

San José, 6 de enero de 2022

Señores(as):

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

Estimados señores(as):

Yo, María Fernanda Sanabria Coto, cédula de identidad 114290780, bachiller en Filología española graduada en la Universidad de Costa Rica, perteneciente a la Asociación Costarricense de Filólogos (ACFIL), carné 225 y al Colegio de Licenciados y Profesores en Letras, Filosofía, Ciencias y Artes de Costa Rica (COLYPRO), código 75402, hago constar que he revisado el documento titulado:

Las implicaciones de la propiedad intelectual en el derecho de la moda

Dicho documento fue elaborado por Marianna Quirós Fonseca, cédula de identidad 116080464, con el fin de optar al grado de Licenciatura en Derecho. He revisado y corregido aspectos tales como construcción de párrafos, vicios del lenguaje trasladados a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico.

Atentamente,

Fernanda S. Coto.



María Fernanda Sanabria Coto
Asociación Costarricense de Filólogos. Carné nro. 225
Colypro. Código 75402
fernanda.sanabria@filologos.cr
Teléfono: +506 6022 9569

MARIA
FERNANDA
SANABRIA
COTO (FIRMA)

Firmado digitalmente
por MARIA FERNANDA
SANABRIA COTO (FIRMA)
Motivo: Carta de revisión
filológica
Fecha: 2022.01.06
07:37:59 -06'00'

Las implicaciones de la propiedad intelectual en el derecho de la moda

Marianna Quirós Fonseca¹, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2021

Resumen

La moda nació de la necesidad natural de resguardo del cuerpo y se ha convertido en un vehículo de identidad social. Debido a esta evolución, la moda y el derecho han creado un vínculo estrecho, pero complejo, donde la propiedad intelectual se encuentra presente. Este artículo explora las implicaciones de la propiedad intelectual en el derecho de la moda. Se explican las características de ambas disciplinas y su vinculación; se aborda el marco regulatorio internacional, en materia de propiedad intelectual, aplicable al derecho de la moda; se examina el derecho comparado existente y se analizan casos sobre derecho de moda que ampliamente exponen el vínculo con los derechos de propiedad intelectual. El enfoque de la investigación es cualitativo con un análisis comparativo de ordenamientos jurídicos y un análisis de casos. Los resultados sugieren que, efectivamente, existe un vínculo entre la industria de la moda y la propiedad intelectual, pero la protección de derechos llega a ser compleja en la industria. Se concluye que, en Costa Rica, existe tutela legislativa, pero es escasa y poco organizada en comparación con el sistema legal español. Por lo cual, se recomienda elaborar instrumentos específicos que faciliten la regulación del derecho de la moda y de la protección intelectual en esta industria.

Palabras clave: moda, propiedad intelectual, marca, comercio, consumidor.

Abstract

Fashion emerged from the natural need to protect the body and has become a vehicle for social identity. Due to this evolution, fashion and law have created a close, but complex link, where intellectual property is always present. This article explores the implications of intellectual property in fashion law. The characteristics of both disciplines and their relationship are explained; the international regulatory framework on intellectual property matters, applicable to fashion law, is examined; the existing comparative law is studied and

¹ La autora es licenciada en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo, relacionista pública y candidata al grado de Licenciatura en Derecho en la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. Correo electrónico: marianaquirosf@gmail.com.

cases on fashion law, that broadly expose the link with Intellectual property rights, are analyzed. The research approach is qualitative with a comparative analysis of legal systems and an analysis of cases. The results suggest that there is indeed a link between the fashion industry and intellectual property, but the protection of rights becomes complex in the industry. It is concluded that in Costa Rica there is legislative protection, but it is limited and little organized in comparison with the Spanish legal system. It is recommended to develop specific instruments that facilitate the regulation of fashion law and intellectual protection in this industry.

Key words: fashion, intellectual property, brand, commerce, consumer.

1. Introducción

Los seres humanos presentan necesidades básicas que deben satisfacer; estas se clasifican en categorías y jerarquías. Así lo ha explicado Vega (2008), al tomar como base la teoría de la jerarquía de las necesidades propuesta por Abraham Maslow. Según el autor, existen necesidades fisiológicas, de seguridad, pertenencia, estima y autorrealización. Una necesidad elemental es la de vestido, la cual se encuentra presente desde la prehistoria.

Explica Chavarín (2012) que la vestimenta deviene de una necesidad natural de resguardar el cuerpo, en su mayoría de condiciones climáticas adversas. De acuerdo con el mismo autor, con el tiempo, dicha necesidad ha evolucionado para convertirse en un vehículo de identidad social, donde creativos emplean formas y diseños en la confección de las prendas. Así, el vestirse se relaciona con la necesidad de sentirse a gusto con la indumentaria, según gustos, entorno social y climático, costumbres y tradiciones (Delgado et al. 2016).

Según los planteamientos de dichos autores, es posible inferir que, cuando la necesidad del resguardo del cuerpo, mediante prendas, se cubre, es cuando nace la moda con múltiples propuestas creativas de diseñadores, así como de la colaboración de un sinnúmero de trabajadores que laboran en esta industria, en momentos y culturas determinadas. Con dichas ofertas, los consumidores tienen potestad de decisión para adquirir productos acordes con sus

gustos, preferencias, características personales, así como con la expresión de su identidad social.

El estudio denominado *The State of Fashion 2020* de McKinsey & Company (2020) afirma que la industria de la moda es una de las más grandes del mundo, con un ingreso anual global de \$2.5 trillones de dólares americanos y, aunque debido a la pandemia esta cifra se contrajo en aproximadamente 30 puntos porcentuales, la predicción es que la recuperación sea positiva. Es justamente por estas características: la globalidad, la complejidad, el impacto económico y social que genera, que la industria de la moda debe vincularse con el derecho, de modo que se estudien sus particularidades y desafíos, como lo es el relevante vínculo que tiene con la propiedad intelectual, la cual requiere ser protegida.

