

La Moda como cultura y arte frente al derecho

Por Susy Inés Bello Knoll¹. Publicado el 23 de diciembre de 2016 en Eldial.com. **Citar:** elDial.com - DC2272

Sumario: 1. ¿Qué es la moda? 2. La Moda como expresión cultural. 3. La moda y el arte. 4. El derecho de la Moda. 5. Conclusiones.

Resumen: Recién en el siglo XXI el Derecho se ha comenzado a interesar por las cuestiones jurídicas vinculadas con la Moda y en particular por los temas referidos a los negocios que se generan a partir de ella. La Moda, como industria creativa, tiene vínculos estrechos con el arte y la cultura por lo que se hace necesario reflexionar sobre los modos de salvaguardarla más allá de la defensa de los derechos individuales sobre la creación. En este trabajo se desarrollan algunas de las materias de interés dentro del ámbito legal que involucran a la Moda como expresión del arte y la cultura.

1. ¿Qué es la moda?

La primera ciencia que acerca una definición sobre la moda es la estadística. Esta rama de las matemáticas que se ocupa del estudio de grandes poblaciones de datos numéricos para inferir conclusiones probabilísticas define la moda como “aquel valor de una serie que aparece más frecuentemente que cualquier otro”². Es decir, nos acerca al concepto de algo que tiene máxima probabilidad de ocurrencia.

En este sentido, se afirma que, en un lugar y momento determinados se pueden observar modos de actuar concurrentes por parte de los individuos que tienen relación con la definición estadística. Por ello, distintas ramas de la sociología, que estudia las conductas del hombre en sociedad, profundizan en este fenómeno como la “sociología de las tendencias” que analiza las

¹ La autora es abogada y contadora por la Universidad de Buenos Aires; Master en Derecho Empresario por la Universidad Austral; Doctora en Derecho por la Universidad de Salamanca y directora del Centro de Estudios del Fashion Law Institute Argentina.

² Ya-Lun Chou, “*Análisis estadístico*”, México, Mac Graw Hill, 1990, pág. 46.

“focalizaciones de deseos” de las personas³ o la propia “sociología de la moda” que investiga “la especial relación de la moda con la sociedad humana en sí”⁴.

Para el sociólogo Georg Simmel “la moda es una forma de imitación y de igualación social pero paradójicamente en cambio incesante. Diferencia una época de otra y un estrato social de otro”⁵.

Simmel pone acento en dos cuestiones importantes. La primera de ellas apunta a la existencia de distintos estratos sociales y el efecto que produce la moda en ellos. En la segunda destaca el dinamismo de la moda que hace que su cambio sea constante.

Aparece, aquí, el punto relevante de la utilización de una conducta por parte del individuo porque se percibe que con ella pretende demostrar quién es y a dónde pertenece. En resumen, una definición de identidad.

Una identidad individual pero también una identidad colectiva porque la moda resulta, como dice Barnard, “una lógica social”⁶. Ese modo de ser se expresa a través de las formas, de los colores, del brillo y de la opacidad deviniendo una mezcla de individualidad y multiplicidad⁷. “La moda es imitación colectiva de una novedad regular”, dice Barthes⁸.

Precisamente por esto este trabajo se focaliza en la Moda como parte de la cultura. Pero he mencionado que el tiempo produce mutaciones y éstas se dan tanto en la identidad como en la expresión de la misma. Por eso también es necesario analizar la Moda como arte.

2. La Moda como expresión cultural

³ Erner, Guillaume, “*Sociología de las tendencias*”, España, Editorial Gustavo Gil, 2013, pág. 1.

⁴ König, René, “*Sociología de la moda*”, Buenos Aires, Ediciones Carlos Lohlé, 1968, pág. 17.

⁵ Simmel, Georg, “*Fashion*”, Chicago, The American Journal of Sociologist, Volume 62, No. 6, Mayo 1957, pág. 541.

⁶ Barnard, Malcolm, “*Fashion Theory*”, London, Routledge, Taylor & Francis Group, Segunda Edición, 2002, pág. 301.

⁷ Barthes, Roland, “*El sistema de la moda y otros escritos*”, Buenos Aires, Paidós, 2005, pág. 290.

⁸ Barthes, Roland, “*El sistema de la moda y otros escritos*”, Buenos Aires, Paidós, 2005, pág. 406.

Para poder definir a la moda como una expresión cultural es necesario definir el término cultura. Así para la Real Academia Española de la Lengua es el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. Y al referirse a cultura popular, la Real Academia, refiere al conjunto de manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo. Con ello puedo concluir junto a Barnard⁹ que la moda resulta un fenómeno cultural que encierra un sistema de significados donde se encuentran las experiencias, valores y creencias de una sociedad. En este sentido, coincido asimismo con König¹⁰ para quien la moda afecta al hombre entero no sólo como cuerpo en su totalidad sino también todos sus modos de manifestación y dentro de ellos la cultura.

