

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE DERECHO**



Programa de Segunda Especialidad en Derecho de Protección al  
Consumidor

El vínculo entre el derecho a la propia imagen y el Derecho  
de la competencia

Trabajo académico para optar el título de Segunda  
Especialidad en Derecho de Protección al Consumidor

**Autor:**

*Víctor Manuel Espinoza Alegre*

**Asesor:**

*Alex Ever Sosa Huapaya*

Lima, 2023

## Informe de Similitud


Yo, SOSA HUAPAYA, ALEX EVER, docente de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) del Trabajo Académico titulado “El vínculo entre el derecho a la propia imagen y el Derecho de la competencia”, del autor(a) ESPINOZA ALEGRE, VICTOR MANUEL, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 33%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el 04/12/2023.

- He revisado con detalle dicho reporte y el Trabajo Académico, y no se advierten indicios de plagio.

- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lima, 21 de febrero del 2024

SOSA HUAPAYA, ALEX EVER	
DNI: 41349445	
ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-2122-3329">https://orcid.org/0000-0003-2122-3329</a>	
	Firma:

## **RESUMEN**

En el presente artículo, se ha planteado desarrollar la vinculación existente entre el derecho a la propia imagen y el Derecho de libre competencia, teniendo como preguntar de partida ¿Cuál es la vinculación entre el derecho a la imagen y la competencia desleal? Dicho lo anterior, no escapa de nuestra vista que estos dos tópicos pueden ser completamente percibidos como ajenos el uno del otro. No obstante, se propone que ellos encuentran un vínculo en mérito de la explotación comercial que se puede realizar de la imagen de un individuo. Explotación que toma mayor importancia cuando estamos ante casos de personas que cuentan con un alto perfil en nuestra sociedad o, en otras palabras, es famosa y para la que se requiere la autorización de la misma persona titular de la imagen o de un representante legal correctamente autorizado. En dicha línea, para defender tal idea se ha recopilado, estudiado y sintetizado doctrina variada que permite comprender los conceptos de derecho a la propia imagen y Derecho de la competencia. Asimismo, se ha verificado sentencias nacionales e internacionales que se pronuncian sobre el derecho a la imagen de personas famosas, menores de edad y fallecidas. Por último, también se han analizado resoluciones del Indecopi. Resoluciones en las que la Sala de Defensa de la Libre Competencia se pronunciaba sobre la controversia surgida por el uso de la imagen de los futbolistas profesionales sin que exista de por medio la autorización de estos o de un representante legal debidamente habilitado.

### **Palabras clave**

Derecho de la propia imagen, Derecho de la competencia, Autorización debida, Representante legal, Explotación económica.

## **ABSTRACT**

*In this article, we have proposed to develop the existence of a link between the right to one's own image and the Law of free competition, with this start question: What is the link between the right to one's image and unfair competition? Having said the above, it does not escape our sight that these two topics can be perceived as completely unrelated to each other. However, it is proposed that we can find a link in the commercial exploitation of the image of a person. Exploitation that takes a great importance when we are faced with cases of people who have a high profile in our society or, in other words, are famous and for which the authorization of the person who owns the image or a legal representative is required. Along these lines, to defend this idea, a variety of doctrine has been compiled, studied, and synthesized that allows us to understand the concepts of right to one's own image and Competition Law. Likewise, national and international rulings have been verified that rule on the right to the image of famous people, minors and deceased people. Finally, Indecopi resolutions have also been analyzed. Resolutions in which the Chamber for the Defense of Free Competition ruled on the controversy arising from the use of the image of professional footballers without their authorization or a duly authorized legal representative.*

## **Keywords**

*The right to one's own image, Competition Law, Authorization, Legal representative, Economic exploitation.*

## ÍNDICE

<b>1. Introducción</b> .....	1
<b>2. El derecho a la propia imagen y la explotación de la imagen de un individuo con fines comerciales</b> .....	2
<b>2.1. El derecho a la propia imagen</b> .....	3
<b>2.1.1. La faceta como derecho fundamental de la personalidad del derecho a la propia imagen</b> .....	3
<b>2.1.2. La faceta patrimonial del derecho a la propia imagen</b> .....	4
<b>2.1.3. La vinculación entre las dos facetas del derecho a la propia imagen y las limitaciones sobre el derecho a la propia imagen</b> .....	7
<b>2.2. El uso de la imagen de la persona para reproducción con fines comerciales</b> .....	9
<b>2.2.1. La explotación comercial de la imagen de las personas famosas</b> .	9
<b>2.2.2. La explotación comercial de la imagen de menores</b> .....	11
<b>2.2.3. La explotación comercial de la imagen de personas fallecidas</b> ...	13
<b>3. La explotación comercial de la imagen de la persona y su potencialidad como un acto de competencia desleal – las implicancias de utilizar la imagen de un individuo sin las autorizaciones correspondientes.</b> .....	16
<b>3.1. La competencia desleal en el Perú</b> .....	16
<b>3.2. El caso de los álbumes del Mundial y de la Copa América y su uso como punto de referencia en la vinculación del Derecho de la Libre Competencia y el derecho a la imagen</b> .....	18
<b>4. Conclusiones</b> .....	20
<b>5. Bibliografía</b> .....	21

## 1. Introducción

El derecho a la imagen propia y el Derecho de la competencia parecieran ser dos tópicos que podrían resultar completamente desvinculados el uno del otro.

Puesto que, por un lado, tenemos a un derecho fundamental de la personalidad que se le reconoce a todo individuo en base al respeto de su dignidad como ser humano; y por el otro lado, tenemos a la rama del Derecho que, en nuestro país (el Perú), por medio de la aplicación del Decreto Legislativo N° 1044 o de la Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, DL N° 1044 o LRCD), busca resguardar el buen funcionamiento del mercado previniendo que los agentes económicos cometan actos que falten a la buena fe empresarial y propiciando ventajas competitivas que no respondan al criterio de la eficiencia y esfuerzos propios.

Teniendo ello establecido, pareciera imposible que el derecho a la imagen y el Derecho de la competencia se pudieran vincular. Dicho ello, ¿qué pasaría si la imagen de un individuo o de varios individuos fueran objetos o bienes comerciales, bienes que para ser explotados requieran de autorizaciones debidas de sus titulares o sus representantes? ¿qué pasaría si es que un agente económico ha obtenido dichas autorizaciones en condiciones de exclusividad y viera que un competidor suyo está utilizando la imagen de los mismos individuos sin contar con las autorizaciones respectivas y, sobre todo, sin haber efectuado los costos que son requeridos para obtener los permisos?

