedad intelectual*. Diccionario panhispánico del español jurídico

patrimonial que otorgan a su propietario un derecho de explotación de la obra en exclusiva. Dentro de esta disciplina se refiere a las creaciones producidas por la mente humana de forma amplia como son las obras literarias y artística, los diseños arquitectónicos, etc.

Esta protección no solo está diseñada para salvaguardar los derechos de los autores, sino también para fomentar la creatividad, sirviendo como un incentivo para la producción de nuevas obras. Su propósito es garantizar que los creadores reciban una compensación justa por su trabajo y que sus creaciones perduren en el tiempo como parte del patrimonio intelectual y legado personal ⁸.

Bajo este principio, el acceso a la protección no está condicionado al cumplimiento de requisitos formales, permitiendo que los derechos de autor surjan de manera automática con la creación misma de la obra.

Por el otro lado, encontramos la **propiedad industrial**, que son el “*conjunto de derechos que corresponden al autor de determinadas creaciones inmateriales que puedan tener una aplicación industrial y que se protegen como verdaderos derechos de propiedad*”⁹. En este caso nos estamos refiriendo a los diseños industriales, marcas y nombres comerciales, patentes y modelos de utilidad, etc. Son derechos que se otorgan a su creador para poder llevar a cabo principalmente una actividad en el mercado y así ganar una ventaja competitiva frente a sus competidores y protegerse frente a terceros. Esta protección se inspira en la idea de tutelar "ante todo, el valor añadido por el diseño al producto desde el punto de vista comercial, prescindiendo de su nivel estético o artístico y de su originalidad" y no tanto el derecho de los autores sobre sus obras como ocurre en los derechos de autor (Vivas Tesón, 2013) ¹⁰.

En España cada uno de estos derechos cuenta con su propia legislación aplicable, con sus requisitos, privilegios y obligaciones específicas.

⁸ UNIR. “La protección de la propiedad intelectual”*l.* (s.f.)

⁹ Real Academia Española. *Propiedad industrial*. Diccionario panhispánico del español jurídico. (s.f.) <https://dpej.rae.es/lema/propiedad-industrial>

¹⁰ Vivas Tesón, I. “La tutela del diseño industrial por el derecho de autor”. *Revista de Derecho Patrimonial*, (30), 2013. Editorial Aranzadi

No obstante, este trabajo tiene un enfoque internacional por lo que nos basaremos en la definición de Propiedad intelectual de la WIPO visto al principio de este apartado. Hablaremos en profundidad de esta organización más adelante, se trata de un organismo de 193 estados miembros perteneciente a las Naciones Unidas que presta un servicio a los creadores e inventores para promover sus derechos sobre sus obras más allá de las fronteras de su país ¹¹.

La propiedad intelectual engloba bajo un único concepto todas las creaciones de la mente desde las invenciones, a las obras artísticas y literarias a los símbolos y nombres utilizados en el comercio¹². Todos estos derechos otorgan a sus creadores un derecho de explotación en exclusiva por un periodo de tiempo.

Este sistema busca crear un equilibrio entre los intereses y derechos de los propietarios de las creaciones y el interés público de los consumidores, a la vez que genera incentivos para nuevas creaciones.

1.3 La protección en la industria de la moda

La moda es una manifestación artística, un arte en sí misma, no obstante, es una industria, una industria creativa en la que trabajan más de 70 millones de personas y factura alrededor de mil millones de euros este último año, simplemente en prendas de vestir¹³ (ver Anexo A), y que depende de esa creatividad. Esta industria nace de la creatividad de los diseñadores que crean cada uno de los diseños, que a su vez estos diseños serán copiados por marcas y negocios a menor escala, es por ello por lo que es necesario garantizar una protección para seguir promoviendo la innovación y creatividad en un ambiente seguro.

¹¹ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Historia de la OMPI. (s.f.) <https://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html>

¹² Biblioteca de la Universidad Politécnica de Cartagena. “Conceptos generales: propiedad intelectual”. *Biblioteca UPCT*. (s.f.). <https://www.bib.upct.es/conceptos-generales>

¹³ Statista. “Ingresos de la venta de prendas de vestir en todo el mundo.” <https://es.statista.com/estadisticas/1391249/ingresos-de-la-venta-de-prendas-de-vestir-en-todo-el-mundo/>

Desde el principio, los diseñadores han pedido y exigido una protección contra esos plagios, no solo por los intereses económicos de estos creadores, sino también por el legado y la imagen de cada uno de ellos. Las herramientas más utilizadas en esta industria son los derechos de autor y los diseños industriales, muchas veces confundidos. En este trabajo, como venimos diciendo, se centra en la protección que otorgan los diseños industriales, si bien resulta conveniente realizar una definición negativa a partir de los derechos de autor para entender la envergadura de los diseños.

1.3.1 *Concepto de derecho de autor*

Los derechos de autor, tanto en el sistema europeo como en el anglosajón, tiene como objeto la protección las creaciones originales expresadas en cualquier medio, ya sea tangible o intangible¹⁴.

Los derechos de autor se describen como “*derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. (...) van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos*”¹⁵. Como hemos mencionado en la introducción del trabajo, únicamente abarca las expresiones, no las ideas en sí o sus procedimientos y estos se obtiene de manera automática desde su creación pudiendo así, en la gran mayoría de países, ser registrados en las oficinas oficiales facilitando en el caso de haber un disputa o controversia su titularidad y alcance.

A pesar de tener naturaleza territorial existe bastante armonía entre las legislaciones. La duración de esta protección varía, en cierta medida, entre las distintas legislaciones nacionales. Sin embargo, los Estados que han suscrito el Convenio de Berna, que será objeto de análisis en el marco normativo, están obligados, según su artículo 7, a garantizar una protección mínima de 50 años tras la muerte del autor, con la posibilidad de que cada

¹⁴ Practicum. “La Propiedad Intelectual: Marco legal nacional e internacional (1ª ed.)”. Editorial Aranzadi, S.A.U., 2022.

¹⁵ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Derechos de autor”, (s.f.) <https://www.wipo.int/es/web/copyright>

país amplíe ese plazo a través de su legislación interna¹⁶. Si se quiere obtener una protección a nivel internacional hay que asegurarse de cumplir los requisitos de las legislaciones de cada país en el que se quiera proteger.

El legislador de cada país definirá el alcance en cada territorio. No en todos queda claro si la moda entrase dentro de esta protección, como obra artística. Por ejemplo, en España el derecho de autor viene definido en el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril,¹⁷ y dentro de su alcance no especifica la moda como lo hace con otros ámbitos en su artículo 10 entre los que menciona, entre muchos otros, obras literarias, dramáticas, artísticas, cinematográficas, arquitectónicas, y demás. Dentro de las obras de pintura hace referencia a los bocetos, donde podríamos incluir el boceto de un diseñador siempre que cuente con la suficiente originalidad, pero sin mención específica a la industria de la moda.

La originalidad a la que se refiere este artículo es un concepto clave para otorgar la protección, si bien que no ha sido definido en el texto legal. No obstante, Inmaculada Vivas (2013) menciona en su obra dos sentencias, donde se elabora este concepto, la primera del Tribunal Supremo N.º 542/2004, lo interpreta de la siguiente manera:

“en su perspectiva objetiva, consiste en haber creado algo nuevo, que no existía anteriormente; es decir, la creación que aporta y constituye una novedad objetiva frente a cualquier otra preexistente: es original la creación novedosa, y esa novedad objetiva es la que determina su reconocimiento como obra y la protección por la propiedad intelectual que se atribuye sobre ella a su creador”.

Este concepto va a ser fundamental para diferenciar el derecho de autor del concepto de diseño industrial. La segunda sentencia, en este caso de la Audiencia Provincial de las Islas Baleares (2011), afirma que la doctrina ha interpretado este requisito tanto en sentido

¹⁶ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas”, 1979 https://www.wipo.int/wipolex/es/text/283700#P103_15707

¹⁷ Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia (BOE 22 de abril de 1996)

objetivo como subjetivo: objetivo entendido como “novedad objetiva” y subjetivo, cuando refleje la personalidad del autor ¹⁸.

No obstante, no es una protección muy utilizada en la industria de la moda ya que, como indica su definición, protegen la expresión creativa y original de una obra, no su funcionalidad, lo que limita en gran medida su alcance en esta industria. No podemos olvidar que las prendas de ropa nacieron con un objetivo, una utilidad: proteger a las personas, por lo que son consideradas artículos de utilidad. Esto quiere decir que, independientemente de que una prenda puede ser considerado arte, a los ojos de la mayoría de los jueces, el aspecto utilitario prima para su clasificación, por lo que únicamente podrá proteger estampados, combinación de colores, fruto de una expresión artística y no la prenda como tal. Este aspecto ha generado un debate que ha traspasado fronteras y varía en función de la jurisdicción y estudiaremos más adelante.

Es por ello, que como hemos visto en la introducción, el boceto de la diseñadora, al ser una obra artística original y creativa, queda protegido por los derechos de autor. Lo que se está protegiendo es el dibujo en sí mismo realizado por la diseñadora como una expresión de su idea, pero en el momento que la diseñadora convierta el boceto en un prototipo y posteriormente en una prenda dejará de ser susceptible de esta protección.

1.3.2 El concepto de diseño industrial

A continuación, se abordará el concepto de diseño industrial, que servirá como base para el desarrollo del presente trabajo. Como hemos visto, entrarían dentro de la propiedad industrial en España y en el resto de los países de tradición jurídica latina.

La Oficina Española de Patentes y Marcas lo define como “*una modalidad de Propiedad Industrial que protege aquellas creaciones que tienen que ver con la apariencia externa u ornamentación de los productos o de una parte de los mismos*” ¹⁹. Protegen la estética

¹⁸ Vivas Tesón, I. “La tutela del diseño industrial por el derecho de autor”. *Revista de Derecho Patrimonial*, (30). Editorial Aranzadi, 2013

¹⁹ Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). “Conceptos básicos sobre diseños industriales”. (s.f.) <https://www.oepm.es/es/disenios/como-protoger-los-disenios/conceptos-basicos/#:~:text=El%20Dise%C3%B1o%20Industrial%20es%20una,una%20parte%20de%20los%20mismos.>

del producto, incluyendo su forma, patrón y decoración, es por ello por lo que es la principal herramienta de la industria de la moda ya que es la que utilizan los diseñadores para proteger sus prendas como diseños únicos y así evitar que otros imiten su trabajo.