A pesar de lo efímera que parece una moda, la sucesión de modas están determinadas por un hilo conductor de expresiones sociales. Para Hahn¹¹ las modas ocupan el lugar que anteriormente tenían las tradiciones y no pueden existir sin la participación de la cultura.

La identidad social se suele manifestar a través del vestido como el uso de la toga en Roma en el siglo 6 antes de Cristo. Nadie que no fuera ciudadano romano podía usar esa indumentaria y era absolutamente prohibido el uso a los extranjeros y a los proscriptos. Si alguien llevaba toga se entendía que era un ciudadano libre del Imperio Romano.

Las prendas resultan ser el lenguaje colorido que invita a ser leído como símbolo comunitario. A veces ese signo se realiza por imitación a los mayores y otras veces por atracción hacia aquello que viene de otras sociedades, del exterior de una comunidad. Se pueden encontrar códigos ancestrales que marcan una tendencia en las sociedades más antiguas. En particular en lo referido a los adornos corporales y la pintura de la piel que excede lo ritual y participa de la motivación de agradar a otro.

Así la moda resulta una manufactura cultural amasada poco a poco en el tiempo en determinado hábitat. La Real Academia también refiere a cultura

⁹ Barnard, Malcolm, *"Fashion as communication"*, London, Routledge, Taylor & Francis Group, 2007, pág. 28.

¹⁰ König, René, *"Sociología de la moda"*, Buenos Aires, Ediciones Carlos Lohlé, 1968, pág. 21.

¹¹ En el prólogo de Cézan, Claude, *"La mode. Phénomene humain"*, Champ du Mars Saverdun (Ariège), France, Edouard Privat éditeur, Mayo 1967, pág. 11.

como cultivo y realmente existe un proceso idéntico al de la agricultura donde nace la semilla de la idea creativa y se nutre para que crezca en medio de un entorno que le resulta adecuado y familiar como para crecer con propia identidad pero con la irremediable influencia de su sociedad. La moda es un modo de afirmar entonces maneras de sentir la vida comunitariamente.

3. La moda y el arte

Se considera que el diseñador de modas Charles Frederick Worth es el padre de la Alta Costura. Con él la moda empieza un período que se puede considerar la era de la moderna artística en la vestimenta¹². Worth fue el primer diseñador que firmaba sus creaciones como si fueran obras de arte.

La búsqueda de lo bello ha sido una permanente preocupación de los creativos. Con sus creaciones, tanto referidas a la moda vestido como a otros elementos, han intentado causar placer sensorial al resto de la humanidad. En algunos se han presentado intentos de quebrar paradigmas, códigos o reglas de diseño pero dentro de ello casi siempre se ha perseguido lo bonito, el esplendor y la gracia.

Los creativos de la moda no suelen verse como artistas estéticos¹³ particularmente aquellos que se dedican a diseños distintos que los vestidos como autos o artículos del hogar. Sin embargo usan el mismo sentido que aquellos que efectivamente se consideran tales como los escritores, pintores, escultores o músicos. Se habla de “una poética del vestido” ya que no se le puede otorgar una connotación de lenguaje a un objeto que no resulte una poesía¹⁴.

La moda es arte pero también hay modas en el arte como ha habido modas científicas a través de los siglos como la de la cura por hipnosis¹⁵.

¹² Lipovetsky, Gilles, *“El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas”*, Barcelona, Anagrama, Quinta Edición, 1996, pág. 88.

¹³ Barnard, Malcolm, *“Fashion as communication”*, London, Routledge, Taylor & Francis Group, 2007, pág. 28.

¹⁴ Barthes, Roland, *“El sistema de la moda y otros escritos”*, Buenos Aires, Paidós, 2005, pág. 269.

¹⁵ Cézan, Claude, *“La mode. Phénomene humain”*, Champ du Mars Saverdun (Ariège), France, Edouard Privat éditeur, Mayo 1967, pág. 71.

4. El derecho de la Moda

En verdad las ciencias jurídicas no han tenido a la moda como objeto de estudio durante veinte siglos y recién en el siglo XXI algunas universidades norteamericanas de mano de profesores de propiedad Intelectual comenzaron a analizar el impacto de las normas jurídicas vigentes en la industria de la moda. Así se determinó que existen particularidades del sector que hacen que sean necesarios ajustes en la aplicación de las leyes. También se planteó, en algunas circunstancias, la necesidad de legislación particular que se ajuste a las necesidades de la dinámica de esta especial área de la economía.

