



**Derecho de la Moda: los diseños de moda como objeto de
protección jurídica especializada en Colombia**

Autora
Natalia Said Rios Avila

Directora
Clara Carolina Cardozo Roa

Trabajo de grado para optar por el título de abogada

**Facultad de Jurisprudencia
Jurisprudencia
Universidad del Rosario**

Bogotá - Colombia

2022

Derecho de la Moda: los diseños de moda como objeto de protección jurídica especializada en Colombia

Autor: Natalia Said Rios Avila¹

Correo Electrónico: natalias.rios@urosario.edu.co

Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario

RESUMEN

La moda representa una industria multimillonaria que se estructura a partir del trabajo creativo de los diseñadores. Esta ha encontrado su protección jurídica a través del Derecho de la Moda, una nueva rama del derecho que busca atender de manera puntual las necesidades del sector. Por ello, en el presente artículo, se busca determinar la importancia de implementar nuevas herramientas legales dentro de la legislación colombiana para otorgarle una adecuada protección a los diseños de moda a través de este nuevo bloque normativo.

Para lograr este objetivo, en primer lugar, se presenta el panorama general sobre esta nueva rama del derecho, la relevancia del mercado de la moda en Colombia y los instrumentos jurídicos de la propiedad intelectual, que, si bien son insuficientes, han sido empleados en el derecho colombiano. En segundo lugar, se estudian los instrumentos legales propios de esta nueva rama del derecho y se propone la necesidad de su incorporación en el ordenamiento jurídico colombiano.

Este análisis lleva a concluir que es posible adoptar este tipo de regímenes en desarrollo del documento CONPES 3866.

¹ Estudiante de Jurisprudencia de la Universidad del Rosario

Palabras Clave: Derecho de la Moda, Diseños de Moda, Propiedad Intelectual, Colombia, Estados Unidos, Unión Europea.

ABSTRACT

Fashion represents a multi-millionaire industry, that is built through the creative work of designers. It has found its legal protection through Fashion Law, a new area of law that seeks to attend the needs of the sector in a timely manner. Therefore, this article seek to determine the importance of implementing new legal tools within Colombian legislation to grant adequate protection to fashion designs through this new regulatory block.

To achieve this objective, firstly, the investigation presents the general overview of this new branch of law, the relevance of the fashion market in Colombia and the legal instruments of intellectual property that, although insufficient, have been used in Colombian law. Secondly, the legal instruments of this new branch of law are studied and the need for its incorporation into the Colombian legal system is proposed.

This analysis leads us to conclude that it is possible to adopt this type of regimes in the development of document CONPES 3866.

Keywords: Fashion Law, Fashion Designs, Intellectual Property, Colombia, United States, European Union.

Tabla de Contenido

Introducción	4
1. Derecho de la moda y su ámbito de aplicación dentro del sistema jurídico colombiano ...	6
1.1 <i>Derecho de la Moda</i>	6
1.2 <i>Derecho de la Moda en Colombia</i>	11
2. El impacto económico y cultural de la industria de la moda en Colombia.....	13
2.1 <i>Impacto Económico</i>	14
2.2 <i>Impacto Cultural</i>	17
3. La pertinencia de las figuras legales dentro de la propiedad intelectual para proteger los diseños de moda.	20
3.1 <i>Propiedad Industrial</i>	21
3.2 <i>Derechos de Autor</i>	29
4. Los instrumentos legales empleados en las legislaciones de otros países para proteger los diseños de moda.	32
<i>Estados Unidos</i>	32
<i>La Unión Europea</i>	37
5. Pertinencia y efectividad de los instrumentos legales empleados en las legislaciones de otros países para proteger los diseños de moda.....	40
6. Figuras legales que podrían ser implementadas dentro del ordenamiento jurídico colombiano para proteger los diseños de moda.	43
Conclusiones	46
Bibliografía	51

Introducción

La moda resulta ser no solo una industria multimillonaria, sino que además es el medio a través del cual las personas expresan su identidad y el contexto en el que se está viviendo. Ahora, al tratarse de una industria que es relevante y que se encuentra presente en todas las esferas sociales, debería ser objeto de estudio de una protección jurídica adecuada y especializada a través del Derecho de la Moda, una nueva rama del derecho que busca atender de manera integral las necesidades de las empresas de moda y que actualmente sigue en estado de consolidación.

Debido a esto, el presente trabajo buscará hacer un análisis de los instrumentos legales y la posibilidad de implementar nuevos mecanismos dentro del ordenamiento jurídico colombiano para la protección de diseños de moda. Esta investigación se hará bajo el planteamiento metodológico del enfoque cualitativo, mediante el cual se busca generar ideas y suposiciones que puedan ayudar a identificar soluciones relacionadas con la pregunta problema.

Adicional a esto y considerando que el tema de investigación no cuenta con un sustento teórico suficiente, se procederá a realizar una investigación de tipo exploratorio, pues al tratarse de un tema que resulta ser novedoso, existe muy poca información referente al tema. Además, uno de los propósitos de esta es incrementar el nivel de conocimiento sobre el Derecho de la Moda y su aplicación dentro del ámbito jurídico en Colombia, estableciendo una visión general sobre el tema como una primera medida, para posteriormente establecer las bases para una investigación más profunda en lo que respecta a las nuevas herramientas legales que se pueden implementar dentro del sistema jurídico colombiano para proteger los diseños de moda.

Teniendo en cuenta lo anterior, la investigación describirá de manera simple que se entiende por Derecho de la Moda y como las diferentes áreas legales se unen con esta industria

que suele ser catalogada como de “*superficial*”, para luego hacer el debido análisis del desarrollo que ha tenido el Derecho de la Moda en Colombia y por qué es tan importante darle al trabajo de los diseñadores una protección jurídica que se ajuste a sus necesidades.

Así, el lector de este trabajo de investigación encontrará un apartado en el que se analizará la importancia económica y cultural que ha tenido la industria de la moda en Colombia. Del mismo modo se abordarán las figuras que corresponden a la propiedad intelectual aplicables a las prendas de vestir, teniendo en cuenta que es la rama encargada de otorgar el reconocimiento de derechos a los creadores de los diferentes tipos de obras amparadas por el derecho de autor y a las creaciones protegidas por la propiedad industrial (Florez-Acero, 2019).

Una vez abordados los puntos anteriores, se estudiarán los diferentes mecanismos de protección de prendas de vestir que se han adoptado en diferentes legislaciones, como la norteamericana y la de la Unión Europea – haciendo énfasis en la legislación francesa –, con el fin de evidenciar si existen instrumentos eficaces que se ajusten a la industria de la moda.

Por último, se propondrán medidas que puedan ser adoptadas por el legislador colombiano dentro del ordenamiento jurídico, para hablar de la posibilidad de implementar un nuevo sistema de protección para los diseños efímeros, que se base en criterios de divulgación y no de novedad, como se ve actualmente (Pasuy, 2013).

1. Derecho de la moda y su ámbito de aplicación dentro del sistema jurídico colombiano

1.1 *Derecho de la Moda*

La moda se adapta al contexto social en el que vive cada persona, refleja su identidad y “*representa el sentir y vivir de las mismas en el lugar y momento en el que existen*” (Echeverría, 2022). Tal y como se conoce hoy en día es el fruto de diferentes procesos históricos, como la Revolución Industrial, la invención de la máquina de coser, la aparición de la alta costura y la invención de nuevas técnicas de producción (Pasuy, 2019).

En la actualidad, representa una industria multimillonaria dentro del marco del comercio internacional, que mueve alrededor de 2,4 billones de dólares al año y emplea 75 millones de personas (Aranda, 2020). En Colombia, la industria de la moda representa el 9,4% sobre el total del PIB industrial y emplea alrededor de 600 mil personas. Asimismo, cuenta con más de 14 mil empresas, que se caracterizan por su fuerza de trabajo calificada, especializada y reconocida a nivel internacional (Procolombia, 2019).

Se habla de una industria que ha demostrado ser compleja y que, por lo tanto, necesita de una protección jurídica especial que pueda atender necesidades puntuales en cada una de las etapas de creación, producción y distribución.

Es así como se debe hablar del Derecho de la Moda, una nueva rama del derecho que aún se encuentra en estado de consolidación y que se nutre de distintas áreas, teniendo en cuenta que los negocios que giran en torno a la industria de la moda están regulados por disposiciones legales, tanto nacionales, como internacionales (Knoll & Echeverría, 2014).

Se trata de una disciplina jurídica que nació en Estados Unidos en el año 2005 gracias a la abogada y profesora Susan Scafidi, quien presentó el primer blog dedicado a hablar sobre la materia y posteriormente abrió el primer curso de *Fashion Law* en la Universidad de Fordham en Nueva York (Burgos, 2021). Desde ese entonces se ha ido desarrollando el

concepto, caracterizándose por reunir todos los problemas jurídicos que usualmente enfrentan las compañías de moda y los diseñadores.

Se podría decir que la propiedad intelectual es la principal rama que se aplica a la industria, pues la moda supone un proceso creativo a través del cual se desarrollan bienes intangibles susceptibles de ser protegidos a través de la propiedad industrial y el derecho de autor (Solana, 2017). Sin embargo, la creación de estos diseños lleva a hablar de la cadena de producción y suministro, en la cual se presentan problemas legales típicos que enfrentan diferentes sujetos.

De acuerdo con Buchalska (2016), esta rama se convierte en un conjunto de disciplinas legales que incorpora conceptos relevantes de la propiedad intelectual, el derecho contractual, el derecho corporativo, el derecho comercial, el derecho laboral y el derecho del consumo, entre otros. El derecho resulta estar, entonces, en las distintas actividades de la industria y el abogado involucrado en ella deberá adoptar una visión integral respecto de las distintas normas y jurisdicciones aplicables. Además, será apropiado involucrar temas que abarquen la protección al medio ambiente, la promoción industrial, el cobranding y la transferencia de tecnologías (Knoll & Echeverría, 2015).

La abogada María Juliana Marín (2020), ha dicho que trabajar en esta industria como abogado significa desaprender y aprender a conocer el público, el cliente y con quien se están comunicando, es decir, deberá entonces el profesional *“facilitar la conexión y crear puentes entre la industria creativa y el aspecto legal que suele ser tan tradicional”* (Marín, 2020).

En este sector, el abogado tendrá que relacionarse no solo con el diseñador de modas, sino con empresarios, microempresarios, el sector de la cosmética, marroquinería, fotógrafos, ilustradores, artistas prácticos, artistas urbanos e influencers (Marín, 2020).

Como se mencionó, el Derecho de la Moda se compone de diferentes disciplinas jurídicas que terminan brindando una protección integral a las empresas y los diseñadores. Para hacer más clara esta definición, estas son algunas de las formas en que el derecho se conecta con la moda:

Moda y Derecho Comercial: La creación de una empresa tiene como objetivo el desarrollo de un objeto social y para que este se pueda dar de manera exitosa, se requiere por parte del empresario actuaciones previas para otorgar formalidad, legalidad y adecuada operación a su negocio (Jimenez, s.f.).

Así las cosas, se deben tratar temas de manejo empresarial, constitución de sociedades y asesorías societarias. Además, en el ámbito de las empresas pertenecientes al sector de la moda, se hace aún más importante el acompañamiento por parte de un abogado, pues es necesario proteger de manera adecuada no solo los bienes materiales, sino los bienes intangibles que hacen parte del patrimonio de la sociedad.

Moda y Derecho Laboral: El capital humano es valioso dentro de las empresas del sector y se le debe dar el valor que tiene. Dentro de la cadena de valor de una empresa, que *“describe la gama de actividades que se requieren para llevar un producto o servicio desde su concepción, pasando por las fases intermedias de la producción y la entrega hasta los consumidores finales y su disposición final después de su uso”* (Nutz & Merten Sievers , 2016, pág. 2), intervienen diferentes sujetos que pueden estar vinculados a través de un contrato de trabajo.

Los trabajadores vinculados a las empresas de moda deben contar con contratos que reflejen la justicia en las relaciones que surgen con el empleador y las garantías mínimas, teniendo en cuenta que el derecho laboral es susceptible de ser mejorado.

