

## **FASHION LAW...CUANDO EL DERECHO SE PONE DE MODA.**

---

Natalia Ramos Mejía. Abogada. Socia de NRAMOS. Máster en Propiedad Industrial e Intelectual y en Tecnologías de la Información (*Magister Lucentinus*), Universidad de Alicante, España. Profesora de Propiedad Intelectual en PUCMM. nramos@nramos.com.do.

**Resumen.** La autora analiza el alcance del Derecho de Propiedad Intelectual como complemento del “*Fashion Law*” (Derecho de la Moda), reciente rama del derecho que aborda el análisis legal de la actividad que tiene lugar en la industria de la moda.

**Palabras claves.** *Fashion Law*, Derecho de la Moda, Propiedad Intelectual, *Fashion Lawyer*.

### **Introducción**

El Derecho es, en general, el conjunto de normas que busca garantizar el orden social. Al aplicarlas, el individuo aspira la satisfacción de su necesidad de seguridad y la justicia de su entorno<sup>1</sup>. De su lado, “moda” procede del francés *mode*<sup>2</sup>, se asocia con la forma en la que se manifiesta la aceptación de tipos de indumentaria o productos en un período, “que los hace percibir como la expresión de valores temporales que generalmente enfatizan circunstancias vinculadas a la cultura, los sentimientos, los sueños o las fantasías colectivas que los inspiran”<sup>3</sup>.

La industria de la moda genera un negocio multiplicador de dinero, resultando determinante para la economía internacional; por eso es motivo de análisis<sup>4</sup> de parte de varias ciencias, entre ellas el Derecho.

Dentro del amplio contexto que abarca la industria de moda, en este artículo nos concentraremos en el aspecto textil, el vestido y sus elementos accesorios.

### **DERECHO + MODA = DERECHO DE LA MODA (*FASHION LAW*)**

Aunque los autores refieren que la industria de la moda nació por los años 1850, en París<sup>5</sup>, es en Nueva York donde mucho tiempo después nació el “*Fashion Law*” como disciplina jurídica independiente de manos de la abogada Susan Scafidi.

---

<sup>1</sup> MAZEAUD, Henri., MAZEAUD, León. *Lecciones de Derecho Civil*: Buenos Aires, Argentina, Ediciones Jurídicas Europa-América, 1959, pp.1-23.

<sup>2</sup> <https://dle.rae.es/?w=moda> [consulta: 19-febrero-2020].

<sup>3</sup> BELLO, Susy., Echeverría, Pamela., coord., *Derecho y Moda*: Buenos Aires, Argentina, La Imprenta Ya S.R.L, 2015, p.10.

<sup>4</sup> SALAS, Brenda. “*La industria de la moda a la luz de la Propiedad Intelectual*”: Revista La Propiedad Inmaterial, No.17 (Noviembre. 2013), p.149.

<sup>5</sup> *Ibid.*, p.146.

En 2005, ¿Scafidi hizo públicas sus investigaciones sobre la relación entre el derecho y la moda con su trabajo “Who Owns Culture?: *Appropriation and Authenticity in American Law (Public Life of the Arts Serie)*” y la creación de “*Counterfeit Chic*” (Falsificación Chic), primer blog especializado en derecho y moda. Fue la primera profesora de Derecho de la Moda en la universidad de Fordham, Nueva York (2006) y en 2010, con la colaboración de *The Council of Fashion Designers of America* (Consejo de Diseñadores de Moda de América), fundó la organización sin fines de lucro que preside, “*Fashion Law Institute*” (Instituto de Derecho de la Moda), primer centro de investigación, estudio y asistencia acerca del Derecho de la Moda a nivel mundial, desde el cual también se colabora con iniciativas que buscan enfrentar y regular problemáticas de la industria, como el trabajo y el modelaje infantil<sup>6</sup>.

Scafidi define el Derecho de la Moda así: “*Es un campo que abarca la sustancia legal del estilo, incluyendo las cuestiones que puedan surgir a lo largo de la vida de una prenda de vestir, a partir de la idea original del diseñador y continúa todo el camino hasta el armario del consumidor*”<sup>7</sup>. Según esta autora, sus cuatro pilares básicos son la Propiedad Intelectual, aspectos de negocios y finanzas, seguridad y sustentabilidad y cultura del consumo y derechos civiles<sup>8</sup>. Sostiene que esa disciplina cubre principalmente la ropa y los accesorios, y de manera accesoria la producción textil, el modelaje, los modelos y las industrias de belleza y fragancia<sup>9</sup>. Se trata entonces de una disciplina que requiere total especialización. Considerando que la moda se alimenta de la creatividad y la innovación, la rama del derecho que más influencia tiene en la industria de la moda - y que consideramos fundamental para su desarrollo - es el Derecho de la Propiedad Intelectual, en sus ramas de Propiedad Industrial y Derecho de Autor.