Recuerda la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2018) que, en los últimos años, los derechos de propiedad intelectual (PI) han desempeñado un papel fundamental en el crecimiento de la industria de la moda mundial; cada vez más empresas confían en la protección de sus marcas e imagen comercial para ser más competitivas. Según esta Organización, el secreto para el crecimiento económico de estas empresas es la protección de sus activos e invenciones originales; por ende, aspectos como empaques, conceptos de diseño, diseños industriales de productos, logotipos, suelas de zapatos, entre otros, son sujetos a la protección.

Así las cosas, este documento pretende describir las implicaciones de la propiedad intelectual en el derecho de la moda. Al ser la moda una materia del derecho apenas abordada, en la revisión bibliográfica se explican las características de la propiedad intelectual, del derecho de la moda, así como la vinculación entre ambas disciplinas. Adicionalmente, se expone el marco regulatorio internacional, en materia de propiedad intelectual, aplicable al derecho de la moda. Después, se detalla la metodología que se implementó para el desarrollo de la investigación.

También, se analizan puntualmente los resultados y se discuten, donde se examina el derecho comparado existente que protege la propiedad intelectual en el derecho de la moda y se analizan casos sobre derecho de moda que ampliamente exponen el vínculo con los derechos de propiedad intelectual. Por último, se despliegan las conclusiones obtenidas del estudio; a la vez, se proponen recomendaciones para una adecuada protección de la propiedad intelectual en el derecho de la moda.

2. Revisión bibliográfica

2.1 Propiedad intelectual

Toda persona tiene el derecho a proteger sus obras y creaciones individuales; justamente, este es el objetivo de los derechos de propiedad intelectual. Para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 2020), los derechos de propiedad intelectual son similares a cualquier otro tipo de derecho relacionado a la propiedad, cuya función esencial es permitir a los creadores beneficiarse de su trabajo o inversión en una creación, mediante el otorgamiento de control sobre la forma en que esta propiedad es utilizada.

La propiedad intelectual, como tal, comprende la propiedad industrial y los derechos de autor. La primera, según Mendoza (2020), es un derecho propio del creador, donde una parte de este pertenece al creador y la otra al productor o comerciante; es la única que regula invenciones del ser humano con aplicación industrial. Mendoza (2020) indica que, contrariamente, “en los derechos de autor no es necesario demostrar la utilidad industrial o empresarial de una obra” (p. 104); es decir, la protección es automática y el registro es oficial con un fin probatorio (Mendoza, 2020). De esta forma, es posible comprender que la propiedad industrial necesita de una formalización para que el creador pueda disfrutar plenamente de sus derechos. Lo anterior, “de acuerdo con las excepciones y condiciones que la ley de cada país establece, en consecuencia, con los tratados internacionales firmados por otros países en relación a esta materia” (Ávila et al., 2019, p. 29).

En este sentido, las patentes de invención son parte del ámbito de protección de la propiedad industrial y corresponden al otorgamiento de derechos exclusivos sobre una invención; de modo que el titular puede permitir la utilización por terceros (OMPI , s.f.). Se dice que los modelos de utilidad se asemejan a pequeñas patentes. El Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Chile (s.f.) explica que se trata de “títulos de propiedad industrial que, al igual que las patentes, protegen invenciones, pero de escaso valor creativo o de innovación no radical” (párr.1). Los diseños industriales, por su parte, se refieren a la protección relativa a la apariencia exterior o estética de un producto, los cuales deben ser nuevos y originales (Araya, 2019). Según Araya (2019), la diferencia entre diseños industriales y modelos de utilidad es la siguiente:

Respecto al modelo de utilidad y su diferencia con el industrial, se debe recordar que el segundo protege la forma incorporada que confiere un carácter estético y/o ornamental, mientras que el modelo de utilidad centra su protección en la optimización de la función para el cual están concebidos un objeto, una herramienta, utensilio o dispositivo que permitan una mejor función o una función especial para su uso. (p. 196)

Adicionalmente, es procedente analizar las marcas comerciales, las cuales, en el contexto económico contemporáneo, son elementos que dinamizan el consumo como factores de identificación que facilitan las elecciones de los consumidores (Cepeda, 2014). Es decir, son diferenciadores de productos y servicios a los que los comerciantes recurren con este objetivo.

Como se ha comprobado, la esfera de protección de la propiedad intelectual es amplia. Es así como Pooley (2013) recuerda que la forma más común de protección a la que recurren las empresas es el secreto comercial. Según el autor, un secreto comercial es información que una empresa no desea que los competidores conozcan y que otorga una ventaja; mediante este, es posible proteger mucha más información de la que puede protegerse con patentes, por ejemplo.

Aunque su protección jurídica se rige por ordenamientos jurídicos nacionales, existen normas internacionales que logran su resguardo. Para Pooley (2013), la información se convierte en secreto, cuando no es fácilmente accesible, cuando tiene valor por ser secreta y es objeto de medidas para mantenerla de esta manera. Es así como los modelos o planes de negocio pueden llegar a convertirse en secreto comercial.

Explica The European IPR Helpdesk (2015) que los planes de negocio se redactan con un objetivo de planeación estratégica para guiar decisiones y proporcionar objetivos e indicadores de gestión; de tal manera, dicho plan describirá: “las características únicas de la empresa y, los activos y recursos relevantes para establecer colaboraciones ganadoras con clientes, socios e inversores” (p. 3). Entonces, la difusión de esta información y su acceso, por parte de competidores, podría tener repercusiones en el éxito de una organización. Todas estas conceptualizaciones son aplicables en la industria de la moda; por tal motivo, se procede a abordar el vínculo entre la moda y el derecho.