Moda y Derecho Contractual: En los negocios que giran en torno a la industria de la moda se dan un sin número de contratos de carácter civil y comercial. Frente al negocio mismo se pueden encontrar contratos celebrados con proveedores, de fabricación, distribución, mercadeo y arrendamiento o compraventa. Mientras que en los contratos frente a terceros del negocio se encuentran contratos con clientes, de confidencialidad, publicidad, patrocinio y con aliados o embajadores de marcas.

Otros contratos que resultan ser relevantes dentro de la industria de la moda son los contratos de imagen (cesión de derechos de imagen) y los contratos de licencia o franquicia. No obstante, se pueden encontrar muchos más.

Moda y Derecho del Consumidor: Las empresas de moda se dedican a la manufacturación de productos de diversas clases, como calzado, vestimenta, joyería, marroquinería, etc., que terminan en las manos del cliente. En sus diferentes etapas de creación, producción y distribución, se deberá velar por proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como el respeto a su dignidad e interés económico (Ley 1480 de 2011, artículo 1).

Se debe recordar que en la actualidad se está ante un fenómeno de globalización, que ha permitido la interacción de empresas y clientes a través de internet, haciendo que sean aplicables las normas relativas al e-commerce.

Moda y Derecho Ambiental: La industria de la moda también se caracteriza por ser la segunda industria más contaminante del mundo. De acuerdo con la ONU (2019), el modelo dominante en el sector es el de la moda rápida, que incentiva a comprar y desechar ropa constantemente.

Pocos son los avances que se han tenido en temas de regulación y sanciones para las empresas, pero se han adelantado proyectos de ley como el *Fashion Sustainability Act* en

Nueva York, que tiene por objetivo responsabilizar a las marcas ante los impactos ambientales y sociales que tienen (Cernansky, 2022).

Moda y Propiedad Intelectual: A través de la propiedad intelectual se puede proteger la propiedad industrial, donde se pueden encontrar signos distintivos y nuevas creaciones, y los derechos de autor. A pesar de que no todo lo que es considerado moda es objeto de protección jurídica, gran parte de los diseños de moda pueden ser protegidos a través de esta rama del derecho, que será objeto de un análisis más profundo en los siguientes capítulos.

El siguiente caso, del Edificio Rana Plaza, es un ejemplo de cómo las distintas ramas del derecho se conectan con la industria de la moda:

Bangladesh, al igual que otros lugares del mundo como India, China o Camboya, es conocida por su mano de obra barata. Muchas de las grandes marcas subcontratan fábricas en estos países por los bajos costos que representa, sin olvidar que no tienen responsabilidad alguna sobre los trabajadores, en cuanto no son sus empleadores. Adicional, estos países también se caracterizan por los altos grados de contaminación, generados por la industria de la moda.

El día 24 de abril de 2013 en Dhaka, Bangladesh, se derrumbó uno de los edificios donde se confeccionaban prendas de vestir de distintas marcas de *fast fashion*, dejando un total de 1.134 personas muertas. El accidente se dio como consecuencia de las malas condiciones en que se encontraba la infraestructura del lugar y luego de que los trabajadores alertaran de una enorme grieta que se encontraba en la edificación. A pesar de las advertencias, los trabajadores fueron obligados a seguir trabajando, lo que generó indignación y develó las grandes fallas de seguridad (Chan, 2021) y las malas condiciones laborales en las que trabajan estas personas, sin dejar de mencionar la falta de pago de un salario mínimo, que ha sido objeto de protestas en lugares como Camboya.

Este breve apartado del caso resulta ser relevante en cuanto permite ver como la industria de la moda se conecta con áreas del derecho como el derecho laboral y el derecho ambiental y como es necesaria una regulación unificada enfocada solo al sector de la moda (BBC, 2013).

Aunque no ha sido el primer y último accidente de este tipo, si ha sido el que mayor impacto ha tenido. En el año 2005 se dio el desplome de un edificio, dejando 64 personas muertas y en el año 2013, meses antes del accidente del edificio Rana Plaza, más de 100 trabajadores murieron en un incendio de Ashulia, un suburbio de Dhaka, donde operaban cientos de fábricas (BBC, 2013).

1.2 *Derecho de la Moda en Colombia*

La industria de la moda colombiana se ha posicionado desde hace varios años tanto a nivel nacional, como internacional por la calidad de sus textiles y diseños, sin embargo, no ha sido hasta hace poco que se ha empezado a hablar del Derecho de la Moda en el ámbito nacional.

Aunque Colombia no cuenta con un marco legal específico aplicado a la industria de la moda, es posible aplicar la normatividad existente para regular las relaciones que se dan dentro de la misma. En cuanto a la protección de los diseños de moda, objeto de análisis de esta investigación, se encuentra el régimen de propiedad intelectual, consagrado en normas nacionales e internacionales. No empero, la práctica ha demostrado que la protección de los diseños de moda a través del uso de instrumentos legales no se ve incentivada, pues las herramientas del ordenamiento jurídico colombiano resultan ser contraproducentes, ya que los términos establecidos en la ley son demasiado extensos teniendo en cuenta la temporalidad de las colecciones de moda (Valero, 2014).

Lo anterior resulta problemático, teniendo en cuenta que la propiedad intelectual debe verse como una herramienta de desarrollo social, económico y cultural, por lo que su aprovechamiento fomentaría las nuevas creaciones, la innovación, la transferencia de conocimientos y los aumentos de productividad (CONPES 3866, 2016). Actualmente, el bloque normativo que resulta ser relevante para efectos de la presente investigación es el siguiente:

- Decisión andina 486 de 2000 de la CAN, por medio de la cual se establecen directrices para proteger la propiedad industrial.
- Decisión andina 351 de 1993, por medio de la cual se establecen directrices para proteger los derechos de autor y derechos conexos.
- Artículo 61 de la Constitución Política, a través de la cual se establece la protección de la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.
- La Ley 23 de 1982, por medio de la cual se establece el régimen aplicable a los derechos de autor y conexos
- La Ley 599 de 2000 (Código Penal), por medio de la cual se establecen los tipos penales que protegen derechos de propiedad industrial.

No obstante, el Consejo Nacional de Política Económica y Social, a través una Política Nacional de Propiedad Intelectual (2016), determinó que dentro del ordenamiento jurídico colombiano persisten problemáticas como la baja generación y gestión de activos de propiedad intelectual, la falta de aprovechamiento de los instrumentos de protección de propiedad intelectual, la baja defensa efectiva de los derechos de propiedad intelectual y la falta de conocimientos sobre derechos en la materia.

En el contexto colombiano, también se evidencia que no ha habido un desarrollo tan acelerado en el estudio de la materia, pues mientras que hay legislaciones que incluso han

adelantado proyectos de ley, en este país solo se ha tenido un acercamiento doctrinal por parte de unos pocos autores que se han encargado de estudiar la relación entre las prendas de vestir con las figuras de la propiedad intelectual, sin proponer alternativas para la protección de los diseños de moda.

Autoras como Brenda Salas Pasuy (2019) en su libro *La moda y la Propiedad Intelectual* y Natalia Tobón Franco (2010) en su libro *Derecho de Autor para Creativos*, han hecho una aproximación entre la moda y el derecho, específicamente con la propiedad intelectual.

Estas autoras han reconocido dentro de su trabajo el carácter efímero de las prendas de vestir y la complejidad detrás de los procesos para lograr la protección de los diseños de moda, pues países como el nuestro analizan la novedad de las creaciones desde el objeto y no desde la perspectiva del sujeto. Esto quiere decir que se tiene en cuenta el estado del arte (todo lo que ha sido creado antes) y no el interés del diseñador, en donde se tendría a consideración el esfuerzo creativo del inventor (Pasuy, 2019).

No obstante, aunque no proponen nuevas herramientas legales, analizan la pertinencia de cada una de las figuras de la propiedad intelectual que mejor se adaptan a los diseños de moda, como: los diseños industriales, los modelos de utilidad, las marcas y el derecho de autor.

2. El impacto económico y cultural de la industria de la moda en Colombia

La moda siempre está en constante cambio y ha entrado a un mundo globalizado en el que juega un papel importante. En la actualidad, no solo es una herramienta por medio de la cual las personas reflejan su identidad y construyen su personalidad, sino que se ha destacado como uno de los negocios más rentables a nivel mundial (Vera & Ovalles, 2018).

En Latinoamérica, Colombia se ha consolidado como uno de los principales referentes de moda y cada vez más se va abriendo un lugar en el mercado a nivel global. Su Sistema Moda

está conformado por productores, diseñadores, consumidores, empresarios, medios de comunicación y gobierno, y “*es un engranaje rico en experiencias y diversidad, la mezcla de diferentes disciplinas de Industrias Creativas (...) que convergen para darle vida a las colecciones de pensantes que utilizan la indumentaria como vehículo para expresar sus ideas y emociones*” (Inexmoda, 2018).

Algunos países, como Estados Unidos y Francia, han entendido el valor de la industria dentro de su economía y el desarrollo cultural, y han realizado esfuerzos para fortalecer este sector, especialmente los instrumentos legales por medio de los cuales se pueden proteger los diseños de moda. En el caso colombiano, aún no es objeto de un régimen unificado, pero para poder entender porque es una industria que merece atención jurídica especializada, se debe estudiar su impacto a nivel económico y cultural.

2.1 Impacto Económico

La industria de la moda en Colombia nació en 1907, cuando Alejandro Echavarría creó la primera textilera del país, Coltejer. Desde entonces, se han constituido importantes empresas dedicadas al sector textil, como Leonisa, y han sobresalido diferentes planes políticos y económicos que han llevado a este sector a ser competitivo, diversificado y de clase internacional (Vera & Ovalles, 2018).

Hoy en día, esta industria representa un factor esencial en el desarrollo de la economía nacional, pues aporta más del 9% del PIB industrial, brinda vinculación de mano de obra, siendo fuente esencial de empleo (Martinez, y otros, 2019), y representa más del 5% de las exportaciones, convirtiéndose en el sector más importante de productos no tradicionales exportados al exterior (ProColombia). La Superintendencia de Sociedades (2013), en el informe *Desempeño del Sector Textil-Confección 2008-2012*, ha señalado que “*históricamente el sector textil-confección ha desempeñado un papel fundamental en la economía colombiana,*

gracias a su efecto sobre el empleo, la dinámica empresarial y el impulso de la industrialización del país”.

Para el año 2021, se presentó un incremento positivo que superó todas las expectativas, teniendo en cuenta la crisis sanitaria que se estaba viviendo a cuenta del Covid-19. Ferias de moda como Colombiatex y Colombiamoda, que proporcionan encuentros comerciales, impulsaron las cifras y dieron señales de recuperación para el sector (ProColombia, 2021a).

Así las cosas, las exportaciones crecieron un 53% en valor y un 81% en volumen entre los meses de enero y julio de 2021, lo que se traduce en un total de \$521 millones de dólares en exportaciones de acuerdo con ProColombia, entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país (ProColombia, 2021a).

Flavia Santoro, presidenta de ProColombia, mencionó que las exportaciones de moda colombiana crecieron aproximadamente el 50% y que alcanzaron a registrar más de \$900 millones de dólares entre enero y noviembre de 2021, cifra que se puede comparar con las del 2019, antes de la pandemia (ProColombia, 2022a).

El escenario para el año 2022 resulta siendo alentador, toda vez que la feria de moda Colombiatex de las Américas, que se lleva en el mes de enero en la ciudad de Medellín, dejó \$6,4 millones de dólares en compras inmediatas, un 18,5% más que el año anterior, y \$26 millones de dólares en intenciones de compra a corto plazo (ProColombia, 2022a).

Otros eventos importantes para el sector de la moda en Colombia, además de Colombiamoda y Colombiatex, son:

- **CaliExposhow:** Se ha consolidado como una de las plataformas comerciales de moda más importantes de Latinoamérica, en la que reconocidos diseñaros nacionales e internacionales presentan sus colecciones Primavera-verano del año entrante (Fenalco,

2020). Se realiza cada dos años y busca promocionar la región a través de la moda y el fortalecimiento empresarial del Sistema Moda (El Tiempo, 2019).

- **Bogotá Fashion Week:** Es una plataforma comercial y de promoción de la Cámara de Comercio de Bogotá, que busca posicionar a la capital como la ciudad más importante en los negocios de moda. Reúne e impulsa el talento nacional e internacional de diseñadores emergentes y consolidados colombianos, ayudándolos en el fortalecimiento de sus marcas y ampliando su mercado (Bogota Fashion Week, 2022).
- **Plataforma K:** Es una iniciativa público-privada en la que interviene la Cámara de Comercio de Barranquilla y que busca satisfacer las necesidades de la industria de la moda en la región Caribe colombiana (Barranquilla, 2019). Es un evento que se realiza todos los años y que está dirigido a creativos y empresarios del sector que buscan su inserción a un mercado global (Colombia Co, s.f.).