Se diferencia del modelo de utilidad en que este protege la invención técnica, aquello que resuelve problemas técnicos a diferencia del diseño industrial que protege la apariencia externa del producto como hemos visto, sin tener en cuenta sus características funcionales. Dentro de esta protección entraría un amplio abanico de productos, objetos tri y bidimensionales, joyas, símbolos gráficos, tipografías, aparatos electrónicos, etc.

Es importante distinguir entre aspecto funcional y estético. Lo funcional es aquello que es necesario para su funcionamiento práctico y lo estético son aquellas características que son puramente ornamentales o decorativas. En este caso los diseños industriales protegen cómo se ve su diseño, pero no como funciona; para ello haría falta una patente que se encargaría de proteger esa innovación funcional.

A diferencia de los derechos de autor, los diseños industriales sí que requieren de un registro para estar protegidos. Concretamente en la legislación nacional, que traspone la directiva 98/71/CE, se establecen dos requisitos, recogido en la **Ley 20/2003**, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial en su artículo 5²⁰: diseños susceptibles de registro. *“Podrán registrarse los diseños que sean nuevos y posean carácter singular”*. Los diseños han de ser novedosos, siguiendo lo establecido en el artículo 6 de esta misma ley, se entiende por novedoso, la no existencia de otro diseño idéntico accesible al público con anterioridad a la fecha de la solicitud de registro, salvo que se reivindique prioridad (Ortuño Baeza, 2012; Marco Alcalá, 2012, citado en Jiménez, V. 2022). En este mismo artículo la ley interpreta idéntico como *“cuyas características difieran sólo en detalles irrelevantes”*²¹.

²⁰ Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial (BOE 9 de julio 2003).

²¹ Id.

Por otro lado, el carácter singular viene explicado en el artículo 7 de esta misma ley, especificando que habrá carácter singular cuando la impresión general que se produzca en un usuario informado difiera de la impresión general de otro diseño anterior²².

En cuanto a este último requisito, es importante diferenciarlo del concepto de originalidad en el derecho de autor. Como se ha visto, en el caso de los diseños industriales el foco está en la impresión general que crea el diseño, que ha de ser diferente a cualquier otra anterior, mientras que la originalidad implica que la obra es una creación intelectual propia del autor y no copia de otro²³.

Atendiendo al texto legal del artículo 7, se puede ver que la impresión general es en función del usuario informado, pero este no se encuentra definido en el texto ya que depende en gran parte del segmento o industria de la que se hable y se deberá definir al caso (Jiménez, V. 2022)²⁴. Esto ha generado que a día de hoy encontremos interpretaciones diversas, tanto es así que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE en adelante) se ha pronunciado en varias sentencias al respecto, destacando la sentencia del 20 de octubre en 2011 del asunto C-281/10, PepsiCo. Inc.²⁵ :

“concepto intermedio entre el de consumidor medio, aplicable en materia de marcas, al que no se exige ningún conocimiento específico y que, por lo general, no realiza una comparación directa entre las marcas en pugna, y el experto en el sector, con amplias competencias técnicas” (TJUE, 2011, párr. 53).

En la introducción se ha visto como el prototipo del vestido ya podría acceder a la protección del diseño industrial, ya que la diseñadora ha creado un patrón único para ese vestido, que no se conoce otro idéntico ni se ha mostrado ni utilizado antes. Además, la

²² Jiménez Serranía, V. “La protección de los diseños de moda en España”. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (154), 2022, pp. 85–99. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8626834>

²³ Vivas Tesón, I. “La tutela del diseño industrial por el derecho de autor”. *Revista de Derecho Patrimonial*, (30). Editorial Aranzadi, 2013.

²⁴ Jiménez Serranía, V. “La protección de los diseños de moda en España”. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (154), 2022, pp. 85–99. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8626834>

²⁵ Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Sentencia de 20 de octubre de 2011, PepsiCo, Inc. contra Grupo Promer Mon Graphic SA, C-281/10 P, EU:C:2011:679.

forma del vestido, para los usuarios informados, será percibida como única, dotándola de carácter singular.

1.3.3 Protección

Una breve mención de la protección que ofrecen los diseños industriales que analizaremos en el marco normativo y a lo largo de este trabajo. En cuanto a la duración de la protección de esta figura, una vez se adquirida tiene una duración de 5 años renovables hasta un máximo de 25 años.

La protección tiene carácter territorial, por lo que en función de donde se desee obtener la protección se seguirá una vía u otra. Por un lado, se podrá acceder a una protección a nivel nacional, donde el titular obtiene el derecho exclusivo de impedir que terceros reproduzcan sin autorización en el territorio donde se registre.

A nivel europeo esta figura se denomina “dibujo y modelo comunitario” y una vez registrado otorga el derecho en todos los estados miembros de la Unión Europea a impedir el uso a terceros. El registro se obtiene mediante la presentación de una única solicitud en uno de los estados consiguiendo la protección en todos los estados miembros²⁶. A nivel internacional, gracias a los tratados internacionales como el Arreglo de la Haya, facilitan una protección de manera armonizada en múltiples jurisdicciones, como se analizará en el marco normativo²⁷.

Es importante mencionar que esta protección es independiente y acumulable a la ofrecida por el resto de las figuras de la propiedad intelectual, como los derechos de autor, siempre que cumpla los requisitos necesarios en cada figura. La duración en el caso de los

²⁶ Oficina Española de Patentes y Marcas. *Diseño de la UE*. Oficina Española de Patentes y Marcas. (s.f.) <https://www.oepm.es/es/disenios/como-proteger-los-disenios/conceptos-basicos/que-son-los-disenios-industriales/disenio-de-la-UE/>

²⁷ Oficina Española de Patentes y Marcas. *Diseño Internacional*. Oficina Española de Patentes y Marcas (s.f.) <https://www.oepm.es/es/disenios/como-proteger-los-disenios/conceptos-basicos/que-son-los-disenios-industriales/disenios-internacionales/>

derechos de autor, a diferencia de los diseños, se extiende a lo largo de la vida del autor y 70 años tras su muerte ²⁸.

2. MARCO NORMATIVO INTERNACIONAL

2.1 Tratados Internacionales

Los diseños industriales, incluyendo los diseños de moda, representan una parte fundamental del sector creativo y productivo a nivel mundial. La importancia de estos diseños va más allá del simple aspecto estético, ya que constituyen un factor clave en la diferenciación de productos en mercados altamente competitivos. Especialmente en la industria de la moda, donde la creatividad, la innovación y la rápida renovación de productos son elementos esenciales para mantener una ventaja competitiva y, la protección jurídica adecuada se convierte en un requisito indispensable. La ausencia de protección eficaz puede llevar a pérdidas económicas significativas para los diseñadores y las marcas, pudiendo desalentar la inversión en innovación y creatividad.

Por este motivo, existe un amplio marco jurídico internacional compuesto por tratados y acuerdos que tienen como objetivo proteger los derechos sobre los diseños industriales, ofreciendo una cobertura legal que trascienda las fronteras nacionales y buscando garantizar un entorno más justo y competitivo a nivel global. Estos tratados no solo establecen estándares mínimos y procedimientos simplificados para la protección y el registro de los diseños, sino que también proporcionan mecanismos para hacer efectivos dichos derechos frente a infracciones y prácticas comerciales desleales.

2.1.1. *Convenio de París*

Uno de los tratados fundamentales en esta materia es el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 1883. Con más de 140 años de antigüedad, aunque revisado en diversas ocasiones, y pese a que encontramos normas más moderadas

²⁸ Vivas Tesón, I. “La tutela del diseño industrial por el derecho de autor”. *Revista de Derecho Patrimonial*, (30). Editorial Aranzadi, 2013.

conviene hacer una mención como el primer intento de protección a autores y sus obras más allá de su país de origen (Pabón-Madrid, S. 2020) ²⁹.

El principal motivo de este acuerdo fue la negativa de ciertos creadores, una década antes de este convenio, a acudir a una exposición organizada en Viena por miedo a que sus ideas y obras fuesen copiadas y explotadas en otros países sin su consentimiento ³⁰.

Al ser la primera normativa también es la más amplia y general haciendo referencia a la variedad de protección que ofrece la protección intelectual para sus 180 miembros. Presenta tres niveles fundamentalmente ³¹: En primer lugar, se establece que los países contratantes deberán ofrecer a los nacionales del resto de países miembros la misma protección que otorgan a sus nacionales, a lo que denominan: trato nacional.

En segundo lugar, se instaura el derecho de prioridad que como su nombre indica, en caso de disputa o confusión, otorga prioridad a la primera solicitud que sea presentada en las oficinas de cualquiera de los estados contratantes durante 6 a 12 meses, en función del tipo de solicitud, y dota de ese periodo para decidir en qué estados quiere la protección independientemente de otras solicitudes que puedan ser presentadas por la misma invención.

En tercer lugar, se implantan un conjunto de normas comunes a todos los miembros. En lo relativo a los diseños industriales, objeto de este trabajo, además de estas tres ideas principales, se establece una protección extensiva de los diseños industriales en todos los países contratantes independientemente de su lugar de fabricación, prohibiendo la negativa a la protección por no haber sido fabricado en el país, o en un país no contratante (Pabón-Madrid, S. 2020).

²⁹ Pabón-Madrid, S. “Tratados internacionales en materia de propiedad industrial como mecanismos de protección en eventos de competencia desleal contemplados en la ley 256 de 1996”. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia, 2020. Facultad de Derecho. Bogotá, Colombia

³⁰ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Historia de la OMPI”. (s.f.) <https://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html>

³¹ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Resumen del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883)”. (s.f.) https://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/summary_paris.html

2.1.2. Convenio de Berna

Esta normativa no hubiese existido si no fuese por el renombrado escritor francés Víctor Hugo quien creó la organización *Association Littéraire et Artistique Internationale* e impulsó la adopción de este convenio en 1886³².

El nombre completo de esta normativa es “Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas” por lo que trata principalmente la protección de obras artísticas y los derechos de autor. Añade a la protección del acuerdo de París el derecho a controlar las obras a nivel internacional y a explotarlas económicamente, decidir el qué, quién y en qué condiciones. Además de los derechos económicos que se ofrecen, incluye los llamados Derechos morales para defender el honor y la reputación de los autores.