Una vez planteado dicho supuesto, no pareciera tan lejano que el derecho a la imagen se pudiera vincular con el Derecho de la competencia y, efectivamente, tal vinculación se ha visto materializada en una serie de casos que han estado bajo la competencia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, controversias como lo son las surgidas por los álbumes y figuritas de la Copa América de la Conmebol y del Mundial de Fútbol de la FIFA.

Es así como, bajo tal situación, nos queda la pregunta que motiva el presente artículo ¿Cuál es la vinculación entre el derecho a la imagen y la competencia desleal?

Es a partir de tal cuestionamiento que, este artículo se concentrará en desarrollar el derecho a la imagen en su faceta como derecho fundamental y la explotación comercial a la que puede estar sujeta la imagen de las personas. Ello, como una manifestación de la faceta patrimonial del derecho en cuestión. Posterior a ello, se va a realizar un planteamiento general de la regulación sobre la competencia desleal en el Perú y la represión de los actos que lesionan la buena fe empresarial y, por consiguiente, el correcto desarrollo de la competencia en el mercado.

Finalmente, se procederá a realizar un análisis de las resoluciones de Indecopi que versan sobre los casos de los sticker álbumes del Mundial de Fútbol de la FIFA y la Copa América de la Conmebol. Entre ellas, tenemos la resolución N° 0249-2007/TDC-INDECOPI del 26 de febrero del 2007, la N° 1813-2007/TDC-INDECOPI del 26 de septiembre del 2007, la N° 1396-2008/TDC-INDECOPI del 17 de julio del 2008; y la N° 0086-2019/SDC-INDECOPI del 2 de mayo del 2019. Ello con el fin de identificar cuál ha sido la vinculación generada entre el derecho a la imagen y el Derecho de la competencia.

## **2. El derecho a la propia imagen y la explotación de la imagen de un individuo con fines comerciales**

El derecho a la propia imagen, en nuestro país, se encuentra contemplado en el numeral 7 del artículo 2 de la Constitución y en el artículo 15 del Código Civil. Esta doble contemplación del derecho en cuestión responde a que el derecho a la imagen propia cuenta con una doble faceta. Una faceta como un derecho de la personalidad y derecho fundamental y una faceta patrimonial, mediante la cual, el individuo puede utilizar comercialmente su imagen.

Teniendo en cuenta lo dicho, en este apartado se procederá a desarrollar las facetas del derecho a la propia imagen de las personas, ello para luego profundizar en la explotación de la imagen de los individuos cuando estos

cuentan con determinadas particularidades, pero haciendo un énfasis en cuando la característica principal de la persona es la de ser un personal famosa.

## **2.1. El derecho a la propia imagen**

### **2.1.1. La faceta como derecho fundamental de la personalidad del derecho a la propia imagen**

En primer lugar, el derecho a la propia imagen como derecho fundamental adquiere el rango de derecho constitucional en nuestro país, gracias a que se encuentra reconocido en el numeral 7 del artículo 2 de nuestra Constitución. Asimismo, como el propio título de este segmento del escrito lo dice, el derecho a la propia imagen es un derecho fundamental vinculado a la personalidad de la persona. Ello, en línea a la sentencia del expediente N° 1970-2008-PA/TC del Tribunal Constitucional del Perú, quiere decir que, este derecho deriva de la dignidad que se le reconoce y atribuye al individuo en el primer artículo de la nuestra norma suprema.

Adicionalmente, la sentencia del Tribunal Constitucional que fue citada previamente también establece que el derecho a la propia imagen cuenta con dos dimensiones: la positiva y la negativa.

Respecto a la positiva, se expone que es la potestad que tienen los individuos para delimitar y autorizar la reproducción, captación o publicación de su propia imagen. Por otro lado, la dimensión negativa del derecho a la propia imagen se manifiesta en la capacidad de restricción y hasta prohibición que tienen las personas titulares de su imagen para evitar que ella sea reproducida, captado o publicada cuando de por medio no exista una autorización expresa por parte suya.

Esta delimitación brindada por el Tribunal Constitucional respecto de las dimensiones del derecho a la propia imagen también encuentra respaldo en la doctrina y como ejemplo de ello tenemos al autor Nogueira Alcalá, quien en su texto *“El derecho a la propia imagen como derecho fundamental implícito. Fundamentación y caracterización”*, expone que este derecho protege a las



personas ante la publicación, captación y/o reproducción de su imagen de una forma reconocible y visible.

Asimismo, el autor desarrolla que, cada persona cuenta y puede hacer ejercicio de la facultad exclusiva de determinar: i) en qué momento; ii) de qué manera; iii) por quién y iv) en qué forma se van a captar, reproducir o publicar los rasgos fisionómicos de su persona. A la par que, podrá controlar el cómo se usará su imagen por terceros, lo que significa que, si no existe su consentimiento expreso, también podrá impedir que su imagen sea captada, reproducida y publicada por medio de cualquier procedimiento tecnológico o mecánico (2007, p. 261).

No obstante, el autor también brinda planteamientos adicionales al desarrollado por el Tribunal Constitucional, ya que Nogueira Alcalá expone que el derecho a la propia imagen como derecho fundamental, le garantiza al individuo un ámbito de libertad en lo referente a sus atributos más diferenciales y propios de sí mismo. Atributos que son los que lo identifican, como lo sería su imagen física visible (2007, p. 261). En otras palabras, este derecho como un derecho fundamental y de la personalidad, le atribuye a la persona la libertad de tener agencia sobre su imagen física sin que medie restricción sobre ella; puesto que, al ser cada uno de nosotros individuos, podemos actuar y tener agencia sobre nuestro propio cuerpo, lo que deriva en que tenemos la potestad de moldear y diseñar la imagen que aspiramos y deseamos presentar frente a nuestros semejantes (Nogueira Alcalá: 2007, p. 260).