2.2 Derecho de la moda y su vinculación con la propiedad intelectual

Según Welters y Lillethun (2018), la moda se refiere a los estilos cambiantes de prendas de vestido y apariencias que son adoptadas por un grupo de personas en un tiempo y espacio determinado. Como cualquier disciplina, la moda debe cumplir con el principio de legalidad. Así, el derecho de la moda abarca no solo el marco regulatorio aplicable a la industria, sino también al negocio detrás de ella, así como los factores sociales y éticos involucrados (Brewer, 2017). Explica Brewer (2017) que la propiedad intelectual es el aspecto característico en el derecho de la moda; pero el campo abarca otras cuestiones legales como contratos comerciales, derecho corporativo, derecho laboral, derecho comercial internacional, entre otros.

Entonces, al ser el comercio de las prendas y accesorios uno de los objetivos de la industria de la moda, existe una vinculación real con el derecho comercial y el de consumo. Se debe recordar que las ofertas en la industria ya mencionada se dirigen a consumidores, esto con el fin de promover el comercio. Cuando el consumidor acepta la oferta, se crea una relación con

el comerciante que acarrea derechos y obligaciones para ambas partes. Villalba (2009) explica que el “derecho del consumo hace su aparición cuando en cualquier relación jurídica obligacional de naturaleza contractual se encuentre en uno de los extremos un consumidor” (p. 82).

Por otro lado, y en términos de propiedad intelectual en la industria de la moda, es común la utilización de contratos de licencia. Explica Navarro (2013) que la licencia es un contrato donde el titular de un derecho (licenciante) concede a otra persona (licenciataria), parcial o totalmente, el uso y disfrute de su derecho de explotación a cambio de un pago (*royalty* o canon). A pesar de la existencia de esta figura, sucede que se hace uso de derechos, como marcas, sin el debido otorgamiento de una licencia, lo cual violenta los derechos de propiedad intelectual.

La piratería en la moda es un hecho y ocurre cuando se crea una copia idéntica o similar de un producto, perteneciente a una casa comercial, pero no se incluye la marca o signos distintivos de esta, los cuales tienen protección de propiedad intelectual (Appel et al., 2013). A estas copias se les conoce como *knock offs*, las cuales se definen como “copias que se venden por menos que el precio original” (Merriam Webster Dictionary, s.f., párr.1).

Vinculado a la propiedad intelectual en la moda se encuentra la apropiación cultural, la cual ha sido referida en varias ocasiones en el mundo globalizado. Manifiesta Ramírez (2021) que la apropiación cultural es la utilización indebida de elementos culturales que pertenecen a miembros de otra cultura. Para el autor, es una práctica dañina que violenta la propiedad intelectual de las culturas de origen; aun cuando no existe normativa internacional y vinculante que regule la práctica (Ramírez, 2021).

En síntesis, la relación entre la moda y el derecho es estrecha; lo es aún más el vínculo entre esta industria y la propiedad intelectual. Los diseños de prendas, calzado y accesorios, al ser producto de la creatividad de una persona, son sujetos a la protección de estos derechos.

3. Metodología

La metodología planteada propició la ruta lógica para comprender el marco regulatorio internacional sobre propiedad intelectual que es aplicable al derecho de la moda; también para examinar el derecho comparado en la materia, así como casos de uso asociados al objeto de investigación.

Es así como el enfoque de la investigación es meramente cualitativo, donde, según Vega et al. (2014), se reconoce que: “además de la descripción y medición de las variables sociales deberían de considerarse los significados subjetivos y el entendimiento del contexto donde ocurre el fenómeno” (p. 524). De esta manera, en este estudio no se recurre a principios matemáticos, sino a procesos inductivos, mediante un análisis profundo de las variables bajo examen.

De tal manera, se describió la normativa internacional sobre propiedad intelectual aplicable al derecho de la moda. Al mismo tiempo, se analizaron y compararon los ordenamientos jurídicos de dos estados, incluido Costa Rica, con tal de comprender sus regulaciones en la materia. En adición, se estudiaron casos judiciales sobre el tema.

En el mismo sentido, se optó por una naturaleza de investigación descriptiva. Esta, de acuerdo con Esteban (2018), “es una investigación de segundo nivel, inicial, cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales” (p. 2). Es decir, como su nombre lo indica, busca describir fenómenos.

En este caso, el diseño corresponde al de investigación-acción. Hernández et al. (2014) exponen que su finalidad es: “aportar información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales” (p. 509). Dado que el presente estudio busca describir las implicaciones de la propiedad intelectual en el derecho de la moda, es pertinente el empleo de este diseño.

Las poblaciones bajo estudio fueron ordenamientos jurídicos y casos sobre derecho de moda donde se han violentado derechos de propiedad intelectual. De esta forma, el tipo de muestra al que se recurrió fue el de casos-tipo, la cual faculta la “riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización” (Hernández et al., 2014, p. 397). En este sentido, se seleccionaron dos ordenamientos jurídicos y dos casos de estudio sobre propiedad intelectual y derecho de moda.

Con el fin de formular la información por ser recolectada, junto con los instrumentos para su análisis y discusión, se plantearon dos variables que se exponen en la tabla 1.

Tabla 1. Variables de la investigación

| Variable | Definición conceptual |
|------------------------------|---|
| Propiedad intelectual | Derechos que permiten a los creadores beneficiarse de su trabajo o inversión en una creación, mediante el otorgamiento de control sobre la forma en que esta propiedad es utilizada (OMPI, 2020). |
| Derecho de la moda | Campo del derecho que estudia la moda y el derecho detrás de ella como contratos comerciales, derecho corporativo, derecho laboral, derecho comercial internacional, propiedad intelectual, entre otros (Brewer, 2017). |
| Ordenamiento jurídico | Conjunto o sistema de normas (Cordero, 2009). |

Nota. Elaboración propia con datos de OMPI (2020), Brewer (2017) y Cordero (2009).

