

El diseño de moda y su protección por el derecho de autor en Uruguay

Silvina Vila ⁽¹⁾

Resumen: Recientemente en Uruguay, fueron dictadas tres sentencias judiciales al respecto del reclamo de una reconocida empresa local dedicada a la indumentaria femenina. Esta empresa reclamó ante los Tribunales de Justicia uruguayos que sus diseños estaban siendo utilizados, imitados y comercializados por una cadena de supermercados, todo ello sin su autorización. La demandada fue condenada por la infracción y lesión de los derechos de autor que protegen a los diseños de moda.

Este caso se considera un verdadero *leading case* que consagra la protección de los diseños de moda mediante el reconocimiento del derecho de autor sobre las prendas de vestir en Uruguay, marcando de esta manera el camino para la resolución de futuras controversias en el ámbito del diseño de moda.

El presente trabajo analiza los fundamentos expresados en estas sentencias para la obtención de esta protección reconocida a los diseñadores.

Palabras clave: propiedad intelectual - derecho de autor - diseño - moda - protección - plagio - uso no autorizado - originalidad - valor artístico - sentencia judicial - condena.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 83]

⁽¹⁾ Doctora en Derecho y Ciencias Sociales por la Universidad de la República de Uruguay. Diplomada en Propiedad Intelectual por la Universidad Austral de Buenos Aires, Argentina. Aspirante a profesor adscripto de la cátedra de Derecho Privado II y III de la Universidad de la República. Candidata a Magister en Derecho de Daños por la Universidad de la República de Uruguay. Actualmente ocupa el cargo de Secretaria General de la Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual-ELAPI. secretariaelapi@hotmail.com

1. Introducción

“La personalidad comienza donde las comparaciones terminan” (Mériada, 2019). Esta reconocida y tan recordada frase de Karl Lagerfeld nos introduce al tema del presente trabajo: el diseño de moda, la originalidad, esencia y personalidad presente en el trabajo de los diseñadores.

Estas creaciones a las que nos referimos utilizando el término “moda”¹, constituyen –en muchas ocasiones– verdaderas obras en términos de derechos de autor, que las torna merecedoras de la protección legal que éstos otorgan.

Sin embargo, en lo que respecta al ámbito legal y, especialmente, el reconocimiento de la protección de los diseños de moda mediante el derecho de autor, la afirmación precedente no es pacíficamente aceptada.

En la práctica legal, observamos que existen múltiples cuestionamientos acerca de la actividad creativa en la industria de la moda. No sucede lo mismo en el ámbito de las patentes (especialmente, con los diseños industriales) o de las marcas. Esta últimas son la herramienta más utilizada por su efectividad para proteger los derechos de los diseñadores. Sin embargo, no se trata de la misma protección que la que recibirían como autores (ni en cuanto al objeto o los derechos que otorga la protección marcaria).

En mi opinión, existen –por lo menos– dos factores que generan estas discrepancias. El primero, guarda relación con la función que cumplen los objetos o productos que se diseñan, los cuales, por ejemplo, en el caso de la vestimenta, vienen a cubrir una necesidad básica del humano que es la protección de nuestros cuerpos, ya sea para protegernos del frío e incluso del calor, y cubrirlos. Es por esta razón que nadie podría –al menos, legítimamente– pretender gozar de facultades exclusivas (es decir, pretender la tutela del derecho de autor) respecto a la prenda en sí misma, como podría ser una *T-shirt*, un pantalón o una falda, puesto que la estructura básica de esos productos responde a un patrón general de la figura humana, de nuestra anatomía (Berdaguer Mosca, 2021).

El segundo factor, responde al hecho de que la moda es tendencia. La tendencia de moda es entendida como “(...) la previsión de consumo de determinado concepto o producto, por un número significativo de personas, en un período de tiempo que suele ser corto” (AUDACES, 2021).