Ahora, estos eventos no solo buscan la promoción de diseñadores y empresarios en las diferentes regiones del sector, sino que han sido un medio para que los distintos productos colombianos de la industria lleguen a mercados internacionales. Algunos de los países que encuentran a Colombia como un país atractivo para la compra de insumos y prendas de vestir son Estados Unidos, Ecuador, México y Republica Dominicana (ProColombia, 2022a).

De enero a mayo de 2021, las exportaciones a Estados Unidos movieron \$130 millones de dólares, con un aumento del 42,9% respecto del mismo periodo en el año 2020. Algunas de las prendas más vendidas fueron: las fajas y ropa de control, los jeans, los accesorios y los vestidos de baño femeninos. Cabe mencionar, que Estados Unidos también cuenta con plataformas comerciales y eventos de moda que han sido importantes para la industria de la moda colombiana, pues en eventos como Swim Week Miami y Playtime, que se realiza en Nueva York, más de 50 empresas nacionales han podido participar en el calendario de moda de Estados Unidos (ProColombia, 2021b).

En este apartado, también se hace necesario hablar de las nuevas formas de consumo a través del comercio electrónico, pues la manera en que se ofrecen productos y servicios se ha trasladado a otros escenarios. De acuerdo con un informe de ProColombia y la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, las ventas a través de e-commerce aumentaron un 28% para el año 2021 y crecieron en un 79,6% respecto al año 2019, antes de la emergencia sanitaria (ProColombia, 2022b)

La digitalización de los mercados de moda implica cambios en el Sistema Moda colombiano, lo que significa una transformación en modelos de negocio y de consumo. Además, Colombia en los últimos años le ha venido apostando a la sostenibilidad, lo que se traduce en un *“valor transversal a toda la cadena de producción (...) pues los clientes buscan transparencia en la procedencia, costos y materiales de los productos”* (ProColombia, 2022b)

2.2 Impacto Cultural

La cultura es entendida como *“una serie de tejidos sociales que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada”* (InfinityLab, 2014), y la moda muchas veces se convierte en una expresión humana, que refleja la identidad y el contexto en el que se vive. De acuerdo con esto, se puede decir que se habla de expresiones que van de la mano y que están inmersas en un ámbito social (InfinityLab, 2014). En este panorama, la moda termina siendo más que el arte de vestir y se convierte en una *“forma de identificación, diferenciación y de crónica histórica de cada grupo social”* (Cacciaguerra, 2021).

La moda es esencial y es un insumo con el que las personas interactúan todos los días, aún de manera inconsciente. Es el reflejo de los cambios políticos y sociales, y ha sido una puerta a la cultura colombiana, pues no solo se alimenta de tendencias, sino que se articulan diferentes comunidades como las indígenas, las afrodescendientes o racializadas, y gira en

torno a luchas y movimientos sociales como el feminismo. (Castaño, Lunareja, & Salazar, 2021)

En Colombia, el ejemplo más claro de que la moda y la cultura van de la mano en la mayoría de las ocasiones se da cuando los diseñadores de moda se unen a los grupos étnicos artesanos para la creación de productos en el marco de un proceso de diseño participativo. En este proceso, se da un intercambio de saberes, técnicas y experiencias, además, se fomenta el empleo de la artesanía étnica, con el fin de destacar el valor cultural (Artesanías de Colombia, 2019).

Algunos de los diseñadores colombianos más importantes, comprometidos con destacar el valor cultural de nuestra región son: Johanna Ortiz, quien crea cada una de sus colección de la mano de artesanos y utiliza técnicas tradicionales de tejido en muchas de las prendas que presenta (Ortiz, s.f.); Amelia Toro, quien lleva años de trayectoria en el mundo del diseño colombiano y ha preservado el trabajo artesanal de grupos indígenas (Lure Bogotá, s.f.); y Juan Pablo Socarrás, quien inició su trayectoria profesional en Artesanías de Colombia y entendió que por medio de las costuras se puede tejer la identidad nacional. Su trabajo va de la mano de comunidades artesanales, indígenas, desplazadas, afrodescendientes y tradicionales de Colombia (Socarrás, s.f.).

El trabajo de estos profesionales se ha destacado en pasarelas nacionales e internacionales, siendo exponentes del talento y la cultura colombiana. Otros diseñadores que son importantes a nivel nacional e internacional son:

- **Diego Guarnizo:** Quien se ha destacado como diseñador de modas y director de arte de televisión. A través de su marca epónima busca recuperar la artesanía latinoamericana y los textiles naturales (Sánchez, 2021), además, también se ha

apoyado en el trabajo artesanal, la costura, los oficios ancestrales y manuales (Guarnizo, s.f.).

- **Silvia Tcherassi:** Ha sido una de las figuras más destacadas a nivel internacional y ha tenido la oportunidad de presentar sus diseños en semanas de la moda como París y Milán. En la actualidad cuenta con 15 almacenes alrededor del mundo (Tcherassi, s.f.).
- **Esteban Cortázar:** Diseñador colombiano que ha tenido la oportunidad de consolidar una importante carrera en Estados Unidos y que ha tenido influencia de la música latina, el arte y el diseño para crear sus prendas (Vogue, 2016).

Para terminar con este apartado, otro ejemplo que representa el impacto cultural que tiene la industria de la moda colombiana es el “*jean levantacola*” y su historia. De acuerdo con Edward Salazar (2021), investigador en estudios de moda y cultura, y Melissa Zuleta (2021), periodista con maestría en estudios de moda, esta prenda hace parte de la ropa de control y se ha vuelto uno de los productos más representativos de la moda colombiana en el exterior. No obstante, también representaba en los años 80 la “*narco - estética*” y la “*voluptuosidad*” de las mujeres latinas.

Aunque es una opinión controversial el asociar una prenda de vestir con un determinado tipo de estética, en Colombia hubo un quiebre social y económico cuando la elite nacional y expertos en el tema rechazaron este jean por considerarlo de “*mal gusto*” y porque se relacionaba con una cultura ilegal (Zuleta & Salazar, 2021).

Esta prenda de vestir terminó por ser sacada de su espacio y se le quitó la conexión con lo narco, marcando una nueva tendencia. Ahora es una de las prendas más deseadas en el exterior y se ha tratado de replicar en otros países, como China. En Colombia se producen entre 40 y 50 millones de unidades al año y los principales países a los que se exporta son México, Estados Unidos y España (Zuleta & Salazar, 2021).

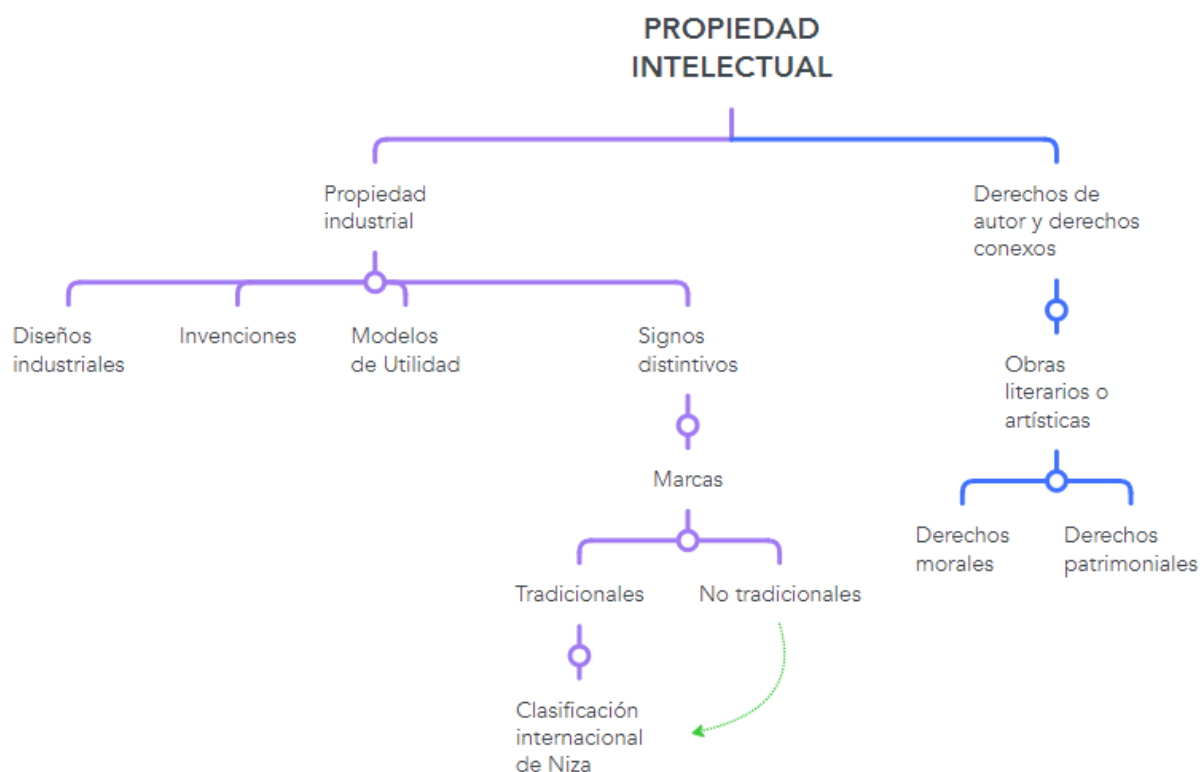
3. La pertinencia de las figuras legales dentro de la propiedad intelectual para proteger los diseños de moda.

En vista de la rama tan amplia que resulta ser el Derecho de la Moda, como se vio en capítulos anteriores, nos centraremos a partir de este momento en el trabajo del diseñador de modas, teniendo en cuenta que el prestigio y la aceptación de las empresas de moda depende en gran parte de sus creaciones, que resultan ser obras del intelecto. Además, se puede decir que es a partir de los diseños que moda que se estructura todo un sistema en el que participan diferentes sujetos, en diferentes etapas.

Ahora, al ser los diseños creaciones del intelecto humano, son susceptibles de ser protegidos a través de la propiedad intelectual, un tipo especial de propiedad que recae sobre bienes incorpóreos que tienen una importancia económica. De acuerdo con Francisco Ternera (2014), esta área el derecho, que se divide en la propiedad industrial y los derechos de autor, se relaciona con creaciones de la mente humana que pueden llegar a ser perceptibles y utilizables si se materializan a través de los medios adecuados.

Dentro del ordenamiento jurídico colombiano, la Propiedad Intelectual encuentra su protección en el artículo 61 de la Constitución Política, el artículo 670 del Código Civil, la Ley 23 de 1982, las decisiones 351 de 1993 y 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y los diferentes tratados y convenios internacionales adoptados por el Estado.

Antes de proceder al análisis de cada uno de los instrumentos consagrados en este régimen, y si resultan ser pertinentes para la protección de los diseños de moda, se establecerá la estructura que se seguirá a través de la siguiente gráfica:



(Grafica realizada por la autora)

3.1 *Propiedad Industrial*

Es una de las ramas que compone a la propiedad intelectual, recae sobre los bienes incorporeales que se relacionan con temas de industria y comercio, que pueden ser principalmente nuevas invenciones o signos distintivos (Orozco & Saavedra Siabatto, 2012). Siendo esta una de las áreas de interés para la industria de la moda, estos son algunos de los instrumentos legales a través de los cuales se pueden proteger los diseños de moda:

Diseños industriales: De acuerdo con el artículo 113 de la Decisión 486 de 2000 de la CAN:

“Se considerará como diseño industrial la apariencia particular de un producto que resulte de cualquier reunión de líneas o combinación de colores, o de cualquier forma

externa bidimensional o tridimensional, línea, contorno, configuración, textura o material, sin que cambie el destino o finalidad de dicho producto”.

En otras palabras, el diseño industrial es una combinación de elementos estéticos y funcionales que le brindan a un producto una apariencia particular que no cambia la finalidad de este (Orozco & Saavedra Siabatto, 2012).