Las técnicas de investigación utilizadas fueron un análisis comparativo y un análisis de casos. El análisis comparativo se llevó a cabo con el fin de contrastar la regulación de la propiedad intelectual en el derecho de la moda en Costa Rica y España; es decir, los ordenamientos jurídicos seleccionados para estudio. El análisis de casos, como se mencionó, buscó ejemplificar situaciones reales, provenientes de la industria de la moda, donde se han violentado derechos de propiedad intelectual.

Por último, se describieron y discutieron los hallazgos fundamentales. Para lograr este objetivo, se crearon matrices que recopilaron los insumos más importantes relativos a cada una de las variables estudiadas.

4. Resultados

4.1 Análisis del marco regulatorio internacional existente en materia de propiedad intelectual, aplicable al derecho de la moda

La protección de la propiedad intelectual se ha consagrado como un derecho humano. Aunque no vinculante, la Declaración Universal de Derechos Humanos (Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, 1948) reza en su artículo 27 que todas las personas tienen el derecho a beneficiarse de la protección de sus intereses morales y materiales que resulten de su autoría artística. Así, la propiedad intelectual se ha reconocido en varios tratados internacionales, de los cuales, algunos son aplicables al derecho de la moda y son administrados por la OMPI. A continuación, se exponen los más relevantes:

4.1.1 Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial

Adoptado en 1883; es aplicable a la propiedad industrial y protege patentes, marcas, dibujos y modelos industriales, modelos de utilidad, nombres comerciales, entre otros. Establece el principio de trato nacional y el derecho a prioridad, así como normas comunes de acatamiento. Sus partes contratantes suman 177 (OMPI, 1883).

4.1.2 Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas

Adoptado en 1886; se centra en la protección de las obras y de los derechos de autor. Faculta el control de la utilización de las obras. Sus tres principios básicos establecen que todas las obras originadas en un Estado deben ser objeto de protección en los demás territorios contratantes, que para esta protección se prescinde de formalidades y que la protección es independiente a la brindada por el Estado originario. Cuenta con un total de 179 partes contratantes (OMPI, 1886).

4.1.1 Otros tratados, arreglos, acuerdos y protocolos aplicables

De acuerdo con la OMPI (2021), los siguientes son de relevancia en la protección de la propiedad intelectual en el derecho de la moda:

Tabla 2. Otros tratados, arreglos, acuerdos y protocolos aplicables

| | |
|------------------------------|--|
| Tratados | <ul style="list-style-type: none"> → Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT): 1970 → Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas: 1994 → Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT): 1994 → Tratado sobre el Derecho de Patentes: 2000 |
| Arreglos | <ul style="list-style-type: none"> → Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas: 1891 → Arreglo de Madrid relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos: 1891 → Arreglo de La Haya relativo al Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales: 1925 → Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas: 1957 → Arreglo de Locarno que establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales: 1968 → Arreglo de Estrasburgo relativo a la Clasificación Internacional de Patentes: 1971 |
| Acuerdos y Protocolos | <ul style="list-style-type: none"> → Protocolo Concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas: 1891 → Acuerdo de Viena por el que se establece una Clasificación Internacional de los Elementos Figurativos de las Marcas: 1973 |

Nota. Elaboración propia con datos de OMPI (2021).

4.2 Análisis comparativo de ordenamientos jurídicos

La tabla 3 despliega una comparación entre la normativa de Costa Rica y España referente al derecho de la moda y la propiedad intelectual.

Tabla 3. Análisis comparativo de ordenamientos jurídicos

| Aspecto analizado | Costa Rica | España |
|---|--|--|
| I. Ordenamiento jurídico | | |
| Generalidades del ordenamiento jurídico en cuanto a propiedad intelectual y su vínculo con el derecho de la moda | La regulación es limitada, mas no inexistente. | Es amplio, actualizado y suficiente en cuanto a la regulación de la propiedad intelectual y el derecho de la moda. |
| II. Propiedad intelectual | | |
| Tutela constitucional de la propiedad intelectual | Se regula expresamente el derecho en el artículo 47 de la Carta Magna. | Se regula expresamente el derecho en los artículos 20 y 149.9 de la Carta Magna. |

| | | |
|--|---|---|
| Suscripción de tratados internacionales sobre propiedad intelectual | <ul style="list-style-type: none"> → Convenio de Berna (1978) → Convenio de París (1995) → Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (1999) → Tratado de Singapur (2006) → Tratado sobre el Derecho de Marcas (2008) | <ul style="list-style-type: none"> → Convenio de París (1884) → Convenio de Berna (1887) → Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas (1892) → Arreglo de Madrid relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos (1892) → Arreglo de La Haya (1928) → Arreglo de Niza (1961) → Arreglo de Locarno (1973) → Arreglo de Estrasburgo (1975) → Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (1989) → Protocolo de Madrid (1995) → Tratado sobre el Derecho de Marcas (1999) → Tratado de Singapur (2006) → Tratado sobre el Derecho de Patentes (2013) |
| Tutela legislativa sobre la propiedad intelectual | <ul style="list-style-type: none"> → Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos (1982) → Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual (2000) → Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (2000) | El Estado cuenta con el Código de Propiedad Intelectual, compuesto por 40 normas generales y especiales, el cual recopila la totalidad de la legislación aplicable a la propiedad intelectual. |
| III. Derecho de la moda | | |
| Tutela constitucional sobre el derecho de la moda | La tutela es indirecta. | La tutela es indirecta. |
| Tutela legislativa sobre el derecho de la moda | No existe legislación específica, aunque aplican otras leyes generales y especiales. | El Estado cuenta con el Código de la Moda, compuesto por 86 normas generales y especiales, el cual recopila la totalidad de la legislación aplicable al derecho de la moda. |

Nota. Elaboración propia a partir de análisis de legislación.

4.3 Análisis de casos sobre derecho de moda donde se han violentado derechos de propiedad intelectual

Las tablas 4 y 5 sintetizan la información más relevante sobre los casos seleccionados para análisis.