Por tanto, y a modo de conclusión de esta exposición del derecho a la imagen como derecho fundamental de la personalidad, tenemos que este derecho les brinda a las personas la agencia y libertad para determinar cómo presentan su imagen física ante el resto de la sociedad; puesto que, por medio de ella se dan manifestaciones de sus expresiones culturales, sociales e identitarias. Asimismo, este mismo derecho, habilita a las personas para que puedan tanto permitir, limitar o restringir a terceros la captación, reproducción o difusión de su imagen física.

### **2.1.2. La faceta patrimonial del derecho a la propia imagen**

Teniendo establecido que, la faceta del derecho a la propia imagen como un derecho fundamental de la personalidad le da la libertad a las personas para escoger como brindan su imagen a los demás miembros de la sociedad y les permite otorgar permiso o generar una negativa o restricción a la captación, reproducción y difusión de su imagen por parte de terceros, toca el turno de desarrollar la faceta patrimonial del derecho a la propia imagen. Faceta que permite al titular explotar económicamente su imagen.

Dicho lo anterior, ¿cómo es que la imagen puede llegar a ser explotada comercialmente? Bueno, la realidad es que, la imagen de cada individuo puede ser objeto de una explotación comercial; sin embargo, las personas que verán la explotación de su imagen como algo redituable y como una considerable fuente de ingresos, son las personas con un perfil que les permita ser altamente reconocidos. Por ejemplo, tenemos a los deportistas, actores, escritores, cantantes o modelos.

Es así como, en el Perú contamos con el artículo 15 del Código Civil, el cual tutela el derecho a la propia imagen de la persona y también la voz de esta. Es en el primer párrafo del citado artículo que, se establece que la imagen y la voz de una persona no podrán ser aprovechadas sin que exista de por medio la autorización expresa y manifiesta, ya sea de parte del titular o en caso de que el titular halla fallecido, la autorización de la cónyuge, descendientes, ascendientes o hermanos. Estos últimos de forma excluyente y en el orden citado.

Cabe mencionar que, si es que el titular cuenta con un representante, ya sea este una persona natural o una persona jurídica, debidamente habilitada para brindar autorización sobre el uso comercial de la imagen y la voz, este podrá dar las licencias correspondientes sin mayor inconveniente.

Asimismo, se ha de resaltar que la redacción del artículo 15 del Código Civil también tutela la voz de las personas respecto a su explotación comercial. Este detalle puede ser considerado irrelevante; sin embargo, en el contexto internacional del mundo de la explotación comercial de la imagen de las personas con perfiles de alto reconocimiento – sobre todo en el mundo anglosajón – el derecho a la propia imagen no llega a únicamente enmarcarse

en la concepción de imagen como imagen física que contempla la faceta del derecho a la propia imagen como derecho fundamental; sino que, se deriva en una visión más amplia vinculada con la idea de “personalidad” o “imagen de marca” (Ian Blackshaw, 2019).

Tal es así, que podemos remitirnos a la traducción hecha por los autores Guerra Sánchez y Cabrera Vargas de la definición que el Tribunal Superior de Justicia de Inglaterra desarrolló en la controversia surgida entre Proactive Sports Management Ltd con el jugador Wayne Rooney.

Como se puede deducir de la controversia mencionada en el párrafo anterior, la definición que se desarrolló para el derecho a la propia imagen fue enfocada en el mundo de los jugadores de fútbol. No obstante, dicha definición puede ser aplicable en todo caso en el que se presente la explotación comercial de la imagen de personas famosas. Ello se sostiene en que, parafraseando la traducción elaborada por Guerra Sánchez y Cabrera Vargas, encontramos que el Derecho a la imagen puede consistir tanto en la capacidad de emplear la imagen, el apodo, eslogan, firma, logotipos vinculados, vestimentas, nombre, voz, iniciales, número de equipo o escuadrón, representación en video o película, representación, semejanza, representación gráfica, representación animada, representación hecha de forma computarizada o cualquier otro tipo de representación, etc. de una persona.

Sí bien es cierto que, la definición del derecho a la propia imagen expuesta por el Tribunal inglés corresponde a un caso que conoce una controversia respecto a un futbolista, no ha de escaparnos que en ella se desarrolla que los derechos de imagen en el ámbito comercial pueden llegar a abarcar tanto el aspecto físico de la persona como otros factores como los apodos, firmas, iniciales, reputación, representación en video o película, información biográfica, representación gráfica y en general cualquier tipo de representación, factores que pueden estar presentes no solo en el caso de futbolistas, sino también en actores, cantantes, modelos y cualquier persona de perfil altamente reconocible. Por tanto, en el mundo anglosajón, respecto al contenido al derecho a la imagen, no solo se contempla a la imagen física, sino que se le suman factores adicionales.

Con dicho contexto en el mundo anglosajón, cae de maduro la necesidad de la existencia de una institución jurídica particular que permita proteger el derecho a la propia imagen bajo los parámetros que ellos tienen. En dicha línea, es que ha de tenerse en cuenta la existencia del Rights of Publicity (ROP). El ROP, en pocas palabras, es la institución jurídica anglosajona mediante la cual, los individuos resguardan tanto su imagen, su voz, sus representaciones y todo aquello vinculado a su personalidad – su nombre, voz, frases célebres, firma, etc. – de un aprovechamiento comercial no autorizado (Cavero Safrá, 2012, p. 212).

Sin embargo, regresando a la realidad nacional en la que nosotros no contamos con dicha institución jurídica, es evidente que su aplicación sería imposible, pero como bien se puede deducir del artículo *“El right of publicity y los derechos sobre la imagen y reputación de las celebridades en la industria del entretenimiento”* de Cavero Safrá, la protección de la imagen en términos anglosajones; o sea, incluyendo la firma, las frases célebres y otros factores, es posible mediante la concatenación del derecho a la imagen y voz propias, el Derecho de propiedad intelectual e inclusive el Derecho de la competencia desleal (2012, p. 213).

Por tanto, luego de haber expuesto lo referente a la faceta patrimonial del derecho a la propia imagen, queda evidenciado que la imagen puede ser un bien susceptible de ser explotado comercialmente y que, en nuestro territorio, se ha de requerir de la autorización del titular, de sus herederos o su representante para que esta sea válidamente utilizada y que de lo contrario se estaría vulnerando.

### **2.1.3. La vinculación entre las dos facetas del derecho a la propia imagen y las limitaciones sobre el derecho a la propia imagen**

Como se ha venido desarrollando hasta el momento en este apartado, el derecho a la propia imagen cuenta con su faceta como derecho fundamental de la personalidad y con una faceta patrimonial.