Debe tratarse de un diseño novedoso o singular que no haya sido divulgado o dado a conocer en el último año. Dentro de esta categoría podrían registrarse las prendas de vestir y los accesorios dentro del territorio colombiano. A modo de ejemplo se encuentran los pantalones de Lululemon, la manilla ergonómica con sensor de Nike (Pasuy, 2021) o la manija para carteras y bolsos de la diseñadora Laura Vallejo Arbeláez.

Un ejemplo más reciente de diseño industrial es el traje espacial chino, en el que participó Luo Jianping, señalando que el objetivo era hacerlo estéticamente atractivo, sin que perdiera su fin utilitario y funcionara como un verdadero sistema de protección (Pasuy, 2021).



(Imagen tomada de: <https://news.cgtn.com/news/2021-07-21/China-Space-Station-Industrial-design-behind-the-new-space-suit-1253d6hKeXu/index.html>).

Estas creaciones tienen en común, que enriquecen el estado del arte con piezas que resultan ser innovadoras para el ámbito tradicional (Pasuy, 2021). Sin embargo, este mecanismo no resulta ser el más pertinente, pues en la práctica la novedad puede ser un requisito difícil de cumplir teniendo en cuenta que es un ambiente en el que siempre hay constantes desfiles y exposiciones en donde los diseños son presentados. Además, el proceso de obtención de un diseño industrial muchas veces termina siendo demasiado largo y no termina siendo práctico para el diseñador, pues la vida comercial del diseño ya ha terminado (Franco).

Acerca del procedimiento para el registro de los diseños industriales, la solicitud deberá radicarse ante la oficina nacional competente, que en el caso de Colombia será la Superintendencia de Industria y Comercio. Los artículos 119 y subsiguientes, de la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina, señalan que:

1. Se considerará como fecha de presentación de la solicitud, la de su recepción por la oficina nacional, la cual contará con un término de 15 días para examinarla. Si del examen de forma se indica que no se cumplen los requisitos, se deberá notificar al solicitante para que los complete en un término de 30 días siguientes a la notificación, los cuales podrán ser prorrogables por una sola vez a petición de parte.
2. Una vez se establezca que la solicitud cumple con todos los requisitos, la oficina nacional competente ordenará su publicación para que, dentro de un término de 30 días, quien tenga un interés legítimo, pueda presentar oposición fundamentada que pueda desvirtuar el diseño industrial. Este término establecido para la oposición podrá prorrogarse a petición de parte por un tiempo igual al inicial. De haberse presentado oposiciones, la oficina nacional notificará y concederá un plazo de 30 días al solicitante para que realice la debida contestación o presente documentos.

3. Al igual que el plazo para presentar la oposición, el plazo para efectuar la contestación también puede ser prorrogado por un tiempo igual al inicial. Vencidos los términos anteriores, la SIC examinará si el objeto de la solicitud se ajusta a lo establecido en la norma, si se determina que el diseño industrial carece manifiestamente de novedad, podrá denegarse de oficio la solicitud, pero una vez se indique que el solicitante cumple con todos los requisitos, la oficina nacional otorgará el registro del diseño industrial y expedirá a su titular el certificado correspondiente.

Signos distintivos: Encuentran su protección a través de la Decisión 486 de 2000 de la CAN, artículo 134A, y son aquellas “*creaciones mercantiles que diferencian productos y servicios en el mercado*” (Barrios, 2014, pág. 239) y que tienen la aptitud para distinguir el origen empresarial, como lo pueden ser las marcas, los lemas comerciales, enseñanzas comerciales, etc. En esta ocasión, resulta pertinente hablar sobre las marcas como instrumento legal para proteger los diseños, pues la industria de la moda recurre frecuentemente a este mecanismo.

De acuerdo con la Corte Suprema de Justicia en sentencia del 08 de febrero de 2002, expediente No. 5950, las marcas son palabras, gráficos, sonidos, olores o una combinación de ellos que permiten distinguir el origen empresarial de los productos y garantiza al consumidor la calidad y que ha adquirido un producto auténtico. Adicional a esto, las marcas pueden ser renovadas de manera indefinida a diferencia de las demás figuras, por lo que resultan ser uno de los medios más adecuados para proteger los intereses de los diseñadores.

En cuanto al registro de las marcas ante la Superintendencia de Industria y Comercio, este puede dividirse en cuatro etapas de acuerdo con el Manual Básico de Gestión de los Derechos de Propiedad Intelectual para las Mipyme:

1. En un principio, se entrará en una etapa previa a la solicitud de registro, a través de la cual se verifica por medio de una búsqueda que la marca que se desee registrar no exista o, que, en su defecto, no exista una similar que pueda dar lugar a confusiones. La búsqueda podrá realizarse por cuenta del solicitante, sin embargo, de cancelar una tasa ante la SIC por concepto de derechos oficiales, la entidad puede entrar a realizar la búsqueda y emitirá comprobante de antecedentes marcarios.
2. Finalizada la búsqueda, procederá la presentación de la solicitud, que deberá realizarse a través de formulario único de registro, incluyendo los siguientes datos: 1) Nombre del solicitante, dirección, teléfono, identificación y datos de apoderado, si se ha hecho a través de apoderado; 2) la denominación del signo, bien sea una marca nominativa, mixta o figurativa; 3) la enumeración, de manera detallada, de los productos que se pretenden distinguir; 4) el comprobante de pago de las tasas establecidas por la SIC; y 5) los debidos anexos.
3. Entregada la solicitud de registro, se entrará en una etapa de estudio de forma y publicación, en la cual la Superintendencia de Industria y Comercio verificará la información contenida en la solicitud. De ser necesario, la entidad podrá pedir que se corrija o adicione información. Una vez se haya establecido que la solicitud cumple con todos los requisitos, se hará la publicación de la marca en la Gaceta de la Propiedad Industrial. Esto, con el fin de que terceros interesados puedan oponerse, cuando consideren que sus derechos se pueden ver afectados.
4. Por último, cumplido el término de 30 días hábiles y de haberse constatado que no hay oposiciones, la SIC pasará a una etapa de estudio de fondo, en la cual decidirá si es procedente o no el registro de la marca. De ser susceptible de registro, la misma emitirá acto administrativo concediéndola y asignará un número de identificación.

Los artículos 152 y 153 de la Decisión 486 establecen que el registro de una marca se concederá por un término de diez años y podrá ser renovado por periodos sucesivos de diez años. En los casos en los que se desee renovar el registro de la marca, el titular o quien posea un interés legítimo deberá solicitar la renovación ante la Superintendencia de Industria y Comercio dentro de los seis meses anteriores al vencimiento del registro. De no hacerlo en este plazo, la norma otorga un plazo de gracia de seis meses posteriores a su expiración.

Para terminar este apartado, la clasificación de los productos se realizará de acuerdo con la Clasificación Internacional de Niza, encargada de reunir los productos en diferentes grupos, que van del 1 al 45. En relación con las prendas de vestir, calzado y accesorios, tendremos que recurrir a las clases 18, 23 y 25 principalmente.

Las marcas podrán clasificarse en tradicionales (marcas nominativas, marcas figurativas y marcas mixtas) y no tradicionales (marcas de color, marcas de olor y marcas de posición). Piénsese como marcas las siguientes:

Tradicionales:

- **Marcas nominativas:**

SONY ZARA

(Imagen tomada de: <https://globalgbi.com/definicion-marca-comercial/>)

- **Marcas figurativas:**



(Imagen tomada de: <https://www.runnea.com/articulos/running-news/2015/02/nike-historia-famoso-logotipo-swoosh-1572/>)

- **Marcas Mixtas:**



(Imagen tomada de: <https://1000marcas.net/hermes-logo/>)

No tradicionales:

- **Marcas de color. Color oficial de Tiffany&Co, Pantone 1837C:**



(Imagen tomada de: <https://enriqueortegaburgos.com/tiffany-su-pantone/>)

- **Marcas de posición. Las tres líneas negras de las zapatillas Adidas Superstar:**



(Imagen tomada de: <https://www.adidas.co/tenis-superstar-unisex/FU7714.html>)

Patentes de invención: Están consagradas en el título II de la Decisión 486 de 2000 de la CAN y de acuerdo con el artículo 14 de la misma, son susceptibles de patentarse las invenciones en todos los campos de la tecnología, siempre que sean nuevas, tengan nivel inventivo y sean susceptibles de aplicación industrial. En la industria de la moda, los diseñadores están buscando día a día nuevas formas de producir indumentaria o textiles y el uso de la tecnología ha sido un aliado (Pasuy, 2021).

A través del uso de nuevas tecnologías se han implementado nuevos tejidos y textiles como los “*Smart textiles*”. Ejemplo de esto es el tapabocas que cambia de color de acuerdo con la temperatura corporal de las personas, invento que ha sido patentado por la empresa *Colorprint Fashion* de España (Pastor, 2021).

No empero, no son el medio más eficaz para proteger los diseños de moda y esto tiene que ver con su registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Posterior a la solicitud de registro, podemos ver un trámite con términos demasiado extensos que no se acoplan al tiempo de vida comercial de las prendas de vestir.

El solo análisis de los artículos 40 y 44 de la Decisión 486 de 2000, indican que solo 18 meses después, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, el expediente tendrá carácter público para ser consultado por terceros interesados; dentro del término de 6 meses, contado desde la publicación de la solicitud, el solicitante podrá pedir que se examine la patentabilidad de la invención.

En pocas palabras, el término para la concesión de una patente resulta ser mayor a un año, quedando fuera de las pocas opciones que tienen los diseñadores de moda para proteger sus creaciones.

Patentes de modelos de utilidad: En cuanto a los modelos de utilidad, son definidos por el artículo 81 de la Decisión 486 de 2000 de la CAN como:

“Toda nueva forma, configuración o disposición de elementos, de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto o de alguna parte del mismo, que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que le incorpore o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico que antes no tenía”

En palabras más sencillas, es toda nueva forma o modificación que mejore la utilidad o que incorpore una nueva ventaja a determinado objeto o parte de este.

Las prendas de vestir y accesorios podrán ser objeto de protección a través de este medio cuando además de cubrir o adornar alguna parte del cuerpo, presenten una ventaja o beneficio adicional (Franco, Derecho de autor para creativos, 2010). Un ejemplo de esto es la patente que se otorgó a la Universidad Manuela Beltrán, relacionada a la creación de un brasier que ayuda a aliviar los síntomas de las pacientes con cáncer de seno. El mismo cumplía con los requisitos de novedad y aplicación industrial, por lo que la SIC a través de Resolución No. 42232 del 03 de septiembre de 2019 otorgó el derecho (Superintendencia de Industria y Comercio, 2020).

En cuanto a su registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio, estas también se protegerán a través de patentes, pero sin contar con términos tan largos como se puede ver en las patentes de invención. De conformidad con el artículo 85 de la Decisión 486 de 2000 de la CAN, las disposiciones sobre patentes de invención serán aplicables a los modelos de utilidad, exceptuando lo relativo a los términos, que en todo caso se reducirán a la mitad.

3.2 *Derechos de Autor*

Se caracterizan por ser derechos patrimoniales o extrapatrimoniales, que recaen en cabeza de autores de obras literarias, artísticas y científicas. Debe entenderse por obra la “*manifestación original, creativa, ingeniosa que expresa una idea*” (Barrios, 2014, pág. 231), pues de acuerdo con el ADPIC (Acuerdo de la OMC sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio), en su artículo 9, la protección de derechos de autor abarca las expresiones, pero no las ideas, procedimientos, métodos de operación o conceptos matemáticos en sí.

Dentro de nuestro ordenamiento jurídico, los derechos de autor se protegen a través de la Decisión 351 de 1993 de la Comunidad Andina y la Ley 23 de 1982, que señala en su artículo 2 que estos derechos pueden recaer sobre todas las creaciones del espíritu, siendo las obras de dibujo, pintura, escultura y las obras de arte aplicadas algunas de las formas de producción del dominio artístico que pueden reproducirse o definirse en cualquier forma de impresión o de reproducción.

