

LINEAMIENTOS JURIDICOS SOBRE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL DEL DISEÑO-ORNAMENTAL EN EL DISEÑO DE PRODUCTOS

Legal guidelines on the Industrial Protection of
ornamental-design in product design

Recibido: 17/11/2015
Aceptado: 25/02/2016

María Auxiliadora Vega
Universidad de Los Andes, Venezuela. mavega@ula.ve

Resumen:

El presente artículo ofrece el resultado de una investigación llevada a cabo en dos áreas: la Propiedad Industrial, con particular referencia a los diseños, y el diseño de productos o diseño industrial. En la mayoría de los países los diseños son registrables siempre y cuando se cumpla con una serie de requisitos y no estén sujetos a las excepciones de ley. Desafortunadamente dichos requerimientos y excepciones son pocas veces tomados en cuenta al momento de diseñar. Con base en el estudio de las leyes, la doctrina y la jurisprudencia del derecho, se identifican aquí directrices a ser consideradas durante el proceso de Diseño Industrial. Dichas pautas ayudan de hecho a delinear Principios Jurídicos para el Diseño-Ornamental.

Palabras clave: Diseño Industrial, diseño de productos, proceso de diseño, Propiedad Industrial.

Abstract:

This paper offers the results of research carried out in two areas: Industrial Property, with particular reference to design, and product / industrial design. In most countries designs are registrable as long as they meet certain requirements and they are not subject to law exceptions. Unfortunately such requirements and exceptions are few times taken into account when designing. Based on the studio of the law, doctrine and jurisprudence, guidelines are here identified to be considered during the process of industrial design. Such guidelines help indeed to Legal Principles for Ornamental-Design.

Key words: Industrial design, product design, process design, Industrial Property.

1. Introducción

Las creaciones que se plasman en la forma de un producto son objeto de protección por el sistema de Propiedad Industrial, (por patente, marca tridimensional y diseño industrial). Este artículo se refiere exclusivamente al diseño entendido como la "apariencia" del producto y desde esta perspectiva se establecen una serie de reglas, guías, consideraciones generales o directrices relacionada con la jurisprudencia que le es pertinente.

Los principios se han identificado a partir de diversas y variadas consideraciones relacionadas con la protección de los diseños industriales de los tribunales comunitarios andino y europeo así como las contempladas por organismos responsables de la materia como la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y de especialistas en el tema. El hecho de que se hayan seleccionado no debe inducir a interpretar que son los únicos lineamientos, incluso algunos de los seleccionados o establecidos, dada la naturaleza de la materia, se encuentra en estudio y por lo tanto sujetos a cambios.

En ocasiones los diseñadores no tienen en cuenta desde el inicio del proceso de diseño las pautas jurídicas del sistema de Propiedad Industrial, a pesar de ello buscan posteriormente proteger los resultados del proceso creativo así como no afectar derechos de terceros con sus diseños dándose cuenta que deben, con la pérdida de tiempo y dinero que ello pueda representar, modificar sus diseños, en este caso, lo mejor es atender a las directrices de diseño-ornamental.

2. Concepto de diseño

El ordenamiento jurídico de la Propiedad Industrial contempla la protección de las creaciones estéticas a través de la figura del Diseño Industrial, sin embargo, aun cuando "no existe

una definición internacionalmente acordada del concepto de diseño industrial, las diversas legislaciones y la doctrina lo definen de manera generalmente concordante. El diseño industrial puede definirse como el aspecto o la apariencia de un producto utilitario" (OMPI, 1997, p.6).

En las definiciones de diseño industrial pueden identificarse una serie de condiciones (requisitos) o elementos comunes para que una estructura o entidad pueda ser conceptualmente un diseño. En este sentido, el Tribunal de Justicia Andino a través de la interpretación prejudicial de la normativa resume las características elementales de los diseños industriales en las siguientes consideraciones:

El diseño industrial sólo concierne al **aspecto** del producto (su fisonomía), y que el mismo debe ser **arbitrario**, es decir, no cumplir función utilitaria, sino tan solo estética. A ello se debe agregar que deberá conferir un aspecto particular y distinto al producto al que se aplique, otorgándole una fisonomía **nueva**; ser **percibido por la vista en su uso**, es decir, encontrarse a la vista del consumidor y no en el diseño interior del producto; y, finalmente aplicarse a un **artículo industrial**, es decir, a un producto con utilidad industrial [...]. (Proceso 71-IP-2005, 2005, p. 6) (**Destacado propio**)

Por su parte la OMPI a partir de los distintos conceptos sobre diseño identifica cuatro aspectos fundamentales, como son:

2.1 Visibilidad:

Se parte de la base de que los diseños industriales deben ser visualmente perceptibles. La visibilidad es una condición para que el diseño industrial sea reconocido. Al incorporarlos en un producto específico, la forma o la apariencia deben ser visibles y susceptibles de ser "visualmente apreciados". Se exige también que el diseño quede a la vista durante el uso

normal del producto por su usuario. Ese aspecto es particularmente importante en relación con los productos que cambian de aspecto durante el uso normal [...] La visibilidad tiene también importancia en lo que se refiere a las partes y componentes de productos más grandes, por ejemplo, los recambios de máquinas, automóviles o electrodomésticos. A ese respecto, en la Directiva de la Unión Europea¹ se establece que sólo se considerará que el dibujo o modelo aplicado o incorporado a un producto que constituya un componente de un producto complejo reúne las condiciones para ser protegido si el componente, una vez incorporado al producto complejo, sigue siendo visible durante la utilización normal de este último. Se aclara también que por "utilización normal" se entiende la utilización por parte del consumidor final, sin incluir las medidas de mantenimiento, conservación o reparación. (OMPI, 2002, pp. 7-8).

2.2 Apariencia especial:

El diseño concede al producto en el que está incorporado una apariencia particular. Además, hace que un artículo parezca diferente y sea más atractivo para el consumidor o usuario potencial. La apariencia es el resultado de la opción que toma el diseñador entre un gran número de medios y técnicas posibles, incluida la forma y el contorno, el volumen, los colores y líneas, el material y la textura, y el tratamiento de la superficie. (Ibídem, p. 8)

2.3 Aspectos no técnicos:

Los diseños industriales se limitan exclusivamente al aspecto visible de un producto, dejando de lado las características técnicas o funcionales del mismo. Aunque el aspecto exterior de un producto depende tanto de la función para la que se haya previsto como de la estética, sólo

las características del aspecto exterior que no obedezcan exclusivamente a criterios técnicos podrán protegerse a título de diseño. El aspecto exterior puede derivarse de los efectos que se apliquen a la superficie del producto (características bidimensionales), de la forma del producto (características tridimensionales) o, lo que es más común, de una combinación de ambos tipos de características. (OMPI, 2002, p. 8).