La protección mínima está fundada en tres principios³³:

- Principio de trato nacional, como ya establecía el Convenio de París, se debe otorgar la misma protección a nacionales de otros países miembros que la que se ofrece a los propios nacionales.
- Principio de protección automática, como su nombre indica la protección es automática, no se requieren formalidades para su concesión.
- Principio de independencia de la protección, la protección que se otorga es independiente de la ofrecida en el país de origen.

La influencia de este convenio sobre los diseños de moda es significativa, especialmente cuando estos poseen una originalidad artística considerable. Al proteger las obras artísticas aplicadas, como patrones originales, estampados, ilustraciones y elementos gráficos que formen parte de prendas o accesorios, el Convenio de Berna ofrece una protección robusta frente a la copia no autorizada o la imitación de diseños exclusivos. No obstante, como se ha ido comentando, esta protección no incluye la prenda sino únicamente los elementos gráficos que posea. Esto asegura que los diseñadores puedan

³² Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Historia de la OMPI” (s.f.). <https://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html>

³³ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Resumen del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886).” (s.f.) https://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/summary_berne.html

reclamar sus derechos de autoría y beneficiarse económicamente de la explotación legítima de sus creaciones, incentivando así la creatividad y originalidad sobre las prendas y los diseños.

2.1.3. Arreglo de Madrid

Este acuerdo de 1891 marca un antes y un después en el sistema de la propiedad intelectual, pese a que hace referencia al registro de marcas conviene hacer mención. Este acuerdo crea el primer servicio internacional de presentación de solicitudes permitiendo el registro internacional de una marca en los países que se seleccionen, con una única solicitud, lo que se conoce como el Sistema de Madrid (Pabón-Madrid, S. 2020).

Gracias a las secretarías encargadas de gestionar estos convenios nace la BIRPI, lo que será años más tarde la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Pese a no referirse de forma específica a los diseños de moda, este sistema tiene un impacto directo sobre la industria de la moda, ya que protege la identidad visual, logos y nombres comerciales, fundamentales para diferenciar los diseños y las colecciones en el mercado global. Gracias a este arreglo, las marcas pueden expandir fácilmente su protección más allá de las fronteras nacionales, reduciendo costes y así evitar conflictos derivados del uso no autorizado de sus signos distintivos en distintos territorios (Pabón-Madrid, S. 2020).

2.1.4. Sistema de la Haya

Como estableció el Sistema de Madrid para los registros de marcas, el Sistema de la Haya establece un sistema similar para los diseños y dibujos, facilitando su registro y protección internacional. Se trata del mecanismo que permite, mediante una única solicitud internacional y de forma online, el registro de los diseños industriales en más de 90 países, pudiendo gestionarlos y actualizar a través de la OMPI ³⁴.

³⁴ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). *Hague System: Information Kit*. OMPI. 2022. <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo-pub-rn2022-25-es-hague-system-information-kit.pdf>

El sistema está compuesto de 4 pasos que se indicaran brevemente: ³⁵

1. Solicitud: presentación digital de la solicitud en la plataforma “eHague”, tanto para registrar como renovar.
2. Examen de forma: realizado por la OMPI para garantizar el cumplimiento de los requisitos necesarios, pudiendo subsanarse en un plazo de 3 meses.
3. Publicación: el registro se publica en el Boletín de Dibujos y Modelos Industriales, normalmente en un plazo de 12 meses tras la presentación de la solicitud, modificable en función de la solicitud. Este boletín público contiene los datos e información de todos los registros.
4. Examen de fondo: algunos de los países miembros cuentan con sus propias oficinas de propiedad intelectual y pueden realizar un examen adicional de fondo de acuerdo a su legislación nacional. En caso de que se rechace solo afectará al país que realice el examen.

En la industria de la moda es especialmente relevante, como veíamos con el Arreglo de Madrid, para la protección de los aspectos estéticos y sus combinaciones únicas garantizando la exclusividad sobre ellos, evitando copias no autorizadas y ayudando a fortalecer el valor comercial y competitivo de las empresas y de los diseñadores a nivel internacional.

2.1.5. Acuerdo sobre los ADPIC

Estas siglas corresponden al Aspecto de los Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio³⁶, este acuerdo busca armonizar de manera global la normativa de protección intelectual relativa al comercio dotando de medidas y procedimientos eficaces dada su importancia para la economía general ³⁷. Este acuerdo amplía sustancialmente la protección de los diseños industriales estableciendo estándares

³⁵ Id.

³⁶ Organización Mundial del Comercio (OMC). “El Acuerdo sobre los ADPIC y las convenciones sobre propiedad intelectual”l. (s.f)
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/ta_docs_s/1_tripsandconventions_s.pdf

³⁷ Derecho de Autor Argentina. “¿Qué son los acuerdos sobre los ADPIC?” (s.f.)
<https://www.derechodeautor.org.ar/recursos/abc-sobre-derechos-de-autor/el-derecho-de-autor-y-su-ambito-internacional/que-son-los-acuerdos-sobre-los-adpic/>

mínimos de protección en los países miembros, creando una base sólida para su protección internacional en los diferentes territorios (Pabón-Madrid, S. 2020).

Su principal objetivo es la protección de la propiedad intelectual, pero a su vez facilitar el comercio asegurando que la protección no suponga una barrera al comercio internacional, fortaleciendo la competitividad y promoviendo un ambiente justo y seguro para la innovación a nivel global. Debemos recordar que la protección intelectual también sirve de incentivo para la creación fomentando así la innovación y consecuentemente el comercio.

Por otro lado, en un análisis de la profesora Buitrago Díaz (2009)³⁸ del impacto del ADPIC afirma la creciente relevancia de estas herramientas, especialmente en la política comercial pudiendo incluso generar brechas entre países al no disponer de la misma tecnología necesaria creando una dependencia creciente en los países más desarrollados. Buitrago alerta de otros posibles riesgos que se pueden generar al recurrir a estrategias empresariales alternativas como son el *lead time*, el secreto empresarial o las cláusulas de prohibición de competencia, para proteger las innovaciones, en lugar de acudir a la protección intelectual especialmente en empresa de menor tamaño. Su conclusión se podría resumir en: la propiedad intelectual es un elemento esencial en el comercio y el desarrollo, pero debe ser abordado bajo una perspectiva de equilibrio. Como dice Buitrago (2009), citando a Bacon y Descartes, el saber es poder, y en la economía también y su protección no debe ser una excusa para impedir o retrasar el acceso.

La interacción entre estos tratados internacionales y la legislación interna de cada país busca dar una amplia cobertura y protección eficaz contra los ataques a la propiedad intelectual. No solo eso, busca fomentar la creatividad, incentivar la innovación y promover una competencia justa en el mercado internacional.

Una vez analizado la protección ofrecida por los tratados internacionales, en el próximo apartado se centrará el enfoque en la protección europea y americana para comprender con mayor precisión las particularidades de cada sistema legal. Se estudiarán los mecanismos específicos de la Unión Europea, como el diseño comunitario registrado y

³⁸ BUITRAGO DÍAZ, E. "Propiedad Intelectual y Desarrollo tras el acuerdo sobre los ADPIC". *Propiedad intelectual*, 8(12), 2009, 63-90.

no registrado, frente a la situación en Estados Unidos, donde la moda carece de protección específica, debiendo recurrir a sistemas combinados de propiedad intelectual e industrial. Se buscará así establecer las diferencias y similitudes entre ambas regiones de forma clara y precisa.

CAPÍTULO III: COMPARATIVA PROTECCIÓN EUROPEA VS. ESTADOS UNIDOS

1. INTRODUCCIÓN

Europa cuenta con una larga tradición en la industria de la moda, siendo la cuna de algunas de las marcas y diseñadores más influyentes, como Chanel, Dior o Gucci. En Estados Unidos, el desarrollo de esta industria se vio impulsado por la llegada de inmigrantes europeos, si bien su evolución se produjo en un contexto caracterizado por una mayor industrialización y enfoque comercial.

A pesar de esta diferencia, las copias y plagios se han desarrollado en ambos lados del Atlántico, siendo una problemática común en ambos continentes y la lucha contra ellos ha derivado en diferentes respuestas legales, debido a sus diferentes marcos legales. La Unión Europea, gracias a su herencia cultural y económica, ha logrado consolidar un sistema más armonizado que protege los diseños de moda y reconoce tanto su valor creativo como económico en todos los Estados miembros ³⁹. Por otro lado, el régimen legal en los Estados Unidos carece de una categoría jurídica específica, siendo más complejo y contando con diferentes sistemas subsidiarios. Lo que dificulta la protección efectiva a pesar de los números intentos de crear un sistema unificado.

2. UNIÓN EUROPEA

Empezando por el viejo continente, gracias al funcionamiento de la Unión Europea ha sido posible tener este sistema más armonizado. Debemos recordar que la industria de la moda es un sector clave para la economía europea. La UE consciente de ello, ha buscado

³⁹ Carbajo Cascón, F. “La protección de los diseños de moda en la Unión Europea (entre el diseño industrial y el derecho de autor)”. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Cuaderno 106, 2020, pp. 139-162.

la implementación de un sistema lo más armonizado posible de protección que no solo busque fomentar la innovación sino también garantice la competencia justa en el mercado.

Gracias a este marco normativo, los artistas y empresas nacionales de cualquier estado miembro de la UE pueden escoger entre dos vías principales para proteger sus diseños, la comunitaria y la nacional. Si bien algo que caracteriza a los derechos de propiedad intelectual es el principio de territorialidad, que implica que la protección se limita al territorio donde se registra, la normativa internacional existente ha buscado mejorar este sistema. A pesar de estos intentos, la naturaleza de los derechos no cambia (Aleman, 2010)⁴⁰.

La protección comunitaria tiene un efecto unitario al otorgar los mismos resultados en todos los estados miembros, pero coexistiendo con la protección ofrecida a nivel nacional por la legislación de cada estado miembro. La antigua Directiva 98/71⁴¹, refundida en la nueva Directiva (UE) 2024/2823⁴², buscaba armonizar estableciendo requisitos y criterios comunes a todos los estados, que deben ser introducidos en los ordenamientos nacionales, como es el criterio del carácter singular, aunque deja en manos de los sistemas nacionales los procedimientos que rijan el registro, renovación y nulidad (Llobregat Hurtado, 2002)⁴³. Esta nueva directiva amplía el concepto de diseños y dibujos industriales para adecuarse a los avances tecnológicos como pueden ser los diseños virtuales⁴⁴, además de incluir la protección contra las copias que se hagan en nuevos soportes o se registren en softwares.