Tabla 4. Análisis de caso T-169/19

| Caso #1: Resolución T-169/19, Tribunal General de la Unión Europea (2021). | |
|---|---|
| Nombre popular del caso: | U.S. Polo Assn. v. Polo Ralph Lauren |
| Ordenamiento jurídico: | Unión Europea |
| Fecha de la resolución: | 2 de junio de 2021 |
| Corte: | Tribunal General de la Unión Europea |
| Accionante: | Style / Taste S. L. |
| Accionado: | The Polo/Lauren Company LP y Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) |
| Asunto en discusión: | Solicitud de nulidad de marca figurativa |
| Antecedentes del caso: | En 2004, The Polo/Lauren Company LP presentó una solicitud de registro de marca en la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). El registro se solicitó para productos de las clases 9, 18, 20, 21, 24 y 25 del Arreglo de Niza. La marca fue registrada en 2005. En 2016, Style & Taste, S. L. presentó una solicitud de nulidad de la marca controvertida alegando un derecho de propiedad industrial basado en un dibujo registrado en 1997. En 2018, la División de Anulación desestimó la solicitud de nulidad y la recurrente procedió a interponer ante la EUIPO un recurso contra la resolución de dicha División. En 2019, la Quinta Sala de Recurso de la EUIPO desestimó el recurso por considerar que el registro del dibujo expiró en el 2017. |
| Alegatos de la Accionante: | Style & Taste, S. L. solicita que el TGUE modifique la resolución y declare la nulidad de la marca de The Polo/Lauren Company LP. Esto ya que la Sala de Recurso desestimó indebidamente su solicitud de nulidad, debido a que el registro del dibujo anterior había expirado porque el derecho español no le permitía renovar el registro de ese dibujo. Para el recurrente, es suficiente con demostrar que el dibujo es anterior a la marca controvertida y que genera un riesgo de confusión. Se fundamenta en el Reglamento n° 40/94. |

| | |
|---|---|
| Alegatos del Accionado y fundamento legal: | La EUIPO y The Polo/Lauren Company LP refutan la argumentación de la accionante. |
| Resolución: | El Tribunal desestima el recurso y condena en costas a Style & Taste, S. L. Dispone que, para solicitar la nulidad de una marca, los supuestos titulares de derechos deben acreditar la existencia de un conflicto con esas marcas desde la fecha de presentación de la solicitud o de prioridad de estas. Entonces, se debe demostrar que el derecho de propiedad intelectual le permite prohibir el uso de la marca en la fecha de presentación de la solicitud o de prioridad de esta, o bien en la fecha en que se pronuncia la EUIPO sobre la solicitud de nulidad. La recurrente no demuestra que en el Derecho español sea posible prohibir el uso de una marca en virtud de un dibujo luego de que su registro ha expirado. Dado que este ha expirado, pasa a ser de dominio público. |

Nota. Elaboración propia con datos del Tribunal General de la Unión Europea (2021)

Tabla 5. Análisis de caso T-651/16

| Caso #2: Resolución T-651/16, Tribunal General de la Unión Europea (2018). | |
|---|--|
| Nombre popular del caso: | Crocs, Inc. v. EUIPO |
| Ordenamiento jurídico: | Unión Europea |
| Fecha de la resolución: | 14 de marzo de 2018 |
| Corte: | Tribunal General de la Unión Europea |
| Accionante: | Crocs, Inc. |
| Accionado: | Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) |
| Asunto en discusión: | Solicitud de nulidad de registro de dibujo |
| Antecedentes del caso: | En 2004, Western Brands LLC solicitó a EUIPO el registro del dibujo del zapato Crocs como dibujo comunitario para zapatos, reivindicando la prioridad de una solicitud de patente que se presentó en EE. UU. el 28 de marzo de 2004. En 2005, el dibujo se registró como dibujo comunitario. Más tarde, en 2005, el dibujo comunitario se transfirió a la sociedad Crocs. En 2013, Gifi Diffusion solicitó a la EUIPO la nulidad del dibujo porque carecía de novedad al haberse hecho público en 2003 (12 meses antes de la fecha de prioridad). En 2006, la EUIPO declaró la nulidad del |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | dibujo por carecer de novedad. Crocs recurrió esta resolución ante el Tribunal General de la Unión Europea. |
| Alegatos de la Accionante: | Indica que la divulgación en Internet del dibujo se refería a hechos que no podían ser razonablemente conocidos por profesionales especializados en la venta y fabricación de calzado. |
| Alegatos del Accionado: | La EUIPO destaca que la divulgación del dibujo se hizo en tres ocasiones. La primera al exponerla en el sitio <i>web</i> de Crocs, la segunda durante un salón náutico en Florida y la tercera, mediante la disponibilidad del zapato para su venta elaborado según el diseño del dibujo. |
| Resolución: | El TGUE desestima el recurso y confirma la resolución de la EUIPO. Indica que CROCS no negó la realidad de las tres divulgaciones previas y que no logró probar que estos no pudieran ser razonablemente conocidos por los especialistas del sector. |

Nota. Elaboración propia con datos del Tribunal General de la Unión Europea (2018)

4. Discusión

4.1 Análisis del marco regulatorio internacional en materia de propiedad intelectual, aplicable al derecho de la moda

Los hallazgos, derivados del análisis de resultados, sugieren que todo creador tiene un derecho, con alcance internacional, a la protección de sus obras y autoría artística, lo cual es aplicable al derecho de la moda. Para dicha protección internacional, la OMPI se ha encargado de administrar instrumentos, firmados y ratificados por varios Estados en todo el mundo. Aunque la normativa internacional no es de gran amplitud, sin duda, brinda pautas necesarias para la protección de estos derechos e intereses.

En primer lugar, el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial es uno de los más valiosos. Si bien no se refiere expresamente al derecho de la moda, la protección que otorga a marcas, nombres comerciales, dibujos y modelos industriales, es aplicable en la moda. Precisamente, en esta industria el empleo de elementos diferenciadores, como marcas, signos distintivos y dibujos industriales, son clave para atraer la atención de los consumidores y diferenciarse de competidores. Además, los principios generadores del Convenio, como el trato nacional y el derecho de prioridad, facultan el libre comercio y competencia en el sector, así como el acceso a la comercialización en mercados globales.