2.4 Incorporación en un artículo utilitario:

Los diseños industriales tienen por finalidad su incorporación en artículos utilitarios, es decir, productos que tienen finalidades útiles y funcionales. Su objetivo primordial no es ser objetos puramente estéticos, como las obras de bellas artes. El requisito de que el diseño pueda incorporarse en un producto útil traduce su verdadera finalidad, a saber, hacer que el producto sea más atractivo sin impedir por ello que desempeñe las funciones para las que se haya creado. En algunas leyes se exige de forma expresa que el diseño sirva de modelo o tipo para la fabricación de un producto industrial o que tenga aplicación industrial. En otras leyes se menciona que los diseños pueden también aplicarse a los productos de artesanía. (Ídem)

3. Requisitos de protección

No basta que la forma sea conceptualmente un diseño es necesario cumplir con los requisitos de novedad y carácter singular para que sea objeto de protección².

3.1 Novedad:

Un diseño es nuevo cuando ningún otro diseño idéntico haya sido hecho accesible al público antes de la fecha de presentación de registro, o si se reivindica prioridad antes de la fecha establecida para tal acción. Se consideran idénticos aquellos cuyas características difieran sólo en

detalles irrelevantes.

La novedad supone por tanto una doble consideración, por un lado lo referente a la no identidad entre el diseño solicitado y los anteriores y, por el otro la divulgación. Al respecto Otero Lastre (2006) refiere:

- La no identidad con otros: para determinar si existe novedad, lo primero que hay que tomar en consideración es la relación entre el diseño que se pretende proteger [tal y como está registrado] y los demás diseños anteriores a través de un juicio comparativo, individual, entre el diseño objeto de registro y cada uno de los diseños que conforman los antecedentes (p. 130).

La identidad entre diseño se produce cuando los diseños objeto de comparación son: 1) exactamente iguales (copias) o, 2) cuando presentan diferencias irrelevantes o secundarias (imitaciones).

- Divulgación: se considera divulgación cuando un diseño se ha hecho accesible al público por algún modo como puede ser a través de su publicación, exposición o comercialización antes de la fecha de la solicitud de registro.

3.2 Carácter singular:

El nuevo diseño debe producir una impresión general distinta en el usuario informado respecto a cualquier diseño divulgado anteriormente. El grado de libertad del autor al desarrollarlo es tomado en consideración.

- Impresión general: la impresión a tener en cuenta es la impresión de conjunto, la que resulta de una "visión global del diseño" y no la que produzcan los elementos de manera aislada.

- Tipo de producto: la identificación del tipo de producto (segmento del mercado) en el que se incorporara el diseño aporta información sobre la naturaleza y función del diseño, lo que permite caracterizar (configurar un prototipo

abstracto de usuario) al usuario informado y al grado de libertad del autor en la elaboración del dibujo o modelo.

- Usuario informado: destinatario final conocedor y entendido respecto de los productos con diseño del sector de que se trate. No se está, [...], ante un único y mismo sujeto para todos los diseños, sino de un sujeto abstracto con las mismas características de formación y conocimiento, pero que es distinto para cada sector. (Otero, 2006, p.133)

- Grado de libertad del autor: en los sectores en los que el diseñador tiene menos libertad para diseñar como los condicionados por las preferencias del mercado (gustos comunes del momento), o por la función técnica del producto ha de ser menor la exigencia de diferenciación, en caso contrario, es decir, en aquellos sectores que no están marcados por preferencias comunes o que por su propia naturaleza admiten mayor diversidad formal lo que se traduce una mayor exigencia de diferenciación al diseñador (Otero, 2006, p. 132).³



Figura 1. Zona libre de riesgo de infracción según el grado de libertad del autor para desarrollar su diseño.

Fuente: elaboración propia

4. Motivos de denegación del diseño

De la misma manera como se contemplan requisitos para que una creación de forma sea objeto de protección a través del registro del diseño industrial las leyes establecen distintos motivos de denegación. En este sentido se hará referencia a

las formas técnicamente necesarias, a las buenas costumbres y, al derecho anterior por cuanto la mayoría de las prohibiciones se pueden deducir a contrario sensu de lo señalado en los apartados sobre lo que se considera conceptualmente un diseño y de los requisitos de protección.

4.1 Función técnica:

La función técnica de la forma es uno de los temas más críticos de la legislación por cuanto orienta el sistema de protección hacia las invenciones (formas técnicamente necesarias) o hacia el diseño industrial. Sobre el particular, la exposición de motivos de la Ley 20/2003 señala que:

Se registran tanto los diseños meramente ornamentales como los funcionales, con exclusión de aquellos cuyas características vengán exclusivamente impuestas por su función técnica [...] La separabilidad de la forma y la función es lo que permite que la forma externa de un producto utilitario pueda ser protegida como diseño, cuando las características de apariencia revistan novedad y singularidad.

Mención especial tienen las interconexiones ya que se excluyen de protección las "partes de un producto cuya forma (reproducción en forma y dimensiones exactas) sea necesaria adoptar para permitir las interconexiones y ajustes mecánicos". Excepción de la regla se encuentran las modulares, ya que es posible la protección de la conexión de productos intercambiables dentro de un sistema modular en razón a que las piezas intercambiables de un sistema modular corresponden a un único fabricante de manera que no se conectan con productos de otros fabricantes. Macías Martín define el sistema modular como "*un producto integrado por partes intercambiables que se ensamblan entre sí y son parte del mismo producto*" (En Carlos Lema, 2014, p. 292).

4.2 Buenas costumbres, moral, orden público:

La legislación, en materia de Propiedad Industrial, contempla la excepción de la protección para

aquellos diseños que afecten de manera negativa consideraciones culturales de un país o grupo social, es decir, que vayan en contra de las buenas costumbres, la moral y/o del orden público. A título de ejemplo se puede referir a un diseño que constituya un arma letal como la silla eléctrica que aun cuando sea conceptualmente un diseño y cumpla con los requisitos de novedad y singularidad no se proteja en un país donde la pena de muerte está prohibida.

4.3 Derecho anterior:

Se prohíbe la utilización de un diseño que sea objeto de un derecho anterior, sin la autorización respectiva. Ya sea que se trate de un derecho que surja de la protección que confiere el sistema propiedad industrial a un modelo de utilidad, marca o diseño; incluso al derecho que le confiere al autor de una obra el Sistema de Derecho de Autor. En este caso es necesario evaluar si el nuevo diseño ha tomado o no elementos formales protegidos por un derecho exclusivo.

5. Representación de los diseños

En una solicitud de registro diseño ante la oficina respectiva (ya sea que se trate de una solicitud nacional, comunitaria o internacional), es posible identificar aspectos comunes a tener en cuenta por el solicitante del registro, como son:

- Las vistas pueden ser fotos, dibujos de ordenador o dibujos a mano, en blanco y negro o color.
- Las vistas no deben contener texto explicativo, redacción, números (dimensiones) o símbolos.
- El juego o conjunto o de artículos y productos complejos debe contener en la representación una vista general del diseño.
- El objeto de protección debe ser claramente identificado sin posibilidad de confusión, la misma figura debe indicar la delimitación de la protección utilizando recursos como líneas discontinuas, líneas cerradas y continuas, color de resaltado (sombreado en color) y transparencias o difuminación.