⁴⁰ Aleman, M. M. “El principio de territorialidad de los derechos de propiedad industrial frente a dos nuevas realidades: globalización e Internet”. *Revista de Derecho, Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*, (4), Universidad de los Andes, 2010.

⁴¹ Directiva 98/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de octubre de 1998, sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos. (BOE 28 de noviembre 1998)

⁴² Directiva (UE) 2024/2823 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2024, sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos (BOE 18 de noviembre 2024)

⁴³ Llobregat Hurtado, M. L. “Aproximación al régimen jurídico de los dibujos y modelos industriales en Derecho comunitario”. *Revista de Derecho Mercantil*, 244, 843, 2002. Civitas.

⁴⁴ Martín Mora, A. “Se publica la reforma de la normativa de la UE sobre diseños”. Cuatrecasas. 2024. Recuperado de <https://www.cuatrecasas.com/es/spain/propiedad-intelectual/art/se-publica-reforma-normativa-de-la-ue-disenos>

El objetivo del legislador ha sido crear una figura a nivel comunitario aplicable en todos los miembros mediante una única solicitud, procedimiento y legislación aplicable facilitando así la libre circulación de mercancías y la innovación dentro del mercado común (Llobregat Hurtado, 2002) ⁴⁵.

A pesar de tener como objetivo la armonización de un sistema de protección de diseños único, no se ha conseguido plenamente dada su complejidad. La exposición de motivos de la Directiva señala que la armonización se limitó a las disposiciones que afectan directamente el mercado interior, permitiendo a los Estados mantener cierta autonomía en sus procedimientos⁴⁶. Del mismo modo, se deja libertad en lo relativo a los dibujos no registrados. Esta falta de armonización total ha permitido, también, la acumulación de esta protección con la de los derechos de autor, siendo los Estados los encargados de determinar el alcance.

El sistema de la Unión Europea exige dos características esenciales, novedad y carácter propio⁴⁷. Por **novedad** se entiende que no se ha puesto a disposición del público con anterioridad un diseño idéntico al que se pretende proteger. Un diseño cuenta con **carácter singular** si: *“la impresión general que produce en el usuario informado difiere de la impresión general que produce en dicho usuario cualquier otro diseño que haya sido puesto a disposición del público”* (Joshi, 2023)⁴⁸.

Para esta característica, es curioso mencionar, ya que se trata de diseños de moda, el papel de las tendencias en la impresión general⁴⁹. Independientemente de que el Tribunal General de la Unión Europea, en el caso T-337/12, haya considerado que una tendencia no limita la libertad del autor ni determinará su grado de protección, si va a tener trascendencia para el juicio de singularidad. En caso de investigar una posible infracción

⁴⁵ Op. cit.

⁴⁶ Id.

⁴⁷ Joshi, Ishaan Deepak. “Protection of Fashion Designs in the European Union: Copyright and Design Laws Interface or Deadlock?”, *Indian Journal of Law and Legal Research*, 5, 2023, pp 1-7.

⁴⁸ Id.

⁴⁹ Pérez Lluna, Á. “El papel de las tendencias del mercado en la valoración de la singularidad de los diseños industriales”. *Actualidad Jurídica Aranzadi*, (894), Comentario, 2014. Aranzadi.

de un diseño registrado se va a analizar las tendencias existentes en el momento del registro. En el caso de que hubiese una tendencia previa y se considere que el diseño sigue esa tendencia se considerará que tendrá un menor grado de singularidad, al no ser completamente original. Por ello, si la disputa recae sobre elementos basados en una tendencia, al existir una menor singularidad se tendrá menos en cuenta para la comparación (Pérez Lluna, A., 2014).

En 2002 se publicó el Reglamento (CE) 6/2002 sobre Dibujos y Modelos Comunitarios⁵⁰ recientemente modificado por el Reglamento (UE) 2024/2822⁵¹. Este primero, estableció una distinción entre los diseños que habían sido registrados y los que no, creando así dos tipos de derechos con protecciones diferentes⁵². Para los Registrados, como su nombre indica requieren de una solicitud formal y su posterior concesión para que surja el derecho de exclusividad que tendrá una vigencia de 25 años (renovable cada cinco). Con este derecho el titular obtiene control absoluto sobre el uso de su diseño, impidiendo su fabricación, comercialización, etc. sin su consentimiento. Por otro lado, los diseños no registrados nacen de forma automática gracias a su divulgación en el territorio europeo pero su protección se restringe a tres años y solo frente a copias directas. Otra ventaja que permiten el tener el derecho registrado es el periodo de gracia de 12 meses donde permite evaluar el éxito comercial antes de su registro.

Los diseños no registrados al solo proteger en caso de que un tercero copie del original y no lo haya creado de manera independiente se asimila a la figura del *copyright* americano que explicaremos a continuación (Llobregat Hurtado, 2002).⁵³

⁵⁰ Reglamento (CE) nº 6/2002 del Consejo, de 12 de diciembre de 2001, sobre los dibujos y modelos comunitarios. (BOE 5 de enero 2002)

⁵¹ Reglamento (UE) 2024/2822 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de octubre de 2024 por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 6/2002 del Consejo, sobre los dibujos y modelos comunitarios (BOE 11 de noviembre 2024)

⁵² Llobregat Hurtado, M. L. “Aproximación al régimen jurídico de los dibujos y modelos industriales en Derecho comunitario”. *Revista de Derecho Mercantil*, 244, 843, 2002. Civitas.

⁵³ Id.

El primer caso de diseños no registrados fue **Karen Millen v Dunnes Stores**⁵⁴, donde se confirmó que incluso diseños no registrados pueden beneficiarse de protección si cumplen los criterios de **novedad y carácter singular**. En este caso, la cadena Dunnes Stores afirmaba haber copiado el diseño de Karen Millen, pero argumentando que carecía de carácter singular por lo que no podía obtener la protección de no registrados. Tras fallar en favor de Millen, la cadena intento demostrar que no tenía singularidad afirmando que si cogían cada pieza de la camisa por separado se encontraría un precedente. El TJUE respondió que para realizar la comparación se debía coger el diseño en su totalidad no por partes, dándole presunción de validez y quien tenía la carga de la prueba sería el titular del diseño, siendo suficiente con indicar que partes dotan el carácter singular, favoreciendo así la innovación en la industria ⁵⁵.

Tabla 1 Diferencias clave Diseños registrados vs no registrados. Elaboración propia

DIFERENCIAS CLAVE	DISEÑOS REGISTRADOS	DISEÑOS NO REGISTRADOS
Forma de adquisición	Proceso de solicitud y concesión	Automática mediante divulgación
Duración protección	25 años	3 años
Alcance	Derecho exclusivo de uso	Protege contra copias no creaciones independientes
Acciones contra infracciones	Puede actuar contra cualquier uso no autorizado	Solo puede actuar si demuestra que hubo copia
Prueba de la creación	Reivindicar la prioridad, protección durante el registro	Necesaria, la protección se basa en la fecha en la que se hizo público

Como hemos dicho, los autores tienen también la posibilidad de registrar sus diseños en el sistema nacional de su país de origen, siempre que cumplan con los requisitos que se exijan en cada legislación, obteniendo la protección únicamente en los territorios donde se realice el registro. Sin olvidar, el Sistema de la Haya que permite mediante una única solicitud, obtener protección en más de 90 países, entre los cuales el autor puede elegir la protección en la Unión Europea en su totalidad.

Finalmente, aunque la Unión Europea ha desarrollado un marco de protección sólido y armonizado para los diseños de moda, persisten desafíos relacionados con la autonomía procesal de los Estados miembros, la coexistencia de normativas o la digitalización. La

⁵⁴ Karen Millen Ltd. v. Dunnes Stores, [2007] IEHC 449 (H. Ct.) (Ir.).

⁵⁵ Miranda de Sousa, J. y Mesa, C., “Karen Millen vs Dunnes Stores. El empujoncito del TJUE a la industria de la moda”, *Newsletter Moda y Derecho – Julio 2014*, Garrigues, núm. 5, 2014 https://www.garrigues.com/sites/default/files/docs/Newsletter-Moda-Derecho-julio-2014_0.pdf

reciente reforma normativa busca reforzar la protección adaptándose a las nuevas necesidades de esta industria, pero dejando la puerta abierta para adaptarse su la evolución constante.

3. ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos, a pesar de contar actualmente con una de las capitales mundiales de la moda como es Nueva York, su desarrollo de la industria de la moda ha sido muy distinto. Mientras que los mercados de moda europeos surgieron mucho antes, lo que permitió el desarrollo de una legislación de propiedad intelectual más extensa para los diseñadores, en Estados Unidos la protección de los diseños de moda ha sido históricamente limitada. Nueva York, en particular, debe gran parte de su crecimiento como referente de la moda a las licencias otorgadas por diseñadores parisinos para producir sus diseños a menor coste en Estados Unidos, lo que la convirtió en el epicentro del negocio de licencias en lugar de desarrollar un sistema de protección directa para los diseños ⁵⁶. A día de hoy, a diferencia del modelo unitario europeo, el sistema estadounidense depende de una combinación de derechos de autor, patentes y marcas, pero sin contar con una categoría específica para la protección de los diseños de moda, ni los diseños en general, lo que sigue representando un desafío para los creadores en este mercado.

Siguiendo el análisis de este sistema realizado por Juan David Castro García (2009). Como régimen principal para la protección de diseños industriales habla de las Patentes de diseño (*Design Patent*). La normativa estadounidense protege las manifestaciones de la actividad inventiva por medio de tres patentes distintas: de invención, utilidad (protege el funcionamiento de un objeto) y la de diseño industrial (protege el aspecto exterior, la apariencia), nos centraremos en esta última que es donde se incluyen los diseños de moda. A pesar de ser el régimen principal el proceso de obtención es lento y costoso, excesivo en comparación con otras protecciones en la opinión de Castro (2009), lo que no se ajusta al dinamismo de la industria de la moda. Este largo plazo de obtención puede alcanzar hasta los 3 años, ya que, a diferencia del *copyright*, la protección de las patentes no surge automáticamente. Este largo periodo se debe a la extensa búsqueda que realiza la USPTO

⁵⁶ Zerbo, J “*The role of IP rights in the fashion business: A US perspective*” *WIPO Magazine*, 2018. https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/04/article_0006.html

(United States Patent and Trademark Office) para determinar si cumple los requisitos del sistema de patentes, en especial en el análisis del criterio de novedad. Estos requisitos son: materia patentable, la ley federal limita la patentabilidad a los procesos, máquinas, fabricación o composiciones de materias y sus mejoras; el criterio de novedad: no debe de existir previamente nada parecido; y, por último, la no evidencia, no debe ser considerado obvio para una persona con conocimiento sobre la materia⁵⁷.

