

## MODA Y PROPIEDAD INTELECTUAL

### Aspectos Legales

La moda existe gracias a la creatividad, la que se traduce tanto en la originalidad de los modelos y diseños, como en la logística y plan de negocios que permiten lograr las ventajas competitivas necesarias para el éxito. Todo este capital intelectual que se une a una marca distintiva se convierte en el mayor valor de la empresa de moda. No obstante este hecho evidente, muchos negocios ponen poca atención a la protección de sus activos en materia de propiedad intelectual.

#### ❖ La Propiedad Intelectual

El Derecho de Propiedad Intelectual protege las obras de la inteligencia o creaciones del espíritu fundadas sobre el trabajo personal y dotado de originalidad.<sup>1</sup> La Propiedad Intelectual permite aprovechar los activos intangibles de la empresa, como la capacidad de invención, la creatividad y los conocimientos para el desarrollo de riqueza.

La Propiedad Intelectual reconoce los derechos que tiene el creador de una obra para usarla de la manera que considere oportuna, incluyendo su explotación comercial en forma exclusiva por un plazo determinado.

La Propiedad Intelectual tiene dos grandes ramas, el Derecho de Autor y la Propiedad Industrial.

#### ➤ Derecho de Autor

El derecho de autor es el que tiene el creador sobre su obra en los dominios literarios, artísticos y científicos, cualquiera sea su forma de expresión.<sup>2</sup> Los derechos conexos al derecho de autor consisten en los derechos de artistas, intérpretes y ejecutantes para permitir o prohibir la difusión de sus producciones y percibir una remuneración por el uso público de las mismas.<sup>3</sup>

Cabe considerar que aparte de la requisición de productos infractores, las penas en materia de derecho de autor llegan hasta las privativas de libertad.

---

<sup>1</sup> Cfr. Rancel Medina, David, Tratado de Derecho Marcario, Edición del autor, México, 1960, p. 91.

<sup>2</sup> Ley 17.336, art. 1

<sup>3</sup> Ley 17.336, art. 65

## ➤ Propiedad Industrial

Por su parte, la Propiedad Industrial se refiere a las marcas comerciales, diseños y dibujos industriales, modelos de utilidad, patentes de invención, indicaciones geográficas, denominaciones de origen y la protección de los secretos empresariales. Con la masificación de Internet aparece una nueva categoría de propiedad sobre un bien intangible: el nombre de dominio.

En caso de infracción o delitos en contra de la propiedad industrial es posible deducir acciones civiles y penales en contra de los responsables.

## ❖ Protección de la Moda

Cuando pensamos en la moda hay varios bienes que se pueden proteger por medio del régimen de propiedad intelectual. Lo primero que viene a la mente es la marca, pero también es importante el diseño o modelo creado, el estampado de los textiles, y la calidad tecnológica de los materiales utilizados en su elaboración. Asimismo, en algunos negocios adquiere gran importancia el diseño de las vitrinas, la particular iluminación y ambientación de las tiendas, y en muchos casos hasta el empaquetado de los productos vendidos.

Todos estos elementos pueden ser objeto de protección por el derecho ya que constituyen alguna forma de propiedad intelectual.

## ➤ La Marca Comercial

La institución de propiedad intelectual mas destacada en el caso del negocio de la moda es la marca comercial. La marca está definida por nuestra ley como todo signo que sea susceptible de representación gráfica capaz de distinguir en el mercado productos, servicios o establecimientos industriales o comerciales.<sup>4</sup>

En la actualidad, la ley asocia la marca directamente con un signo visible, una imagen gráfica, un nombre, o una combinación de colores que sirvan para que los consumidores conozcan el producto, asociándolo a una calidad determinada o procedente de un fabricante particular. Pensamos en el nombre LOEWE o en el característico rayado escocés de BURBERRYS.

---

<sup>4</sup> Ley 19,039, art.19

El Tratado de Libre Comercio firmado entre Chile y Estados Unidos abrió la puerta a la incorporación de nuevos tipos de marcas, como las marcas sonoras y olfativas. Las marcas sonoras consisten en una secuencia musical u otro sonido como el rugido de una moto Harley Davidson. La marca olfativa puede consistir en el olor especial que hay en una tienda, o el que se le dé a un producto determinado, como el caso de la marca registrada para el olor de pasto recién cortado que distingue pelotas de tenis en la Unión Europea. Estos nuevos tipos de marcas aún no han sido registrados en Chile, si bien las marcas sonoras están en vías de ser consagradas a través del proyecto de ley para adecuar nuestro sistema al Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América, en pleno trámite legislativo.