- Puede considerarse necesario una vista que incluya la interacción humana, con otro producto o la inclusión del diseño en un ambiente natural o construido.
- Dentro del número de vistas permitidas incorporar las vistas en sus distintas formas de uso.

6. La propiedad industrial en el diseño de productos

Hasta los momentos se ha abordado el sistema jurídico del diseño industrial, buscando poner en contexto el tema ante profesionales no juristas, consideración indispensable para abordar el tema central, el cual es presentar los lineamientos jurídicos que se consideran útiles para el diseño del producto. La información identificada como útil para el diseño de produc-

Cuadro 1. Ejemplo de representación de los diseños.

Fuente: elaboración propia a partir de la información de la base de datos eSearch plus.

Descripción	Figura	Información (No. del dibujo o modelo , indicación del producto, titular)
Parte de un producto		
Líneas punteadas o discontinuas en los componentes que no son objeto de registro		001897943-0005 Máquinas para pintar líneas Linemark (UK) Ltd
Recurso de transparencia en los componentes que no son objeto de registro		002382226-0011 Automóviles (parte de -) TOYOTA JIDOSHA KABUSHIKI KAISHA (also trading as TOYOTA MOTOR CORPORATION)
Inscribir la "parte" objeto de registro dentro de una línea cerrada punteada		002167031-0002 Jarras (parte de -) Chiriga, Tigere
Inscribir la "parte" objeto de registro dentro de una línea cerrada continua		002464081-0004 Partes de lentes ROLF-Roland Wolf GmbH
Color de resaltado en la "parte" objeto de registro y línea de contorno para las partes que no lo son.		DMC 000016282-0015 Calzados, Partes de calzado NIKE Innovate C.V.
Producto		
Interacción humana para facilitar la comprensión del producto, sin desvirtuar el objeto de protección		000068705-0001 Reposacabezas, Arnés de seguridad EUROWINNER LIMITED
Vistas del producto en sus distintas formas de uso : abierto, cerrado		002188862-0001 Secadoras LG ELECTRONICS INC.

tos se presenta de tres maneras:

- Lineamientos jurídicos, generalmente se refiere a citas textuales relacionados con doctrina y jurisprudencia;
- Oraciones a manera de pregunta (lista de chequeo) y;
- Principios o directrices de diseño.

6.1 Lineamientos jurídicos relacionados con el diseño:

Se refiere a los criterios jurídicos detectados, extraídos y clasificados según los aspectos más relevantes de la normativa en materia de diseño industrial como la novedad, diferencias secundarias, entre otros; adicionalmente se han resaltado los términos que se han considerado fundamentales:

Novedad:

- Para juzgar la novedad de un diseño industrial [...] habrá que comparar las creaciones de forma, cuyo registro se solicita, con el patrimonio de las formas estéticas existente en el momento al que ha de referirse el juicio sobre la novedad. Si de esta comparación resulta que la creación de forma no está comprendida en el patrimonio de las formas estéticas aplicadas a la industria, la misma será nueva. En el caso contrario, la creación de forma carecerá del requisito de novedad por existir una anticipación perjudicial para la novedad (Otero Lastres en Proceso N° 71-IP-2005, 2005, p. 9).
- Un diseño industrial es nuevo cuando implique un cambio en la forma del producto al que se aplique, dotándolo de una apariencia distinta a la que tenía. Si la creación no está comprendida en el patrimonio de las formas estéticas aplicadas a la industria, la misma será nueva, siempre que las diferencias no sean sólo secundarias respecto de las formas existentes

(Proceso N° 71-IP-2005, 2005, p. 10).

- Se evalúa la identidad entre los diseños. Y se determina si ambos difieren en varios elementos y si estos elementos son o no insignificantes. Aunque compartan una configuración similar, los elementos evaluados pueden ser significantes para su diferenciación. (OAMI ICD 000003044, 2007, pp. 4-5. apartados 10-13)

▪ *"Un diseño industrial es nuevo si no hubiese sido conocido por el público por cualquier medio, en cualquier lugar o momento, antes de la fecha de la solicitud de registro o de la prioridad válidamente invocada"* (Proceso 87-IP-2010, 2011, p. 22).

▪ *"Cuando la norma se refiere a cualquier lugar, está circunscribiendo el conocimiento del diseño industrial a cualquier parte del mundo y no sólo al país miembro en el que se solicitó el registro del diseño"* (ídem.).

Diferencias secundarias o diferencias sustanciales:

- Dos dibujos o modelos que difieran en detalles, derivados del color y de la inclusión de un elemento gráfico (marca). Cuyas características derivadas de la línea, la configuración y la forma sean idénticas en ambos casos, [...] se concluye que las características de ambos dibujos o modelos difieren tan sólo en detalles insignificantes, [...] en la medida en que la identidad es total en dichas tres características que definen significativamente el dibujo o modelo (OAMI ICD 000000065, 2004, p.6, ap. 18)
- Las diferencias secundarias sólo podrán ser medidas, cuando la impresión general que produzca en los círculos interesados del público, difiera de la producida por cualquier otro diseño que haya sido puesto a su disposición con

anterioridad. Asimismo, el diseño con diferencias sustanciales deberá conferir un valor agregado al producto, expresado en su apariencia estética. (Proceso N° 71-IP-2005, 2005, p. 10)

- Dado que la finalidad del diseño industrial es brindar una apariencia atractiva al producto, el criterio para determinar si existen diferencias sustanciales entre dos diseños es determinado por la elección del consumidor medio. Si para un consumidor medio, le es indistinto adquirir cualquiera de los dos productos en comparación, las diferencias serán irrelevantes, sin embargo, si prefiere uno de los dos productos por ser más atractivo estéticamente, las diferencias son consideradas relevantes, y por lo tanto se entenderá que las diferencias entre ambos son sustanciales. (ídem.)
- Las diferencias que debe poseer el diseño solicitado en relación a diseños anteriores deben ser sustanciales y no meramente secundarias sin que se refieran a otra clase de productos, ya que ello no lo librará de ser confundible y por lo tanto, de ser irregistrable (ibídem, p. 9).
- Para establecer si un diseño industrial posee novedad, deberá compararse la impresión en conjunto del diseño solicitado con otros que se encuentren en el estado de la técnica, y en dicha comparación se considerará que no es nuevo no sólo un diseño industrial idéntico a otro, sino uno sustancialmente igual a otro, o que difiera de otro sólo en características secundarias (ídem).