En la Escuela de Derecho de Fordham University, Nueva York, nació el primer Instituto de Derecho de la Moda (Fashion Law Institute) de la mano de la Profesora Susan Scafidi en septiembre de 2010 con el apoyo de los diseñadores del país presididos por Diane Von Furstenberg (Council of Fashion Designers of America). Ese mismo año se había publicado el primer libro de Derecho de la Moda coordinado por los Profesores Guillermo C. Jimenez de Fashion Institute of Technology de Nueva York y Barbara Kolsun de la Escuela de Derecho de New York University donde contribuyeron profesores de Derecho de la Escuela de Leyes de George Washington University junto a abogados de los más importantes estudios jurídicos asesores de compañías de moda.

Surgieron distintos Institutos de Derecho de la Moda en América Latina. En Brasil se creó un Instituto de Negocios y Derecho de la Moda cuyo director ejecutivo es el especialista en propiedad intelectual André Mendes Espirito Santo y en el año 2013 en la Universidad Austral en Buenos Aires se realizó la primera Jornada de la especialidad donde hubo expositores de distintas ramas del derecho y que contó con la presencia de Susan Scafidi y André Mendes Espirito Santo, entre otros profesores extranjeros. Luego, en el año 2015, se fundó en Buenos Aires el Fashion Law Institute Argentina que se dedica particularmente a la investigación del tema con participación de profesores de distintas ramas del derecho. En ese mismo año se editó el primer libro en

español denominado “Derecho y Moda”¹⁶ coordinado por quien escribe esta nota y Pamela Echeverría, especialista en Propiedad Intelectual. Próximamente esta editorial publicará el primer libro de “Moda, Lujo y Derecho” en idioma portugués coordinado por las recién mencionadas, Susy Inés Bello Knoll, Pamela Echeverría y el brasilero André Mendes Espírito Santo.

El Derecho regula la conducta de los hombres en sociedad y la moda existe porque supone comportamientos de los individuos que se suman en forma coincidente, como he apuntado, por lo que irremediablemente tienen un impacto en la organización social.

Lo que denominamos derecho de la Moda no es más que un área de especialización tanto teórica como práctica que permite al profesional de la abogacía acercar sus servicios a los actores de una industria fragmentada en la que participa una gran diversidad de productores y prestadores de servicios en el marco de una regulación general que contiene normas que impactan directamente en el desarrollo de la actividad.

A mi criterio, no sólo la propiedad intelectual desde su protección a las creaciones a través de las legislaciones relativas a derecho de autor, patentes, marcas, modelos y diseños industriales, entre otros, asiste a los actores de la industria. El derecho constitucional a través de la defensa de los derechos humanos fundamentales que resultan, en la mayoría de los países, el reflejo de la Declaración Universal de Derechos Humanos de Naciones Unidas de 1948 llama a considerar, por ejemplo, el derecho a la salud de las modelos que lucen las prendas en las pasarelas. El derecho laboral tanto en el ámbito local como internacional enuncia los derechos de los trabajadores y las obligaciones de los empleadores y otorga herramientas de defensa ante situaciones de trabajo esclavo y trabajo infantil que también resultan denunciados bajo la legislación penal vigente. El derecho ambiental impone cumplimientos estrictos de procesos y resguardo en el caso de desechos industriales así como en uso de técnicas contaminantes para la fabricación, por ejemplo, de prendas, de carteras y zapatos de cuero. El derecho empresarial asiste desde el ámbito contractual, societario, falencial, de la competencia, del consumidor, de la financiación, entre otros, a un negocio que al año, sólo en indumentaria, mueve

¹⁶ Bello Knoll, Susy Inés, y Echeverría, Pamela, Coordinadoras, “*Derecho y Moda*”, Buenos Aires, Marcial Pons, 2015.

más de un trillón de dólares en el mundo. Pensemos cada una de las especialidades del derecho y encontraremos que tocan tangencialmente o en plenitud a la actividad de la moda.

5. Conclusiones

Podemos afirmar que la moda resulta una expresión cultural y artística que manifiesta los sentimientos de un individuo que en su faz creativa revela su identidad personal y social.

Siendo el derecho un sistema de regulación del actuar del hombre en sociedad no puede despreocuparse del análisis de las conductas humanas involucradas en el sistema de la moda. Por ello, encuentro importante llamar a la reflexión a los distintos especialistas para aportar visiones comprometidas con la defensa de derechos y cumplimiento de obligaciones en un ámbito negocial que compromete a todos los miembros de una comunidad como asesores, consumidores, empresarios, estudiosos o inversores. Es así porque la moda nunca pasa de moda.