

Protección de los diseños de moda en Costa Rica

Ana Laura Cubero Rodríguez ⁽¹⁾

Resumen: Mediante el presente artículo se pretende mostrar la necesidad de que el proceso de desarrollo de la industria de la moda en Costa Rica vaya de la mano con el derecho de la moda o *fashion law* como una herramienta que potencializa el mercado. Para esto se analizarán los distintos mecanismos legales existentes en el país para proteger las creaciones y adicionalmente las obligaciones legales que tienen los creadores de moda frente a la protección del medio ambiente.

Palabras clave: Propiedad Intelectual: PI o Derechos de Autor - Propiedad Industrial - Derecho de la Moda - Diseños y modelos industriales - Marcas - Patentes de Invención - Ley de marcas y otros signos distintivos No.7978 - Ley de Patentes Invención - Dibujos y Modelos Industriales y Modelos de Utilidad.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 36-37]

⁽¹⁾ Abogada costarricense especializada en Derecho de la Propiedad Intelectual e Industrial y Derecho corporativo, Máster en Derecho de la Propiedad Intelectual e Industrial y de los Negocios, por la Universidad Internacional de Cataluña, España. Abogada junior en la firma BDO Costa Rica, directora del capítulo de ELAPI (Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual) para Costa Rica. ipadvisorcr@gmail.com

1. Introducción: el desarrollo de la moda en Costa Rica

Costa Rica ha logrado ubicarse dentro de los países de Latinoamérica con mayor desarrollo sostenible, todo esto debido a la enorme cantidad de recursos naturales con la que se cuenta y los compromisos ambientales que ha adquirido el país, mismos que han hecho que el país sea reconocido mundialmente. A raíz de lo anterior se han generado una serie de esfuerzos por parte de las instituciones públicas gubernamentales por certificarse como un país carbono neutral, el galardonarse como uno de los países más sostenibles mediante la adopción de prácticas que buscan reducir los índices de contaminación, además, buscando que la industria turística sea reconocida como sostenible, siendo esta sin duda, una de las principales fuentes de ingresos del país. Es así como “en 2019 la ONU le otorgó a

Costa Rica el premio “Campeones de la Tierra” en la categoría de Liderazgo Político, por su papel en la protección de la naturaleza y su compromiso con las políticas ambiciosas para combatir el cambio climático”, las cuales incluyen los esfuerzos para descarbonizar totalmente la economía costarricense para el 2050 (G. Chen).

Todo lo anterior pareciera algo alentador, sin embargo, es sólo el inicio de un problema al que le debemos atención, y es ahí donde la industria de la moda lamentablemente no cuenta con el apoyo suficiente ni suele ser protegido legalmente por sus autores. Nos encontramos en un momento en el que contar con una etiqueta que avale o identifique el producto como “sostenible” no es suficiente, requiere apoyo y concientización sobre la protección. La industria cuenta con un enorme potencial gestado por costarricenses altamente calificados que cuentan con los conocimientos de diseño, pero no con las herramientas adecuadas para emprender.

2. Inicios de la moda en Costa Rica y su evolución

Costa Rica desde sus inicios ha tenido grandes influencias culturales y políticas del extranjero. Iniciamos en la época colonial en la cual la influencia española hizo que el país siguiera estrictas directrices que permeaban inclusive la forma de vestir de la población, siendo que incluso después de la independencia en 1821, se siga teniendo una alta influencia europea, especialmente parisina, las personas adineradas de la época traían sus vestuarios desde París previamente confeccionados inspirados en la usanza parisina, lo cual generó que en muchas ocasiones dichos vestidos requerían la intervención de una costurera para ajustarlo a quien lo vistiera “las primeras costureras del país los cosían y los adaptaban a sus exigencias” (Montero).

Más recientemente en la actualidad, se ha dado paso a una población que se especializa en moda, con profesionales altamente capacitados que han logrado mostrarle al país el enorme talento e innovación que existe. Es así como, contamos con marcas 100% nacionales de alta calidad y amigables con el ambiente, las cuales no tienen nada que desear del extranjero y que han logrado dejar el país en alto, siendo por esto necesario apoyar su crecimiento.