En este caso, el boceto o dibujo inicial de una prenda de vestir es una expresión artística bidimensional susceptible de ser protegida al ser la manifestación creativa de una idea (Acosta, 2018). Ahora, hablando sobre las prendas de vestir como tal, una vez confeccionadas, se podrían proteger desde las obras de arte aplicado a la industria, es decir, a través de *“las obras artísticas incorporadas en un artículo útil, ya sea en una obra de artesanía o producida a escala industrial”* (Lopez, 2003). La Dirección Nacional de Derecho de Autor ha mencionado a través de concepto jurídico, Rad. 1-2016-18762, que estas obras deben contar con los siguientes requisitos para poder ser objeto de protección por parte del derecho de autor:

1. Debe tratarse de una obra artística original susceptible de ser divulgada o reproducida a través de cualquier medio existente y por existir.
2. La obra deberá encontrarse incorporada a un objeto útil o ser una obra artística que cumpla con funciones utilitarias. Esto, de acuerdo con el artículo 3 de la Decisión 351 de 1993 de la Comunidad Andina.
3. Su elaboración deber ser artesanal o industrial, es decir, su producción podrá darse a través de la elaboración de ejemplares manualmente o de una producción mecánica en serie.

Una de las grandes ventajas de lograr la protección de un diseño de modas a través del derecho de autor, es que el registro de las obras no es constitutivo del derecho, sino declarativo.

Sin embargo, en la práctica, obtener el reconocimiento de estos derechos es complejo; por un lado, las prendas de vestir en la mayoría de los casos no son consideradas “obras”, y por el otro, el mismo Acuerdo para la Protección de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC) les otorgó la facultad a sus países miembro de elegir libremente si protegen o no las obras de arte aplicado y los modelos textiles, dado que tienen una vida efímera. De hacerlo, los Estados deben procurar por que los procesos establecidos sean simples, económicos y expeditos (Franco, Derecho de autor para creativos, 2010).

Por último, la Dirección Nacional de Derecho de Autor por medio de la Circular No. 10 de 2003 hizo referencia a la relación que existe entre las artesanías y el derecho de autor. Como se mencionó en el capítulo anterior, los diseñadores de moda suelen acudir al trabajo de grupos étnicos artesanos para elaborar productos en un proceso de diseño participativo, dando lugar a la posibilidad de crear obras colectivas o en colaboración.

Entiéndase por obra colectiva “*la que sea producida por un grupo de autores, por iniciativa y bajo la orientación de una persona natural o jurídica que la coordine, divulgue y publique bajo su nombre*”, y por obra en colaboración “*la que sea producida, conjuntamente, por dos o más personas naturales cuyos aportes no puedan ser separados*”. Esto, teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 8 de la Ley 23 de 1982.

Esta distinción es relevante para establecer los derechos morales y patrimoniales de los autores de una obra, que atienden al reconocimiento de la creación y a un criterio de carácter económico (Dirección Nacional de Derecho de Autor, 2003).

En cuanto a los derechos morales, como los señala el artículo 30 de la Ley 23 de 1982, recaen sobre el autor de la obra y son perpetuos, inalienables e irrenunciables. Esto significa que el autor tendrá en todo momento el derecho a reivindicar la paternidad de su obra, oponerse a toda deformación, modificación o retirarla de circulación para evitar su utilización. Mientras

que los derechos patrimoniales, de acuerdo con el artículo 12 *ibidem*, son susceptibles de ser cedidos y quien los posea podrá realizar o autorizar la reproducción y comunicación de la obra. Por lo tanto, al transferir los derechos patrimoniales, solo se concede el goce y disposición, conservando los derechos morales de autor en cabeza de este.

4. Los instrumentos legales empleados en las legislaciones de otros países para proteger los diseños de moda.

Tanto Estados Unidos como algunos países de Europa han sido claves para la difusión de la moda, pues es en lugares como Nueva York, París o Milán que ponemos encontrar las grandes marcas de lujo o de alta costura, que luego son tomadas como referencia por otras marcas para crear sus prendas.

Con esto, se hace necesario revisar que instrumentos son utilizados dentro de las legislaciones de otros países para proteger los diseños de la piratería o el fraude marcario. Aunque el Derecho de la Moda es una rama que sigue en estado de consolidación, ha tenido un desarrollo interesante en varios lugares del mundo como Estados Unidos y la Unión Europea. Vale la pena agregar, que no existe un régimen universal que regule a la industria de la moda o a la propiedad intelectual en particular, las medidas que adopte cada Estado para proteger la propiedad industrial o los derechos de autor pueden variar (Montoya, 2021).

Los siguientes son algunos de los instrumentos legales utilizados en estos países para proteger los diseños de moda:

Estados Unidos

Si bien una prenda de vestir es el resultado de un único proceso creativo, los diseñadores de moda muchas veces necesitan hacer uso de múltiples instrumentos legales para protegerla en su totalidad. En Estados Unidos los diseños podrían ser protegidos a través de los derechos de autor, las marcas comerciales, el *trade dress* o las patentes de diseño (Concannon, 2021).

En este caso, el derecho de autor, o mejor conocido como *Copyright*, sería la principal fuente de protección de los diseños. No obstante, el registro marcario es en realidad el medio más utilizado por las marcas para proteger sus diseños (Zarocostas, OMPI, 2018). Esto se podrá evidenciar de acuerdo con la revisión de cada uno de los instrumentos mencionados anteriormente:

Derechos de autor (Copyright): La *U.S. Copyright Act* de 1976 establece que habrá una protección para los diseños de un artículo útil en los casos en los que el diseño puede ser identificado y existir de manera independiente al objeto en el que se encuentra. Cuando se trata de prendas de vestir o diseños de moda, las cortes han considerado que el diseño de una prenda hace parte de la función utilitaria de la misma, por lo que su protección a través de este medio termina siendo compleja (Concannon, 2021). Sin embargo, a través de la jurisprudencia podemos encontrar precedentes que resultan ser relevantes para la industria de la moda como *Star Athletica VS. Varsity Brands*. En esta ocasión, en el año 2017, la Corte Suprema de Estados Unidos señaló que cualquier objeto que pueda ser separado de la prenda de vestir o imaginado por separado y reúna los requisitos, puede ser objeto de protección a través del derecho de autor. Esto, teniendo en cuenta que se trata de diseños que son creados en una primera instancia y después son aplicados a la prenda de vestir (Scafidi, 2020).

Se debe mencionar que no fue en el caso anterior que se habló de la teoría de la separabilidad por primera vez, fue en el caso *Mazer Vs. Stein* en 1954, cuando la Corte Suprema de Justicia de Estados Unidos estableció las bases y señaló que sobre unas lámparas de decoración recaían los derechos de autor. Si bien habían sido pensadas para ser utilizadas como artículos útiles, por separado contaban con todos los requisitos para ser protegidas a través de la ley de *Copyright* (Fashion Law Institute of Spain, 2020).



(Imagen tomada de: <https://ipkitten.blogspot.com/2017/04/varsity-brands-v-star-atheltica-closer.html>)

Marcas comerciales y trade dress: Como se mencionó anteriormente, las marcas son signos distintivos que permiten conocer el origen empresarial de productos o servicios, y le permite al consumidor saber que está adquiriendo un artículo autentico y de calidad. En Estados Unidos, la Ley de Marcas (Ley Lanham de 1946) protege los logos, palabras o combinaciones de palabras y el *trade dress* (imagen comercial), que es el conjunto de elementos que permiten identificar productos, servicios o un establecimiento comercial (Concannon, 2021). Al igual que en la legislación colombiana, serán protegidos por un término de 10 años, susceptibles de ser prorrogados por el mismo tiempo de manera indefinida.

En este país, el registro marcario termina siendo la mejor opción, pues se les recomienda a los diseñadores que incluyan la marca en los diseños de las prendas de vestir. De este modo, le será más fácil a las casas de moda protegerse de la piratería o la infracción marcaria.

Aquí podríamos hablar de la logo - manía, estrategia utilizada por marcas de lujo e incluso de alta costura para proteger sus productos y servicios, y que también se ha convertido en una tendencia. La misma consiste en hacer visible la marca o cualquier otro signo distintivo

sobre los diseños, de manera tal que el consumidor pueda reconocer a simple vista a quien pertenece el mismo. Algunos ejemplos de esto son:

1. La casa de moda Louis Vuitton, que imprime en una cantidad considerable de sus productos su marca:



(Imágenes tomadas de: <https://www.amazon.com/-/es/Vuitton-Monogram-Pochette-Carteras-Art%C3%ADculo/dp/B01N5HF7ZR> - <https://1000marcas.net/louis-vuitton-logo/>).

2. La casa de moda Fendi, que también cuenta con su propio monograma y lo incluye en prendas de vestir y accesorios:



(Imágenes tomadas de: <https://logos-marcas.com/fendi-logo/> - <https://en.vogue.me/fashion/silvia-venturini-fendi-interview/>).

Resulta pertinente señalar el caso *Louboutin VS. Yves Saint Laurent (YSL)*, que giro en torno a una marca de color y en el cual el Tribunal de Distrito Federal de Manhattan decidió a favor de la Marca *Louboutin*, confirmando que había una infracción marcaria por parte de la empresa *YSL*, al vender zapatos con la suela roja, olvidando que desde el año 2008 *Louboutin* había registrado como marca las suelas de color rojo, específicamente el denominado Pantone

18-1663 TPX (Brands+, 2020). En la siguiente imagen se puede observar al lado izquierdo los famosos tacones de *Louboutin*, junto a los zapatos de *YSL*:



(Imagen tomada de: <https://www.thefashionlaw.com/resource-center/cases-of-interest-christian-louboutin-v-yves-saint-laurent/>).

Patentes de diseño: La Ley de Patentes de Diseño de Estados Unidos ofrece protección a “*elementos de diseño ornamental de un producto funcional*” por un término de 15 años, contados a partir del momento de su concesión. En otras palabras, este instrumento legal protege la configuración o forma de cualquier producto funcional. Sin embargo, si la forma del objeto es determinada por su función, entonces el diseño carecerá de este tipo de protección (Concannon, 2021).

La Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (USPTO) es la entidad encargada de examinar las solicitudes de registro y conceder las patentes cuando los diseños son nuevos, originales y son aplicados a un objeto que es utilitario, pues la función de este instrumento es proteger solo la apariencia del artículo y no las funciones del objeto al que es aplicado el mismo. Con esto, se hace necesario establecer la diferencia con las patentes de utilidad, aunque ambos pueden obtenerse sobre artículos, esta última busca proteger la forma en que un artículo funciona o es utilizado (United States Patent and Trademark Office, s.f.).

En el año 2015, la USPTO (United States Patent and Trademark Office) le concedió a Balenciaga una patente de diseño para su famoso *Bow Bracelet*, el cual se ha convertido en un

sello distintivo. Este caso se hizo relevante debido al tiempo en que se concedió la patente, el cual fue de 6 meses, teniendo en cuenta que el término general puede ser de hasta 15 meses. El haber obtenido la patente de diseño le permite a la casa de moda española ejercer acciones judiciales contra “*fast fashion copies*” o cualquier otra persona por infracción de patentes, cuando consideren que el diseño ha sido utilizado por terceros para su comercialización (Molano, 2016).

Sin embargo, la obtención de una patente de diseño en Estados Unidos resulta ser la opción menos favorable, pues resulta ser más costosa y el término de concesión suele ser de más de un año. Solo sería viable acudir a esta opción cuando se trata de marcas reconocidas que cuentan con muchos recursos. Estas marcas pueden proteger sus productos más importantes, es decir, los que se venderán por más de una temporada. En estos casos las patentes de diseños se consideran más como una inversión (Zarocostas, 2018).

La Unión Europea

En lo que respecta a Europa y la protección de los diseños de moda, encontramos antecedentes desde el siglo XV, cuando el Rey de Francia de ese entonces garantizó derechos exclusivos para la fabricación de productos textiles (OMPI, 2008). Hoy en día, para responder a las demandas del sector de la moda, nos encontramos con el Reglamento (CE) No. 6/2002 de dibujos y modelos comunitarios, que prevé la protección de diseños que sean nuevos y tengan carácter individual. El término por el cual se concede la protección es relativamente corto y en algunos casos la protección se da de manera automática (OMPI 2005).

Vale la pena mencionar, que los diseños dentro del régimen de la Unión Europea no se protegen debido a su estética, carácter artístico o valor cultural, sino por lo que representa económicamente para las empresas y sus diseñadores (Cascón, 2020).