Carácter singular:

- Un dibujo o modelo posee carácter singular cuando la impresión general que produzca en el usuario informado difiera de la impresión general que produce un dibujo o modelo que haya sido hecho pú-

blico. Al determinar el carácter singular se tiene en cuenta el grado de libertad del autor al desarrollarlo. (Asunto T-153/08, ap. 42)

- El usuario informado está familiarizado con las características básicas de los productos por lo que apreciará las diferencias no derivadas de la forma básica dictada por la función técnica, como son los elementos distintos en la superficie (textura y color), en el perfil, en la unión de tramos, en la disposición angular del alambre y en la forma de la parte final del mango. Estas diferencias son suficientes para producir en el usuario informado una impresión general distinta del DMC respecto del diseño anterior. (OAMI ICD 000000438, 2005, p.6. ap. 19)
- El legislador comunitario pasó por alto la distintividad que debe tener el diseño industrial para ser registrado. Es decir, además de ser novedoso, el diseño industrial no puede consistir en formas usuales de los productos, tampoco ser confundible con otros signos distintivos previamente registrados. Por ejemplo, si existiera una marca tridimensional previamente registrada o solicitada para registro, un diseño industrial semejante y confundible con dicha marca no podría ser registrado. (Proceso 87-IP-2010, 2011 p. 22)
- *"El diseño industrial además de ser novedoso debe ser distintivo. En este caso la distintividad o fuerza diferenciadora es la capacidad intrínseca u extrínseca del diseño industrial para diferenciarse de otros diseños industriales o signos distintivos en el mercado"* (ibídem, p.27).
- *"[...] Para ello [determinar si el DMC posee carácter singular], el grado de libertad del autor al desarrollarlo debe ser tenido en cuenta"* (OAMI ICD 000002061, 2006, p.

5, ap. 13).

Libertad del autor:

- El grado de libertad del autor en la elaboración del dibujo o modelo se define sobre la base, concretamente, de los imperativos vinculados a las características impuestas por la función técnica del producto, o de un elemento del producto, o incluso de las prescripciones legales aplicables al producto. Tales imperativos llevan a una normalización de determinadas características que entonces pasan a ser comunes a los dibujos o modelos aplicados al producto de que se trate. (Asunto T 9/07, 2010, ap. 67)

- [...] Respecto a botellas y botes, dicho grado de libertad está únicamente limitado por la necesidad de tener una forma que permita asir el envase con facilidad y con una apertura con cierre que permita disponer del contenido con estabilidad, elementos que son esenciales, pues, para cumplir la función de envase [...]. (OAMI ICD 000002061, 2006, p. 5, ap. 13)

- Las semejanzas entre los dibujos o modelos en cuestión (en conflicto), en la medida en que se refieran a características comunes, apenas revestirán importancia en la impresión general producida por esos dibujos o modelos en el usuario informado. Asimismo, cuanto más restringida sea la libertad del autor en la elaboración del dibujo o modelo impugnado, más podrán bastar las diferencias de escasa entidad entre los dibujos o modelos en cuestión para causar una impresión general distinta en el usuario informado. (ibídem, ap. 72)

- Si un producto, a pesar de su libertad casi ilimitada de configuración⁵, un diseñador se aproxima tanto a la apariencia de una forma divulgada anteriormente,

la norma de que su libertad de configuración se debe tener en cuenta a la hora de enjuiciar el carácter singular redundante en su perjuicio ya que el usuario informado aprecia más bien una coincidencia de las impresiones generales respectivas. (OAMI ICD 000000016, 2005, ap. 21)

- En los diseños puramente ornamentales (fuera de los límites técnicos impuestos por los materiales a que se aplique el diseño) la libertad de concepción es prácticamente total. El diseño funcional combina la libertad que es propia de la creación artística, con la necesidad, impuesta por la función técnica. Cuanto más condicionada esté la forma por la función técnica del producto a que se incorpora menor será el margen de libertad del autor, pero mientras haya un margen, la forma podrá registrarse como diseño. Cuando la forma viene impuesta por la función técnica del producto, es decir, cuando se da el 100% de necesidad y 0% de libertad, la forma queda excluida de la protección como diseño. (García, 2004, p.4)

- Existe un grado de libertad elevado cuando las limitaciones técnicas o funcionales, ligadas a la presencia de determinados elementos en la diseño⁴, "*no influyen de modo significativo en su configuración ni, por tanto, en la forma y el aspecto general de la propia unidad de conferencia*". (Asunto T-153/08, 2010, ap. 54)

Producto al que debe incorporarse el diseño:

- Para determinar el producto al que debe incorporarse el dibujo o modelo impugnado o aquel al que debe aplicarse, hay que tener en cuenta la indicación que al mismo se refiere en la solicitud de registro de dicho dibujo o modelo, pero también, en su caso, el propio dibujo o modelo, en la medida en que precisa la naturaleza del producto, su destino o su

función⁷. (Asunto T-9/07, 2010, ap. 56)

- La consideración del dibujo o modelo en sí mismo puede permitir identificar el producto dentro de una categoría de productos más amplia indicada con ocasión del registro y, por consiguiente, determinar efectivamente el usuario informado⁸ y el grado de libertad del autor en la elaboración del dibujo o modelo. (ídem.)
- Los proyectos, planos de casas u otros planos arquitectónicos y dibujos o modelos de interiores o paisajes (por ejemplo, jardines) se considerarán "productos" [...] y se admitirán solo con la correspondiente indicación de "productos de imprenta" de la clase 19-08 de la Clasificación de Locarno⁹. Se suscitará una objeción si el producto indicado en una solicitud de dibujo o modelo que está compuesto por un plano de una casa es "casas" de la clase 25-03 de la Clasificación de Locarno, ya que el plano no muestra la apariencia del producto acabado como una casa. (OAMI, 2014, p. 23)

Usuario informado:

- Constituye un 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. De este modo, el concepto de usuario informado puede entenderse referido a un usuario que presenta no ya un grado medio de atención, sino un especial cuidado, ya sea debido a su experiencia personal, ya a su amplio conocimiento del sector de que se trate. (Asunto C-281/10 P, 2011, ap. 53)
- La propia naturaleza del concepto de usuario informado, [...] supone que, cuando sea posible, éste llevará a cabo

una comparación directa entre los dibujos o modelos en cuestión. Sin embargo, no puede excluirse que tal comparación sea imposible o infrecuente en el sector considerado, por circunstancias específicas o por las características de los objetos que los dibujos o modelos de que se trata representan. (ibídem, ap. 55)

- En lo que respecta a la interpretación del concepto de usuario informado, procede considerar que la calidad de "usuario" implica que la persona concernida utiliza el producto al que está incorporado el dibujo o modelo de conformidad con la finalidad a la que está destinado dicho producto. Además, el adjetivo "informado" sugiere que, sin ser un diseñador ni un experto técnico, el usuario conoce los diferentes dibujos o modelos existentes en el sector de que se trata, dispone de un determinado grado de conocimientos sobre los elementos que normalmente contienen esos dibujos o modelos y, debido a su interés por los productos de que se trata, presta un grado de atención relativamente elevado al utilizarlos (Asunto T-153/08 apartados 46 y 47)¹⁰

Función técnica:

- Si una creación de forma que cumple una función técnica, puede ser separada del efecto técnico producido, esta creación puede ser protegida por la figura del diseño industrial, mientras que si esta forma no pudiera ser separada, la protección adecuada sería por medio de la figura del modelo de utilidad. Sin embargo, es importante considerar que la protección otorgada al diseño industrial no se extiende a todo lo que en un diseño sirva sólo para obtener un resultado técnico. (Proceso 122-IP-2012, 2013, p. 23)
- *"Bastaría con demostrar que el diseño escogido no era el único posible; se podía*

haber escogido entre varias alternativas sin afectar la consecución de las mismas prestaciones desde el punto de vista funcional' (Bercowitz, 2000, p. 27).¹¹

- Dos son los criterios que pueden utilizar para determinar la separabilidad entre la forma y la función a saber:
 - o El criterio de la multiplicidad de formas: Según este criterio, existe una disociación (separabilidad) entre la forma del objeto y el resultado industrial, si un objeto puede adoptar múltiples formas sin dejar de producir por ello el mismo resultado técnico. En otras palabras, cuando es posible obtener el mismo resultado utilizando diversas formas, estas formas son independientes –es decir, separables– del resultado técnico alcanzado.
 - o El criterio de la incidencia de la variación de la forma de un objeto sobre el resultado por éste producido: Según este criterio, una forma ha sido concebida en razón de su carácter utilitario y es inseparable, cuando modificando la forma se cambia el resultado producido por la misma. En cambio, una forma es separable del efecto técnico producido por la misma, si al variar esta forma no se modifica la función que cumple el correspondiente objeto. Existirá pues separabilidad entre la forma y el resultado técnico cuando variando la forma permanece inalterable el resultado técnico producido. (Otero, 2006, p. 129)
- *"Cabe proteger por medio del diseño las características de apariencia de los productos que sean funcionales¹², siempre que y esta es realmente la prohibición- no sean técnicamente necesarias"* (ibídem, p. 143)
- Las características del dibujo o modelo que queden excluidas de la protección por estos motivos [características

dictadas exclusivamente por su función técnica y ajustes mecánicos] no deberán tenerse en cuenta cuando se traten de determinar si otras características del dibujo o modelo cumplen los requisitos de protección (RDMC, 2002, p.2, considerando 10).

- *"Existe la posibilidad de mantener la protección de la apariencia formal como diseño, una vez excluidos los rasgos formales técnicamente impuestos"* (Fundamento de Derecho Tercero de la sentencia del Juzgado de lo Mercantil nº 1 de Alicante y de Marca Comunitaria de 5 de abril de 2012 en Lema, 2014, p. 286)

Derecho anterior:

- *"El diseño industrial no puede [...] ser confundible con otros signos distintivos previamente registrados. Por ejemplo, si existiera una marca tridimensional previamente registrada o solicitada para registro, un diseño industrial semejante y confundible con dicha marca no podría ser registrado"*. (Proceso 87-IP-2010, 2011, p. 22)
- La comparación entre un diseño industrial y un signo tridimensional (una marca tridimensional) deberá hacerse partiendo de los elementos que aportan distintividad en cada caso, como las formas del diseño, relieves y forma característica del producto, para establecer si el signo que se pretende registrar tiene una distintividad suficiente frente al diseño industrial registrado, para evitar así la confusión en el público consumidor sobre el origen empresarial del producto identificado con el signo tridimensional que se pretende registrar. En tal comparación, [...], no se debe tener en cuenta los elementos accesorios. (Proceso 117-IP-2012, 2013, p. 49)
- Aunque el autor sea, en principio, el titular legítimo del derecho de registro,

éste lo puede ceder en favor de un tercero, sea éste persona natural o jurídica; sin embargo, no por ello pierde su autoría, conserva además el derecho de la concepción, la cual es inajenable, por lo que el cesionario del derecho deberá reconocer y exteriorizar, de ser el caso, de quién ha provenido la creación y, quién ha sido el cedente de los derechos en su favor. (Proceso 140-IP-2013, 2013, p. 23)

Representación gráfica:

- El requisito de que el dibujo o modelo debe tener una calidad que permita distinguir claramente los pormenores de la cosa objeto de protección, a efectos de publicación, se aplica igualmente a todas las solicitudes, con independencia del medio de presentación (OAMI, 2014, p. 19).
- El dibujo o modelo debe reproducirse sobre fondo neutro (ibíd.) y “no debe tener retoques a tinta o líquido corrector” (ibíd.)
- El fondo de una perspectiva se considera neutro siempre que el dibujo o modelo que se muestra en la misma se distinga claramente de su entorno sin interferencias de ningún otro objeto, accesorio o decoración, cuya inclusión en la reproducción pudiera provocar dudas sobre la protección solicitada (R 2230/2011-3 en

OAMI, 2014, p. 18).

- *“El requisito de un fondo neutro no exige ni un color “neutro” ni un fondo «vacío” [...] Resulta decisivo, en cambio, que el dibujo o modelo destaque claramente del fondo para que sea identificable”.* (R 284/2011-3 citado por OAMI, 2014, p. 18).
- *“El carácter novedoso del DMC no puede justificarse en base a elementos que no están representados en el DMC”.* (OAMI ICD 000000065, 2004, p.6, ap. 20)
- La representación de un diseño se limitará a las características cuya protección se solicita en caso que la representación de forma aislada dificulte la comprensión del diseño se utilizan identificadores de contorno o forma (ver cuadro 1, supra).

6.2 Lista de chequeo:

En este apartado se presenta una serie de preguntas de análisis sobre las cuestiones más significativas del tema, de manera que puedan servir como elemento auxiliar reflexivo al trabajo de diseño, facilitando una consulta rápida.

Cuadro 2. Lista de chequeo.

Fuente: Elaboración propia

Conceptualmente diseño	
✓	¿La nueva creación consiste en la apariencia (aspecto) de la totalidad o de una parte del producto?
✓	¿Es visible durante la utilización normal del producto?
✓	¿La apariencia es el resultado de la implementación de líneas, contornos, colores, texturas, o materiales del producto u ornamentación.
✓	Si es un componente de un producto complejo, ¿es visible durante la utilización normal del éste?
Novedad	
✓	¿Existen códigos formales u ornamentales asociados a la tipología de producto? ¿Se pueden cambiar?
✓	¿Existen pluralidad de empresarios que utilizan un producto igual o parecido?
✓	¿Se pueden incorporar elementos caracterizantes formales (contorno, número de elementos de un producto complejo o juego de productos, posición), adicionales a los elementos ornamentales (color, etiqueta, textura) diferentes?