## **HERRAMIENTAS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL A LA MEDIDA DE LA INDUSTRIA DE LA MODA.**

### **PROPIEDAD INDUSTRIAL.**

**a) Marcas.** Son signos cuya función es distinguir y conectar al consumidor con el origen empresarial de lo que consume; por eso, son predilectas por diseñadores y casas de moda para proteger marcas personales, identificar colecciones, etc.

En materia de marcas en el mundo de la moda, dos sentencias consideradas como importantes precedentes fueron dictadas en Estados Unidos y la Unión Europea.

---

<sup>6</sup> [www.fashionlawinstitute.com](http://www.fashionlawinstitute.com)

<sup>7</sup> SCAFIDI, Susan. *Fashion Law: diseñando una nueva disciplina*, en BELLO, Susy., ECHEVERRIA, Pamela., ob. cit. p.19.

<sup>8</sup> Ibid., pp.19-20

<sup>9</sup> Ibid., p.20



**CHRISTIAN LOUBOUTIN S.A. ET AL contra YVES SAINT LAURENT AMERICA, INC. ET AL.**

En 2008, la Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos concedió al diseñador Christian Louboutin el registro de la marca “*RED SOLE MARK*” (marca de suela roja) para proteger zapatos de alta costura para mujer, en el cual solamente se reivindica el color rojo brillante lacado en la suela de los zapatos y una línea de puntos específica dónde se ubica la marca.

En 2011, Yves Saint Laurent sacó al mercado una colección de zapatos monocromáticos de varios colores, entre ellos el rojo. Luego de solicitar amigablemente sin éxito detener la comercialización de los zapatos monocromáticos de suela roja, Louboutin y compartes interpusieron por ante el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos, Distrito Sur de Nueva York, una solicitud de medidas cautelares en contra de Yves Saint Laurent América, Inc. y compartes por infracción y falsificación de marca registrada, falsa denominación de origen y competencia desleal, dilución de marca registrada, reclamaciones de la ley estatal por infracción de marca registrada, disolución de marca registrada y actos y prácticas engañosas ilegales.

El tribunal rechazó la medida<sup>10</sup>, considerando que la marca no había adquirido distintividad sobrevenida para distinguir e indicar origen - el color no puede ser protegido cuando es funcional (resulta esencial para el objeto del producto) - y que no se debe considerar como marca un color aislado en la industria de la moda, porque la moda depende de los colores y se estaría impidiendo la competencia en esa industria.<sup>11</sup>

Christian Louboutin y compartes apelaron la decisión y la Corte de Apelaciones del Segundo Circuito de los Estados Unidos evaluó la sentencia recurrida a partir de tres aspectos: 1. considerar si es posible proteger como marca un color aislado en el contexto de la industria de la moda; 2. analizar la doctrina de la funcionalidad estética<sup>12</sup> y 3. observar si la marca de la suela roja era sujeto de protección por la vía del Lanham Act<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> UNITED STATES DISTRICT COURT SOUTHERN DISTRICT OF NEW YORK [en línea], <https://cases.justia.com/federal/district-courts/new-york/nysdce/1:2011cv02381/377601/53/0.pdf?ts=1543542948> [consulta: 22-febrero-2020].

<sup>11</sup> Ibid., p.10

<sup>12</sup> Sostenida para prohibir el registro de una marca donde el diseño de un producto constituye la marca para la cual se ha obtenido o se busca protección, y, cuando la marca se considera funcional y no protegible, si al otorgarle al titular de la marca el derecho a usarla exclusivamente pondría a los competidores en una desventaja significativa no relacionada con la reputación. Referido por Max, Theodore. “*Colouring outside the lines in the name of aesthetic functionality: Qualitex, Louboutin, and how the Second Circuit saved color marks for fashion*”: The Trademark Reporter, ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, vol.2, no.5 (2012), pp.12-13 [en línea], [https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20102/vol102\\_no5\\_a3.pdf](https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20102/vol102_no5_a3.pdf)

<sup>13</sup> Ley Federal de Marcas de los Estados Unidos.