Esto significa que, en un determinado momento o período, el diseño y el consumo, estarán dirigidos, basados e inspirados por ciertos elementos comunes, como los colores, formas, combinaciones de piezas, etc.

En definitiva, la moda es el resultado de procesos socio-económico-culturales que se van gestando en cada comunidad.

No obstante, estas tendencias no implican que no puedan generarse diseños de autor, esto es, diseños de moda originales, con base en estas, tal como veremos más adelante.

Durante el desarrollo de este trabajo, abordaremos el tema del diseño de moda desde una óptica legal. Nos enfocaremos en el reconocimiento de la moda como objeto de protección a través de los derechos de autor y su consagración ante los Tribunales de Justicia Civil de la República Oriental del Uruguay.

Dado que el presente se enfocará en el tratamiento de los diseños de moda de acuerdo con el actual sistema legal del Uruguay, considero conveniente realizar un breve repaso de la historia de la moda en mi país y destacar algunas particularidades de esta industria en nuestro territorio.

Para ello, nos basaremos en la investigación y trabajo publicado por Magdalena Ponce de León (Licenciada en Ciencias de la Comunicación) y Ángela Rubino (Diseñadora Industrial)², el cual nos ilustra sobresalientemente acerca del proceso y desarrollo de la moda (enfocado en la industria de la indumentaria) en Uruguay.

Históricamente, el uruguayo se ha caracterizado por ser conservador a la hora de vestirse y ello tiene que ver con la propia idiosincrasia de nuestra población. Sin embargo, desde el año 1985 se ha observado un cambio en este fenómeno. Y ello viene de la mano del retorno de la democracia en ese año, luego de 12 años de una dictadura cívico militar (desde el año 1973 hasta 1985). Esta situación llevó a la sociedad a una redefinición de sí misma, de sus costumbres y prioridades. Al decir de las referidas autoras:

Con la recuperación de los derechos básicos de expresión se abre un nuevo campo semántico, el de la vestimenta, que presenta mensajes cargados de connotaciones y denotaciones. La elección de las prendas de vestir se vuelve libre y esa libertad recién inaugurada había que empezar a vivirla, sentirla y plasmarla (Ponce de León & Rubino, 2018).

Es así como, en 1988 se instala y propaga el concepto de “diseño” en Uruguay, con la aparición del Centro de Diseño Industrial que dependía del Ministerio de Educación y Cultura, actualmente denominado Escuela Universitaria Centro de Diseño, dependiente de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Así comenzó el camino de la educación en moda y diseño, como disciplina académica (Ponce de León & Rubino, 2018).

“Al uruguayo que antes le gustaba vestirse sin llamar la atención, hoy le gusta vestirse distinto, destacar y plantear desacuerdos” (Ponce de León & Rubino, 2018).

Pero no todo fue positivo. Para la década de los noventa, la industria textil uruguaya se vio fuertemente afectada en términos económicos (considerando su anterior auge y éxito). Esta situación –que no fue exclusiva de nuestro país– se observa como consecuencia de la aparición y consolidación de China como industria textil de menores costos. Este fenómeno mundial cambió la forma de consumir moda. Pasamos de las boutiques, ateliers, modistas y sastres, al *fast fashion*, la revolución del prêt-à-porter, lo que implicó una mayor accesibilidad a las prendas de vestir, pero también un aumento de las consecuencias perjudiciales de la industria al ambiente.

En las últimas décadas, en Uruguay, la fabricación de productos textiles y la confección nacional de prendas de vestir disminuyó exorbitantemente³.

Estos indicadores apuntan a que, si bien el consumo de la indumentaria a nivel interno aumenta y Uruguay se posiciona como “el segundo mejor destino para el sector Retail de los países en desarrollo, y primero en Latinoamérica” con las mayores ventas de Retail per cápita de la región, no lo hace en base a su producción nacional (Ponce de León & Rubino, 2018) (XXI, s.f.) (El resaltado pertenece a la autora).