La marca es el elemento de propiedad intelectual de mayor relevancia en el negocio de la moda porque es la que permite al público identificar el producto. En la moda, donde la imagen manda, el mayor de los esfuerzos se pone en posicionar bien la marca para que ésta cumpla su rol de comunicadora de la calidad del producto o servicio que distingue, por lo que se debe asegurar su adecuada protección.

#### ➤ Dibujos y Modelos Textiles

En el año 2003 se introdujo una modificación a la Ley de Propiedad Intelectual que protege el derecho de autor y los derechos conexos, por la cual se incluye como materia susceptible de protección, a los dibujos y modelos textiles.<sup>5</sup>

Los dibujos y modelos textiles no están definidos por ley. El Diccionario de la Real Academia Española define “modelo” como vestido con características únicas, creado por determinado modista, y, en general, cualquier prenda de vestir que esté de moda.<sup>6</sup> En el caso de los dibujos se define para los encajes, bordados y tejidos como “la figura y disposición de las labores que los adornan”<sup>7</sup>.

Mientras que los modelos protegen la forma de los vestidos, los dibujos textiles protegen los estampados de los textiles, que de esta manera son resguardados por el derecho de autor.

Los derechos de autor no requieren registro, ya que por el sólo hecho de la creación de la obra se encuentran protegidos por ley. [Sin embargo](#), el registro de derechos de autor que depende

---

<sup>5</sup> Ley 19,912, publicada en el Diario Oficial el 4 de Noviembre, 2003.

<sup>6</sup> Diccionario de la Real Academia Española, 22º edición, 2001.

<sup>7</sup> *Ibid.*

de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, sirve como medio probatorio en caso de conflicto.

#### ➤ Patentes de Invención

Las patentes de invención resultan aplicables en el caso de los nuevos textiles que incorporan tecnología, pensemos en las telas que cuentan con un procedimiento sofisticado y nuevo de fabricación que constituyen un aporte a la técnicas ya conocidas. Este es el caso de textiles que no se arrugan o que cuentan con filtro UV, aquellos que son resistentes al fuego o que repelen el agua de manera especial.

La patente otorga un derecho exclusivo a comercializar un producto con determinada tecnología por un período de tiempo, que en Chile y en la mayoría de los países del mundo es de 20 años desde la presentación de la solicitud de patente.

#### ➤ Dibujos y Diseños Industriales

Si bien los diseños industriales no pueden proteger indumentaria, por expresa prohibición legal, si son eficaces en la protección de otros objetos que incorporan diseño, pensemos en una silla Valdés, en un sofá Matta, o en un objeto diseñado por Philippe Stark.

El diseño industrial comprende toda forma tridimensional asociada o no con colores, cualquier artículo industrial o artesanal que sirva de patrón para la fabricación de otras unidades y que se distinga de sus similares, sea por su forma, configuración geométrica, ornamentación o una combinación de éstas, siempre que dichas características le den una apariencia especial perceptible por medio de la vista, de tal manera que resulte una fisonomía nueva.<sup>8</sup>

El dibujo industrial comprende toda disposición, conjunto o combinación de figuras, líneas o colores que se desarrollen en un plano para su incorporación a un producto industrial con fines de ornamentación y que lo otorguen a ese producto, una apariencia nueva.<sup>9</sup>

#### ➤ Las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen

---

<sup>8</sup> Ley 19,039, art. 62, inc. 1

<sup>9</sup> Ley 19,039, art. 62, inc. 2

Las indicaciones geográficas protegen la identificación de un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación y otra característica del mismo sea imputable, fundamentalmente, a su origen geográfico.<sup>10</sup>

Las denominaciones de origen son las que identifican un producto como originario del país, de una región o de una localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación u otra característica del mismo sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico, teniendo en consideración, además, otros factores naturales y humanos que incidan en la caracterización del producto.<sup>11</sup>

En el rubro del vino las denominaciones de origen juegan un papel fundamental. Las etiquetas de los vinos incluyen la denominación de origen del producto ya que se entiende que las características geográficas y naturales de la zona donde se cultivan las uvas, son esenciales para la calidad del vino. El caso del Pisco es también emblemático en este sentido.