En 2012 la Corte falló<sup>14</sup> estableciendo que la conclusión del Tribunal de Distrito de que un color aislado nunca podría servir como marca registrada en la industria de la moda era incongruente con la decisión de la Suprema Corte en el caso *Qualitex Co. v. Jacobson Products Co.*<sup>15</sup> y que el tribunal erró al denegar la solicitud de medida cautelar solicitada por Louboutin fundamentado en dichas bases. Concluyó además que Louboutin demostró el *secondary meaning* (distintividad sobrevenida) solamente para los zapatos con suela roja en contraste con la parte superior del zapato como símbolo distintivo que identifica la marca. Entonces ordenó limitar la marca a los usos en los cuales la suela roja contrastaba con el color del resto del zapato y consideró que dicha marca sólo era válida si era modificada; además, declinó prohibir a Yves Saint Laurent el uso de suelas rojas lacadas en todas las situaciones, confirmando el rechazo que estableció la sentencia recurrida respecto de la medida cautelar solicitada en contra de Yves Saint Laurent, por no comprobarse que hubiese infringido la marca de Louboutin<sup>16</sup>.

## **II. CHRISTIAN LOUBOUTIN, CHRISTIAN LOUBOUTIN SAS contra VAN HAREN SCHOENEN BV.**

La Gran Sala del Tribunal de Justicia de la Unión Europea admitió el registro de la marca de Christian Louboutin, por considerar que aunque la forma de un producto o de una parte del producto desempeña un papel importante a la hora de delimitar el color en el espacio, no puede pensarse que un signo esté constituido por la forma cuando lo que se persigue al registrar la marca es únicamente la aplicación de un color establecido mediante un código de identificación internacionalmente reconocido en un lugar específico del producto<sup>17</sup>.

Vale agregar que la solicitud de registro de la controvertida marca ha sido objetada en países como Suiza, donde se consideró que las suelas rojas son simplemente un elemento estético<sup>18</sup>.

**b) Diseños industriales.** Protegen los aspectos estéticos externos de un objeto industrial o de artesanía útil, sea éste o no un adorno.

---

<sup>14</sup> UNITED STATES COURT OF APPEALS FOR THE SECOND CIRCUIT *Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent America Inc.*, [en línea], <https://cases.justia.com/federal/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2012-09-05.pdf?ts=1410918463> [consulta: 22-febrero-2020]

<sup>15</sup> Que estableció el precedente con respecto a la funcionalidad estética y la protección de marca registrada de un solo color. Max, Theodore, ob.cit. p.11

<sup>16</sup> UNITED STATES COURT OF APPEALS FOR THE SECOND CIRCUIT *Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent Am. Holding, Inc.*, [en línea], <https://cases.justia.com/federal/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.pdf?ts=1410918657> [consulta: 22-febrero-2020]

<sup>17</sup> PAISES BAJOS, Tribunal de justicia, Gran sala, [en línea], [¿curia.europa.eu/juris/document/document\\_print.jsf?docid=202761&text=&dir=&doclang=ES&part=1&occ=first&mode=req&pageIndex=1&cid=7877773](http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf?docid=202761&text=&dir=&doclang=ES&part=1&occ=first&mode=req&pageIndex=1&cid=7877773) [consulta: 23-febrero-2020].

<sup>18</sup> REINO UNIDO, *Christian Louboutin loses trademark in switzerland* [en línea], [trademarklawyer magazine.com/christian-louboutin-loses-trademark-switzerland/](http://trademarklawyer magazine.com/christian-louboutin-loses-trademark-switzerland/) [consulta: 24-febrero-2020].



No teniendo que ser originales sino novedosos y singulares, los diseños de artículos de vestimenta y/o accesorios de moda pueden ser válidamente registrados como diseños industriales en la República Dominicana; sin embargo, la evaluación es compleja (exige niveles elevados de novedad y singularidad) y el proceso resulta largo y costoso, de manera que resulta poco práctica esta figura para una industria que cambia a ritmos tan acelerados como es la moda.