A pesar de contar con requisitos similares a los europeos, Castro (2009) destaca otro aspecto negativo del sistema en su análisis, y es la actuación de los jueces⁵⁸. Los jueces americanos desempeñan un papel fundamental en el sistema americano, basado en el *Common law*, donde una de sus máximas es el principio *stare decisis* que implica que los tribunales deben respetar los precedentes que surjan de decisiones anteriores⁵⁹. En su análisis, Castro explica que los jueces consideran la evaluación del carácter funcional y de no evidencia realizada por la USPTO aleatorio, desconocen el trabajo de los examinadores que acaban resolviendo el proceso de admisión. En las disputas, los jueces terminan creando su propia opinión al respecto en el momento de resolver al considerar no haber un criterio de referencia. Esto acaba contando con un alto componente subjetivo que genera una mayor desconfianza en el sistema.

Una alternativa, es el sistema de *copyright* lo que sería más similar a los derechos de autor, que protegen expresiones artísticas originales. En principio, como ocurre en el derecho comunitario, este sistema no protege objetos utilitarios, y las prendas de vestir, en tanto que tienen una función, un sentido, entrarían dentro de esta categoría. No obstante, no podemos olvidar la importancia de la industria de la moda y lo que implica, no tienen el mismo valor económico unos zapatos estándar que unos de diseñador, a pesar de cumplir ambos la misma función principal que es proteger el pie. Por lo que su valor

⁵⁷ Castro García, J. D. “La protección de los diseños industriales en el continente americano”. *Revista de Propiedad Intelectual*, (31), 2009, pp 1-20.

⁵⁸ Id.

⁵⁹ Legal Information Institute. “Stare decisis”. *Cornell Law School*. (s.f.) https://www.law.cornell.edu/wex/stare_decisis

no va a depender de su funcionalidad sino de la moda⁶⁰. Esto ha generado discusión y debate a lo largo de los años llevando a la creación del criterio de separabilidad a modo de excepción para estos casos. Plantea lo siguiente:

“una obra de arte puede ser protegida, aunque este integrada en un producto útil, siempre que pueda considerarse por sí sola como una obra de arte y que el artículo útil sería igualmente útil sin ella” (Manfredi, A. 2012) ⁶¹.

Este criterio permite otorgar protección a los elementos creativos de manera independiente al diseño utilitario siempre que cumpla dos condiciones:

- Separación conceptual: evoca un concepto en la mente del espectador distinto al del objeto útil⁶². El objeto decorativo puede existir fuera de la funcionalidad del objeto, de manera independiente.
- Separabilidad física: el elemento artístico puede ser físicamente separado del objeto funcional sin afectar a este.

Este criterio nació con la decisión del caso *Mazer* ⁶³, pero uno de los casos más emblemáticos sería el caso *Star Athletica v Varsity Brand*⁶⁴, a día de hoy se mantiene como precedente clave para la interpretación de este criterio. En pocas palabras, *Varsity* empresa de uniformes deportivos demandó a *Star Athletica* por copiar sus uniformes de animadoras (ver Anexo B). La corte suprema falló a favor del demandante al considerar que los elementos decorativos del uniforme podían ser separados de la prenda sin alterar su funcionalidad y por lo tanto ser protegidos por *copyright*, marcando un antes y un después en la legislación americana y en la industria de la moda.

A pesar de que pocos diseños consiguen cumplir el criterio de separabilidad, este sistema presenta numerosas ventajas en contraste con el sistema de patentes: como se adelantaba,

⁶⁰ “Can you copyright or patent fashion?”. *Scaringi Law Blog*. 2020 <https://www.scaringilaw.com/blog/2020/january/can-you-copyright-or-patent-fashion/>

⁶¹ Manfredi, Alexandra. “Haute copyright: tailoring copyright protection to high-profile fashion designs”. *Cardozo Journal of International and Comparative Law*, 21(1), 2012, pp 111-152.

⁶² Carol Barnhart Inc. v. Econ. Cover Corp., 773 D. 2D411 (2d Cir. 1985) citado en Manfredi, Alexandra. “Haute copyright: tailoring copyright protection to high-profile fashion designs”. *Cardozo Journal of International and Comparative Law*, 21(1), 2012, pp 111-152.

⁶³ *Mazer v. Stein*, 347 U.S. 201 (1954)

⁶⁴ Harvard Law Review. “*Star Athletica, L.L.C. v. Varsity Brands, Inc.* Harvard Law Review”, 2017, pp 131. <https://harvardlawreview.org/print/vol-131/star-athletica-l-l-c-v-varsity-brands-inc/>

la protección del *copyright* es automática desde el momento en el que la prenda es creada de forma tangible, no obstante, para hacerse valer ante un tribunal sí que es necesario que este registrado. Otra ventaja sería su duración ya que la protección se extiende a lo largo de toda la vida del autor más otros setenta años. Este sistema genera gran interés no solo por las posibilidades de protección y su bajo coste sino también por las posibilidades de obtener resarcimiento en las disputas.

En tercer lugar, la *Ley Lanham*⁶⁵ define el derecho de marcas, que aunque no tiene como objeto los diseños industriales es posible utilizarlo en el caso de que cumpla el requisito de distintividad. Como normalmente los diseños no suelen cumplir una función distintiva, se ha encontrado una forma de que sean protegidos por esta ley a través de la doctrina del *Secondary Meaning*. Esta doctrina implica, en palabras de Juan David Castro (2009),

*“la marca, en razón de su uso y de los esfuerzos de comunicación y de publicidad que la han acompañado, ha creado en el consumidor que la observa una asociación de ideas, no solamente en relación con el producto que la incorpora sino también con su origen”*⁶⁶.

No obstante, esta protección no afecta a la totalidad del diseño tan solo a los elementos del diseño que lo diferencian e identifican en el mercado Este sistema es compatible con el de patentes, sin embargo, los tribunales no están muy de acuerdo en utilizarlo para proteger los elementos que mejoran su posición en el mercado (Castro, J.D. 2009).

Por último, el *Trade Dress Law* protege el aspecto visual de un producto o bien su *packaging* cuando este permite identificar su origen. Para que un diseño sea protegido bajo esta ley debe cumplir tres requisitos, similares a los vistos en otros sistemas: debe ser distintivo, único o bien haber adquirido *secondary meaning*; no debe tener un carácter funcional y, por último, no debe causar confusión sobre su origen⁶⁷.

⁶⁵ U. S. Trademark Law: Trademark Act; 15 U.S.C. §§ 1051 et seq. & Patents Act; 35 U.S.C. Part 1 (Consolidated Trademark Law as of December 28, 2009)

⁶⁶ Castro García, J. D. “La protección de los diseños industriales en el continente americano”. *Revista de Propiedad Intelectual*, (31), 2009, pp 1-20.

⁶⁷ Sharma, M. “Trade dress protection for non-traditional marks in the fashion industry”. *IP & Legal Filings*. 2024. <https://www.ipandlegalfilings.com/trade-dress-protection-for-non-traditional-marks-in-the-fashion-industry/>

Esta protección se puede ver de forma clara en el caso *Christian Louboutin v. Yves Saint Laurent*. Este emblemático caso determinó que las suelas rojas de los zapatos Louboutin al haber adquirido un *secondary meaning*, se consideran un símbolo distintivo de la marca y, por lo tanto, merecen protección. Sin embargo, si la suela roja tuviera alguna utilidad funcional, perdería su elegibilidad para ser protegida bajo este sistema⁶⁸.

Este sistema es particularmente estricto con el aspecto utilitario del diseño: si presenta alguna funcionalidad práctica no podrá ser protegido. Por otro lado, demostrar el aspecto de distintividad sigue siendo un desafío hoy en día. Algunos factores que permiten o ayudan a comprobar incluyen el tiempo de uso del diseño, la inversión en publicidad que haya hecho la marca u opiniones de consumidores, entre otros⁶⁹. Estos dos aspectos dificultan, en muchos casos, la aplicación efectiva del discutido sistema de protección.

En definitiva, mientras Europa cuenta con un sistema unitario y especializado para proteger los diseños de moda, Estados Unidos depende de un enfoque fragmentado que combina patentes, *copyright*, marcas y *trade dress*. Este sistema, aunque ofrece flexibilidad, presenta desafíos significativos, como los procesos largos y costosos de las patentes de diseño, la subjetividad en la interpretación judicial y la dificultad para demostrar la distintividad o superar el criterio de funcionalidad. El *copyright*, con el criterio de separabilidad, y la doctrina del *secondary meaning* ofrece alternativas viables, aunque no siempre son suficiente para una protección integral.

A pesar de estas limitaciones, refleja los esfuerzos por adaptarse a las necesidades de una industria tan dinámica como es la moda, aunque aún quede margen para mejorar en términos de eficiencia, claridad y coherencia.

4. ANÁLISIS

⁶⁸ Id.

⁶⁹ Gerben, J. 'Trade Dress'ed: Can You Protect Clothing Design Elements Through Trademark Law? *Gerben Intellectual Property*. (s.f.) <https://www.gerbenlaw.com/blog/trade-dressed-can-you-protect-clothing-design-elements-through-trademark-law/>

El resultado de estas diferencias es que Europa, con su legislación unitaria, aunque no exenta de matices nacionales, brinda una protección más flexible a los diseños de moda, especialmente gracias al derecho que nace de forma automática para los no registrados y a los procedimientos de registro relativamente homogéneos entre los diferentes miembros. Mientras tanto, en Estados Unidos, cualquier diseñador que desee defender sus creaciones deberá afrontar una serie de obstáculos que pueden dificultar la obtención de una protección rápida y efectiva. Aunque el *copyright* surja de forma automática, el problema radica en demostrar la separabilidad funcional y en que, para ejercer acciones judiciales, hace falta registrar la obra en la oficina pertinente, con los consiguientes trámites y costes. La *design patent*, tampoco supone una solución por su largo proceso, lo que no se ajusta a la mayoría de las prendas de temporada. El *trade dress* o las marcas, por su parte, solo resultan eficaces para un número limitado de diseños que alcanzan un fuerte reconocimiento público.