No obstante, actualmente, Uruguay tiene sobresalientes diseñadores nacionales, que han logrado triunfar en el exterior, extendiendo parte de la cultura uruguaya al mundo. Adicionalmente, como tendencia mundial y alternativa al *fast fashion*, los diseñadores uruguayos están creando sobre la base de las consignas del *slow fashion*, la sustentabilidad y sostenibilidad (Chambefort, 2022).

Ahora bien, luego de esta breve introducción y contextualización del sector de diseño de indumentaria en Uruguay, nos enfocaremos en exponer y analizar el primer caso que fue resuelto por la Justicia uruguaya en ocasión de un reclamo que involucra el diseño de moda y los derechos de autor. Este caso es considerado como un *leading case*⁴, que podría marcar el rumbo de la protección de los diseños mediante el reconocimiento y aplicación del Derecho de Autor sobre las prendas de vestir.

2. Presentación del caso y resumen de los hechos

En el año 2013, una reconocida empresa nacional dedicada a la fabricación y comercialización de vestimenta y accesorios, bajo la marca “LEMON” (en adelante, se refiere a la empresa como “Lemon”), promovió un reclamo judicial ante el Juzgado Letrado de Primera Instancia en lo Civil de 13° turno⁵. Las ventas de Lemon se dirigen a múltiples clientes finales con un stock masivo (típico del prêt-à-porter).

Mediante este proceso, Lemon demandó a otra empresa conocida como “Ta-Ta”, una cadena de supermercados con presencia en todo el territorio uruguayo. Esta cadena de supermercados comercializaba –entre otros productos– indumentaria femenina que, según lo manifestado por Lemon, eran copias idénticas de sus diseños.

Estos diseños consistían en prendas básicas como T-shirts o blusas sin manga, pertenecientes a una línea de vestimenta femenina de Lemon denominada “línea esencial”.

Lemon alegó que:

Dichos diseños (concretamente los pertenecientes a la colección “Verano 2011-2021”), fueron objeto de copia y comercialización por la cadena de supermercados pertenecientes a la demandada, circunstancia que motivó que se le intimara (sin éxito) el cese de la actividad ilícita, así como el retiro de las prendas que se encuentran en infracción (Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 2017).

Lemon argumentó que: “Todos los años los diseñadores de la empresa crean diseños exclusivos para sus colecciones, buscando generar una identificación con el público que provoque una presencia indiscutible de la marca en el mercado” (Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 2015).

Para probar este extremo, la reclamante agregó las fichas técnicas de los diseños de su propiedad donde surgen los diseños (parte delantera y trasera), la tela a utilizarse, los talles en los que se confeccionará la prenda, los avíos, detalles de terminación, instrucciones para el corte y demás detalles y comentarios acerca del diseño y su confección. En estas fichas también constan la fecha del diseño y el taller encargado de fabricar la prenda en cuestión. Adicionalmente, Lemon manifestó que no autorizó a la demandada, de ninguna manera, el uso de sus diseños para la explotación por parte del supermercado, así como tampoco para su importarlos, distribuirlos o comercializarlos en todos sus locales comerciales.

Finalmente, el precio de venta de las prendas comercializadas por la demandada se traducía en la mitad del precio de las prendas de Lemon.

Lemon invocó la protección de sus diseños a través de lo dispuesto en la Ley No. 9.739, Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos. En consecuencia, Lemon reclamó: (i) el cese inmediato de la actividad ilegítima de Ta-Ta, es decir, que cesara el plagio de sus diseños, así como de comercializar y distribuir las prendas de vestir que imitaban sus diseños, (ii) los daños y perjuicios derivados de dicha actividad y (iii) la aplicación de la multa por infracción prevista en la referida Ley de Derechos de Autor.

Por su parte, la demandada, Ta-Ta, se defendió expresando –entre otros argumentos– que: “Los diseños en cuestión carecen de originalidad y de valor artístico, se comercializan en una gran variedad de comercios en los cuales se ofrece indumentaria femenina” (Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 2015).