✓	¿Se pueden modificar los elementos básicos (usuales) de la forma?
✓	¿Se puede modificar la geometría de los elementos visualmente más dominantes de la forma?
✓	¿La habitualidad de la forma se debe a la naturaleza del producto?
✓	¿La impresión en conjunto del producto indica que está conformado exclusivamente por una forma que corrientemente se utiliza en el mercado?
✓	¿El contenido copia la forma del contenedor (conteniente, embalaje)? ¿la forma del contenedor es usual?
✓	¿Las variaciones formales obedecen a variaciones de escala exclusivamente, aumento o disminución de tamaño, espesor,...?. De ser así ¿se pueden realizar variaciones en la geometría?
Derecho anterior	
✓	¿La forma del producto tiene referentes en el mercado en general, áreas comerciales iguales y/o distintas?
✓	¿El nuevo diseño incorpora, sin autorización, en su totalidad o en parte una forma que posea la apariencia de una creación formal protegida por el sistema de propiedad industrial (diseño, marca o patente) propiedad de un tercero?
Caracter singular	
✓	¿Existe libertad formal?
✓	¿Qué factores limitan esa libertad y cuales no la condicionan?
✓	¿La presencia de elementos técnicos o funcionales en el diseño no influyen de modo significativo en el aspecto general del diseño?
✓	¿Las diferencias de escasa entidad, entre productos, son suficientes para generar una impresión distinta en el usuario informado cuando existe poca o escasa libertad en el diseño?
✓	¿El resultado formal de los requerimientos no condicionados del diseño son lo suficientemente pregnante para producir una impresión general distinta del producto en el usuario?
✓	¿La impresión general del nuevo diseño con respecto a los productos de referencia surge de las características de las apariencias usuales o técnicamente necesarias?
✓	¿El usuario considerado para definir el nivel de diferenciación del nuevo producto con antecedentes es el usuario final, habitual para el tipo de producto?
✓	¿Están identificados los aspectos del diseño que no están condicionados para aprovechar esa libertad en la búsqueda de soluciones?
✓	¿El usuario considerado presta especial atención al interactuar con el producto?
✓	¿Son necesarias diferencias formales significativas para dar la impresión al usuario informado de que se trata de un producto diferente?
✓	¿Los elementos de la apariencia del nuevo producto son distintos a los elementos formales con los que el usuario final estaría familiarizado según el tipo de producto?
Ventaja técnica o funcional	
✓	¿En el diseño se pueden identificar dos tipos de elementos, los necesarios para el funcionamiento y los que no lo son?
✓	¿La forma es necesaria para la función que cumple el producto?
✓	¿Si modificas la forma se mantiene la función o efecto técnico?
✓	¿Existen distintas formas para cumplir la misma función?
✓	¿Existen otros elementos característicos distintos a los que están vinculados con la función del producto?
✓	¿La forma del envase permite que el producto sea más resistente?
✓	¿La forma del producto permite disminuir los costos de fabricación?

✓	¿La forma del producto obedece a consideraciones de moda?
✓	¿La calidad del diseño es lo que puede determinar que el consumidor adquiera el producto?
✓	¿La ventaja funcional es la que puede determinar que el consumidor adquiera el producto?
Representación gráfica	
✓	¿La representación del diseño se distingue claramente de los elementos del entorno o de fondo utilizados para facilitar la comprensión del mismo?

6.3 Principios de diseño:

A continuación se exponen una serie de lineamientos o directrices a tener en cuenta al momento de crear un diseño de forma, que se han denominado principios de diseño-ornamental por cuanto no están dirigidos a un producto en concreto.

Cuadro 3. Lineamientos para el diseño-ornamental.

Fuente: Elaboración propia

Novedad, diferencias secundarias, carácter singular	
✓	Alteración de la forma geométrica que identifica la configuración del producto como usual, ordinario o común (Modificación total).
✓	Un diseño no es distinto por la incorporación de variantes derivadas solo del color o de la inclusión de un elemento gráfico (marca) si existe identidad entre las características derivadas de la línea, configuración y forma.
✓	Diferencias de escasa entidad, entre productos, son suficientes para generar una impresión distinta en el usuario informado cuando exista poca o escasa libertad en el diseño.
✓	Las diferencias de un producto pueden estar determinadas por la combinación de distintos elementos de superficie (textura, color, figura) y de contorno, ubicación de componentes, tipos de uniones, variación entre componente único, compuesto o conjunto.
✓	Cuando se percibe un valor agregado en el producto se entiende que presenta diferencias sustanciales.
✓	La adición de un elemento o característica inusual o arbitraria en la configuración del producto lo diferencia de las formas corrientes o usuales.
✓	Una forma usual para un tipo de productos no aporta novedad aun cuando se aplique a otro tipo de producto.
✓	Las características diferenciadoras no deben perseguir un resultado técnico, estético relevante o ser impuesta por la naturaleza (formas básicas).
✓	Los elementos dominantes visualmente, deben contar con suficiente diferenciación, cuando respondan a un mayor grado de libertad por parte del diseñador.
✓	Considerar que el carácter diferenciador del diseño es sustancial cuando sea el criterio que condicione su selección, por parte del usuario/consumidor informado.
✓	El usuario informado conoce las características básicas de los productos y puede reconocer las diferencias determinadas por la función a desempeñar.
✓	La clasificación de Locarno permite conocer la naturaleza y función del producto, en la mayoría de los casos.
✓	El objetivo del producto, en la medida en que identifica la naturaleza, su destino, o su función, permitirá identificar al usuario informado así como el grado de libertad del autor (diseñador).
Consumidor/usuario	
	El público objetivo que puede identificar las diferencias entre diseños es el usuario habitual de dichos productos.

✓	Las características perceptivas del usuario (público objetivo) están generalmente determinadas por ser un consumidor que esta normalmente informado, por lo que se considera que esta razonablemente atento.
✓	El grado de conocimiento del usuario informado puede deberse a su experiencia personal o a su amplio conocimiento del sector por lo que, sin llegar a ser un técnico en el área, presta un grado de atención elevado al utilizar el producto
✓	Puede darse el caso de que un mismo producto responda a dos grupos de usuario.
✓	Ha de tenerse en cuenta la circunstancia de que el consumidor no siempre pueda realizar una comparación directa entre productos, es posible que recurra a imagen imperfecta que conserva en la memoria.
Libertad del autor	
✓	Pueden existir limitaciones al momento de diseñar de orden funcional, normativo, usual, propias de los productos de la misma categoría.
✓	A mayor limitación las pequeñas diferencias resultan sustanciales, mientras que si el diseño está sujeto a menor limitación las pequeñas diferencias resultarán secundarias.
Prohibición al registro	
✓	Una diseño con novedad y carácter singular no puede ser diseño cuando la forma sea impuesta exclusivamente por su función técnica, (técnicamente necesaria-valor técnico), en caso contrario se considera que se estaría en el campo de la innovación formal cuando i) se consiga el mismo resultado técnico con diferentes formas, ii) se modifique la forma y no se altera el resultado técnico.
✓	En el área de la forma técnicamente necesaria se encuentra un producto o una parte de este cuya apariencia (forma y dimensiones exactas) sea necesaria para estar conectado mecánicamente, adosado o puesto en su interior o en torno a otro producto y este pueda cumplir su función (interconexión).
✓	Serán registrables como diseño las interconexiones que permiten el ensamblaje de productos intercambiables dentro de un sistema modular, es decir, un producto cuyos distintos componentes pertenezcan a un mismo titular.
✓	No es suficiente que el diseño no sea igual o semejante a otro diseño, se requiere que no sea igual al patrimonio de las formas lo que incluye a las marcas tridimensionales y figurativas.