Llegados a este punto, la pregunta de cuál de los dos sistemas beneficia o encaja más a la industria de la moda tiene, por lo general, una respuesta favorable al modelo europeo, en la medida en que ha adoptado medidas concretas para la industria de la moda y ha establecido un régimen armonizado que comprende tanto diseños registrados como no registrados. Estos últimos en especial, flexibilizan la protección adecuándose a la naturaleza efímera de las colecciones y en general de la industria. No obstante, en caso de creaciones que se convierten en iconos o de gran notoriedad, las herramientas estadounidenses, como el *trade dress*, pueden ofrecer una protección sólida que consolide la identidad de las firmas. Es cierto, también, que el trabajo de los tribunales en Estados Unidos tiene gran relevancia y prestigio, pero la falta de una ley nacional o sistema dedicado a los diseños industriales sigue generando incertidumbre.

En el plano internacional, los diseñadores pueden recurrir a instrumentos como el Sistema de La Haya, que posibilita una solicitud unificada para varios países. Aun así la protección de la moda continúa siendo, en muchos aspectos, territorial y dependiente de la legislación de cada lugar, a pesar de su alcance e impacto internacional.

Sería deseable contar con un enfoque más universal y coordinado, ya que la moda es, por naturaleza, un fenómeno global que va más allá de las fronteras. Un mayor diálogo entre distintas jurisdicciones y la adopción de criterios comunes ayudarían a promover la

innovación y a garantizar a los creadores un entorno seguro donde seguir desarrollando sus diseños.

5. CONCLUSIÓN

En definitiva, se puede decir que la comparación de los sistemas de protección en Europa y en Estados Unidos pone de manifiesto que, aunque ambas jurisdicciones comparten el objetivo de impedir las copias y recompensar la innovación, discrepan significativamente en su forma de lograrlo. Europa ha conseguido consolidar un régimen comunitario, que establece procedimientos de registro común y derechos automáticos para los diseños no registrados, ofreciendo la posibilidad de adaptar la protección a las distintas necesidades de la industria. Esa flexibilidad destaca especialmente en la protección a corto plazo de los diseños no registrados, figura que no existe en el modelo estadounidense pero que se adecua al carácter cambiante y efímero del sector. Por su parte, el modelo estadounidense recurre a categorías jurídicas ya existentes que, aunque responden de forma satisfactoria en algunos contextos, tienden a encarecer y ralentizar la defensa de las creaciones.

Esta diferencia entre sistemas no significa que el modelo norteamericano no tenga sus ventajas. De hecho, la jurisprudencia americana ha desarrollado criterios relevantes, como el de separabilidad en materia de *copyright*, y ha dotado de una protección sólida a aquellas marcas capaces de obtener en el mercado una asociación clara con su origen. Sin embargo, la falta de una figura legislativa específica para los diseños de moda sigue generando incertidumbre y dificulta que nuevos creadores sin gran presupuesto ni fama previa, puedan disfrutar de una tutela efectiva e inmediata sobre sus diseños.

A pesar de los avances, la moda sigue enfrentando un sistema jurídico fragmentado, donde las diferencias normativas entre países complican su protección. Aunque mecanismos como el Sistema de la Haya permiten registrar diseños en múltiples jurisdicciones, no eliminan por completo estos desequilibrios, por lo que sigue siendo clave y necesario adaptarse a cada mercado. De cara al futuro, fortalecer la cooperación internacional y consolidar figuras de protección específicas parece el camino para ofrecer a la industria un marco más sólido y homogéneo en un mercado cada vez más globalizado.

CAPÍTULO IV: DESAFIOS: LA TECNOLOGÍA Y EL *FAST FASHION*

La industria de la moda se caracteriza por su dinamismo y creatividad, lo que genera gran debate sobre la necesidad y efectividad de los sistemas de protección. A diferencia de otras industrias y otros artes, como puede ser el cine o la música, la moda presenta una vida útil mucho más efímera, lo que genera diferentes desafíos en su protección.

Como ha quedado claro a lo largo del trabajo la protección de los diseños de moda es compleja y muy diversa, ya que no hay un sistema homogéneo ni armonizado a nivel internacional. Las diferentes legislaciones existentes son uno de los grandes desafíos, cada una con una aplicación y unos criterios determinados. En Europa gozamos de mecanismos específicos que permiten y facilitan la protección en el territorio comunitario mientras que, al otro lado del Atlántico, la moda ha quedado fuera de los sistemas tradicionales dependiendo de la combinación y adecuación de otros sistemas.

En este último apartado nos centraremos en la tecnología y su impacto en la protección de los diseños de moda, como nuevo desafío. Es cierto que las nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, las aplicaciones móviles, las redes sociales, internet y demás avances tecnológicos han transformado la economía y el funcionamiento de los mercados, sin embargo, también generan grandes desafíos en las diferentes industrias a los cuales deben adaptarse.

Uno de los principales riesgos de esta industria son las falsificaciones, la moda trabaja en ciclos cortos, extremadamente cortos a veces, lo que dificulta su protección contra estas. Gracias a las nuevas tecnologías, se han visto avances en todos los sectores, incluyendo en las falsificaciones. Es innegable que con estas herramientas la industria está aún más acelerada, la moda es incluso más inmediata. Con internet, la comunicación digital y las redes sociales las imágenes de los diseños y las prendas se conocen en segundos, con los avances en producción, que permiten producir a un menor coste y de forma rápida, las imitaciones se adquieren prácticamente en el mismo momento que el original. Perdiendo así gran parte de la ventaja competitiva que gozaban los diseñadores, con la novedad y exclusividad de sus diseños (Howard, L. 2008).

Contradictoriamente, algunos sectores de la industria estarían en contra de una mayor protección. Autores como los profesores Raustiala y Sprigman (2006, citado en Howard, 2008) en su obra *The Piracy Paradox* aseguran que las falsificaciones y las copias en la industria de la moda son en realidad beneficiosas para los diseñadores⁷⁰. Su argumento se basa en que, de esta forma, se aceleran las tendencias haciendo que los consumidores, en su afán por mantener su estatus, adquieran más ropa para mantenerse así “a la moda” y por lo tanto los diseñadores se ven presionados a innovar y crear nuevos y más diseños. Otro beneficio sería el aumento de la demanda general, personas que no comprarían prendas de lujo o de diseñador, pueden adquirir la copia lo que aumenta el deseo general por la moda y las tendencias e, incluso, puede llegar a funcionar como publicidad gratuita para el diseñador dándole más presencia en el mercado⁷¹.

Muchos diseñadores opinan lo contrario, ya que, siguiendo esta teoría, sus obras no solo perderían valor, sino que se pierde el control sobre ellas, tanto sobre las prendas en sí como en la imagen o el mensaje que intentan transmitir.

La tecnología ha favorecido no solo la expansión de las copias, sino también el surgimiento de nuevos modelos de negocio en la industria, como el *fast fashion*, donde las imitaciones tienen una presencia significativa. Estas empresas producen diseños en grandes volúmenes, basados o inspirados normalmente en las últimas tendencias vistas en la alta costura. Este modelo, como se mencionaba, lleva sus diseños al mercado prácticamente al mismo tiempo que los originales, si no antes.

La fina línea que existe entre creatividad y copia ha sido muy debatida a lo largo de las últimas décadas, especialmente con el surgimiento de estos nuevos modelos de negocio. Por un lado, se hablaría de imitaciones, que son las que buscan replicar el estilo de alta costura, pero sin intentar hacerse pasar por el original (Howard, L. 2008). El objetivo principal de estas piezas es aparentar la posesión de una pieza de lujo, sin necesidad de gastarse grandes cantidades de dinero. El incentivo del diseñador y del vendedor es

⁷⁰ Howard, L. “An uningenious paradox: Intellectual property protections for fashion designs”. *Columbia Journal of Law and the Arts*, 32(3), 2008, pp 333-364.

⁷¹ Id.

distinto, el primero busca originalidad y creatividad, mientras que el segundo busca que se le recompense por la precisión de su imitación ⁷².

Por otro lado, las falsificaciones sí que buscan replicar de manera exacta el diseño, incluyendo incluso aspectos registrados como logos y etiquetas. El objetivo es muy distinto al anterior, ya que los falsificadores sí que buscan engañar al consumidor para que crea estar comprando un diseño original. Esta práctica se suele considerar ilegal principalmente por venderse en tiendas no oficiales o incluso en el mercado negro y el hecho de hacer uso de elementos protegidos (Howard, L. 2008; din Fagel Tse, T. 2016).

Llevándolo a la semántica, el verbo copiar se define como “imitar el comportamiento o estilo de” mientras que la palabra falsificación se define como "imitación exacta de algo valioso con la intención de engañar o defraudar" (Oxford English Dictionary, s.f. citado en Howard, L. 2008).

Por último, hablamos de inspiración, de entre las tres la más ampliamente aceptada dentro de este sector. En este caso, no se busca recrear fielmente un diseño, pero si reinterpretarlo de manera propia. Especialmente, los diseñadores internos de las marcas de *fast fashion* analizan las pasarelas para adaptar esas ideas al mercado sin incurrir en copias directas, pero, muchas veces, algunas adaptaciones resultan demasiado similares generando controversia (Manfredi, A. 2012).

Legalmente la única práctica que hoy en día se considera ilegal y está directamente protegida es la falsificación por emplear elementos protegidos con el objetivo de engañar a los consumidores. Mientras que la imitación y la inspiración, la primera como estrategia comercial y la segunda como parte del proceso creativo, se encuentran en un área gris, no están directamente prohibidas a menos que se demuestre la copia directa que infrinja los derechos de propiedad intelectual o industrial. Esta fina línea entre creatividad y copia es cada día más delgada y gran parte de ello es debido a los avances tecnológicos. La digitalización y las redes sociales han cambiado por completo la manera en que las tendencias se difunden: ahora, un diseño presentado en una pasarela puede ser

⁷² Howard, L. (2008). *An uningenious paradox: Intellectual property protections for fashion designs*. *Columbia Journal of Law and the Arts*, 32(3), 333-364.

fotografiado, analizado y replicado en cuestión de horas, lanzando al mercado las versiones similares en tiempo récord.