La demandada sostuvo que, si bien los diseños de indumentaria se encuentran protegidos por la Propiedad Intelectual, lo hacen mediante diseños industriales. Sostuvo que el diseño de un modelo, de una vestimenta de un diseñador debe ser protegido mediante un diseño industrial.

Finalmente, Ta-Ta se defendió alegando que se tratan de modelos de negocios distintos, por cuanto Lemon es una tienda exclusivamente de venta de vestimenta femenina, mientras que la demandada es un supermercado y, por tanto, sus clientes tienen un perfil diferente. Las resoluciones judiciales que recayeron en este caso fueron categóricas y contundentes. En primera instancia, la Jueza falló a favor de Lemon, condenando a Ta-Ta por plagio de los diseños de la primera. En otras palabras, el Tribunal en primera instancia encontró prueba suficiente para entender que la demandada había copiado los diseños de indumentaria femenina de Lemon.

Posteriormente, el caso fue examinado por el Tribunal de Apelaciones en lo Civil de 4° turno⁶. El fallo de este segundo Tribunal fue confirmatorio del fallo de primera instancia. Este segundo Tribunal, consideró que se había probado la existencia de plagio de los diseños de Lemon, considerando que estos configuraban obras en virtud de lo establecido en la Ley de Derechos de Autor nacional.

Finalmente, el caso llegó a la Suprema Corte de Justicia. Entre los aspectos revisados por el órgano máximo del poder judicial uruguayo, los ministros de la Corte coincidieron en la resolución del caso, de conformidad con el análisis técnico-jurídico efectuado por los jueces precedentes.

3. Decisión de la Justicia: protección de los diseños mediante el Derecho de Autor

3.1. Marco normativo nacional

Antes de adentrarnos en los argumentos legales invocados por los Tribunales Judiciales para fundar sus decisiones, corresponde que repasemos el marco normativo uruguayo al respe-

to de los Derechos de Autor, que compone el derecho vigente y las bases sobre las cuales la Justicia ha de analizar y resolver casos como el expuesto precedentemente.

En Uruguay, el Derecho de Autor está consagrado en la Constitución y en leyes especiales, que reconocen a los autores el *derecho de dominio sobre las producciones de su pensamiento, ciencia o arte*. Estas leyes especiales son la No. 9.739 (de 17 de diciembre de 1937), que fue modificada posteriormente por la No. 17.616 (de 10 de enero de 2003) y No. 19.857 (de 23 de diciembre de 2019) (IMPO, 2020).

En lo que respecta al tema que nos interesa aquí, la Ley No. 9.739 o más conocida como Ley de Derechos de Autor y Conexos (en adelante, “LDAC”) establece en su artículo 5 (en redacción dada por la Ley No. 17.616):

La protección del derecho de autor abarcará las expresiones, pero no las ideas, procedimientos, métodos de operación o conceptos matemáticos en sí.

A los efectos de esta ley, la producción intelectual, científica o artística comprende:

(...)

Modelos o creaciones que tengan un valor artístico en **materia de vestuario**, mobiliario, decorado, ornamentación, tocado, galas u objetos preciosos, siempre que no estuvieren amparados por la legislación vigente sobre propiedad industrial. (El resaltado pertenece a la autora).

Es decir que, no caben dudas de que los diseños (*modelos o creaciones*) de prendas de vestir (de moda) gozan de la protección del derecho de autor y esto debe ser reconocido a su autor, siempre y cuando *tengan un valor artístico*.

Este elemento, la valoración estética, se vuelve –que va de la mano de la originalidad– el más relevante a la hora de analizar los diseños de moda, puesto que no se tendrán en cuenta los aspectos funcionales de los productos u objetos diseñados, dado que ello correspondería ser protegido mediante otros derechos intelectuales, como es el caso de los diseños industriales.