En dicha línea, y teniendo en cuenta todo lo expuesto hasta el momento, es evidentemente que la faceta como derecho fundamental del derecho a la propia

imagen y la faceta patrimonial se van a distanciar en cuanto al sentido que se le da a la imagen. Ya que, en el primero se presenta como la libertad que tiene la persona para presentar su imagen física a la sociedad sin que se le generen mayores restricciones, pues estamos frente a una manifestación de la cultura, identidad y vinculación social de la persona; mientras que, el segundo aborda a la imagen como un bien susceptible de ser comercializado y explotado económicamente.

No obstante, un punto en el que ambas facetas coinciden es en la agencia que tiene la persona para hacer ejercicio de la dimensión positiva y negativa del derecho a la imagen cuando lo considere conveniente. Ello, a pesar de que cada faceta lo hace por motivaciones diferentes.

Siendo que, en la faceta como derecho fundamental se ejercen estas dimensiones en pro de proteger la dignidad e intimidad de la persona; en tanto que, en la faceta patrimonial se ejercen estas dimensiones en búsqueda de resguardar que la imagen del individuo sea explotada comercialmente sin que se lesionen los intereses económicos del titular.

Asimismo, otro punto en el que las facetas del derecho a la propia imagen se verán vinculadas es en las limitaciones con las que cuenta el derecho como tal. Dichas limitaciones se desprenden del segundo párrafo del artículo 15 del Código Civil; por el cual, se estipula que la autorización por parte del titular o heredero, no será necesaria siempre y cuando la reproducción, captación y/o difusión de la imagen o voz de una persona se sustente en la notoriedad de la persona debido al cargo que ocupa (por ejemplo: presidente, ministro, congresista, importante empresario, etc), por hechos de importancia o interés público (mensaje a la nación, transmisión televisiva de algún debate, etc) o por motivos de índole científica, didáctica o cultural, siempre y cuando se vincule con hechos o ceremonias de interés general que se celebren en público.

Por tanto, el punto en el que se encuentran ambas facetas será en el ejercicio de las dimensiones positiva y negativa del derecho a la imagen; y en las restricciones que tiene el derecho a la propia imagen respecto a que el titular pueda autorizar, denegar o limitar la explotación de su imagen.

## **2.2. El uso de la imagen de la persona para reproducción con fines comerciales**

Habiendo expuesto la visión general del derecho a la propia imagen en las dos facetas pertinentes, se procederá a desarrollar las características de la explotación de la imagen de las personas cuando estas son personas famosas, menores de edad o son personas fallecidas.

### **2.2.1. La explotación comercial de la imagen de las personas famosas**

Ricardo Antequera Parilli en su texto, "*Derechos intelectuales y derecho a la imagen en la jurisprudencia comparada*", expone que cuando una persona cuenta con notoriedad pública o, en otras palabras, es famosa, por las propias actividades que realiza asume un mayor riesgo de exposición (2012, p. 431). A esta declaración no le falta verdad; puesto que, las actividades de las personas con un alto reconocimiento público, como lo serían actores, cantantes, deportistas, entre otros, estén sujetas a la crítica y a que su imagen sea captada, reproducida y difundida por terceros sin que muchas veces medie la autorización correspondiente.

En dicha línea, cabe espacio para creer que tal captación, reproducción y difusión sin las autorizaciones respectivas pueden ser amparadas por los supuestos de excepción contemplados en el artículo 15 del Código Civil. Sin embargo, Antequera Parilli plantea que la divulgación de la imagen de algún individuo famoso sin que medie su autorización no se ha de ser justificada únicamente en la idea de que es una persona de alta notoriedad. Sino que, la difusión ha de responder a las necesidades de la información pública. En otras palabras, el titular de su propia imagen puede ejercer su derecho a la misma para resguardarla y hacer vales sus propios intereses y actividades personales si es que la captación, reproducción y difusión de ella, no responde a la necesidad de información pública (2012, p. 433).

Asimismo, la Corte Constitucional de Colombia, en su sentencia del 18 de agosto del 2004 e identificada como sentencia T-696/96 de la Octava Sala de Revisión (pag 433, Antequera), nos da camino a considerar dos cuestionamientos claves

para determinar qué puede ser objeto de difusión cuando hablamos de personas famosas:

- ¿La actuación de la persona se encuentra dentro de un ámbito público?;
- y
- ¿La actuación de la persona obedece a la intención de ser vista y escuchada por quienes allí se encuentran?

Teniendo planteadas dichas preguntas, podemos concluir que, si una persona famosa realiza una actividad en un ámbito público, ya sea un parque, un centro comercial, etc, pero dicha actuación no tiene como objetivo ser visto y escuchado por los demás, no se podría captar su imagen teniendo como justificante un fin informativo, ya que no cumpliría con el segundo cuestionamiento planteado por la corte colombiana.

Por tanto, si nos encontramos ante programas de televisión, revistas, periódicos o portales digitales que, con un fin de lucrativo en base a la satisfacción del morbo y la curiosidad del público y no teniendo en cuenta el ámbito en el que se realizó la actividad y que ella haya sido realizada con el objetivo de ser vistos o escuchados, difunden imágenes de las personas famosas, dicha difusión vulneraría el derecho a la propia imagen de las personas. Lo cual permitiría a los individuos ejercer la dimensión negativa de su derecho, restringiendo la captación, reproducción y difusión de su imagen.

Por otro lado, y retomando la institución jurídica del *Right of publicity*, este es completamente útil para entender el derecho a la imagen de las personas famosas, ya que como se mencionó anteriormente, esta institución permite la protección de la imagen, la representación de las personas, la firma, las frases célebres y otros elementos que se puedan vincular con la identidad y personalidad de un individuo, ya que todos ellos pueden ser objeto de explotación comercial; y como mejor ejemplo de ello podemos mencionar a deportistas como Messi, Mbappe o Paolo Guerrero y a actores como Robert Downey Junior o Emma Wattson, personas que en mayor o menor medida son famosas y que pueden explotar su imagen de forma comercial, lo cual, si

hablamos en términos anglosajones, puede incluir no solo su imagen física, sino también sus voces, firmas, representación, etc.