2.1. Está de moda consumir producto local:

La evolución de la moda en Costa Rica ha hecho que, poco a poco se haya buscado crear una especie de identidad nacional, con algunos tintes de influencia extranjera remanentes, pero más costarricenses o al final de cuentas tropicalizados. Es así como en la actualidad, los conocimientos de costura, y confección de prendas que en la mayoría de los hogares costarricenses se heredaban entre generaciones se convirtieron en carreras profesionales, con centros de educación especializados en diseño y producción de moda e indumentaria en general.

Trayendo consigo el surgimiento de grandes diseñadores que han ido haciendo del país culturalmente aún más rico, llevándonos a la expresión de que: “Está de moda consumir producto local”. De esta manera, gracias a la influencia que han tenido los eventos de moda costarricenses como las pasarelas de los Mercedes-Benz Fashion Weeks que hicieron de San José nuestra capital, un lugar de encuentro y proyección para la moda latinoamericana y europea como la cobertura de medios dedicados a la moda y por supuesto, la innegable influencia de las redes sociales, las que han visto surgir proyectos, y marcas de moda 100% costarricenses, que además han fortalecido la industria costarricense creando una ventana para que los costarricenses primero generen un proceso de educación, y que por lo tanto conozcan los productos que se ofrecen en el mercado nacional, y puedan adquirirlos fácilmente.

Aunado a lo anterior, y debido a la situación que generó la pandemia del covid-19 la población costarricense generó mayores emprendimientos locales, que fueron apoyados por una tendencia de apoyo a los productores locales, concientizándose además sobre los efectos negativos de la producción en masa y el daño ambiental causado, así como el esfuerzo que para una persona diseñadora costarricense significa el crear un producto y ofrecerlo en el mercado, de la mano con una producción sostenible.

Sin embargo, la evolución de la moda costarricense no ha ido de la mano con una adecuada protección legal por parte de sus autores; lo anterior por falta de conocimiento de las figuras de protección, pero sobre todo, un desconocimiento de los posibles beneficios derivados de esa protección. Lo anterior puede tener como punto de partida, otro problema, el límite del tamaño de la industria de la moda en Costa Rica, un país pequeño con poca población.

3. El Fashion law: ¿Qué es el derecho aplicado a la moda? y ¿por qué debo conocerlo?

Empecemos por definir qué se entiende por Fashion Law o derecho de la moda: “En el fashion law se estudian los aspectos legales involucrados en la cadena de valor de una prenda de vestir, empezando por la idea, el diseño, creación desarrollo, la producción y comercialización de la prenda” (Pardo, 2018)

El derecho anglosajón fue el pionero en desarrollar el estudio del derecho de la moda; siendo que su estudio especializado como rama del derecho se da a partir del año 2006 con la creación del primer curso de derecho de la moda por parte de la Universidad de Derecho de Fordham, en Nueva York, de la mano de quien en la actualidad se reconoce como la creadora de este, la abogada Susan Scafidi, quien se interesa por desarrollar esta rama del derecho creando el Fashion Law Institute, primer centro académico de Derecho y Moda del mundo. Scafidi logró no solo cambiar la idea vacía que se tenía del sector, sino que logró entender la necesidad que tenían las diferentes partes que intervenían en dicha industria, al encontrarse prácticamente desprotegidos

Fue visionaria en ver la moda, más allá de su aparente banalidad y superficialidad, como un sector de los más dinámicos entre los existentes, en el que participamos la mayoría de las personas del mundo y al que no se podía restar importancia (Berta, 2018).

Costa Rica lamentablemente no se ha unido a esa tendencia de especialización en el Fashion Law y en general a generar la concientización sobre la necesidad de la protección de esa industria. En Costa Rica no se ha generado la evolución hacia adoptar un área del derecho que mezcle aquellos elementos tradicionales con las últimas tendencias digitales y ambientales del momento, y que además lograra evolucionar a pasos agigantados conforme se dada la revolución digital, específico en el mundo de la moda. Lo cual a la fecha sigue siendo tema de pocos, ya que en nuestro país no existe un estudio en las universidades sobre el derecho de la moda, incluso no todas las facultades de derecho incluyen el estudio de propiedad intelectual en sus programas, pero tampoco contamos con firmas especializadas en la materia. Esto, a pesar de que actualmente en Costa Rica contamos con una industria de la moda, en crecimiento, con gran representación de la industria creativa. En virtud de lo anterior, resulta necesario resaltar la importancia del Derecho de la Moda área dentro del proceso creativo, de diseño y de comercialización de los productos de la moda, y verse la asesoría jurídica especializada como una herramienta para el adecuado desarrollo del negocio de la moda. Para lograr lo anterior el Estado y el ordenamiento jurídico deben proveer de herramientas que permitan un desarrollo acorde.