La protección internacional de los diseños en la industria de la moda presenta desafíos únicos debido a su carácter efímero, dinamismo constante y diversidad en la normativa. El impacto de las nuevas tecnologías añade aún más complejidad al problema, acelerando tanto la difusión de tendencias como la proliferación de copias y falsificaciones. Esto ha impulsado modelos de negocio como el *fast fashion*, generando controversia entre quienes ven las imitaciones como un estímulo creativo y comercial, y quienes las consideran una amenaza directa a la originalidad, la exclusividad y el valor artístico de los diseños. La delgada línea entre inspiración, imitación y falsificación se ha vuelto más difusa que nunca, haciendo imprescindible la adaptación continua de los mecanismos de protección frente a los avances tecnológicos.

CAPÍTULO V: FUTURO DE LA PROTECCIÓN DE LOS DISEÑOS: RECOMENDACIONES Y VÍAS DE MEJORA

Mirando hacia el futuro, la protección jurídica de los diseños de moda deberá enfrentarse inevitablemente a nuevos retos derivados del avance tecnológico y de las cambiantes dinámicas comerciales y sociales. La experiencia demuestra que alcanzar una protección más eficaz exige no solo una evolución en el ámbito normativo, sino también un cambio profundo a nivel social. A continuación, se expondrán algunas propuestas que podrían contribuir a reforzar la protección de los diseños de moda.

En primer lugar, resulta crucial fortalecer la cooperación internacional para avanzar hacia una mayor armonización normativa global. Este esfuerzo no implica necesariamente la creación de una normativa idéntica en todos los países, sino, más bien, establecer unos estándares mínimos claros y efectivos, que permitan a los diseñadores proteger sus creaciones con menos barreras burocráticas y jurídicas en los diferentes territorios. Iniciativas como el fortalecimiento del Sistema de La Haya y la ampliación de su cobertura territorial podría facilitar este objetivo, haciendo más sencillo el registro internacional de diseños o adaptando los criterios para su reconocimiento y garantizando una protección más accesible para creadores emergentes y pequeñas empresas. Dentro de

esta cooperación no se debe olvidar la promoción del diálogo entre el sector público y el privado, para que sea continuo y proactivo buscando así anticipar y responder de manera eficaz a los nuevos desafíos del sector. De esta manera se podrá construir un marco normativo más dinámico que refleje adecuadamente las necesidades reales y específicas de la industria.

En segundo lugar, es necesario adaptar la legislación actual al contexto digital. La digitalización ha revolucionado por completo el modo en que se comparten, distribuye y replican los diseños, creando nuevos riesgos relacionados con las copias rápidas y precisas, gracias a herramientas como inteligencia artificial, como se ha ido viendo a lo largo del trabajo. Frente a ello se recomienda actualizar los mecanismos legales existentes, considerando nuevas figuras jurídicas capaces de dar respuesta inmediata a la difusión no autorizada en entornos digitales, incluyendo procedimientos ágiles de retirada o bloqueo en las diferentes plataformas.

Además, la educación y sensibilización del consumidor sobre el valor de la propiedad intelectual debe considerarse como un área fundamental de mejora. Los consumidores juegan un papel clave en el ciclo de vida de los productos, una mayor concienciación sobre las consecuencias económicas, sociales y éticas de las copias ilegítimas puede contribuir a reducir significativamente el impacto negativo de las imitaciones y falsificaciones. Campañas informativas y educativas impulsadas por instituciones tanto públicas como privadas podrían ayudar a generar una cultura más respetuosa hacia la creatividad y la innovación.

En conclusión, el futuro de la protección de los diseños industriales dependerá de la capacidad para adaptarse a este entorno cambiante, combinando medidas jurídicas actualizadas con una cooperación internacional reforzada, educación efectiva al consumidor y un diálogo constante entre todos los actores involucrados. Solo así se podrá garantizar un entorno jurídico más sólido, equilibrado y justo para la innovación y creatividad en la moda.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo se ha abordado en profundidad la compleja situación de la protección jurídica de los diseños de moda en el panorama internacional. Queda claro que nos encontramos ante una industria marcada por particularidades propias que requieren una protección jurídica específica y adaptada a su realidad. Para poder entender esta realidad, primero ha sido necesario delimitar de forma clara el marco conceptual y normativo que lo envuelve. Partiendo de la distinción entre propiedad intelectual e industrial, dos ramas distintas desde el punto de vista latino, que protegen las diferentes manifestaciones del intelecto humano. Del mismo modo, distinguimos entre los derechos de autor, centrados en la protección de obras originales, ya sean literarias o artísticas de casi cualquier tipo, expresadas en cualquier medio tangible o intangible, y los diseños industriales, que resguardan la apariencia externa de los productos, como la forma, el color o la textura, que les confiere un valor diferenciador en el mercado.

Internacionalmente, esta protección se encuentra regulada por tratados como el Convenio Paris, Convenio de Berna, el Arreglo de Madrid, el Sistema de La Haya o el acuerdo ADPIC, todos ellos ofreciendo marcos normativos fundamentales, pero todavía con margen de mejora en términos de armonización frente a los desafíos que enfrenta una industria tan dinámica como es la moda.

La diversidad normativa que existe actualmente constituye uno de los desafíos más significativos. Al realizar un análisis comparativo entre la protección ofrecida en Europa y la existente en Estados Unidos, queda patente que ambas jurisdicciones, aunque comparten la intención de proteger la innovación y originalidad de los diseños, difieren sustancialmente en sus enfoques y eficacia. Europa cuenta con un sistema claramente definido y más adaptado a las necesidades del sector moda, articulado mediante la figura del diseño comunitario registrado y no registrado, que proporciona seguridad jurídica y flexibilidad, adecuado al ritmo acelerado de la industria. Estos mecanismos han demostrado ser efectivos al ofrecer protección automática en ciertos casos, reducir costes y simplificar trámites administrativos mediante una única solicitud válida en todo el territorio comunitario.

En contraste, el sistema estadounidense presenta una realidad más compleja y fragmentada. Careciendo de una normativa específica para la protección de los diseños

de moda, Estados Unidos obliga a los diseñadores a recurrir a múltiples instrumentos jurídicos como las patentes de diseño, el *copyright* y la doctrina del *trade dress*. Las patentes de diseño ofrecen una protección robusta, pero su procedimiento es excesivamente lento y costoso para productos de moda, cuya vida comercial suele ser muy breve. El *copyright*, aunque atractivo por su automaticidad y menor coste, se ve limitado por el requisito restrictivo de la separabilidad, complicando enormemente su aplicación efectiva en prendas de vestir. El uso del *trade dress*, aunque útil para proteger elementos distintivos, demanda altos niveles de reconocimiento público y distintividad, siendo poco accesible para diseñadores emergentes. Esta combinación de herramientas jurídicas, pese a su variedad, en muchas ocasiones resultan insuficientes o poco prácticas debido a su complejidad, coste o lentitud.

Este análisis comparativo revela que Europa proporciona una protección más adaptada y ágil, capaz de responder de manera efectiva a los retos actuales y específicos del sector. Sin embargo, no es posible negar ventajas del sistema estadounidense, particularmente en cuanto a la protección de elementos icónicos con una fuerte identificación mediante marcas y *trade dress*. Este contraste, a su vez, refleja claramente cómo la tradición, tanto cultural como jurídica, de cada territorio condiciona notablemente las estrategias disponibles para la protección de la moda, y, en consecuencia, afecta directamente a la competitividad de los diseñadores en cada mercado.

Resulta imprescindible destacar el impacto de las nuevas tecnologías en este contexto, tanto como aliadas como amenazas. Es indudable que estos avances han transformado la manera en la que se conciben, producen y difunden las prendas y los diseños. Especialmente con la difusión inmediata de las tendencias y con ella la reproducción acelerada de imitaciones y falsificaciones, exigiendo que los sistemas jurídicos continúen evolucionando con el objetivo de adelantarse a estas situaciones. Esta inmediatez deja casi anulada la ventaja competitiva de la que gozaban los diseñadores históricamente con la exclusividad y originalidad de sus diseños. Esta problemática la hemos visto con las empresas del *fast fashion*, generando un debate y tensión entre la creatividad, inspiración e imitación que debe abordarse buscando un equilibrio justo que incentive la innovación sin ahogar el dinamismo inherente a la moda ni caer en perspectivas optimistas como puede ser la *Piracy Paradox*.

De cara al futuro, la protección de los diseños de moda deberá adaptarse a un entorno cada vez más digital y globalizado. Para ello, se vuelve esencial reforzar la cooperación internacional y avanzar hacia una mayor armonización normativa que facilite la protección más allá de las fronteras, especialmente para los diseñadores emergentes. Al mismo tiempo, el marco legal debe actualizarse para hacer frente a los desafíos tecnológicos. Junto a ello, es clave fomentar una mayor sensibilización social sobre el valor de la propiedad intelectual, promoviendo campañas educativas y de concienciación. Solo mediante un enfoque coordinado y flexible será posible consolidar un sistema de protección más eficaz, justo y adaptado a la realidad dinámica de la industria de la moda.

BIBLIOGRAFIA

1. LEGISLACIÓN

Directiva 98/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de octubre de 1998, sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos. (BOE 28 de noviembre 1998)

Directiva (UE) 2024/2823 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2024, sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos (BOE 18 de noviembre 2024)

Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial (BOE 9 de julio 2003)

Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia (BOE 22 de abril de 1996)

Reglamento (CE) N.º 6/2002 del Consejo, de 12 de diciembre de 2001, sobre los dibujos y modelos comunitarios. (BOE 5 de enero 2002)

Reglamento (UE) 2024/2822 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de octubre de 2024 por el que se modifica el Reglamento (CE) n.º 6/2002 del Consejo, sobre los dibujos y modelos comunitarios (BOE 11 de noviembre 2024)

U. S. Trademark Law: Trademark Act; 15 U.S.C. §§ 1051 et seq. & Patents Act; 35 U.S.C. Part 1 (Consolidated Trademark Law as of December 28, 2009)

2. JURISPRUDENCIA

Carol Barnhart Inc. v. Econ. Cover Corp., 773 D. 2D411 (2d Cir. 1985)

Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Sentencia de 20 de octubre de 2011, PepsiCo, Inc. contra Grupo Promer Mon Graphic SA, C-281/10 P, EU:C:2011:679.

3. OBRAS DOCTRINALES

Alemán, M. M. “El principio de territorialidad de los derechos de propiedad industrial frente a dos nuevas realidades: globalización e Internet”. *Revista de Derecho, Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*, (4), Universidad de los Andes, 2010.