No obstante, como también se expuso previamente, esta institución no es aplicable en el territorio nacional; por tanto, si hablamos desarrollar el cómo se protegería la imagen de personas famosas en el Perú nos hemos de concentrar en la representación física de la misma, lo cual concentra buena parte de nuestros esfuerzos en elementos como la fotografía y la captación en vídeo de ella.

Es así que, para la protección del derecho a la imagen en un ámbito comercial se ha de tener en cuenta el artículo 15 del Código Civil, el cual ya nos plantea la existencia de una autorización por parte del titular del derecho. Sin embargo, teniendo dicha autorización de por medio, se hace un énfasis en considerar el Derecho de la competencia desleal en esta labor de proteger el derecho a la propia imagen cuando hablamos de la explotación comercial de la imagen, consideración que ya ha sido realizada por el Indecopi en variadas resoluciones y que será desarrollada posteriormente.

### **2.2.2. La explotación comercial de la imagen de menores**

Como ya se mencionó previamente, este apartado busca exponer las características de la explotación comercial de la imagen, haciendo hincapié en la explotación comercial de la imagen de menores de edad.

De forma concisa, como ya se ha expuesto, los individuos en general cuentan con la protección de su imagen gracias al reconocimiento constitucional del derecho a la propia imagen. Asimismo, en un ámbito patrimonial, somos conscientes de la autorización que se debe dar por parte de los titulares del derecho a la imagen para la explotación comercial de la misma. No obstante, se ha de tener en cuenta que, en el caso de menores de edad, se han de tener consideraciones especiales.

Es así como, antes de exponer dichas consideraciones especiales, se tiene dejar establecido que, en mérito del artículo I del Título Preliminar del Código de los Niños y Adolescentes o Ley N° 27337, a los individuos se les considerará niños



o niñas desde su concepción hasta cumplir los doce años y adolescentes desde los doce hasta cumplir con los 18 años. Dejando de lado el debate del concebido y desde cuándo se puede considerar a alguien como sujeto de derechos, esta normativa es clara en determinar los parámetros temporales en los que alguien podrá ser considerado como un menor de edad y; por tanto, será sujeto de las consideraciones especiales referidas previamente.

Y en dicha línea, prosiguiendo con tales consideraciones, se pueden listar de la siguiente manera:

- El rol clave del interés superior del niño, el cual también incluye a los adolescentes.
- Los tribunales son más restrictivos en darles paso a la captación, reproducción y difusión no consentida de la imagen de un menor bajo los supuestos de excepción planteados en el artículo 15 del Código Civil.
- No basta con la existencia de una autorización del titular o, en este caso, del representante del menor para que la imagen del menor pueda ser explotada comercialmente.

Desarrollando punto por punto, tenemos que el primero hace mención del interés superior del niño. Como se ha dicho, este también irradia a los adolescentes y; por tanto, podríamos estar hablando de una figura que encierra a las personas menores de edad como tal. Lo cual se ve reflejando en el artículo 2 de la Ley N° 30466 o Ley que establece parámetros y garantías procesales para la consideración primordial del interés superior del niño. Es en esta norma donde se estipula lo que implica el interés superior del niño. Parafraseando la citada norma, este viene a ser una especie de principio, derecho e inclusive una norma vinculada al procedimiento, la cual brinda al menor, ya sea un niño o adolescente, el derecho a que cualquier medida que lo afecte directa o indirectamente sea considerada y analizada en línea lo que sería mejor para él o, en otras palabras, que al momento de abordar cualquier tipo de medida, ella se evaluará poniendo por delante el interés superior del niño y asegurando el pleno respeto de sus derechos humanos.

En otras palabras, cuando algún tribunal realice algún fallo sobre la captación, reproducción y, sobre todo, difusión de la imagen de un menor, siempre primará el interés superior del niño buscando la protección de sus derechos y evitando su vulneración.

Es así como, teniendo en cuenta esta figura del interés superior del niño y prosiguiendo con el segundo punto, la imagen de los menores siempre será objeto de mayor resguardo por parte de los tribunales (Antequera Parilli: 2012, p. 516). Resguardo que procura no darles mucha cabida a las excepciones para el uso no autorizado de la imagen de un individuo que se ven contempladas en el artículo 15 del Código Civil.

Esto se puede ver reflejado de forma cotidiana cuando vemos las noticias y se llega a observar que el rostro de los menores se encuentra difuminado e inclusive, dependiendo de la nota, sus nombres son puestos únicamente en siglas, ya que ello busca evitar el uso de la imagen o nombre del menor en los medios de comunicación cuando este pueda significar una afectación al honor o reputación del infante o del adolescente. Menoscabo que estaría en contra de los intereses del menor, incluso si es que mediara el consentimiento del mismo o de sus padres, tutores o de quien ejerza su representación legal (Tribunal Supremo español – Sala de lo Civil: 2010, p.8).

Finalmente, enlazando el punto uno y dos, tenemos que no basta con la existencia de una autorización del titular o, en este caso, del representante del menor para que la imagen de este pueda ser explotada comercialmente. Este enlace se genera a partir de que, si la autorización dada por los representantes legales del menor para la reproducción, captación y difusión de su imagen genera una afectación al honor, reputación o derecho a la identidad del menor, esta autorización será considerada como inválida, ello en virtud del interés superior del niño.

### **2.2.3. La explotación comercial de la imagen de personas fallecidas**

La autora española, María Elena Cobas Cobiella, en su artículo *“Protección “Post Mortem” de los derechos de la personalidad. Algunas notas sobre el tema”*,

expone que con la muerte de una persona se darán distintos efectos, los cuales se pueden vincular con el patrimonio y otros con los derechos de la personalidad, como lo es el derecho a la imagen. Siendo que, para ella, el derecho a la imagen es un derecho de la personalidad, este se ve extinto cuando el titular fallece. Lo cual coincide con su "*Ley Orgánica 1/1982 de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen*", que atribuye a los herederos el derecho de protección del buen nombre, imagen o la intimidad del fallecido, pero en un sentido de protección de la memoria y honor del fallecido, más no en un sentido patrimonial.

Ello contrasta con lo expuesto por Cavero Safra, ya que él desarrolla la supervivencia del derecho a la propia imagen luego del fallecimiento del titular, alegando que este derecho es hereditario. En dicha línea, el autor sostiene su afirmación en el artículo 15 del Código Civil; puesto que, en dicho artículo se establece que la imagen de una persona no podrá ser aprovechada sin que medie la autorización de sus herederos en caso ella haya fallecido (2012, p.218).