4. Medios de Protección legal de la moda en Costa Rica

El ordenamiento jurídico costarricense divide en dos áreas la protección de las creaciones e invenciones, ya sea por medio de la propiedad intelectual, o de la propiedad industrial. Es así como, la propiedad Intelectual se encarga de proteger los derechos de autor y derechos conexos, regulados en Costa Rica mediante la Ley N° 6683: Ley sobre derechos de autor y derechos conexos. (Legislativa, Ley de protección de los derechos de autor y derechos conexos, 1982)

Esa ley La protege toda creación intelectual original, siendo la “originalidad” una de las palabras claves en el derecho de autor, aplicada desde el campo literario hasta científico, convirtiéndose en OBRAS, las cuales gozan de derechos de autor siempre y cuando sean materializadas, esto quiere decir que, para el derecho de autor es imposible proteger ideas, al no poder ingresar a la mente de las personas.

Por su parte, los derechos conexos constituyen aquellas interpretaciones, ejecuciones y fonogramas realizados por autores, artistas, intérpretes o ejecutantes y productores de fonogramas, los cuales gozan de protección legal en sus ejecuciones, tanto si se trata de nacionales como de extranjeros, al prevalecer el principio internacional de trato nacional, el cual garantiza la igualdad que los estados miembros del Tratado de Berna deben de darle a los autores, artistas, intérpretes, ejecutantes y productores de fonogramas indiferentemente de su nacionalidad y el lugar de creación de la obra.

El plazo de protección del derecho de autor se extiende durante toda la vida del autor y hasta 50 años posterior a su muerte, lo cual lo convierte en un derecho bastante extenso, que además no requiere de su registro para que surta efectos jurídicos, al existir una ausencia de formalismos. Lo cual no significa que los creadores no deban hacer nada para garantizar su protección; ya que, si bien el derecho nace con la obra, un tercero podría crear una obra idéntica y protegerla mediante su registro dejando desprotegido y en estado de indefensión al autor original de la misma, si dicho autor no cuenta con los medios de prueba suficientes para comprobar la obra es de su creación, por lo que resulta importante haberla registrado previamente.

Es así como, en la industria de la moda el derecho de autor también se hace presente, especialmente en la creación de indumentarias con alto contenido creativo y artístico el cual, por supuesto debe ser original, gozando de derechos de autor, pero lamentablemente pocas son registradas como tales ante las agencias de protección, o el Registro de Derechos de autor como sería en el caso costarricense, como sería el caso de la incorporación de una obra de arte o un diseño gráfico como parte de una creación compuesta.

En virtud de lo anterior, la recomendación siempre será proteger o registrar las obras incluso previo a su comercialización.

Por su parte, la Propiedad Industrial abarca desde las marcas hasta las patentes de invención, las cuales encuentran protección mediante dos normativas: la Ley de marcas y otros signos distintivos (Legislativa, Ley de marcas y otros signos distintivos, 2000), y la Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales, y Modelos de Utilidad (Legislativa, Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales, 1983).

Iniciemos con las marcas, las cuales pueden describirse como todo signo o conjunto de signos que poseen un carácter distintivo, siendo esta figura sin duda, de las mayormente empleadas en el comercio en general, y por supuesto en la industria de la moda, ya que, permite que un producto se identifique y diferencie en el mercado de otros, a pesar de que se traten de los mismos productos o servicios.