Buitrago Díaz, E. “Propiedad Intelectual y Desarrollo tras el acuerdo sobre los ADPIC”. *Propiedad intelectual*, 8(12), 2009, pp 63-90.

Carbajo Cascón, F. “La protección de los diseños de moda en la Unión Europea (entre el diseño industrial y el derecho de autor)”. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Cuaderno 106, 2020, pp 139-162.

Castro García, J. D. “La protección de los diseños industriales en el continente americano”. *Revista de Propiedad Intelectual*, (31), 2009, pp 1-20.

din Fagel Tse, T. “Coco way before Chanel: protecting independent fashion designers' intellectual property against fast-fashion retailers”. *Catholic University Journal of Law and Technology*, 24(2), 2016, pp 401-431.

Harvard Law Review. “Star Athletica, L.L.C. v. Varsity Brands, Inc”. *Harvard Law Review*, 2017, 131. <https://harvardlawreview.org/print/vol-131/star-athletica-l-l-c-v-varsity-brands-inc/>

Howard, L. “An uningenious paradox: Intellectual property protections for fashion designs”. *Columbia Journal of Law and the Arts*, 32(3), 2008, pp 333-364.

Jiménez Serranía, V. “La protección de los diseños de moda en España”. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (154), 2022, pp 85–99. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8626834>

Joshi, Ishaan Deepak. “Protection of Fashion Designs in the European Union: Copyright and Design Laws Interface or Deadlock?”. *Indian Journal of Law and Legal Research*, 5, 2023, pp 1-7.

Llobregat Hurtado, M. L. “Aproximación al régimen jurídico de los dibujos y modelos industriales en Derecho comunitario”. *Revista de Derecho Mercantil*, 244, 843, 2002. Civitas.

Manfredi, A. “Haute copyright: tailoring copyright protection to high-profile fashion designs”. *Cardozo Journal of International and Comparative Law*, 21(1), 2012, 111-152.

Pabón-Madrid, S. “Tratados internacionales en materia de propiedad industrial como mecanismos de protección en eventos de competencia desleal contemplados en la ley 256 de 1996”. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Derecho. 2020.

Pérez Lluna, Á. “El papel de las tendencias del mercado en la valoración de la singularidad de los diseños industriales”. *Actualidad Jurídica Aranzadi*, (894), Comentario, Aranzadi, 2014.

Practicum. “La Propiedad Intelectual: Marco legal nacional e internacional (1ª ed.)”. Editorial Aranzadi, S.A.U., 2022.

Vivas Tesón, I. “La tutela del diseño industrial por el derecho de autor”. *Revista de Derecho Patrimonial*, (30). Editorial Aranzadi, 2013.

4. RECURSOS DE INTERNET

Almacén de Derecho. “El derecho de la propiedad intelectual no protege las ideas”. (s.f). <https://almacendederecho.org/el-derecho-de-la-propiedad-intelectual-no-protege-las-ideas>

Asociación para la Defensa de la Marca (Andema). “Diseños industriales”. (s.f). <https://www.andema.org/que-son-las-marcas/otras-figuras-de-la-propiedad-industrial/disenos-industriales>

Biblioteca de la Universidad Politécnica de Cartagena. “Conceptos generales: propiedad intelectual”. *Biblioteca UPCT*. (s.f). <https://www.bib.upct.es/conceptos-generales>

Cultura Genial. “Catedral Notre Dame de París”. (s.f). Cultura Genial. de <https://www.culturagenial.com/es/catedral-notre-dame-de-paris/>

Derecho de Autor Argentina. “¿Qué son los acuerdos sobre los ADPIC?” (s.f). <https://www.derechodeautor.org.ar/recursos/abc-sobre-derechos-de-autor/el-derecho-de-autor-y-su-ambito-internacional/que-son-los-acuerdos-sobre-los-adpic/>

Dictum Abogados. “Las consecuencias jurídicas del fast fashion”. (s.f). <https://dictumabogados.com/e-dictum-publicaciones-derecho-mercantil/las-consecuencias-juridicas-del-fast-fashion/31164/>

Fashion Law Institute Spain. “Recursos legales para la protección de las marcas de moda. Parte I: Derechos de autor.” (s.f). *Fashion Law Institute Spain*. <https://www.fashionlawinstitutespain.com/post/recursos-legales-para-la-proteccion-de-las-marcas-de-moda-parte-i-derechos-de-autor>

Gerben, J. “Trade Dress'ed: Can You Protect Clothing Design Elements Through Trademark Law?” *Gerben Intellectual Property*, (s.f). <https://www.gerbenlaw.com/blog/trade-dressed-can-you-protect-clothing-design-elements-through-trademark-law/>

Giraldo Ángel & Asociados. “Las ideas no son objetos de protección de la propiedad intelectual”. (s.f.) <https://www.giraldoangelasociados.com/post/las-ideas-no-son-objetos-de-proteccion-de-la-propiedad-intelectual>

Legal Information Institute. “*Stare decisis*”. *Cornell Law School*. (s.f). https://www.law.cornell.edu/wex/stare_decisis

Martín Mora, A. “Se publica la reforma de la normativa de la UE sobre diseños”. *Cuatrecasas*. 2024 <https://www.cuatrecasas.com/es/spain/propiedad-intelectual/art/se-publica-reforma-normativa-de-la-ue-disenos>

Martín Mora, A. “Se publica la reforma de la normativa de la UE sobre diseños”. *Cuatrecasas*. 2024. <https://www.cuatrecasas.com/es/spain/propiedad-intelectual/art/se-publica-reforma-normativa-de-la-ue-disenos>

Miranda de Sousa, J. y Mesa, C., “Karen Millen vs Dunnes Stores. El empujoncito del TJUE a la industria de la moda”, *Newsletter Moda y Derecho – Julio 2014*, *Garrigues*, núm. 5, 2014 https://www.garrigues.com/sites/default/files/docs/Newsletter-Moda-Derecho-julio-2014_0.pdf

Oficina Española de Patentes y Marcas Oficina Española de Patentes y Marcas “Diseño Internacional”. (s.f). <https://www.oepm.es/es/disenios/como-proteger-los-disenios/conceptos-basicos/que-son-los-disenios-industriales/disenios-internacionales/>

Oficina Española de Patentes y Marcas. “Diseño de la UE”. (s.f). <https://www.oepm.es/es/disenios/como-proteger-los-disenios/conceptos-basicos/que-son-los-disenios-industriales/disenio-de-la-UE/>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas”. (1979). https://www.wipo.int/wipolex/es/text/283700#P103_15707

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Derechos de autor”. (s.f). <https://www.wipo.int/es/web/copyright>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “*Hague System: Information Kit*”. 2022 .<https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo-pub-rn2022-25-es-hague-system-information-kit.pdf>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Historia de la OMPI”. (s.f). <https://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Marcas”. (s.f). <https://www.wipo.int/es/web/trademarks>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). “Resumen del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883)”. (s.f). https://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/summary_paris.html

Organización Mundial del Comercio (OMC). “El Acuerdo sobre los ADPIC y las convenciones sobre propiedad intelectual”. (s.f). https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/ta_docs_s/1_tripsandconventions_s.pdf

Real Academia Española. “Propiedad industrial”. Diccionario panhispánico del español jurídico. (s.f). <https://dpej.rae.es/lema/propiedad-industrial>

Real Academia Española. “Propiedad intelectual”. Diccionario panhispánico del español jurídico. (s.f). <https://dpej.rae.es/lema/propiedad-intelectual>

Scaringi Law Blog. “Can you copyright or patent fashion?” *Scaringi Law Blog*, 2020. <https://www.scaringilaw.com/blog/2020/january/can-you-copyright-or-patent-fashion/>

Sharma, M. “Trade dress protection for non-traditional marks in the fashion industry”. *IP & Legal Filings*. 2024. <https://www.ipandlegalfilings.com/trade-dress-protection-for-non-traditional-marks-in-the-fashion-industry/>

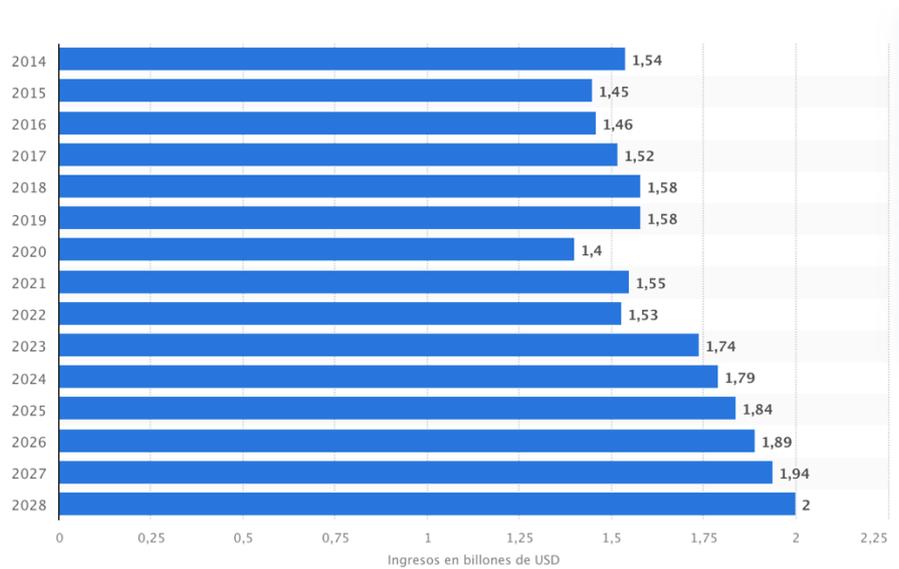
Unión Europea. “Derechos de autor”. (s.f.). https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectualproperty/copyright/index_es.htm

UNIR. “La protección de la propiedad intelectual”.. (s.f.).

Zerbo, J. “The role of IP rights in the fashion business: A US perspective”. *WIPO Magazine*. 2018. https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/04/article_0006.html

ANEXOS

Anexo A: Ingresos venta de prendas de vestir en todo el mundo. 2024. Statista.
<https://es.statista.com/estadisticas/1391249/ingresos-de-la-venta-de-prendas-de-vestir-en-todo-el-mundo/>



Anexo B: Uniformes animadoras caso Star Athletica v. Varsity Brand. U.S. Supreme Court, Appendix to the Opinion in Star Athletica