La conveniencia de registrar un diseño industrial frente a la realidad efímera de la moda ha devenido, no obstante, en iniciativas interesantes. En la Comunidad Europea, por ejemplo, un dibujo o modelo comunitario no registrado<sup>19</sup> no requiere cumplir con formalidades de registro, confiere una protección limitada solamente frente a una copia idéntica y tiene una duración limitada de tres años a partir de la fecha en que sea hecho público por primera vez dentro de la Comunidad Europea. Para los países integrados en el Arreglo de la Haya, que administra la OMPI<sup>20</sup>, mediante un sistema de Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales se garantiza el registro de hasta cien diseños mediante una sola solicitud internacional. La República Dominicana aún no forma parte de este acuerdo.

**b) Patentes de Invención.** Existen patentes para telas que reducen el efecto del sudor o el agua, con lo que facilitan un mejor rendimiento de los atletas.

**c) Indicaciones geográficas y denominaciones de origen.** Al ser figuras que aplican solamente cuando se pueda demostrar que el objeto de protección es originario de un país o región y que sus características tienen el mismo origen geográfico, esto dificulta su aplicación en la industria de la moda.

## **DERECHO DE AUTOR.**

Una obra de arte aplicado, creación intelectual protegida por esta rama de la Propiedad Intelectual, es una creación artística que se aplica o es por sí sola un artículo útil. Se trata de obras que “integran la creatividad a aquellos objetos de uso diario”<sup>21</sup>. Los diseños de un artista, la vestimenta, accesorios y complementos productos de la industria de la moda, siendo creaciones artísticas con una función utilitaria, podrán ser catalogados como obras de arte aplicado.

---

<sup>19</sup> REGLAMENTO (CE) N° 6/2002 DEL CONSEJO sobre los dibujos y modelos comunitarios (DO CE n° L 3 de 5.1.2002, p. 1), [en línea], Disponible en ciberpágina: [https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document\\_library/contentPdfs/law\\_and\\_practice/cdr\\_legal\\_basis/62002\\_cv\\_es.pdf](https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/law_and_practice/cdr_legal_basis/62002_cv_es.pdf)

<sup>20</sup> Acta de Ginebra, 2-julio-1999, [en línea], Disponible en ciberpágina: [https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/es/hague/trt\\_hague\\_006es.pdf](https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/es/hague/trt_hague_006es.pdf)

<sup>21</sup> RAMOS, Natalia. “*Derecho de la Moda 101 Latinoamérica (República Dominicana)*”: Guía Iberoamericana de Fashion Law, Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual (ASIPI), (Septiembre. 2018). [en línea], Disponible en ciberpágina: [https://gallery.mailchimp.com/e2dad1e36cd8957153a70f715/files/02e67d16-8f24-48c4-b1f5-9a9e0301d424/Fashion\\_Law\\_ASIPI\\_2018.pdf?mc\\_cid=ee4eadb627&mc\\_eid=bedc774170](https://gallery.mailchimp.com/e2dad1e36cd8957153a70f715/files/02e67d16-8f24-48c4-b1f5-9a9e0301d424/Fashion_Law_ASIPI_2018.pdf?mc_cid=ee4eadb627&mc_eid=bedc774170). p.227.



El derecho de autor es una vía idónea para la protección de los diseños de moda y en general de las obras de arte aplicado que surjan en la industria de la moda, siempre que se trate de “creaciones intelectuales originales del autor y no de copias o plagios”<sup>22</sup>.

Distinta valoración se realiza en la normativa de los Estados Unidos, pues allí aplica la teoría de la separabilidad, que establece que serán protegidas bajo derechos de autor las “obras pictóricas, gráficas y escultóricas” que incluyen entre otras, las obras bidimensionales y tridimensionales de bellas artes gráficas y aplicadas; sin embargo, el diseño de un artículo útil solamente se considerará una obra pictórica, gráfica o escultórica cuando incorpore características separadamente diferenciables, que puedan existir independientemente de los aspectos utilitarios del artículo.<sup>23</sup> Así, los accesorios pueden ser protegidos por derecho de autor; sin embargo, el diseño de un vestido, considerado por la legislación anglosajona como un objeto útil para cubrir el cuerpo, no podrá ser protegido bajo dicha modalidad. Cada caso deberá ser evaluado en particular.