Teniendo en cuenta la redacción del artículo 15 de nuestro Código, es argumentable que, en nuestro ordenamiento, el derecho a la imagen es hereditario en tanto un aspecto patrimonial, el cual también puede ser objeto de los eximentes de autorización contemplados en el segundo párrafo del artículo 15.

Desde nuestro punto de vista, esta posibilidad de la explotación comercial de la imagen de un fallecido por parte de sus herederos resulta beneficiosa para ellos en tanto la persona haya sido reconocida públicamente y famosa, pues aún después de dejar este plano existencial, la persona podrá seguir brindándole un apoyo económico a los miembros supervivientes de su familia o a quien haya designado como el heredero de su imagen. No obstante, en este terreno proliferan dos cuestionamientos: i) ¿Hasta qué momento los herederos podrán explotar comercialmente la imagen del fallecido?; y ii) ¿Dentro de qué parámetros se ha de dar dicha explotación comercial?

Es claro que tales preguntas pueden ser objeto de su propio debate; sin embargo, para efectos del presente artículo se buscará dar nuestra opinión de

forma concisa. Respecto al primer cuestionamiento, se sostiene hacer una diferenciación si es que los herederos son familiares o un 3ro designado por el fallecido antes de su muerte. Es así como, se postula que para los herederos que cuenten con condición de familiar, el periodo por el cual podrán explotar la imagen de su familiar fallecido será hasta el fallecimiento del bisnieto o bisnieta del titular original. Ello se sostiene en que hasta ese punto es completamente posible y viable determinar la vinculación genealógica con quien fuera en vida el titular de la imagen.

Por otro lado, si el heredero es un 3ro escogido por el titular original, este podrá explotar comercialmente su imagen hasta su fallecimiento sin la posibilidad de que la pueda transmitir a uno de sus propios herederos la posibilidad de explotar comercialmente la imagen que le fue heredada, ya que esta potestad se le entregó de forma particular a ella; por lo que, ya fallecido, carecería de sentido que la potestad de explotar comercialmente la imagen de la persona siguiera estando disponible.

Claro está que esta consideración se daría en el supuesto de que el tercero fuera una persona natural, pero ¿qué ocurriría si es que el titular original deja designada a una persona jurídica la explotación comercial de su imagen ya sea una beneficencia o una empresa como tal? Pues en este caso, se postula emular las consideraciones existentes para con las obras protegidas por los Derechos de Autor; siendo que, se le daría a esta persona jurídica un plazo de 70 años para que de forma exclusiva explote comercialmente la imagen.

Dicho lo anterior, queda la segunda pregunta: ¿Dentro de qué parámetros se ha de dar dicha explotación comercial? Es así como, se sostiene que tanto si los herederos son familiares o un tercero designado, estos deberán de explotar la imagen del fallecido en respeto a su memoria y dignidad, ya que, entre todo, dicha imagen física le perteneció a un sujeto de derechos y que incluso en su muerte ha de ser tratado con respeto.

### **3. La explotación comercial de la imagen de la persona y su potencialidad como un acto de competencia desleal – las implicancias de utilizar la imagen de un individuo sin las autorizaciones correspondientes.**

#### **3.1. La competencia desleal en el Perú**

Siendo que el presente artículo busca desarrollar la vinculación del derecho a la propia imagen y el Derecho de Libre Competencia es pertinente desarrollar los siguientes términos: daño concurrencial y acto de competencia desleal.

En primer lugar, debemos ser conscientes que el desarrollo económico en nuestro país se conduce por el camino de la libre competencia, lo cual implica que las empresas que participan en el mercado ofreciendo sus servicios y/o bienes lo hacen en búsqueda de atraer la mayor cantidad de consumidores posibles; puesto que, entre más consumidores atraigan, mayor porción del mercado tendrán, mejor será su posición en este y tendrán mayores ganancias.

Dicho lo anterior, es lógico pensar que cuando las empresas compiten por el favor de los consumidores y estos opten por la oferta de una en específico, las empresas no seleccionadas por los consumidores dejarán de percibir el ingreso monetario que provenía de ellos, lo cual puede sonar inofensivo, pero si una gran cantidad de consumidores deja de optar por dichas empresas y sus ingresos tienden a una reducción continua, con el tiempo se pondría en riesgo la permanencia del resto de empresas en el mercado. Por tanto, queda evidenciado que el proceso competitivo entre empresas genera un perjuicio entre ellas, perjuicio al que se le denomina “daño concurrencial” y, según Rodríguez García, es consecuencia de la actividad concurrencial sustentada en la eficiencia y esfuerzos propios de cada empresa (2013, p.23).

Asimismo, cabe decir que esta competencia entre empresas con presencia de daño concurrencial es constitucionalmente válida, ya que nuestra Constitución establece y fomenta un sistema de competencia que busca darle prioridad a la eficiencia. Ello se debe a que, en el sistema imperante, si una empresa es más eficiente que otras, la empresa eficiente será la premiada al ser seleccionada por los consumidores para contratar sus servicios o adquirir sus bienes (Stucchi,

2007, p.289). Sin embargo, se debe de dejar algo establecido, sí bien la competencia con presencia de daño concurrencial es válida y promovida, no implica que todo acto competitivo que genere un daño concurrencial sea uno lícito.

Es teniendo en cuenta ello, que entra al escenario el concepto de acto de competencia desleal. Como se expuso previamente, los actos competitivos que generen daño concurrencial se sustentan en la eficiencia y esfuerzo propios de cada empresa participante del mercado, lo cual significa que dichos actos se encuentran en línea a la buena fe empresarial. Por tanto, si es que una empresa o empresas cometen actos que no se encuentran en línea a la buena fe empresarial y; por consiguiente, el daño concurrencial que ellas generan no se da en base a que sean más eficientes y a sus propios méritos, estarían cometiendo acto de competencia desleal que deberán ser sancionados (Sosa, 2020) por el ente competente para conocer y resolver dichos casos, el Indecopi por medio de su Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal y el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

En dicha línea, queda una pregunta en el aire: ¿cuál es la norma que le atribuye al Indecopi tal función? Pues ello se da en mérito del artículo 24 del Decreto Legislativo N° 1044 o Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal (LRCD). No obstante, esta norma, no solo se limita a determinar las autoridades encargadas de la fiscalización de la competencia desleal, sino que también nos bridan parámetros legales para determinar qué se entiende como actos de competencia desleal.