Ahora, para determinar si un diseño puede protegerse a través del régimen de dibujos y modelos comunitarios, la OMPI ha señalado que el requisito principal será el grado de diferencia que detecte un usuario informado entre dos o más diseños. Esto, teniendo en cuenta que la primera impresión será diferente frente a los ojos de alguien con el conocimiento sobre determinado tema, en este caso, a ojos de un usuario familiarizado con la moda (OMPI, 2008)

De acuerdo con la abogada Brenda Salas Pasuy (2019), este reglamento se divide en dos esquemas: uno registral que tiene por objeto proteger las creaciones que pretenden tener una vida prolongada en el tiempo, y uno no registral que se encarga de proteger las creaciones que tienen un periodo de vida efímero, como las prendas de vestir.

En este escenario y de acuerdo con el artículo 12 del Reglamento (CE) No. 6/2002, el dibujo o modelo comunitario que haya cumplido con los requisitos establecidos en la ley quedará protegido por un término de cinco años a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Este término podrá renovarse hasta un máximo de veinticinco años.

Del mismo modo, de acuerdo con el artículo 11 del Reglamento en mención, el dibujo o modelo comunitario no registrado quedará protegido siempre y cuando cumpla con los requisitos que establece la ley por un término de tres años contados a partir de la fecha en que la creación se hizo pública por primera vez dentro de la comunidad. Del mismo modo, las exigencias para obtener el derecho exclusivo sobre un diseño no registrado son menores, teniendo en cuenta que el tiempo durante el cual se protegerá es menor.

Con esto, se puede decir que, para el sector de la moda europeo, los dibujos y modelos comunitarios no registrados serían la mejor opción, pues hablamos de una industria que produce un gran número de diseños cada temporada, que no necesita de una protección jurídica larga, pues su vida comercial resulta ser breve.

Una de las legislaciones que vale la pena destacar en esta ocasión es la legislación francesa, en la que se pueden observar dos regímenes encaminados a proteger los diseños de moda. Esto se debe a la consciencia que ha tomado el legislador sobre la importancia de la moda en este país, que no solo es uno de los líderes en la industria, sino que comprende la alta costura (Pasuy, 2019).

Francia

Por un lado, está el Código Francés de la Propiedad Intelectual, que establece en su artículo L112-2, que las creaciones de las industrias de temporada y de la apariencia pueden ser protegidas a través de los derechos de autor al tratarse de “*obras del espíritu*” (Pasuy, 2019):

“Se consideran especialmente obras del intelecto humano en el sentido del presente Código:

(...)

14° Las creaciones de las industrias de temporada de la confección y de la fabricación de joyas y aderezos personales. Se considerarán industrias de temporada de la confección y de la fabricación de aderezos personales, las industrias que por exigencias de la moda, renuevan con frecuencia la forma de sus productos y, especialmente, la fabricación de prendas de vestir, la peletería, la lencería, el bordado, la moda, el calzado, la guantería, la marroquinería, la fabricación de tejidos de gran novedad o especiales para la alta costura, la producción de joyas y calzado a medida, así como las fabricaciones de tejidos para la decoración de interiores”.

Y por el otro lado, Francia tiene un régimen basado en los dibujos y modelos industriales. Este régimen se contrapone al Reglamento (CE) No. 6/2002 de la Unión Europea, pues la protección para las creaciones se obtiene a partir del registro y no por el mero acto de creación y divulgación. No obstante, al ser Francia un país perteneciente a la Unión Europea

cuenta con una doble protección en este ámbito, pues cuenta con los dibujos y modelos nacionales y los dibujos y modelos comunitarios (Pasuy, 2019).

5. Pertinencia y efectividad de los instrumentos legales empleados en las legislaciones de otros países para proteger los diseños de moda.

Cuando se habla de moda, se tiende a pensar que se está hablando de un tema que resulta ser superficial, sin embargo, hasta este punto se ha demostrado que en lugares como Colombia o Francia tiene un impacto tanto económico, como cultural. También se ha demostrado que existen diferentes instrumentos legales, en varias legislaciones, que se pueden adaptar a la industria para proteger los diseños y las prendas de vestir, que resultan ser la base de todo el sector.

Ahora, resulta oportuno analizar la pertinencia y efectividad de estos, pues se debe recordar, que cuando hablamos de Derecho de la Moda, hablamos de una rama del derecho relativamente nueva, que no ha tenido el mismo avance en las diferentes partes del mundo.

Estados Unidos

Como se mencionó anteriormente, el Derecho de la Moda nace en Estados Unidos y se caracteriza por reunir los problemas jurídicos que usualmente enfrentan las compañías de moda y los diseñadores. No obstante, la protección resulta ser mínima, pues muchas veces acudir al registro marcario, los derechos de autor o las patentes de diseño representa costos excesivos y tiempos de espera prolongados, sin olvidar el estricto estudio al que son sometidas las solicitudes.

Lo anterior, teniendo en cuenta que las opiniones en esta materia se encuentran divididas y para la mayoría las leyes de Estados Unidos no buscan crear un monopolio sobre artículos útiles, como resultan ser las prendas de vestir (Zarocostas, 2018).

Se debe mencionar que, en el año 2011, Robert Goodlattice introdujo un proyecto de ley llamado *Innovation Design Protection and Piracy Prevention Act*, que pretendía brindar una protección legal para los diseños de moda americanos. En el año 2012 se introdujo por parte de otro senador una propuesta parecida llamada *Innovative Design Protection Act Of 2012*. No empero, se trata de actas fallidas que no han sido adoptadas dentro de la legislación a pesar de haber sido bastante discutidas (Artz Ash, y otros, 2014).

El argumento principal de quienes se oponen es que la moda es fundamentalmente imitable, por lo que la propiedad intelectual aplicada a la industria sería contraproducente. Para ellos la imitación estimula la creatividad, acelera el ciclo de la moda y democratiza la misma (Artz Ash, y otros, 2014).

A esto se le llama la Paradoja de la Piratería, una teoría desarrollada por dos profesores norteamericanos, Kal Raustiala y Christopher Sprigman, en “*The piracy paradox: innovation and intellectual property in fashion design*”. La misma establece que es a través de la copia que los diseñadores se ven obligados a crear colecciones cada vez más innovadoras en cada temporada y producir nuevos diseños, resultando de alguna manera ser algo beneficioso para la industria de la moda. Incluso figuras como Donatella Versace, directora de Versace, han asegurado que “*ser copiado es un honor*”.

Por otro lado, quienes optan por una protección más fuerte para los diseños de moda apuntan al sector en Europa, para poner de presente que la protección de los diseños a través de la propiedad intelectual no afectaría la industria dentro de los Estados Unidos (Artz Ash, y otros, 2014). Por el contrario, esto llevaría al desarrollo de la industria al incentivar a los diseñadores a crear nuevas prendas y accesorios, cada vez más novedosos, ya que contarían con la seguridad de que sus diseños están respaldados por la legislación interna y que no van a ser copiados.

Un aspecto que destacar dentro del ordenamiento jurídico de Estados Unidos es la formación que tienen los abogados en el Derecho de la Moda. Esta rama del derecho ha sido implementada en los programas de diferentes universidades y escuelas de derecho del país, como la Universidad de Fordham, la Escuela de Derecho de Nueva York y la Escuela de Derecho Benjamin N. Cardozo. Además, comités como el de *New York Bar Association* se han comprometido a brindar una red de soporte legal con abogados dispuestos a prestar servicios de manera gratuita y limitada en tareas sencillas como asesoramiento, redacción de contratos y registros de marcas.

Unión Europea

Como se mencionó previamente, la Unión Europea cuenta con el reglamento (CE) No. 6/2002 del Consejo de la Unión Europea, a través del cual se protegen los dibujos y modelos comunitarios registrados y no registrados. El artículo 4 del mismo establece como requisitos de protección para ambos los siguientes:

“1. El dibujo o modelo será protegido como dibujo o modelo comunitario si es nuevo y posee carácter singular.

2. Un dibujo o modelo aplicado o incorporado a un producto que constituya un componente de un producto complejo es nuevo y posee carácter singular:

a) si el componente, una vez incorporado al producto complejo, sigue siendo visible durante la utilización normal de este último, y b) en la medida en que aquellas características visibles del componente reúnan en sí mismas los requisitos de novedad y carácter singular.

3. A efectos de lo dispuesto en la letra a) del apartado 2, se entenderá por utilización normal cualquier utilización efectuada por el usuario final, excluidos los trabajos de mantenimiento, conservación o reparación.”

Sin embargo, para la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) los dibujos y modelos comunitarios registrados no resultan ser el medio más adecuado para proteger diseños de moda, pues de acuerdo con cifras de la OAMI (Oficina de Armonización del Mercado Interior) de la Unión Europea, en el año 2007 solo se atendieron el 9% del total de solicitudes de registro de diseños pertenecientes a la clase 2 (artículos de vestir y mercería) de la Clasificación de Locarno.

Del mismo modo, los diseñadores consideran que el término que dura el trámite de registro no coincide con el término que duran las colecciones cada temporada, por lo que prefieren invertir el dinero en la creación de nuevas prendas.

En cambio, los diseños comunitarios no registrados parecen ser una solución eficaz al alcance de los diseñadores, ya que no requiere de ningún trámite, solo de su publicación. Entiéndase por publicación la exposición, comercialización o divulgación por cualquier medio, sin contar la divulgación que se haya hecho ante terceros en condiciones de confidencialidad (Cascón, 2020).

6. Figuras legales que podrían ser implementadas dentro del ordenamiento jurídico colombiano para proteger los diseños de moda.

Para este punto de la investigación, conviene estudiar la posibilidad de implementar dentro del ordenamiento jurídico colombiano herramientas legales que permitan una adecuada protección a los diseños de moda, pues habiendo visto el impacto económico y cultural que la industria de la moda tiene en Colombia, se hace necesario buscar nuevas alternativas legales que se adapten a nuestro ordenamiento jurídico para protegerla.

Si bien los instrumentos consagrados en las diferentes normas son susceptibles de adaptarse para lograr la protección de prendas de vestir, encontramos que legislaciones como la francesa protegen de manera expresa en su Código de Propiedad Intelectual las creaciones

de temporada, en las que entran las prendas de vestir, calzado, accesorios, etc. Cabe aclarar, que no todos los instrumentos legales mencionados con anterioridad resultan ser pertinentes, por las razones que se entraran a exponer.

En primer lugar, Estados Unidos, a pesar de ser la cuna del Derecho de la Moda, no cuenta con herramientas legales lo suficientemente eficaces para proteger los diseños de moda o instrumentos legales distintos a los que podemos encontrar en Colombia. Aunque las patentes de diseño parecen ser un instrumento diferente, se pueden equiparar a los diseños industriales, consagrados en la Decisión 486 de 2000 de la CAN, ya que ambos buscan proteger exclusivamente la apariencia de un objeto determinado sin cambiar su finalidad.

No empero, el desarrollo jurisprudencial que ha tenido Estados Unidos en comparación a Colombia ha sido mucho más avanzado. El sistema jurídico de los Estados Unidos hace parte de la familia del Common Law, sistema jurídico que se caracteriza por asentar su estructura jurídica principalmente en la jurisprudencia, es decir, en el precedente. Es importante resaltar, que dentro del sistema jurídico norteamericano la *ratio decidendi* de las sentencias que ya han sido dictadas, obligan a los demás tribunales inferiores y de la misma jerarquía a fallar del mismo modo o de manera similar (Zárate & Garcia Martinez, 2008). Esto, resulta ser una ventaja del ordenamiento jurídico estadounidense frente al colombiano en materia de Derecho de la Moda, pues las marcas pueden acudir a decisiones basadas en casos similares que apoyen su defensa, cuando estén ante infracciones de derecho de autor o marcarias.

En el caso colombiano, la situación es diferente, pues no hay una línea jurisprudencial en la materia, además, el sistema jurídico colombiano encuentra sus bases principalmente en la ley, es decir, en aquellas normas que están positivizadas. Aquí, la jurisprudencia, de acuerdo con la sentencia C-104 de 1993 de la Corte Constitucional, orienta, auxilia, ayuda y apoya la decisión del juez, que se basará principalmente en la ley. Esto quiere decir, que Colombia debe

buscar la modificación de las normas existentes en pro de conseguir una protección jurídica de los diseños de moda o la implementación de nuevos instrumentos jurídicos que permitan la protección de estos de manera rápida y económica.