Bajo este Convenio, los Estados contratantes cuentan con una obligación de denegar el registro y de prohibir el uso de marcas y diseños que violenten derechos de propiedad intelectual por ser reproducciones no permitidas. Entonces, y gracias a este instrumento, los comerciantes de moda tienen la posibilidad de invertir en el desarrollo de sus marcas, las cuales, innegablemente, contarán con protección internacional; lo que, a la vez, contribuye a la expansión de su alcance, a la generación de empleo y al crecimiento económico.

El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, por su parte, se enfoca en la protección de los derechos de autor. Según fue abarcado en capítulos anteriores, este tipo de derechos se encuentra libre de formalismos; sin embargo, ello hace que su protección sea relativamente más compleja. Lo anterior, ya que los artistas deben cerciorarse de que sus diseños de moda sean suficientemente originales y creativos para que califiquen como derechos de autor. No obstante, los derechos de autor no dejan de ser aplicables y esenciales en la industria de la moda y el Convenio de Berna brinda herramientas para su debida protección internacional.

Aunado a los Convenios anteriores, los distintos tratados, arreglos, acuerdos y protocolos existentes, y especificados anteriormente, facilitan el continuo y complejo desarrollo de la industria de la moda.

4.2 Análisis comparativo de ordenamientos jurídicos

Los resultados demuestran que el ordenamiento jurídico español es amplio, actualizado, organizado y suficiente en cuanto a la regulación de la propiedad intelectual y el derecho de la moda. Contrariamente, el sistema legal costarricense es limitado en cuanto a la materia; no obstante, ello no significa que exista desprotección legal.

Constitucionalmente, ambos países reconocen la importancia de la protección de las creaciones propias e invenciones, por lo cual, califican y tutelan como derecho fundamental el amparo de la propiedad intelectual. El derecho de la moda, como tal, no está incluido en las cartas magnas de ambos países analizados. Pero esto es usual, pues los textos

constitucionales protegen derechos generales, de los cuales derivan otros derechos y ramas específicas del derecho, como lo es la moda.

En lo referente a la suscripción de tratados internacionales sobre propiedad intelectual, ambos países cuentan con múltiples instrumentos firmados y ratificados. No obstante, España posee mayor cantidad de ratificaciones que Costa Rica. Además, es notable que el primero se aventuró en la protección de la propiedad intelectual desde la década de 1800, mientras que Costa Rica lo hizo hasta 1978, con el Convenio de Berna.

Lo mismo sucede con la legislación, tanto sobre protección intelectual como sobre derecho de la moda, en ambos Estados. Mientras que en Costa Rica las normas legislativas son escasas, menos específicas y actualizadas, más sucintas y con poca variedad de temas aplicables al derecho de la moda y su relación con la propiedad intelectual; el caso de España es distinto. Este último país cuenta con dos códigos normativos actualizados, uno sobre Propiedad Intelectual y otro sobre Moda. Ambos son recopilaciones de normas aplicables a las materias, cuya organización en códigos facilita su comprensión y aplicación, no solo para profesionales en derecho, sino también para los comerciantes que ejercen funciones en la industria bajo estudio. Esto es esencial en el derecho, donde todo civil debe contar con fácil y rápido acceso a las disposiciones legales aplicables en su territorio.

Específicamente, el Código de la Moda Español reconoce el vínculo existente entre la propiedad intelectual y la moda, e incluye en su primer apartado los lineamientos de propiedad intelectual que deben ser cumplidos. Adicionalmente, este Código es claro en establecer los delitos y las penas a las que se exponen las falsificaciones en la moda. También, expone ordenanzas sobre publicidad y competencia leal en la moda, así como el deber de protección de datos y el cumplimiento de deberes ambientales.

Costa Rica, propiamente, cuenta con leyes especiales en materia de propiedad intelectual, como la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, lo cual es positivo. También, el país posee otras normas generales y especiales

aplicables a la industria de la moda y similares a las que cuenta España, como el Código Civil, Código de Comercio, Código de Trabajo, Código Penal, Ley Orgánica del Ambiente, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, así como la Ley de Protección de la Persona Frente al Tratamiento de sus Datos Personales. Evidentemente, no existe desprotección legal a la industria de la moda y a la propiedad intelectual en territorio costarricense, pero resulta complejo garantizar la aplicación de la totalidad de la normativa a la industria; sin dejar de lado que los textos se encuentran dispersos y muchos de ellos desactualizados en comparación con el desarrollo actual y global de ambas materias bajo estudio.

4.3 Análisis de casos sobre derecho de moda donde se han violentado derechos de propiedad intelectual

A partir del análisis de casos realizado, se desprende que la protección de los derechos de propiedad intelectual no es tarea sencilla o automática, a excepción de los derechos de autor, por parte de los comerciantes, sino que estos deben realizar acciones registrales para garantizar dicho resguardo, tanto nacional como internacional. Además, se evidencia que las marcas, los signos distintivos y los diseños industriales son activos valiosos para las sociedades comerciales, cuya rentabilidad, incluso, llega a depender de la utilización y comercialización de estos.

En el primer caso analizado, T-169/19, resuelto por el Tribunal General de la Unión Europea, se discute la nulidad de una marca figurativa por ser muy similar y utilizada por dos sociedades distintas. Sin embargo, aunque la accionante técnicamente registró su dibujo previo a que la demandada solicitara el registro de su marca, la demandante no ejecutó acciones con tal de velar por la renovación y no expiración de su dibujo, con el fin de mantener su derecho. Dado que este había expirado, aún después de que la accionante presentó la solicitud de nulidad en discusión, dicha solicitud no se otorgó, ya que el dibujo expiró, de tal forma que pasó a ser de dominio público.