Es así como, nos remitimos al numeral 6.2. del artículo 6 de la LRCD, numeral que coincide con lo expuesto líneas arriba, un acto de competencia desleal es aquél que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe empresarial, buena fe debe de orientar toda concurrencia en una economía social de mercado. Asimismo, el numeral 6.1. del mismo artículo establece que no importa la forma que adopten, el medio que permita su realización o el sector de la actividad económica en la que se manifiesten, estos se encuentran prohibidos y sancionados.

Cabe decir que, en la LRCD, este artículo 6 cuenta con la denominación de “Cláusula General”, denominación que, como puede ser deducible, se debe a la generalidad con la que define los actos de competencia desleal. Sin embargo, esta generalidad es útil, ya que permitirá la subsistencia de la Ley de Represión de la Competencia Desleal en el tiempo sin la necesidad de modificaciones drásticas en su redacción; puesto que, los mercados al evolucionar junto con los avances tecnológicos son propensos a afrontar nuevos tipos de actos de competencia desleal que no necesariamente se van a encontrar tipificados entre los artículos 8 al 18 de la ley en cuestión.

Haciendo hincapié en los mencionados artículos 8 al 18 de la LRCD, estos presentan tipos de actos de competencia desleal que, según Sosa, viene a ser una derivación del empleo que se le da a la cláusula general de la LRCD. En otras palabras, el autor expone que dichos tipos complementan a dicha cláusula. Ello, en tanto, son actos que contradicen la buena fe empresarial; por tanto, se concluye que, si un acto es sancionado por algún tipo o supuesto estipulado en la LRCD, también se le estaría sancionando por el artículo 6 o “cláusula general” (2020).

Por tanto, teniendo en cuenta todo lo dicho en este apartado, se puede concluir lo siguiente, el daño concurrencial es lícito siempre y cuando respete la buena fe empresarial, lo cual implica que el competidor que realizó el acto que desembocó en el daño ha competido en base a su eficiencia y a sus méritos propios; y que todo competidor que haya generado daño concurrencial faltándole a la buena fe empresarial habrá cometido un acto de competencia desleal el cual será fiscalizado por el Indecopi por medio de su Comisión en primera instancia y su Tribunal en segunda instancia.

### **3.2. El caso de los álbumes del Mundial y de la Copa América y su uso como punto de referencia en la vinculación del Derecho de la Libre Competencia y el derecho a la imagen**

Respecto al derecho a la imagen y el Derecho de la Libre Competencia, se deben de tener en cuenta las resoluciones emitidas por el Indecopi sobre las

controversias surgidas por los álbumes del Mundial y de la Copa América, ya que ellas nos pueden dar luces de como estos tópicos a primera vista distantes, pueden encontrarse mucho más cerca de lo que el común denominador creería. Es por lo que es pertinente analizar los puntos resaltantes de ellas y que resulten relevantes para efectos del presente artículo.

En primer lugar, se debe empezar nombrando las resoluciones en cuestión: i) la resolución N° 0249-2007/TDC-INDECOPI del 26 de febrero del 2007; ii) la N° 1813-2007/TDC-INDECOPI del 26 de septiembre del 2007; iii) la N° 1396-2008/TDC-INDECOPI del 17 de julio del 2008; y iii) la N° 0086-2019/SDC-INDECOPI del 2 de mayo del 2019.

Es en las citadas resoluciones que, se puede apreciar que cuando el Indecopi ha estado frente a casos en los que se ha utilizado la imagen sin las autorizaciones correspondientes, se ha optado por sancionar a los competidores por vulneración a la cláusula general, ello bajo el criterio de que han estado produciendo y comercializando productos (bienes) con la imagen de personas sin que mediara de por medio una licencia de uso brindada por los mismos titulares o representantes de los mismos, lo cual les generó una ventaja competitiva, ya que no realizaron los gastos requeridos para obtener dicha licencia.

Asimismo, se puede apreciar que el criterio que viene siendo aplicado por el Indecopi para resolver las controversias en los que se presentan dichos casos, viene siendo utilizado desde hace ya un tiempo, lo cual queda evidenciado al leer las fechas de emisión de las resoluciones mencionadas líneas arriba y que inclusive se encuentre contemplado en los Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial dados mediante Resolución N° 001-2022-LIN-CCD/INDECOPI, la cual fue emitida por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal el 22 de diciembre del 2022.

Dicho lo anterior, si bien el Indecopi, por medio de las resoluciones citadas previamente, no busca sancionar la explotación ilegal de la imagen de las personas famosas (en este caso futbolistas), lo que sí busca, por medio de la aplicación de la regulación de la competencia desleal, es sancionar lo que genera



dicha explotación ilegal constatada en la falta de las autorizaciones legales correspondientes, pues representan un ahorro económico para el competidor infractor, ahorro que le brinda una ventaja competitiva frente al agente económico que sí buscó obtener la licencia de uso de la imagen de algún individuo o individuos, lo cual lesiona la buena fe empresarial y; por tanto, va en contra del correcto funcionamiento del mercado.

#### **4. Conclusiones**

Ya habiendo desarrollado lo que implica el derecho a la imagen propia, la explotación comercial de la imagen de los individuos, el Derecho de la competencia en nuestro marco legal y haber realizado el análisis de resoluciones desarrolladas por el Indecopi que se encuentran vinculadas al derecho a la imagen propia y el Derecho de la competencia, podemos concluir los siguientes puntos:

- El derecho a la imagen propia es un derecho fundamental e inherente al ser humano. No obstante, además de esta faceta como derecho fundamental, también cuenta con una faceta patrimonial.
- La faceta patrimonial del derecho a la imagen propia se manifiesta en la explotación comercial de la imagen del individuo.
- La explotación comercial de la imagen de un individuo requiere de la autorización del titular de dicha imagen o de un representante legal al que se le ha delegado la potestad.
- La concepción de imagen en instituciones jurídicas anglosajonas como el Right of Publicity o ROP puede contemplar a la imagen de un individuo no solo como su imagen física, sino que también puede incluir a sus representaciones gráficas, su firma, su apodo, su voz y todo elemento que sea identificable con él. No obstante, en el Perú la concepción de imagen más allá de imagen física no es aplicable, lo que deriva que para la protección de otros elementos identificables con su persona se recurra a instituciones del Derecho de autor, el Derecho de libre competencia, etc.
- El daño concurrencial es generalmente lícito y una consecuencia de nuestro sistema económico. Sin embargo, si la actuación de un

competidor no respeta la buena fe empresarial y no responde al principio de eficiencia, ese daño concurrencial será ilícito.