3.2. Las Sentencias y sus fundamentos

En primera instancia, la Jueza actuante falló a favor de la pretensión de la parte actora, esto es, Lemon, condenando a la demandada, tal como se expresó más arriba. Según la magistrada, a la luz de la prueba rendida en el caso, la reclamante logró probar la originalidad de sus diseños. En este sentido, la Sentencia reza:

La prueba agregada, (...) dan cuenta del trabajo realizado por el equipo o cuerpo de diseñadores de la actora, para elaborar las líneas de vestimenta de cada temporada y del tiempo que lleva el armado y diseño de la colección (Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 2015).

La originalidad y la exclusividad de las prendas en cuestión, quedaron probados a nuestro juicio, no solo con la declaración testimonial sino también con la documental, ya que de las Fichas Técnicas de los diseños propiedad de CLOSED [Lemon] glosadas a la pieza de la medida cautelar, surge **el largo proceso de creación de las mismas e incluso la tela con la que se confeccionaron cada una de ellas (...)** (Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 2015) (Resaltado pertenece a la autora).

Y continúa:

Con ello, se comprueba todo el detalle de cada diseño y las pruebas que luego se requieren para que quede acorde al mismo, esto es, que la idea se vea plasmada en el diseño y luego en la prenda; ello sin duda es lo que le da la exclusividad y originalidad (Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 2015).

Es en función de estos argumentos, que la Jueza consideró que las prendas de vestir comercializadas por Ta-Ta se trataban de *prendas copiadas y prácticamente idénticas* a las diseñadas por Lemon, careciendo la demandada de autorización para tal uso y reproducción de los diseños.

Por todo lo anterior, por aplicación del art. 2^o y 5 de la LDAC, la conclusión de este Juzgado es que: (a) los diseños de indumentaria femenina de Lemon son obras protegidas por el Derecho de Autor y, en virtud de los acontecimientos, (b) existió infracción de estos derechos por parte de la demandada Ta-Ta.

En la instancia de revisión del caso por el Tribunal de Apelaciones, los argumentos utilizados fueron coincidentes.

La sentencia de segunda instancia expresa:

En cuanto al fondo, no cabe duda de que las prendas producidas por la actora tienen el carácter de producción original, de contenido artístico, que resultan comprendidas dentro del derecho de autor. (...) las prendas confeccionadas por la parte actora tienen carácter original, “una creación del artista que toma tales o cuales elementos existentes, concibe a su manera, ordena o coordina conforme a su imaginación” (Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 2016).

Y con relación a la defensa esgrimida por la demandada, consideró este Tribunal que:

Ateniéndonos al contenido de la contestación de la demanda no puede discutirse ahora si existe o no identidad entre las prendas vendidas por la parte actora y la demandada.

Ello quedó excluido de prueba desde el momento en que al contestarse la demanda se sostuvo la similitud entre unas y otras por su carácter de básicas y

hallables en cualquier local de plaza (...) o que se encuentran en “todas las ferias” (Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 2016).

Por estas razones, el Tribunal de Apelaciones confirmó la condena de la cadena de supermercados.

4. Sobre la originalidad y el valor artístico de los diseños, en virtud del *leading case* uruguayo

Para comenzar este análisis, debemos comenzar señalando que, para obtener la tutela del derecho de autor debemos estar frente a una obra protegida. Por tanto, en primer lugar aquella idea sobre el diseño debe estar exteriorizada, materializada, por ejemplo, en un boceto o, como sucede en el caso analizado, mediante una ficha técnica.

En este sentido, la LDAC dispone:

Artículo 1º, párrafo primero: Esta ley protege el derecho moral del autor de **toda creación literaria, científica o artística** y le reconoce derecho de dominio sobre las **producciones de su pensamiento, ciencia o arte**, con sujeción a lo que establecen el derecho común y los artículos siguientes (El resaltado pertenece a la autora).