Es así como, la marca es la identidad de todo proyecto, pues sin una marca nadie sabría quien es el creador de una prenda, por ejemplo. De ahí la importancia de registrar nuestra marca, ya que, con su registro se crea un derecho de exclusividad, es decir, ningún tercero sin mi consentimiento podrá utilizar una marca igual en el mercado, de manera que yo como su titular puedo oponerme a un uso indebido, pero es que además a diferencia del derecho de autor, el derecho marcario y de exclusividad no nace con el producto, éste obligatoriamente debe ser registrado para ser protegido legalmente. Desde el punto de vista de los negocios, la marca representa uno de los valores intangibles más importantes, y que puede llegar a generar más beneficio económico a su propietario.

Por su parte, y siguiendo con la industria de la moda y su relación con el derecho, podría decirse que, en segundo lugar, la protección más utilizada es la de los dibujos y modelos industriales, ya que, mediante el patronaje de ornamentos y en algunos casos de prendas se llegan a crear formas, líneas o colores que den una apariencia especial a una artesanía o un producto industrial la cual puede protegerse y generar derechos.

Finalmente, las patentes y los modelos de utilidad cuentan con características un tanto más técnicas, en cuanto a que las patentes de invención requieren de una novedad internacional, aplicación industrial y de nivel inventivo siendo estos tres requisitos acumulativos

y deben cumplirse todos en una invención patentable, haciendo que su ámbito de protección sean las invenciones del intelecto humano las cuales tiene como finalidad incentivar la innovación. Lo cual hace que, las invenciones actuales no necesariamente cumplan los requisitos expresados ya que en su mayoría lo que hacen es incorporar mejoras o nuevas disposiciones para realizar algún procedimiento obteniendo entonces protección por medio de modelos de utilidad y no como patentes de invención.

Es así como, la primera impresora en 3D le otorgó a su creador un derecho exclusivo en forma de patente (patentes y marcas, s.f.), lo cual actualmente es un escenario difícil de cumplir, pues la mayor parte de la tecnología actual no aporta novedad, sino que solamente mejoras no patentables.

5. Cumplimiento de obligaciones y protección legales cómo herramienta necesaria para potencializar mi emprendimiento de moda

La asesoría legal no debe ser considerada un “lujo” o un requisito innecesario a la hora de iniciar un emprendimiento, especialmente en la industria de la moda. La asesoría legal desde una perspectiva del Fashion Law debe ser concebida como una herramienta que permitirá potencializar y hacer crecer el emprendimiento, y por supuesto, que me como creador de moda me permitirá estar tranquilo de que mis invenciones no podrán ser copiadas por alguien más, pero sobre todo que mi inversión de dinero, esfuerzo y creatividad estará segura ante cualquier ataque.

Ahora bien, Costa Rica ha sido etiquetado como un país con muchos requerimientos legales para iniciar un emprendimiento o negocio, especialmente la industria de la moda puede ser un tanto hostil si no contamos con experiencia previa o con algún profesional especializado que nos dé la mano para empezar. Sin embargo, muchos emprendedores deciden aventurarse e iniciar su negocio, y dejando las obligaciones y protección legal como algo “que podrán llegar a contemplar si el emprendimiento crece”.

Sin lugar a duda, la pandemia conllevó el auge del emprendimiento en Costa Rica, muchas personas que perdieron su trabajo decidieron iniciar sus propios negocios, llegando a que emprender se haya “puesto de moda”. Lo anterior, trajo consigo un alto informalismo, que expone a los emprendedores a importantes contingencias legales e incluso a sanciones por parte del Estado; de ahí la importancia de conocer los requisitos que debo cumplir para emprender ajustado a derecho y específicamente aquellos específicos para el ámbito de la moda.

En primer lugar, todo profesional independiente debe contar con un seguro obligatorio de la Caja Costarricense del Seguro Social, y además, si contamos con colaboradores debemos incluirlos en dicho régimen. Por otro lado, es una obligación el ser contribuyentes ante el Ministerio de Hacienda, mediante el cual, se determinará el régimen impositivo que debe seguirse, lo cual es fundamental para poder facturar nuestro servicio y, por ende, comercializarlo de manera formal. Lo anterior, resulta indispensable en caso de que se quiera optar por créditos para hacer crecer el emprendimiento y se ajusta a una tendencia de mercado de cumplimiento de obligaciones legales y especialmente de desarrollo de

productos de moda de la mano con el cumplimiento de obligaciones laborales, de seguridad social y tributarias.