En síntesis, no hay instrumentos jurídicos estadounidenses que puedan ser adoptados por parte del legislador colombiano para la protección de los diseños de moda, pues como se ve no hay ninguno que no guarde semejanza con los que ya están establecidos dentro de la ley.

En segundo lugar, compete hablar de la Unión Europea y su régimen de dibujos y modelos comunitarios, que podría ser adoptado dentro del ordenamiento jurídico colombiano. Como se mencionó, los diseñadores en muchas ocasiones prefieren invertir el dinero en sus colecciones que, en el registro de sus diseños, debido a los términos establecidos para cada solicitud de registro. Vale la pena decir que, en los últimos años, las marcas han aumentado el número de colecciones que presentan al año, haciendo de la moda, algo cada vez más y más efímero. No obstante, si entramos a mirar el ámbito colombiano, los diseñadores presentan menos colecciones al año, haciendo que la duración de sus prendas en el mercado se prolongue un poco más en el tiempo.

El Acuerdo sobre los ADPIC (Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio), del cual hace parte Colombia, señala en su artículo 25 que los miembros podrán establecer la protección de los dibujos y modelos textiles, y de hacerlo, cada miembro se asegurara de que las prescripciones que hayan de cumplirse para conseguir su protección no dificulten de manera injustificada la posibilidad de obtención de esa protección. Sin embargo, la protección que brindan deber ser de 10 años como mínimo, término que no se adapta a la vida de una prenda de vestir, que puede llegar a ser efímera.

Es aquí donde debería plantearse la posibilidad de integrar nuevos instrumentos jurídicos que respondan a las necesidades de los diseñadores de moda colombianos, como los

dibujos y modelos comunitarios registrados y no registrados. Como se mencionó, el término de protección varía entre los 3 o 5 años dependiendo del registro y los requisitos para su protección son menos exigente por tratarse de un tiempo más breve.

En Colombia, se podría plantear a manera de proyecto de ley la implementación de un nuevo régimen de protección para los diseños y modelos textiles que brinden una protección a aquellas prendas de vestir que sean nuevas y originales, que solo requieran de ella por un término más corto. La protección jurídica especializada estaría soportada por la importancia que tiene a nivel económico y cultural como se vio a lo largo de este escrito, ya que la industria de la moda ha demostrado ser no solo una fuente importante de ingresos para el país, sino también una fuente generadora de empleo que requiere de la mano de obra de miles de personas.

El implementar un nuevo régimen, como el de la Unión Europea, le resultaría más cómodo y representaría realizar trámites más sencillos a los diseñadores. De acuerdo con el documento CONPES 3866, desarrollado por el Consejo Nacional de Política Económica y Social, la propiedad intelectual es una herramienta de desarrollo social, económico y cultural para los países, que desarrollada y promocionada de la manera correcta puede llegar a incentivar la creación, innovación, transferencia de conocimientos y generar aumentos en la productividad.

Conclusiones

El presente trabajo de investigación tenía tres objetivos generales, de los cuales se desprendían seis objetivos específicos, que pretendían:

- Determinar la importancia de implementar nuevas herramientas legales dentro de la legislación colombiana para otorgarle una adecuada protección a los diseños de moda a través del Derecho de Moda;

- Analizar los instrumentos legales que se han implementado en las legislaciones de otros países para proteger los diseños de moda;
- Y estudiar la viabilidad de la implementación de nuevos instrumentos dentro del sistema jurídico colombiano para la protección de los diseños de moda.

Estos, fueron desarrollados a lo largo del escrito, a través de seis capítulos, de los cuales podemos concluir lo siguiente:

La industria de la moda ha demostrado estar estrechamente conectada con el derecho a través de distintas áreas, que intervienen en las distintas etapas de creación, producción y distribución. En el ámbito colombiano, aunque no tengamos un régimen unificado que aplique específicamente a este sector, contamos con diferentes disposiciones legales que hacen parte del régimen de propiedad intelectual, que se pueden aplicar específicamente a la protección de diseños de moda, objeto de este trabajo de investigación. Además, se puede encontrar el trabajo doctrinal de abogadas como Brenda Salas Pasuy y Natalia Tobón Franco, quienes han hecho un acercamiento entre la moda y los distintos mecanismos que señalan la propiedad industrial y el derecho de autor.

Sin embargo, el Consejo Nacional de Política Económica y Social, a través de una Política Nacional de Propiedad Intelectual (2016), determinó una serie de problemáticas, como la falta de aprovechamiento de los instrumentos de protección de creaciones y la falta de conocimiento sobre derechos en la materia.

Esto nos lleva a decir, que, en Colombia, el desarrollo del Derecho de la Moda ha sido lento. Si bien hablamos de una nueva rama del derecho que sigue en estado de consolidación, hablamos de una rama que debería ser atendida de manera adecuada por el legislador, teniendo en cuenta el impacto económico y cultural que tiene la industria de la moda en nuestro país.

En cuanto al impacto económico, debemos decir que no solo es una de las fuentes de ingresos más grandes que tiene Colombia, sino que es un generador de empleo para miles de personas que participan en la cadena de valor. Adicional a esto, los distintos espacios que buscan promocionar a los diseñadores y llevar productos colombianos a mercados internacionales, han demostrado ser plataformas esenciales para exportar textiles y prendas de vestir a países como Estados Unidos, Ecuador, México y República Dominicana, sin olvidar que es la industria que más exporta productos no tradicionales.

Por el otro lado, en cuanto al impacto cultural, podemos mencionar que no solo es un espacio en el que se articulan diferentes comunidades que develan la diversidad de nuestro país, sino que a través de la moda se narran historias y el contexto en el que vivimos. Pues como mencionamos desde un inicio, la moda refleja la identidad, y el sentir y vivir de las personas.

En este orden de ideas, el ordenamiento jurídico colombiano sí contempla una serie de mecanismos legales a través de la propiedad industrial y el derecho de autor, que en ocasiones han sido utilizados como instrumentos para proteger diseños de moda. No obstante, los creativos de esta industria no se ven incentivados a utilizarlos, pues como se puede observar, en la mayoría de los casos los términos para conceder los registros son demasiado extensos o el estudio del requisito de novedad demasiado exigente.

Lo anterior hace que no sean mecanismos eficaces y que acceder a los mismos no sea de interés para los diseñadores, pues el tiempo de vida comercial de las colecciones no coincide con los términos establecidos en la ley.

Aunque las obras de arte aplicadas a la industria deberían ser el medio adecuado para la protección de prendas de vestir, podemos ver que el medio que mejor podría responder a las demandas del sector sería el registro de signos distintivos, que pueden ser implementados en los diseños de moda para diferenciarlos en el mercado.

Ahora, entrando a las conclusiones del análisis que se ha hecho sobre otras legislaciones, Estados Unidos y Europa han tenido un desarrollo más avanzado en esta materia. En primer lugar, los instrumentos legales que podemos encontrar en la legislación norteamericana no son tan diferentes a los que podemos encontrar dentro del ordenamiento jurídico colombiano. No obstante, la práctica nos permite ver que este país sí cuenta con una línea jurisprudencial que sirve como precedente para las marcas cuando se ven inmersas dentro de alguna infracción marcaria o de derechos de autor.

En segundo lugar, cuando entramos a revisar la legislación de la Unión Europea, nos encontramos con los dibujos y modelos comunitarios registrados y no registrados, un instrumento legal novedoso que concede la protección de diseños nuevos e individuales a partir de su divulgación y no desde el estudio de la novedad como requisito, lo que hace que sea más sencillo para los diseñadores obtener la protección de sus diseños.

No empero, lo anterior no quiere decir que se trate de instrumentos más eficaces que los que están consagrados dentro del ordenamiento jurídico colombiano. Estados Unidos enfrenta una problemática similar a la colombiana cuando hablamos sobre la protección de diseños de moda. A pesar de contar con los instrumentos legales, muchas veces acudir a estos representa tiempos de espera prolongados y costos excesivos. Aunque un aspecto a destacar es que a pesar de que Estados Unidos ha tenido algunos proyectos de ley encaminados a la protección de diseños de moda que han sido fallidos, la discusión sigue sobre la mesa, sin olvidar la formación académica de los abogados, que resulta ser valiosa. Las escuelas de Derecho brindan una mejor preparación a los juristas, a través de programas de Derecho de la Moda, lo que les permite brindar un mejor servicio a los clientes en temas relacionados con sus empresas y la protección de sus creaciones.

En Europa, aunque el régimen de dibujos y modelos comunitarios parece ser compatible con la protección de los diseños de moda, los dibujos y modelos comunitarios registrados son poco atendidos por parte de la OAMI (Oficina de Armonización del Mercado Interior) de la Unión Europea, cuando se trata de artículos de vestir. Por lo tanto, la mejor opción en este caso es acudir a los dibujos y modelos no registrados, que no requieren de un estudio previos, solo de la publicación del diseño, para lograr la protección de los diseños por un término de 3 años.

Así las cosas, Colombia requiere de la actualización de las normas a través de las cuales se regula la propiedad intelectual o de la implementación de un nuevo régimen como el de los dibujos y modelos comunitarios de la Unión Europea. Documentos, como el CONPES 3866, han develado problemas en la política pública para la protección de activos de propiedad intelectual, pues hay debilidades en el aprovechamiento de los instrumentos de protección y una baja defensa de estos. Por esto mismo, el adoptar un nuevo régimen como el descrito en el párrafo anterior para la protección de diseños sería un avance en la actualización del marco normativo, que generaría confianza por parte de los ciudadanos y la promoción de la propiedad intelectual, que resulta ser una herramienta de desarrollo en la actualidad.

Bibliografía

- Acosta, J. (2018). Colombia. En A. I. Intelectual, *Guia Iberoamericana de Fashion Law* (págs. 58-65). Asociacion Interamericana de la Propiedad Intelectual.
- Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC). 15 de abril de 1994.
- Aranda, A. (23 de febrero de 2020). *Forbes*. Obtenido de Forbes: <https://forbes.es/empresas/61773/esta-es-la-gran-amenaza-moda/>
- artesanía, S. d. (2019). *Artesanías de Colombia*. Obtenido de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/artesanía-indígena-y-moda-celebran-nuestro-origen_13524
- Artesanía, S. d. (2019). *Artesanías de Colombia*. Obtenido de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/artesanía-indígena-y-moda-celebran-nuestro-origen_13524
- Artz Ash, K., H. Bernstein , D., M. Bloom , E., Borrelli, A., Carnabuci , C., Colman , C., . . . Zerbo , J. (2014). *Fashion Law: A guide for designers, fashion executives & attorneys*. New York: Fairchild Books.
- Autor, D. N. (2003). *Dirección Nacional de Derecho de Autor*. Obtenido de http://derechodeautor.gov.co:8080/en/circulares1?p_p_id=110_INSTANCE_8ykFOoCCUd87&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_110_INSTANCE_8ykFOoCCUd87_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&_11
- Barranquilla, C. d. (09 de mayo de 2019). *Camara de Comercio de Barranquilla*. Obtenido de <https://www.camarabaq.org.co/plataforma-k/>
- Barrios, F. T. (2014). *Bienes* . Bogotá D.C: Universidad del Rosario.
- Brands+. (26 de febrero de 2020). *Brands+*. Obtenido de <https://www.brandsprotectionnews.com/ysl-vs-louboutin-como-una-suela-roja-cambio-las-marcas-registradas-en-la-moda/>
- Buchalska, J. (2016). Fashion Law: A new aproach. *Queen Mary Journal*, 13-26.
- Burgos, E. O. (23 de febrero de 2021). *Enrique Ortega Burgos*. Obtenido de Enrique Ortega Burgos: <https://enriqueortegaburgos.com/el-origen-del-derecho-de-la-moda/>
- Cacciaguerra, L. (22 de enero de 2021). *Gourmer de Mexico*. Obtenido de <https://gourmetdemexico.com.mx/gourmet-life/moda-y-cultura-dos-caras-de-la-misma-moneda/>
- Cascón, F. C. (2020). *La proteccion de los diseños de moda en la Union Europea (entre el diseño industrial y el derecho de autor)*.
- Castaño, P., Lunareja, D., & Salazar, E. (2021). ¿Por que es importante hablar de moda en Colombia? (L. Carreño, Entrevistador)