Artículo 5º, párrafo primero: La protección del derecho de autor **abarcará las expresiones**, pero no las ideas, procedimientos, métodos de operación o conceptos matemáticos en sí (El resaltado pertenece a la autora).

Entonces, el primer mojón a superar es el de estar frente a una producción material, una expresión formal de la idea que surgió en su creador. Este será el punto de partida.

Pero no cualquier obra es tutelada por el derecho de autor. Para ello, esta creación del intelecto humano debe ser original. Entonces, la cuestión radica en la apreciación de este elemento.

Así, el segundo mojón es que esa creación sea original. El concepto de originalidad no está definido expresamente en la normativa uruguaya. Entonces, ¿cómo podemos evaluar si un diseño de vestimenta es original?

En Uruguay, no existe una definición legal de originalidad, ni de los requisitos para su configuración.

Si nos remitimos a los antecedentes legislativos y exposiciones parlamentarias para la promulgación de la LDAC observaremos que

(...) el concepto de originalidad no era extraño a los autores del Proyecto de la LDA del año 1937, al extremo que en el Informe de la Comisión de constitución y Legislación del Senado sobre el Proyecto de 1937 se expresa literalmente que en el concepto de creación que se utiliza en el texto del Proyecto lleva implícita la idea de originalidad (Berdaguer Mosca, 2021).

Como lo destaca la Profesora Bugallo, en Uruguay “(...) la doctrina participa de la aplicación subjetiva clásica del concepto de originalidad para el derecho de autor, como una proyección de la personalidad del autor” (Bugallo, 2006).

Este entendimiento acerca de la nota de originalidad como requisito legal esencial para la definición de obra protegible mediante derechos de autor, también ha sido reconocido por la jurisprudencia uruguaya en ocasión de resolver casos relacionados con esta clase de derechos intelectuales (aunque vinculados con otras clases de obras)⁸.

Tal como lo enseña nuestra destacada doctrinaria, la tendencia consagrada en Uruguay es la aplicación y apreciación del elemento de originalidad desde una dimensión subjetiva. Esto significa que el autor transmite y plasma en su obra parte de su personalidad. Hay una impronta personal y aporte individual del autor presente en esa creación intelectual. No obstante, este requisito de originalidad no tiene el mismo alcance, aplicación y extensión para todas las obras. Por tanto, la originalidad “(...) no puede expresarse o definirse de manera uniforme o estándar para todas las obras, sino que debe ser constatada caso a caso según el género de las obras (...)” (Bugallo, 2006).

Así es que llegamos a analizar la particularidad del elemento de la originalidad ante las obras que consisten en artículos de moda, vestimenta y/o accesorios.

En estas obras, la originalidad debe ser apreciada en función de su *valor artístico*, de acuerdo con lo establecido en el artículo 5 de la LDAC.

Esta nota particular para esta clase de obra se trataría de una **valoración estética de sus características**.

En otras jurisdicciones, la doctrina especializada ha entendido que esta connotación artística

(...) ha de entenderse como sinónimo de relevancia mínima, la cual será mas o menos elevada en función del tipo de obra ante el que nos encontremos y del grado de libertad del autor (...) el diseñador está de algún modo constreñido por las exigencias propias del destino de su obra, que es el de cumplir con la función de prenda. Es por ello por lo que la altura creativa que haya de exigirse a un diseñador de ropa, de calzado o de accesorios será siempre menor que la que se espera de un pintor (...) (Mariscal Garrido-Falla, 2020).

Como lo señala el autoralista argentino Gozalbez, en el campo de la moda: “Cabe analizar con profundidad el objeto a proteger con el fin de determinar la existencia de un nivel de originalidad que justifique el andamiaje normativo y evite conflictos respecto a la aplicación del régimen de derecho de autor” (Gozalbez, 2021).

De acuerdo con el contenido de las sentencias analizadas precedentemente, para los jueces uruguayos, tanto la originalidad y como el valor artístico de los diseños, se aprecian mediante la demostración y evidencia acerca del **proceso creativo de las prendas** que llevaron adelante las diseñadoras de la marca, para crear esa colección.