7. Conclusiones

Los criterios que aplican las instituciones para regular la materia del Diseño no siempre son uniformes, sin embargo, cada día se observan mayores esfuerzos para establecer lineamientos que mejoren la interpretación y aplicación de la legislación.

El diseño es especialmente complejo, ya que es una figura que se mueve en un área difícil de delimitar en lo que respecta a las modalidades de protección de marcas e invenciones, razón por la cual se observa un mayor número de interpretaciones jurídicas en esas fronteras; a lo que se suma la precisión de asuntos bien definidos por la jurisprudencia como es el caso de la identificación del usuario informado, que

por la amplitud del campo del diseño es difícil uniformar.

De tal manera que aun cuando cada caso requiere de un estudio particular la práctica de las distintas instancias que estructuran el ordenamiento jurídico de los diseños marcan un camino que se ha evidenciado con la presente investigación. Existen una serie de lineamientos, pautas o directrices jurídicas que pueden ser de provecho para los autores de los diseños, ya que hacen especial enfoque en la apariencia en la búsqueda por enriquecer el patrimonio de las formas.

La secuencia para que un diseñador aplique lo que se recomienda sería: i) Conocer el Estado de la Técnica o del Arte relacionado con el

tema del nuevo diseño industrial que se quiere hacer. ii). Conocer la guía (lineamientos de diseño) propuesta. iii). Realizar esbozos del nuevo diseño. iv). Aplicar detalladamente la guía o el check-list al nuevo diseño, analizando su cumplimiento y por tanto la viabilidad legal-industrial. v). Si su viabilidad legal es buena pasar a las siguientes fases (diseño detallado). Si no, rehacer el diseño (pasar de nuevo al punto iii).

Finalmente es indispensable señalar que los lineamientos de diseños deberán ser actualizados constantemente ya que se soportan sobre una estructura dinámica que a su vez se adecua a las necesidades del mercado y a los derechos de los creadores y titulares.

Notas

¹ Directiva de la Unión Europea, Artículo 3.3.). En el Reglamento (CE) sobre los dibujos y modelos comunitarios (Artículo 4.2) figura una disposición idéntica.

² Ver por ejemplo el apartado 2 del artículo 3 de la Directiva 98/71/CE y el artículo 5 de la Ley española 20/2003.

³ Basta con observar los registros de diseños comunitarios de tijeras en la clase 08.03 frente a la variedad de diseños de muebles clase 06.01.

⁴ Desde un criterio personalísimo esta cláusula no tendría razón de ser a menos que se incorporara a manera de ejemplo como una más de las particularidades de las formas técnicamente necesarias que son objeto de exclusión. En tal sentido los autores se suman al criterio de otros en cuanto a que se trata de una consideración "superflua" (Bercovitz, 2000)

⁵ Como pudiera ser el caso de una luminaria

⁶ Por ejemplo, "una unidad de conferencia debe disponer, como mínimo, de un altavoz y de un micrófono orientados de modo que el usuario oiga el sonido producido por el altavoz y sus palabras sean captadas por el micrófono. También es necesario que cuente con botones accesibles para el usuario, concretamente para encender el micrófono y para regular el volumen del altavoz. Por otra parte, en la medida en que las unidades de conferencia desempeñen asimismo funciones asociadas, también pueden ser necesarios desde el punto de vista funcional elementos como botones de voto, una pantalla y un lector de tarjetas" (Asunto T-153/08, 2010, ap. 53).

⁷ Ejemplo de lo referido puede observarse en la sentencia STPICE T-9/07 (2010) en donde el diseño propiedad de PepsiCo se refirió dentro del grupo general de «artículos promocionales para juego» y el examen realizado a dicho dibujo o modelo en el marco de la sentencia referida ante el Tribunal General determinó que se trataba de juegos conocidos con las denominaciones de "pogs", "rappers" o "tazos"; de manera que se consideró necesario, en el caso concreto, referirse a una categoría especial de artículos promocionales para juegos.

⁸ En lo que respecta al ejemplo anteriormente citado, el Tribunal General teniendo en cuenta la referencia del producto determinó que el usuario informado podría ser un niño pequeño [5-10 años] o un director de técnicas de comercialización de una sociedad fabricante de productos cuya promoción se lleve a cabo mediante la oferta de «pogs», «rappers» o «tazos» (ibidem, ap. 62)-

⁹ Como por ejemplo el DM/083847 "Planos de habitaciones de hotel" o el DMC 002349902-0001 "Planos de arquitectos" registrados bajo la clase 18-09

¹⁰ Ejemplo de usuario informado en el caso de una unidad de conferencia. «La persona que participa en una conferencia o en una reunión utiliza una unidad de conferencia de conformidad con su finalidad, que es facilitar el intercambio de opiniones y de información entre los participantes gracias a la transmisión de las comunicaciones y a las funciones asociadas, como el voto o la identificación de las personas. Asimismo, como consecuencia de su participación regular en reuniones o conferencias, el usuario informado conoce los diferentes modelos de unidades de conferencia y los elementos que éstas contienen normalmente. Por otra parte, en la medida en que para que una unidad de conferencia pueda cumplir su función el usuario debe familiarizarse con sus diferentes funciones y con su interfaz, prestará un grado relativamente elevado de atención ante los productos de que se trata».(Asunto T-153/08 ap. 50)

¹¹ El criterio de «varias alternativas», que señala Bercovitz, para determinar cuando la forma es separable o no del efecto técnico corresponde a la Teoría de la "multiplicidad de las formas" que a tales efectos se utiliza junto con la "incidencia de la variación de la forma de un objeto sobre el resultado por éste producido". Es de destacar que si bien es el criterio que asumen los autores, por la utilidad que representa al momento de analizar el tema, se esta en cuenta que no es un criterio uniforme y por lo tanto válido para todos los casos, incluso es contrario al observado por el TJUE en materia de marcas (ver sentencias caso "Philips" y caso "LEGO") donde el Tribunal establece la irrelevancia de las "formas alternativas",

para los autores son formas que tienen elementos tan pregnante y diferenciadores de los “usuales” que es difícil pensar en la “funcionalidad” de los productos antes que en la empresa o la marca que respalda el diseño. En todo caso, las teorías son útiles en la medida que establecen unos lineamientos a tener en cuenta, por lo que lejos de omitirlas pudieran ser complementadas. En conclusión se esta en presencia de un tema no acabado sujeto a constante estudio y pronunciamiento por parte de destacados estudiosos en la materia.