En 2017, la Suprema Corte de los Estados Unidos consideró que elementos decorativos de un uniforme de porristas podían estar protegidos por derechos de autor, pues eran separables y al ponerlos sobre otra superficie no replicaban el uniforme.<sup>24</sup>

Respecto del derecho moral reconocido en materia de derecho de autor en provecho de los creadores de piezas en el mundo de la moda, es procedente indicar que en 2019, la compañía de productos deportivos *Nike* canceló el lanzamiento anunciado, de un calzado deportivo identificado como “Air Force 1 Puerto Rico”, pues el diseño que acompañaba esos tenis era el de la “mola” y las letras PR en alusión a Puerto Rico. Resulta que la “mola” pertenece al arte tradicional de Panamá y se encuentra registrada allí a favor de las comarcas gunas, como registro colectivo de propiedad intelectual indígena. Es evidente que *Nike* no completó una investigación profunda e incurrió en el error de no respetar la paternidad (por no dar crédito a los verdaderos autores de la obra), haciendo, por el contrario, referencia a una autoría / origen distinto: Puerto Rico<sup>25</sup>.

## BIBLIOGRAFIA

---

<sup>22</sup> Íd.

<sup>23</sup> Copyright Act. Section 101. [en línea], <https://www.copyright.gov/title17/title17.pdf> [consulta 23-febrero-2020]

<sup>24</sup> [https://www.worldipreview.com/news/cheerleading-uniforms-may-be-copyrighted-says-scotus-13712?utm\\_source=World+IP+Review&utm\\_campaign=fdd894e6d8-WIPR\\_Digital\\_Newsletter\\_10\\_03\\_2017&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_d76dcadc01-fdd894e6d8-27390425](https://www.worldipreview.com/news/cheerleading-uniforms-may-be-copyrighted-says-scotus-13712?utm_source=World+IP+Review&utm_campaign=fdd894e6d8-WIPR_Digital_Newsletter_10_03_2017&utm_medium=email&utm_term=0_d76dcadc01-fdd894e6d8-27390425) [consulta 24-febrero-2020]

<sup>25</sup> AROSEMENA, Yolianna. “Protección de derechos colectivos y expresiones folklóricas: Análisis del caso *Nike Air Force 1 Puerto Rico*”: *Marcasur*, no. 75 (Octubre-Diciembre. 2019), pp.22-23.



-Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC). Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech, Marruecos, 15-abril-1994.

-ALVAREZ, David. (2015) *Derecho de autor y diseño industrial, ¿cómo dibujar una línea? La protección en Colombia de las obras de arte aplicado a la industria*. p.21. Estudios Socio-Jurídicos, 17(2), 199-232. Doi:dx.doi.org/10.12804/esj17.02.2015.02 [en línea], <http://www.scielo.org.co/pdf/esju/v17n2/v17n2a07.pdf>.

-AROSEMENA, Yolianna. “*Protección de derechos colectivos y expresiones folklóricas: Análisis del caso Nike Air Force 1 Puerto Rico*”: Marcasur, no. 75 (Octubre-Diciembre. 2019).

-BELLO, Susy., Echeverría, Pamela., coord., *Derecho y Moda*: Buenos Aires, Argentina, La Imprenta Ya S.R.L, 2015.

-Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, enmienda 28-septiembre-1979.

-Copyright Act. Section 101. [en línea], <https://www.copyright.gov/title17/title17.pdf>.

-Guía Iberoamericana de Fashion Law, [en línea]. Disponible en ciberpágina: [https://gallery.mailchimp.com/e2dad1e36cd8957153a70f715/files/02e67d16-8f24-48c4-b1f5-9a9e0301d424/Fashion\\_Law\\_ASIPI\\_2018.pdf?mc\\_cid=ee4eadb627&mc\\_eid=bedc77417](https://gallery.mailchimp.com/e2dad1e36cd8957153a70f715/files/02e67d16-8f24-48c4-b1f5-9a9e0301d424/Fashion_Law_ASIPI_2018.pdf?mc_cid=ee4eadb627&mc_eid=bedc77417).

-<https://dle.rae.es/?w=moda>.

- [https://www.worldipreview.com/news/cheerleading-uniforms-may-be-copyrighted-says-scotus-13712?utm\\_source=World+IP+Review&utm\\_campaign=fdd894e6d8-WIPR\\_Digital\\_Newsletter\\_10\\_03\\_2017&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_d76dcadc01-fdd894e6d8-27390425](https://www.worldipreview.com/news/cheerleading-uniforms-may-be-copyrighted-says-scotus-13712?utm_source=World+IP+Review&utm_campaign=fdd894e6d8-WIPR_Digital_Newsletter_10_03_2017&utm_medium=email&utm_term=0_d76dcadc01-fdd894e6d8-27390425).