En Costa Rica adicionalmente se cuenta con la posibilidad de identificarse como PYME o pequeño y mediano productor, y lograr con ello una serie de beneficios como la exoneración al pago del impuesto a personas jurídicas, contratación con el estado, la participación en ferias y actividades exclusivas, como una serie de beneficios adicionales, todo esto mediante la inscripción en el Registro PYME del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) el cual es gratuito, y puede ser aprovechado tanto por personas físicas como jurídicas.

Ahora bien, si deseo convertir mi emprendimiento en una sociedad o persona jurídica, los pasos se tienden a agrandar, es así como debo definir el tipo de una sociedad que mejor se ajuste a mis intereses, por lo que requeriré de apoyo legal, además si deseo abrir un local comercial debo contar con los siguientes requisitos: gestionar el permiso de uso de suelo ante la Municipalidad donde se encuentre el establecimiento, contar con un permiso de funcionamiento y una patente o licencia municipal dependiendo de la actividad que debe ser gestionada ante el Municipio, adicionalmente una póliza de riesgos de trabajo que cuide mis bienes y al personal a cargo.

Se hace la salvedad de que, lo anteriormente indicado, siempre dependerán del modelo que se elija. Pero se aclara que, las anteriores, tienen en común un paso esencial: el registro de la marca, ya que, para ello no se requiere contar con un modelo societario, simplemente con ofrecer productos o servicios. Adicionalmente deberá protegerse el producto de moda específico, siendo que la o las figuras de protección específicas derivadas de las leyes mencionadas, dependerán enteramente de un análisis profundo del profesional especialista en Fashion Law, en virtud de que cada producto es distinto y su protección también lo será. El cumplimiento de lo anterior, me permitirá operar apegado a derecho pero también me abrirá las puertas a posibles alianzas estratégicas de negocios con actores comerciales de gran tamaño que requieran que sus socios cuenten con todas las obligaciones legales; alianzas que han llevado a convertir emprendimientos en verdaderos negocios millonarios, e incluso el cumplimiento de las obligaciones y la adecuada protección que mi emprendimiento me permitirá llegar a vender mi emprendimiento a un buen valor de mercado.

6. Hacia dónde va la industria de la moda en Costa Rica

Actualmente puede decirse que, los costarricenses hemos logrado abrirnos al talento nacional, el cual, mediante el desarrollo de presentaciones en formato de desfiles o *fashion shows*, se ha logrado dar visibilidad a las creaciones nacionales, lo cual, para una población acostumbrada a importar moda, dicho cambio de mentalidad no ha sido del todo fácil.

A raíz de lo anterior, y siguiendo las nuevas tendencias, marcas de moda nacional como Toribio & Donato (Donato, s.f.), Obra Gris (Jessi, s.f.), entre otras, han innovado en la creación de productos amigables con el ambiente, bajo una filosofía de sostenibilidad tanto en la escogencia de los materiales como en la manera en la cual se produce la indu-

mentaria. Siendo que la creación de productos de moda amigables con el ambiente se está convirtiendo en una tendencia.

Adicionalmente, es posible desarrollar “Fashion Start Ups”, mediante una integración del emprendimiento de moda y el uso de plataformas digitales, que permiten potencializar el negocio. Una de las principales muestras de la relación moda-tecnología es el desarrollo de los llamados TNF’s en la industria de la moda (Cubero Rodríguez, 2021).

De esta manera, puede afirmarse que la moda nacional debe ajustarse a las nuevas tecnologías, las cuales incluyen la producción sostenible que vaya más allá de la etiqueta, es decir, desde un acercamiento holístico y ético, mediante el cual cada consumidor sea capaz de conocer la procedencia de los productos, su cadena de producción, la huella ambiental, el proceso utilizado como sería el caso del *upcycling*, las tinturas orgánicas, el uso de textiles orgánicos, y todas las nuevas tecnologías que permiten reducir las emisiones de carbono, y la contaminación en general muy característica de la industria de la moda.