Ahora bien, en el caso T-651/16, se discute, igualmente, una solicitud de nulidad, pero en este caso de registro de dibujo. Aunque a la reconocida marca CrocsTM se le transfirió la

propiedad de un dibujo en 2005, el de su reconocido zapato de hule, esta propiedad puede desaparecer al declararse la nulidad de un dibujo solicitada por un tercero, lo cual le ocurrió a la marca en 2016. De acuerdo con el accionante, el registro del dibujo del zapato que se realizó en el 2005 era improcedente, porque, previo a ello, en el 2003, dicho dibujo se divulgó al público, en el sitio web de la sociedad, en un salón náutico e incluso salió a la venta. El Tribunal General de la Unión Europea confirmó este argumento.

Esta resolución demuestra que, aunque una sociedad sea la creadora de un dibujo industrial innovador en la industria de la moda, debe, necesariamente, realizar las gestiones para su registro, así como mantener el debido cuidado y no difundirlo hasta que los derechos de propiedad intelectual le hayan sido otorgados. De lo contrario, puede ocurrir lo acontecido en este caso, donde se alega una falta de novedad derivada de una difusión previa a la solicitud.

5. Conclusiones y recomendaciones

Una de las necesidades esenciales de los seres humanos es la de vestido, la cual ha progresado con el tiempo gracias a los aportes de diseñadores que muestran sus propuestas creativas en la confección de prendas y accesorios. Actualmente, la industria de la moda es una de las más grandes del mundo, con un ingreso anual global incremental; lo que, a la vez, refleja la estrecha relación de la industria con la legalidad y la propiedad intelectual. Ante este escenario, se sugiere a los Estados apoyar el crecimiento de la industria, siempre bajo un marco de legalidad. La creación e implementación de políticas públicas y programas que apoyen el arte, el desarrollo creativo y sostenible, así como el emprendimiento, siempre serán positivas para una sociedad.

La propiedad intelectual, propiamente, faculta la protección de las obras y creaciones individuales de cualquier persona, mediante el otorgamiento de su propiedad, para que el individuo logre beneficiarse de su propia invención. Para ello, existe la propiedad industrial y los derechos de autor; la primera requiere mayor formalización que los segundos. Independientemente de la naturaleza del derecho, es esencial que las casas de moda recurran a estos con un fin de protección para la diferenciación, así como para el crecimiento y la

expansión de mercados. Adicionalmente, en su planificación estratégica cuentan con secretos comerciales que también son propiedad intelectual y deben mantenerse inaccesibles en aras de velar por el éxito de la organización y la conservación de estos derechos. En términos de protección legal de estos derechos, es importante que las empresas o creativos identifiquen si se trata de derechos de autor o propiedad industrial, y, a partir de ello, acaten los procedimientos que la legislación de cada Estado pone a disposición para el debido resguardo. En el caso de Costa Rica, la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, y la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual establecen las acciones por seguir.

A pesar de los esfuerzos de comerciantes en la industria de la moda para proteger sus activos, tangibles e intangibles, estrechamente relacionados con la propiedad intelectual, es un hecho que la piratería y las reproducciones no autorizadas y dolosas de marcas, signos distintivos y diseños industriales, primordialmente de marcas reconocidas o de lujo, existen. Esto es una violación total a la naturaleza y al fin último de la propiedad intelectual. Adicionalmente, existen conductas y casos que, aunque su intención inicial no fue maligna, igualmente son violatorias de derechos de propiedad intelectual, como comúnmente ocurre con la apropiación cultural. Así, se hace un llamado a los comerciantes y a los consumidores para que denuncien cualquier violación a los derechos de propiedad intelectual que observen. Los Estados, por su parte, deben sancionar estas acciones para evitar su propagación. Los comerciantes deben evitar ejecutar estas conductas dolosas, a pesar de que parezcan rentables y deben actuar con extremo cuidado para evadir violaciones no intencionales a este tipo de derechos.

Justamente por las razones anteriores, los derechos de propiedad intelectual han conseguido la acreditación como derechos humanos, cuyo resguardo ha trascendido a instrumentos de derecho internacional. Aunque estos instrumentos no disponen cuestiones específicas de la propiedad intelectual en la moda, indudablemente existe un vínculo entre ambas, de cuya aplicación los Estados, y propiamente los comerciantes en la industria, no están exentos. Así, el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y el Convenio de Berna

para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas son los más relevantes en el ámbito, no obstante, existen otros tratados, arreglos, acuerdos y protocolos aplicables que no deben dejarse de lado. Los comerciantes deben, necesariamente, informarse sobre el contenido de estos instrumentos internacionales y acatar los lineamientos allí dispuestos.

En cuanto al derecho comparado entre el ordenamiento jurídico costarricense y el español, es notable que el primero es menos amplio, actualizado y organizado que el segundo. Sin embargo, y a pesar de sus limitaciones, no significa que en Costa Rica exista desprotección hacia la industria de la moda. De hecho, es posible encontrar normas generales y especiales que son aplicables y que, a la vez, protegen los derechos de propiedad intelectual. No obstante, la legislación y los Códigos Normativos que se hallan en España, innegablemente, contribuyen al desarrollo de esta industria, así como a la formación legal de diseñadores, sociedades comerciales, consumidores, y otras partes interesadas. Al Estado costarricense se le recomienda elaborar instrumentos específicos que faciliten la regulación del derecho de la moda y de la protección intelectual en esta industria. Si bien la creación legislativa no es tarea sencilla, la construcción de un código normativo que recopile toda normativa aplicable, similar al español, podría subsanar la necesidad actual.