-Acta de Ginebra, 2-julio-1999, [en línea], Disponible en ciberpágina: [https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/es/hague/trt\\_hague\\_006es.pdf](https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/es/hague/trt_hague_006es.pdf).

-Ley 65-00 sobre Derecho de Autor, 21-agosto-2000, G.O.10056 del 24-agosto-2000.

-Ley 20-00 sobre Propiedad Industrial, 08-mayo-2000, G.O.10044 del 10-mayo-2000.

-Ley 424-06 de Implementación del Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos de América (DR-CAFTA), 20-noviembre-2006.



-LIPSZYC, Delia. *Derecho de autor y derechos conexos*: Buenos Aires, Argentina, Ediciones UNESCO/CERLAIC/ZAVALIA, 1993.

-Max, Theodore. “*Colouring outside the lines in the name of aesthetic functionality: Qualitex, Louboutin, and how the Second Circuit saved color marks for fashion*”: The Trademark Reporter, ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, vol.2, no.5 (2012), pp.12-13 [en línea], [https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20102/vol102\\_no5\\_a3.pdf](https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20102/vol102_no5_a3.pdf).

-MAZEAUD, Henri., MAZEUD, Léon. *Lecciones de Derecho Civil*: Buenos Aires, Argentina, Ediciones Jurídicas Europa-América, 1959.

-PAÍSES BAJOS, Tribunal de justicia, Gran sala, Christian Louboutin, Christian Louboutin SAS y Van Haren Schoenen BV, asunto C-163/16, 12-junio-2018 [en línea], [curia.europa.eu/juris/document/document\\_print.jsf?docid=202761&text=&dir=&doclang=ES&part=1&occ=first&mode=req&pageIndex=1&cid=7877773](https://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf?docid=202761&text=&dir=&doclang=ES&part=1&occ=first&mode=req&pageIndex=1&cid=7877773).

-RAMOS, Natalia. “*Derecho de la Moda 101 Latinoamérica (República Dominicana)*”: Guía Iberoamericana de Fashion Law, Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual (ASIPI), (Septiembre. 2018).

-RAMOS, Natalia. *Anuario Dominicano de Propiedad Intelectual: Las marcas 3D, ¿Cuándo compiten las formas con la distintividad requerida para su registro?* 4ta edición: Santo Domingo, República Dominicana, Fundación Global Democracia y Desarrollo, 2017.

- REGLAMENTO (CE) N° 6/2002 DEL CONSEJO sobre los dibujos y modelos comunitarios (DO CE n° L 3 de 5.1.2002, p. 1), [en línea], Disponible en ciberpágina: [https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document\\_library/contentPdfs/law\\_and\\_practice/cdr\\_legal\\_basis/62002\\_cv\\_es.pdf](https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/law_and_practice/cdr_legal_basis/62002_cv_es.pdf)

-REINO UNIDO, *Christian Louboutin loses trademark in switzerland* (2017) [en línea]. Disponible en ciberpágina: [trademarklawyeromagazine.com/christian-louboutin-loses-trademark-switzerland/](http://trademarklawyeromagazine.com/christian-louboutin-loses-trademark-switzerland/).

-SALAS, Brenda. “*La industria de la moda a la luz de la Propiedad Intelectual*”: Revista La Propiedad Inmaterial, (Noviembre. 2013).

-UNITED STATES COURT OF APPEALS FOR THE SECOND CIRCUIT *Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent Am. Holding, Inc.*, No. 11-3303 (2d Cir. 2013), 08-marzo-2013 [en línea], <https://cases.justia.com/federal/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2013-03-08.pdf?ts=1410918657.b>



-UNITED STATES COURT OF APPEALS FOR THE SECOND CIRCUIT Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent America Inc., No. 11-3303 (2d Cir. 2012), 05-septiembre-2012 [en línea], <https://cases.justia.com/federal/appellate-courts/ca2/11-3303/11-3303-2012-09-05.pdf?ts=1410918463>.

-UNITED STATES DISTRICT COURT SOUTHERN DISTRICT OF NEW YORK Christian Louboutin S.A. et al v. Yves Saint Laurent America, Inc. et al, No. 1:2011cv02381 Document 53 (S.D.N.Y. 2011), 10-agosto-2011 [en línea], <https://cases.justia.com/federal/district-courts/new-york/nysdce/1:2011cv02381/377601/53/0.pdf?ts=1543542948>.