Conclusiones

El estudio y auge del Fashion Law en Costa Rica apenas da sus primeros pasos, en virtud de una industria de la moda pequeña, pero en crecimiento y con gran potencial. Para lograr desarrollar la industria de la moda en un país como Costa Rica, resulta necesario apreciar al Fashion Law, como una herramienta indispensable en ese proceso, encaminada a potencializar al máximo las capacidades de negocio de los emprendedores. Adicionalmente es necesario la creación de productores con características diferenciadoras. Siendo que Costa Rica ha tomado la batuta a nivel mundial en el desarrollo de políticas e iniciativas encaminadas a proteger el medio ambiente y a lograr un desarrollo sostenible; resulta coherente y lógico aprovechar esa iniciativa país para desarrollar una industria de la moda amigable con el ambiente y con el desarrollo sostenible, tendencia que además se encuentra en aumento en el ámbito de la moda.

Ahora bien, el desarrollo de productos amigables con el ambiente en Costa Rica, trae consigo retos, en primer lugar, en términos económicos, conlleva un mayor costo de producción en virtud que debe realizarse mediante la importación de materiales que sean acordes a lo requerido, debido a que no se cuenta en el país con una industria productora de textiles, es decir, los diseñadores deben importar su materia prima, lo cual trae consigo una importante dificultad para comercializar sus productos de emprendimientos con un mayor costo de producción contra las grandes marcas de moda internacionalizadas, que conllevan una producción en masa y un menor coste de producción. Lo anterior, se puede lograr mediante una adecuada identificación del producto como amigable con el ambiente lo que va de la mano con el desarrollo y protección de una marca que se presente con esas características y permita al consumidor diferenciar el producto de otros productos producidos en masa y no amigables con el ambiente.

En entrevistas realizadas por la escritora Irene G. Chen, comenta la diseñadora de la marca Cáscara, Rosa Obando: “Costa Rica sí está posicionada como pionera en la moda sostenible a nivel internacional; no obstante, no puede avalar la veracidad de la sostenibilidad

de todas las marcas costarricenses que se comercializan de esta manera dentro y fuera del país” (G. Chen) es en muchos sentidos difícil determinar si una marca de moda es efectivamente sostenible, es decir, cuenta con una ética que abarca desde la manera en la que se diseña, siendo que a la hora de diseñar se puede producir grandes desperdicios hasta la manera en la cual elige sus materiales, realiza la producción y venta, ya que esto involucra también la manera en la cual trata a sus servidores (están asegurados, cuentan con pólizas contra riesgos en el trabajo, reciben un salario digno?) aristas que suman y que lamentablemente se desechan, haciendo que al final de cuentas, lo que ofrezco al mercado en realidad no es ni ético ni sostenible.

Por otro lado, la falta de educación de los consumidores afecta la industria y a sus actores generando la precarización del gremio, ya que, esto conlleva a que los diseñadores nacionales deban bajar sus precios a veces a cantidades ridículas, que no contemplan el esfuerzo que hay detrás de esa prenda, es decir, no se paga el verdadero valor de la prenda, siendo que además la mayor parte de la población prefiere comparar en las grandes cadenas de *fast fashion*, debido a la posibilidad de encontrar supuestamente mejores precios a una muy baja calidad lo cual sigue sin tener sentido, propiciando que grandes cadenas multimillonarias hundan al diseñador nacional al no poder igual los precios ni lograr producir a grande escala o de manera masiva.

En la parte estatal también se evidencia un abandono, al no existir políticas que apoyen e incentiven a los diseñadores nacionales, ya que como fue mencionado en el apartado sobre emprendimiento, en la mayoría de los casos deben cumplirse con listas interminables de requisitos que no son accesibles para todos y todas y sin contar con adecuados apoyos económicos para iniciar con emprendimientos.

De esta manera es necesario concientizar y educar a la población y a sus diferentes actores, con la finalidad de que, se exija una sostenibilidad holística desde el compromiso ético que abarque tanto a la industria, los órganos estatales como al consumidor, de manera que, los productos que se ofrezcan en el mercado sean verdaderamente sostenibles en todos sus etapas, y deje de caerse en el famoso *greenwash* en el que nos ofrecen supuestos productos sostenibles disfrazados ya que no puede darse una trazabilidad completa, con apoyo estatal en la minimización de requisitos y un verdadero apoyo a la producción nacional, para que además aquellas personas con deseos de crear sean capaces de ofrecerle a sus colaboradores condiciones laborales óptimas, y en la cual se apoye lo nacional, se consuma y se presuma desde un sentido de pertenencia y admiración el enorme talento que hay en Costa Rica.