Sobre el análisis de casos de propiedad intelectual en la industria de la moda elaborado, se denota que los interesados en recibir protección de sus derechos de propiedad intelectual deben ejecutar acciones para formalizar y para conservar dicha protección, pues terceros pueden reclamar derechos propios y solicitar nulidades. Esto podría atentar contra la rentabilidad de una marca o empresa, así como contra los recursos invertidos en su desarrollo. La recomendación esencial es que toda marca, signo distintivo, dibujo, diseño, etc., se registre y se dé un seguimiento activo a su plazo de expiración, para evitar que este transcurra y se pierda el derecho. Además, antes de solicitar el registro de cualquier elemento innovador, las empresas deben cerciorarse de mantener el secreto comercial y evitar la difusión al público, pues esto podría eliminar un potencial derecho de propiedad intelectual.

Finalmente, aunque la propiedad intelectual es el aspecto fundamental en el derecho de la moda, otras cuestiones legales de derecho civil, comercial, penal, laboral, ambiental, de consumo y de la competencia, no deben dejarse de lado.

Referencias

- Appel, G., Libai, B., y Muller, E. (2013). *The Short-and Long-term Impacts of Fashion Knockoffs an Original Items* [Working Paper Series, 13-108]. Marketing Science Institute.
https://msbfile03.usc.edu/digitalmeasures/gappel/intellcont/MSI_Report_13-1081-1.pdf
- Araya, M. M. (2019). Diseño Industrial, Dibujos o Modelos Industriales. *Revista Judicial, Poder Judicial de Costa Rica*, 126, 186-199. <https://pjenlinea3.poder-judicial.go.cr/biblioteca/uploads/Archivos/Articulo/ARAYA%20ESPINOZA.pdf>
- Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de Derechos Humanos*.
https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf
- Ávila, D., Díaz, R., Hernández, S., y Morejón, L. (2019). Relevancia de la propiedad industrial para los proyectos de ciencia, tecnología e innovación. *Ciencias de La Información*, 50(2), 28–34.
- Brewer, M. K. (2017). Fashion Law: More than Wigs, Gowns, and Intellectual Property. *San Diego Law Review*, 54(4), 739–783. <https://digital.sandiego.edu/sdlr/vol54/iss4/3/>
- Chavarín, C. E. (2012). De la Vestimenta y los Hombres: Una perspectiva histórica de la indumentaria indígena en México. *Trace. Travaux et recherches dans les Amériques du Centre*, (62). <http://journals.openedition.org/trace/1098>
- Cordero, E. (2009). Los principios y reglas que estructuran el ordenamiento jurídico chileno. *Revist ius et praxis*, 15(2), 11-49. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122009000200002>
- Delgado, P., Romero, M., y De la Cueva, L. (2016). *Guía de Valoración de las 14 Necesidades Básicas en un Adulto Sano*. Universitat de Barcelona.
http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/69405/1/guia_definitiva%20%281%29.pdf

Esteban, N. (2018). *Tipos de Investigación*. CORE. <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Editorial Mc Graw Hill.

Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Chile. (s.f). *¿Qué son los modelos de utilidad?* Recuperado el 3 de enero de 2022 de <https://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-746.html>

McKinsey & Company. (2020). *The State of Fashion 2020: Coronavirus Update*. Tex Brasil. <http://texbrasil.com.br/wp-content/uploads/2020/04/The-State-of-Fashion-2020-Coronavirus-Update-final.pdf>

Mendoza, L. (2020). Análisis de la propiedad industrial en Colombia: un análisis de la decisión andina 486 del año 2000. *Revista Inciso*, 22(1), 102–114. <https://doi.org/10.18634/incj.22v.1i.996>

Merriam Webster. (s.f.). *Knock off*. En *Merriam-Webster.com dictionary*. Recuperado el 3 de enero de 2022 de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/knockoff>

Navarro, B. A. G. (2013). Derecho Concursal y Propiedad Industrial: el contrato de licencia. *Revista de derecho concursal y paraconcursal: Anales de doctrina, praxis, jurisprudencia y legislación*, (19), 243-253.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (1883). *Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas*. https://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/summary_berne.html

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (1886). *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*. <https://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2018). *The role of IP rights in the fashion business: a US perspective*. https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/04/article_0006.html

- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2020). *What is Intellectual Property?* WIPO. <http://dx.doi.org/10.34667/tind.42176>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2021). *Tratados Administrados por la OMPI*. <https://www.wipo.int/treaties/es/>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). Patentes. Recuperado el 3 de enero de 2022 de <https://www.wipo.int/patents/es/>
- Pooley, J. (2013). El secreto comercial: el otro derecho de propiedad intelectual. *OMPI Revista*, 3. https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2013/03/article_0001.html
- Ramírez, J. (2021). Moda y apropiación cultural: reflexiones críticas desde la identidad y el Diseño. *RChD: creación y pensamiento*, 6(10), 1-13. <https://doi.org/10.5354/0719-837X.2021.59276>
- The European IPR Helpdesk. (2015). *La propiedad intelectual en el plan de negocios*. IVACE. https://www.ivace.es/images/noticias/patentesymarcas/FS_IP_business_plan_Espa%C3%B1ol_updated2018.pdf
- Tribunal General de la Unión Europea. (14 de marzo de 2018). *Caso T-651/16*. InfoCuria. Recuperado el 3 de enero de 2022 de <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=200246&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=37007390>
- Tribunal General de la Unión Europea. (2 de junio de 2021). *Caso T-169/19*. InfoCuria. Recuperado el 3 de enero de 2022 de <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=241981&pageIndex=0&doclang=es&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=30173247>
- Villalba, J. C. (2009). Aspectos Introdutorios al Derecho del Consumo. *Prolegómenos. Derechos y Valores*, 12 (24), 77-95. <https://www.redalyc.org/pdf/876/87617269006.pdf>

Vega, G., Ávila, J., Vega, A. J., Camacho, N., Becerril, A. y Leo, G. (2014). Paradigmas en la Investigación. Enfoque Cuantitativo y Cualitativo. *European Scientific Journal*, 10(15). <https://core.ac.uk/reader/236413540>

Welters, L. y Lillethun, A. (2018). *Fashion History: A Global View*. Bloomsbury Academic.