- El factor que vincula estos dos tópicos aparentemente desconectados (el derecho a la propia imagen y el Derecho de la competencia) es la explotación comercial de la imagen de los individuos. Lo cual se evidencia en que las resoluciones del Indecopi no sancionan la vulneración al derecho a la imagen *per se*, sino que sancionan la ventaja competitiva (Ahorro de costos) que se produce cuando un competidor utiliza las imágenes de personas, sin que exista la autorización de ellas o de sus representantes; mientras que, el otro competidor sí ha realizado los gastos necesarios para obtener dicha autorización.

## 5. Bibliografía

- ANTEQUERA PARILLI, Ricardo (2012). Derechos Intelectuales y derecho a la imagen en la jurisprudencia comparada. *Colección de Propiedad Intelectual*. Universidad Complutense de Madrid.
- BLACKSHAW, Ian (2019). Claves para entender los derechos de imagen en el mundo del deporte. *OMPI*. Consulta: 25 de septiembre del 2023. Recuperado a partir de [https://www.wipo.int/ip-outreach/es/ipday/2019/understanding\\_sports\\_image\\_rights.html](https://www.wipo.int/ip-outreach/es/ipday/2019/understanding_sports_image_rights.html)
- CABRERA VARGAS, T. E., & GUERRA SÁNCHEZ, M. A. (2022). La Propiedad Intelectual de los Derechos Deportivos Audiovisuales y su relación con el Derecho De Competencia. *Revista Qualitas*, (23), p. 116-135. Consulta: 20 de septiembre del 2023. Recuperado a partir de <https://doi.org/10.55867/qual23.09>
- CAVERO SAFRA, Enrique (2012). “El right of publicity y los derechos sobre la imagen y reputación de las celebridades en la industria del entretenimiento”. *Ius Et Veritas*, (44), p. 213. Consulta: 30 de septiembre del 2023. Recuperado a partir de: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/view/12031>

- COBAS COBIELLA, María Elena (2011). Protección “Post Mortem” de los derechos de la personalidad. Algunas notas sobre el tema. *Revista Aranzadi de Derecho y Nuevas Tecnologías*, (9), p 199 – 216.
- COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL DEL INDECOPI (2022). *Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial. RESOLUCIÓN N° 001-2022-LIN-CCD/INDECOPI del 22 de diciembre del 2022*. Indecopi. Recuperado a partir de <https://repositorio.indecopi.gob.pe/handle/11724/9334>
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ (2000). Ley N° 27337. Ley que aprueba el Nuevo Código de los Niños y Adolescentes. Recuperado a partir de <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H793761>
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ (2008). Decreto Legislativo N° 1044. Ley de Represión de Competencia Desleal. Recuperado a partir de <https://spij.minjus.gob.pe/spij-extweb/detallenorma/H967537>
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ (2016). Ley N° 30466. Ley que establece parámetros y garantías procesales para la consideración primordial del interés superior del niño. Recuperado a partir de <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H1155778>
- CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA – OCTAVA SALA DE REVISIÓN (2004). Sentencia T-696/96. Consulta 26 de octubre del 2023. Recuperado a partir de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1996/T-696-96.htm#:~:text=T%2D696%2D96%20Corte%20Constitucional%20de%20Colombia&text=La%20intimidad%2C%20el%20espacio%20exclusivo,sociabilidad%20natural%20del%20ser%20humano.>
- NOGUEIRA ALCALÁ, Humberto. (2007). El Derecho a la Propia Imagen como Derecho Fundamental Implícito: Fundamentación Y Caracterización. *Ius et Praxis*, 13(2), 245-285. Consulta: 18 de septiembre del 2023. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122007000200011>
- RESOLUCIÓN N° 0249-2007/TDC-INDECOPI del 26 de febrero del 2007

- RESOLUCIÓN N° 1813-2007/TDC-INDECOPI del 26 de septiembre del 2007
- RESOLUCIÓN N° 1396-2008/TDC-INDECOPI del 17 de julio del 2008
- RESOLUCIÓN N° 0086-2018/SDC-INDECOPI del 02 de mayo del 2019
- RODRÍGUEZ GARCÍA, Gustavo M. (2013). Fundamentos económicos y legales de la legislación sobre represión de la competencia desleal: ámbito de aplicación y cláusula general. *Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual*, Vol. 9, (17), p. 19-33. Consulta: 15 de octubre del 2023. Recuperado a partir de <https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/59>
- SOSA, Alex (2020). La cláusula general de competencia desleal: ¿El “caballero” está muerto o anda de parranda?. *Pólemos*. Consulta: 27 de octubre del 2023. Recuperado a partir de <https://polemos.pe/la-clausula-general-de-competencia-desleal-el-caballero-esta-muerto-o-anda-de-parranda/>
- STUCCHI LÓPEZ RAYGADA, P. (2007). La clausura general como elemento esencial en la configuración de los actos de competencia desleal enunciados y no enunciados. *THEMIS Revista De Derecho*, (54), p. 287-308. Consulta: 27 de octubre del 2023. Recuperado a partir de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/8885>
- TRIBUNAL SUPREMO ESPAÑOL – SALA DE LO CIVIL (2010). Sentencia STS 3279/2010. Consulta 26 de octubre del 2023. Recuperado a partir de <https://www.poderjudicial.es/search/AN/openDocument/c2e152a055d8648c/20100708>
- LEY ORGÁNICA 1/1982 DE PROTECCIÓN CIVIL DEL DERECHO AL HONOR, A LA INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR Y A LA PROPIA IMAGEN (1982). Recuperado a partir de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1982-11196#:~:text=Establece%20el%20art%C3%ADculo%20primero%20de,de%20injerencia%20o%20intromisiones%20ileg%C3%ADtimas>