- Cernansky, R. (13 de enero de 2022). *Vogue Business*. Obtenido de Vogue Business: <https://www.voguebusiness.com/sustainability/deconstructing-new-yorks-fashion-act>
- Cernansky, R. (13 de enero de 2022). *Vogue Business*. Obtenido de Vogue Business: <https://www.voguebusiness.com/sustainability/deconstructing-new-yorks-fashion-act>
- Chan, E. (26 de abril de 2021). *Vogue*. Obtenido de Vogue: <https://www.vogue.mx/sustentabilidad/articulo/accidente-del-rana-plaza-trabajadores-siguen-desprotegidos>
- Co, C. (s.f.). *Colombia Co*. Obtenido de <https://www.colombia.co/cultura-colombiana/cuales-son-las-ferias-de-moda-mas-importantes-de-colombia/>
- Código Francés de la Propiedad Intelectual, Ley No. 94-361 de 10 de mayo de 1994. Diario Oficial de 11 de mayo de 1994.
- Comercio, S. d. (2020). *Superintendencia de Industria y Comercio*. Obtenido de <https://www.sic.gov.co/slider/invento-patentado-ante-la-sic-ayuda-aliviar-s%C3%ADntomas-de-las-pacientes-con-c%C3%A1ncer-de-seno>
- Concannon, P. J. (04 de marzo de 2021). *Artrepreneur*. Obtenido de <https://artrepreneur.com/journal/artbusiness/fashion-design/>
- Constitución Política de Colombia. Artículo 61. 07 de julio 1991 (Colombia).
- Corte Constitucional de la República de Colombia. Sentencia C-104 de 1993. M.S Alejandro Martínez Caballero, 11 de marzo de 1993.
- Corte suprema de justicia. Sala de Casación Civil. Expediente No. 5950. M.P José Fernando Ramírez Gómez, 08 de febrero de 2002.
- Decisión 351 de la CAN. Régimen común sobre derecho de autor y derechos conexos (1993).
- Decisión 486 de la CAN. Régimen común sobre propiedad industrial (2000).
- Dirección Nacional de Derecho de Autor. Concepto Jurídico, Rad. No. 1-2016-18762 (2016).
- Dirección Nacional de Derecho de Autor. Circular No. 10. 05 de diciembre de 2003.
- Echeverría, P. (27 de febrero de 2022). *Instagram* . Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CafQNLrIrioh/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la Moda - Una vision sociologica*. Barcelona: PAIDÓS CONTEXTOS.
- Fenalco. (2020). *Fenalco Valle* . Obtenido de <https://fenalcovalle.com/eventos-y-ferias/caliexpshow/>
- Florez-Acero, G. D. (2019). Relacion entre el derecho del consumo y el derecho de autor en el marco de las industrias creativas. En G. D. Florez-Acero, & C. C. Cardozo Roa, *Consumo, propiedad intelectual y competencia: tensiones con el derecho comercial* (págs. 41-70). Bogotá D.C: Universidad Catolica de Colombia.
- Franco, N. T. (2010). Derecho de autor para creativos. En N. T. Franco, & E. Varela Pezzano. Bogotá D.C: Grupo editorial Ibañez.

- Franco, N. T. (s.f.). *Propiedad Intelectual y Moda*. Obtenido de Natalia Tobón:
<https://www.nataliatobon.com/uploads/2/6/1/8/26189901/moda.pdf>
- Guarnizo, D. (s.f.). *Diego Guarnizo* . Obtenido de <https://diegoguarnizo.com/biografia/>
- Inexmoda, P. (02 de abril de 2018). *Sala de prensa Inexmoda*. Obtenido de
<http://www.saladeprensainexmoda.com/como-esta-colombia-en-materia-de-moda/>
- InfinityLab. (18 de febrero de 2014). *InfinityLab*. Obtenido de
<https://infinitylab.net/disenio/la-moda-como-industrial-cultural-la-moda-y-sus-repercusiones-sociales/>
- Jimenez, Y. S. (s.f.). *Propiedad Intelectual*. Obtenido de Sowa :
<https://www.propiedadintelectual.com.co/dcorporativo/dmercantil/>
- Knoll, S. B., & Echeverría, P. (06 de JULIO de 2014). La moda, el derecho y la responsabilidad social empresarial. Relaciones e intercambios en tres universos. *DIARIO TIEMPO*.
- Knoll, S. B., & Echeverría, P. (2015). *Derecho y Moda*. Buenos Aires: Marcial Pons.
- Ley 1481 de 2011. Por medio de la cual se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones. 12 de octubre de 2011. Diario Oficial No. 48.220 (Bogotá).
- Ley 23 de 1982. Sobre derechos de autor. 19 de febrero de 1982. Diario Oficial No. 35.940 (Bogotá).
- Ley de Patentes de Diseño de Estados Unidos, 1996.
- Lopez, F. Z. (05 de diciembre de 2003). *Centro Colombiano de Derecho de Autor*. Obtenido de <http://www.cecolda.org.co/index.php/derecho-de-autor/normas-y-jurisprudencia/direccion-nacional-de-derecho-de-autor/101-circular-nro-10-sobre-las-artesantias-y-el-derecho-de-autor>
- Lure Bogotá. (s.f.). Obtenido de <https://www.lurebogota.com/amelia-toro/>
- Marin, M. J. (29 de agosto de 2018). *Asuntos Legales*. Obtenido de Asuntos Legales:
<https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/maria-juliana-marin-2764645/es-posible-hablar-de-fashion-law-en-colombia-2764644>
- Marin, M. J. (2020). Moda al derecho, Episodio 2 - ¿Que es el Fashion Law? [Grabado por M. J. Marin]. Colombia .
- Martinez, L. P., Montoya Agudelo, C. A., Patiño Bohorquez, A. P., Muñoz Pardo, H., Bustos Zapata, A. M., & Delgado Villalobos, S. (2019). Reseña historica del sector textil colombiano y su actualidad . En L. P. Martinez, C. A. Montoya Agudelo, A. P. Patiño Bohorquez, H. Muñoz Pardo, A. M. Bustos Zapata, & S. Delgado Villalobos, *Gestion y cooperación de la pequeña y mediana empresa textil. Estudio de caso en los clústeres regionales de Bogotá y Antioquia* (págs. 28-79). Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.

- Molano, D. (26 de enero de 2016). *Universidad Externado de Colombia* . Obtenido de <https://propintel.uexternado.edu.co/la-utilizacion-de-patentes-de-diseno-para-la-proteccion-en-el-mundo-de-la-moda-balenciagas-bow-bracelet/>
- Montoya, A. (07 de noviembre de 2021). *Enrique Ortega Burgos*. Obtenido de <https://enriqueortegaburgos.com/las-bases-de-la-proteccion-de-disenos-de-moda-en-estados-unidos/>
- news, B. (26 de Abril de 2013). *BBC*. Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/04/130426_bangladesh_colapso_ropa_de_bate_empresas_nm
- Nutz, N., & Merten Sievers . (2016). *Guia General para el desarrollo de cadenas de valor*. Ginebra : Organizacion Internacional del Trabajo.
- Office, U. S. (s.f.). *United States Patent and Trademark Office*. Obtenido de United States Patent and Trademark Office: <https://www.uspto.gov/patents/basics/types-patent-applications/design-patent-application-guide#def>
- OMPI. (febrero de 2008). *OMPI*. Obtenido de REVISTA DE LA OMPI: https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2008/01/article_0006.html
- Orozco, M. R., & Saavedra Siabatto, F. A. (2012). *Manual sobre diseños industriales*. Bogotá D.C: Superintendencia de Industria y Comercio .
- Pastor, B. (26 de octubre de 2021). *Enrique Ortega Burgos* . Obtenido de <https://enriqueortegaburgos.com/la-utilizacion-de-patentes-en-el-sector-de-la-moda/>
- Pasuy, B. S. (2013). La industria de la moda a la luz de la propiedad intelectual. *La propiedad inmaterial No. 17*, 145-161.
- Pasuy, B. S. (2019). *La moda y la propiedad intelectual: una mirada desde la perspectiva de los diseños industriales en Colombia, Francia y la Union Europea*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia .
- Pasuy, B. S. (julio de 2021). *Superintendencia de Industria y Comercio* . Obtenido de <https://www.sic.gov.co/ruta-pi/julio-2021/proteccion-a-la-propiedad-industrial/la-moda-y-la-propiedad-intelectual-especial-referencia-al-dise%C3%B1o-industrial>
- Procolombia. (2019). *Colombia Co*. Obtenido de Colombia Co: <https://investincolombia.com.co/es/sectores/manufacturas/industria-de-la-moda>
- ProColombia. (29 de noviembre de 2021a). *ProColombia*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/colombia-hoy/panorama-exportador-de-la-moda-en-colombia>
- ProColombia. (19 de julio de 2021b). *ProColombia*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/estados-unidos-compra-cada-vez-mas-moda-colombiana>
- ProColombia. (27 de enero de 2022a). *ProColombia*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/industria-colombiana-de-moda-sobresale-en-la-nueva-normalidad-del-sector>

- ProColombia. (26 de febrero de 2022b). *ProColombia*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/colombia-hoy/moda-del-futuro-tendencias-y-comportamientos-de-los-consumidores>
- ProColombia. (s.f.). *ProColombia* . Obtenido de <https://procolombia.co/swim-shown/datos-de-industria>
- Reglamento (CE) No. 6/2002, Régimen de Dibujos y Modelos Comunitarios, 2002.
- Sanchez, F. P. (11 de enero de 2021). *Vogue*. Obtenido de Vogue: <https://www.vogue.mx/moda/articulo/disenadores-colombianos-que-debes-seguir>
- Scafidi, S. (23 de noviembre de 2020). Fashion (Law) Forward: An interview with professor Susan Scafidi . (J. Smith, Entrevistador)
- Socarrás, J. P. (s.f.). *Socarrás*. Obtenido de <https://socarras.com.co/about-2/>
- Social, C. N. (2016). *CONPES 3866*. Bogotá D.C.
- Solana, D. (07 de diciembre de 2017). *Cremades & Calvo-Sotelo*. Obtenido de Cremades & Calvo.Sotelo: https://www.cremadescalvosotelo.com/sites/default/files/derecho_de_la_moda._algu.pdf
- Superintendencia de Sociedades. Informe Desempeño del Sector Textil Confección 2008-2012, agosto de 2013 (Bogotá D.C).
- Spain, F. L. (09 de enero de 2020). *Fashion Law Institute of Spain*. Obtenido de <https://www.fashionlawinstitute.es/post/recursos-legales-para-la-protecci%C3%B3n-de-las-marcas-de-moda-parte-i-derechos-de-autor>
- Tcherassi, S. (s.f.). *Silvia Tcherassi*. Obtenido de <https://www.silviatcherassi.com/co/es/nosotros>
- Tiempo, E. (14 de marzo de 2019). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/colombia/cali/el-caliexposhow-ahora-se-realizara-cada-dos-anos-337578>
- Unidas, N. (12 de abril de 2019). *Naciones Unidas*. Obtenido de Naciones Unidas: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- U.S Copyright Act, 1976.
- Valero, L. H. (15 de abril de 2014). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/archivo/derecho-de-la-moda-en-colombia-y-el-mundo-2111706>
- Vera, H. R., & Ovalles, L. (2018). Historia de la moda en Colombia. *Convicciones* . Obtenido de file:///C:/Users/ASUS/Downloads/197-Texto%20del%20art%C3%ADculo-410-1-10-20180527.pdf
- Vogue. (enero de 2016). *Vogue*. Obtenido de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/esteban-cortazar/557>

- Week, B. F. (2022). *Bogota Fashion Week*. Obtenido de <https://www.bogotafashionweek.com.co/Bogota-Fashion-Week/Quienes-somos>
- Zárate, F. T., & Garcia Martinez, F. (2008). *Common Law: una reflexión comparativa entre el sistema ingles y el sistema estadounidense*.
- Zarocostas, J. (agosto de 2018). *OMPI*. Obtenido de https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2018/04/article_0006.html#:~:text=En%20los%20Estados%20Unidos%20de,UU
- Zarocostas, J. (agosto de 2018). *OMPI*. Obtenido de OMPI REVISTA: https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2018/04/article_0006.html#:~:text=En%20los%20Estados%20Unidos%20de,UU
- Zuleta, M., & Salazar, E. (junio de 2021). El Hilo. *Jean Levantacola: hecho en Colombia y un simbolo de la moda local*. Colombia : El Espectador .