La moda más allá del estilo crea una identidad tanto personal como de país. Es así como, se espera que este trabajo sea un aporte que vaya más allá de la teoría, si no que sea una herramienta de concientización y educación para toda la población con especial énfasis en el gremio de la moda.

Referencias bibliográficas

Berta, L. M. (abril de 2018). Trabajo Final de Gradución. *Fashion Law: El auge de una tendencia jurídica*. Madrid, España: Universidad Pontificia.

- Cubero Rodríguez, A. L. (noviembre de 2021). La Industria de la Moda y los Tokens No Fungibles (NFTS). *Fashion Law Institute España*.
- Toribio, O. y Morales, D. (s.f.). *toribioydonato.com*. Obtenido de Toribio y Donato: <https://es.toribiodonato.com>
- Jessi. (s.f.). *thestyleroomcr.com*. Obtenido de *thestyleroomcr.com*: <https://thestyleroomcr.com/2020/12/02/la-obra-gris-de-oscar-ruiz/>
- G. Chen, I. (s.f.). *draw latin fashion*. Obtenido de <https://www.drawlatinfashion.com/blog-dlf/moda-sostenible-costa-rica>
- Legislativa, A. (14 de Octubre de 1982). Ley de protección de los derechos de autor y de derechos conexos. *Ley de protección de los derechos de autor y derechos conexos*. Costa Rica, Costa Rica.
- Legislativa, A. (25 de abril de 1983). Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales. *Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales*. San José, Costa Rica.
- Legislativa, A. (6 de enero de 2000). Ley de marcas y otros signos distintivos. *Ley de marcas y otros signos distintivos*. San José, Costa Rica.
- Montero, E. B. (s.f.). *Perfil*. Obtenido de *revistaperfil.com*: <https://www.revistaperfil.com/moda/tendencia/historia-de-la-moda-en-costa-rica-un-armario-de-mas-de-500-anos/NB2UMSPTPBC7NEU3U7VIXTDF7A/story/>
- Pardo, L. (2018). Que es el fashion law en un mercado global. En E. O. Burgos, *FASHION LAW* (pp. 469-473). Navarra, España: Editorial Aranzadi, S.A.U.
- patentesymarcas. (s.f.). <https://www.madrimasd.org/blogs/patentesymarcas/2016/la-impresion-3d-y-las-patentes/>.

Referencias adicionales

- <https://forbescentroamerica.com/2020/01/10/la-moda-en-costa-rica-una-industria-en-crecimiento/>
- <https://forbescentroamerica.com/2020/01/07/darle-valor-al-diseno-nacional-el-gran-reto-de-la-industria-de-la-moda-en-costa-rica/>
- <https://www.drawlatinfashion.com/blog-dlf/moda-sostenible-costa-rica>
- <https://www.revistaperfil.com/moda/tendencia/historia-de-la-moda-en-costa-rica-un-armario-de-mas-de-500-anos/NB2UMSPTPBC7NEU3U7VIXTDF7A/story/>

Abstract: This article aims to show the need for the development process of the fashion industry in Costa Rica to go hand in hand with fashion law as a tool that enhances the market. For this, the different existing legal mechanisms in the country will be analyzed in order to protect the creations and additionally the legal obligations that fashion creators needs to take in count to respect the environment.

Keywords: IP: Intellectual Property - Fashion Law - Patents and Design Patents - Trademarks - Copyrights.

Resumo: Através do presente artigo pretende-se demonstrar a necessidade do processo de desenvolvimento da indústria da moda na Costa Rica indo de encontro com o Direito da Moda ou Fashion Law como uma ferramenta potencializa o mercado. Para tanto, serão analisados as diferentes formas legais existentes no país para proteger as criações juntamente com as obrigações legais que os criadores de moda têm frente a proteção do meio ambiente.

Palavras chave: Propriedade Intelectual: PI ou Direitos de autor - propriedade industrial - Direito da Moda - desenhos e modelos industriais - marcas - patentes de invenção - lei de marcas e outros signos distintivos n° 7978 - Lei de patentes de invenção - desenhos e modelos industriais e modelos de utilidade n° 6867.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