¹² Por ejemplo “una forma (que) perfeccione la función técnica de un objeto” (Otero, 2006 p.143)

Referencias

- Bercovitz, G. (2000, mayo-agosto) La protección del diseño tras la directiva 98/71/CE. El derecho de Autor sigue siendo clave. *pe.i. Revista de Propiedad Intelectual* 5 [Revista en línea]. Disponible: <http://www.pei-revista.com/contenidos-en-abierto/la-proteccion-del-diseno-tras-la-directiva-98-71-ce-detail> [Consulta: 2014, agosto 13]
- García, D. (2004, Octubre). La regulación del Diseño en España; Relación con el sistema comunitario. Tercer Seminario Regional sobre Propiedad Intelectual para jueces y fiscales de América Latina. OMPI/JU/LAC/04/16. [Documento en línea]. Disponible: http://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/es/ompi_pi_ju_lac_04/ompi_pi_ju_lac_04_16.pdf [Consulta: 2014, agosto 15]
- Lema, C. (2014). El diseño dictado por la función técnica y el diseño de interconexiones. *Anuario Andino de Derechos Intelectuales*. (pp. 277-293). [Documento en línea]. Disponible <http://www.anuarioandino.com/Anuarios/Anuario10/Art08/ANUARIO%20ANDINO%20ART08.pdf> [Consulta: 2014, marzo 24]
- Oficina de Armonización del Mercado Interior. (OAMI). (2014). Examen de las solicitudes de Dibujos y Modelos Comunitarios Registrados. Directrices relativas al examen que la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) habrá de llevar a cabo sobre los Dibujos y Modelos Comunitarios Registrados. [Documento en línea]. Disponible: https://oami.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/trade_marks/Draft_Guidelines_WP_2/23_examination_of_applications_for_registered_community_designs_es.pdf [Consulta: 2014, agosto 10]
- Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI). (1997, octubre). Definición de diseño industrial: diferencias con otros objetos de propiedad intelectual. En Taller de la OMPI sobre la protección jurídica de los diseños industriales y los circuitos integrados para los países andinos. OMPI/DI/CTG/97/1
- Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI). (2002, noviembre). Los diseños industriales* y su relación con las obras de arte aplicadas y las marcas tridimensionales. Novena Sesión de la OMPI Comité permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones Geográficas. Ginebra SCT/9/6. [Documento en línea]. Disponible: www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/es/sct_9/sct_9_6.doc [Consulta: 2013, agosto 2]
- Otero, J. (2006, febrero). Lindes entre Marcas y Diseños. XXI Jornadas de estudio sobre Propiedad Industrial e Intelectual. (pp. 119-146). Barcelona: AIPPI.

Leyes e instrumentos jurídicos

- Ley 20/2003, de 7 de julio, Protección Jurídica del Diseño Industrial, Boletín Oficial del Estado, núm. 162, de 8 de julio de 2003
- Directiva 98/71/CE del Parlamento y del Consejo, de 13 de octubre de 1998, sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos, Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 28 de octubre de 1998
- Reglamento (CE) núm. 6/2002 del Consejo, de 12 de diciembre de 2001, sobre dibujos y modelos comunitarios, Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 5 de enero 2002. (RDMC)
- OAMI División de Anulación, Caso No ICD 00000065, CENTREX v. ISOGONA (2004, diciembre 3) [Decisión en línea]. Disponible: <http://oami.europa.eu/pdf/design/invalid/05269-0001.pdf> [Consulta: 2014, agosto 6]
- OAMI División de Anulación, Caso No ICD 00000016, Dieter Ljubojevic v. Dahlmann-Yave Ltd .

(2005, abril 27) [Decisión en línea]. Disponible: <http://oami.europa.eu/pdf/design/invaldec/16183-0001-es.pdf> [Consulta: 2014, agosto 20]

- OAMI División de Anulación, Caso No ICD 000000438, SUNSTAR SUISSE, S.A. v. DENTAID, S.L. (2005, junio 30) [Decisión en línea]. Disponible: <http://oami.europa.eu/pdf/design/invaldec/85311-0002.pdf> [Consulta: 2014, agosto 15]
- OAMI División de Anulación, Caso No ICD 000002061, DB DESIGN GMBH. v. ANICETO CANAMASAS PUIGBO (2006, noviembre 14) [Decisión en línea]. Disponible: http://oami.europa.eu/pdf/design/invaldec/ICD_000002061_decision_%28ES%29.pdf [Consulta: 2015, abril 20]
- OAMI División de Anulación, Caso No ICD 000003044, Louis Vuitton y Calvin Klein v. Mustaphá El Jirari (2007, enero 30) [Decisión en línea]. Disponible: <http://oami.europa.eu/pdf/design/invaldec/ICD%2000003044%20decision%20%28ES%29.pdf> [Consulta: 2015, mayo 9]
- Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, asunto C-281/10 P, PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic (representación de un soporte promocional circular), (2011, octubre 20). [Sentencia en línea]. Disponible: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=111581&pageIndex=0&doclang=ES&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=13697> [Consulta: 2014, agosto 4]
- Sentencia del Tribunal General de la Unión Europea asunto T-9/07, Grupo Promer Mon Graphic/OAMI – PepsiCo (representación de un soporte promocional circular) (2010, marzo 18). [Sentencia en línea]. Disponible: http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf?doclang=ES&text=&pageIndex=0&part=1&mode=lst&docid=82997&occ=first&dir=&cid=118450 [Consulta: 2014, agosto 4]
- Sentencia del Tribunal de General de la Union Europea asunto T-153/08, Shenzhen Taiden/OAMI – Bosch Security Systems (Equipo de comunicación) (2010, junio 22). [Sentencia en línea]. Disponible: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=81091&pageIndex=0&doclang=ES&mode=lst&>

[dir=&occ=first&part=1&cid=700848](http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=700848) [Consulta: 2015, mayo 15].

- Sentencia del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, Proceso N° 71-IP-2005, Diseño Industrial: “BLOQUE DE CONEXIÓN” (2005, julio 6). Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena, N° 1235, Agosto, 23 2005.
- Sentencia del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, Proceso N° 87-IP-2010, Marca: “EXHIBIDOR DE CHUPETAS (TRIDIMENSIONAL)” (2010, noviembre 11). Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena, N° 1920, Enero 27 2011.
- Sentencia del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, Proceso N° 117-IP-2012, Diseño Industrial: “TABLETA FARMACÉUTICA” (2013, marzo 15). Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena, N° 2194, Mayo, 15 2013.
- Sentencia del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, Proceso N° 122-IP-2012, Diseño Industrial: “MÁSCARAC FACIAL LACTANTE” (2012, octubre 10) Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena, N° 2151, Febrero, 18 2013.

Base de datos

- OMPI – Hague Express. Base de datos de diseños internacionales [Base de datos en línea]. Consultado en agosto 2014 en: <http://www.wipo.int/ipdl/es/hague/search-struct.jsp> [Consulta: 2014, agosto 2]
- OAMI - eSearch plus. Base de datos de diseños comunitarios [Base de datos en línea]. Consultada en agosto 2014 en: <https://oami.europa.eu/eSearch/> [Consulta: 2014, agosto]