En todo caso, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas no sólo sirven para la distinción de alcoholes. En el vestuario y la decoración también puede incidir la aplicación de denominaciones de origen, pensemos en tejidos de La Ligua, vajilla y otros objetos de greda de Pomaire, o muebles de mimbre de Chimbarongo.

#### ➤ El Secreto Empresarial

La Ley de Propiedad Industrial también protege la información no divulgada, tipificando las conductas consideradas desleales en este ámbito. La información no divulgada, también llamada secreto empresarial, cumple un papel importante en la protección de los activos de propiedad intelectual. De más está decirle a un creador de la importancia de mantener en secreto las características más importantes de su colección antes de que ella salga a la luz para evitar que otro le quite el efecto sorpresa tan importante para crear un impacto en el mercado.

La operación logística de un negocio también puede estar fundada en el secreto empresarial, pensemos en el caso de ZARA que utiliza un sistema de información tecnológica para acortar el

---

<sup>10</sup> Ley 19,039, art. 92 a)

<sup>11</sup> Ley 19,039, art. 92 b)

ciclo de producción a tan sólo 30 días, desde la identificación de una nueva tendencia hasta la entrega del producto final en la tienda.<sup>12</sup>

#### ➤ Nombres de Dominio

Si bien aún hay cierto debate sobre la naturaleza jurídica de los nombres de dominio, éstos constituyen un identificador para designar a un computador, o a un conjunto de computadores en la red<sup>13</sup>, y se han convertido en la práctica en un importante activo de propiedad intelectual para las empresas que quieren tener presencia en Internet.

Hoy en día resulta fundamental esta presencia en la red, teniendo mucha importancia el nombre del sitio web, ya que todo negocio busca que lo puedan identificar en el mundo virtual de la misma manera que lo identifican en el mundo real: a través de su marca.

#### ➤ Apariencia Distintiva

La apariencia distintiva es la forma de presentación de un determinado producto o de un local comercial. A modo de ejemplo lo que distingue un local comercial que tiene una particular ambientación o una música de fondo característica, puede ser protegido en países como Estados Unidos como “*trade dress*” o apariencia distintiva.

Chile aún no legisla sobre las apariencias distintivas, pero en la medida que los negocios se van sofisticando, se deberá dar cabida a nuevas formas de protección de la propiedad intelectual.

#### ❖ Crear una Identidad de Marca

Proteger la propiedad intelectual es una forma eficaz de proteger los activos que contribuyen a crear riqueza al interior de la empresa.

---

<sup>12</sup> WIPO, A Stitch in Time, Smart Use of Intellectual Property by Textile Companies, 2005.

<sup>13</sup> <http://www.nic.cl/faq/general.html#2>

Todos los tipos de propiedad intelectual antes señalados deben finalmente confluir para crear una imagen de marca. El término anglosajón "brand" describe a una marca que ha superado sus atributos tradicionales como mero signo distintivo de un producto o servicio, pasando a ser una combinación de elementos representativos de un concepto integrador de imagen, reputación, exclusividad, confort y hasta estatus. La marca usada en este sentido, como "brand", tiene un valor muy superior a la de sus propios elementos o atributos, siendo la sinergia de la unión de todos ellos los que producen un verdadero valor asociado a la misma. Crear una identidad propia a través de una "brand" permite diferenciarse verdaderamente de los demás competidores y logra atraer la lealtad de los consumidores en el largo plazo.<sup>14</sup>

La buena gestión de los activos de propiedad intelectual agrega valor al negocio y lo hace más atractivo para inversionistas, esto hace mucho sentido cuando se mira al negocio con ojos de futuro.

Cristina Errázuriz – Andrés Melossi

---

<sup>14</sup> Ver Lom, Helen, Branding: How to Use Intellectual Property to Create Value for Your Business?, Director-Advisor (Brand Development), Sector of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications WIPO.