En consecuencia, para los diseñadores resultará fundamental mantener un registro del proceso creativo, de los detalles técnicos y estéticos, del desarrollo de su concepto y la selección de los materiales (entre los principales elementos de este proceso), a efectos de poder demostrar el trabajo que ha conllevado el diseño de la prenda, calzado o accesorio en cuestión.

A los efectos probatorios, puede resultar útil el registro de estos bocetos de diseño en la autoridad correspondiente encargada del registro de derechos de autor en el país. Registro que si bien no cumple una función constitutiva de derechos (porque el derecho de autor nace al momento mismo de la creación), servirá a efectos de probar quién es el autor y la fecha de creación.

Ahora bien, un aspecto que no podemos perder de vista en el caso analizado es que, **la colección objeto de plagio se compañía de prendas consideradas prêt-à-porter**, es decir, destinada a su consumo en masa, listas para llevar. Adicionalmente, en este caso, las prendas corresponden a una línea de prendas básicas. Por tanto, los diseños se diferencian de otros por detalles más sutiles, como los estampados, la selección de las telas y detalles del diseño como pliegues, bordados, volados, cortes o pespuntos singulares, etc.

Consecuentemente, podemos sostener que no sería necesario estar ante un diseño de gran estructura o composición, como pueden ser las obras de Cristóbal Balenciaga o Alexander McQueen, o los diseños de Iris Van Herpen, Guo Pei o Rei Kawakubo.

Es decir que, la protección del derecho de autor sobre las creaciones de la industria de la moda no es exclusiva de la Alta Costura o el Haute Couture.

A mi modo de ver, en el diseño de moda estos serán originales siempre que se pueda apreciar en ellos **la esencia del diseñador, esa característica propia y única de esa persona**. La impronta personal del diseñador –es decir, del autor– debe apreciarse clara y fácilmente en el diseño.

Es así como podemos estar frente a prendas de vestir o accesorios básicos –como un pantalón o un vestido– y podremos reconocer la esencia de su diseñador y su personalidad plasmada en esa prenda.

Tal como sucede con obras plásticas (pinturas, esculturas), composiciones musicales e, incluso, obras de arquitectura, en las cuales podemos identificar a sus autores simplemente contemplando dichas obras, lo mismo sucede con los diseños en la moda, con la connotación de que sus obras están limitadas a ciertos parámetros y funciones propias del producto que es objeto de la creación.

Como forma de expresión de ideas y opiniones, de identificación e individualidad, la indumentaria permite a los diseñadores transmitir parte de sí mismos a sus obras. Entonces, lo original de la obra no será la prenda en sí (ni el pantalón, ni el blazer, ni el vestido), sino la forma singular en la que ha sido concebida y expresada.

Y esta apreciación aplica también a las tendencias de moda. Como lo refería en la introducción a este trabajo, la moda genera estas tendencias mediante las cuales los consumidores escogen y buscan adquirir ciertas prendas que cumplan con características establecidas por la comunidad en la que conviven, en un momento determinado.

Un ejemplo de esto, puede ser la minifalda, la sastrería holgada u *oversize*, el uso del *jean* o las prendas color fucsia o azul bebé.

Con estos ejemplos, podemos observar como los diseñadores pueden crear y seguir tendencias, utilizando para sus diseños estas consignas comunes, pero siendo originales. La forma en que cada creador expresa su idea en torno a una minifalda en colores pastel con drapeado (se estas fueran las consignas de tendencia), seguramente será muy distinta y cada uno pondrá su esencia, su impronta personal en esa prenda.

En definitiva, en el caso de la Alta Costura el requisito de la originalidad se valorará y apreciará de forma más sencilla, puesto que resultan ser creaciones con un proceso creativo más complejo y singular. Ello en comparación con las prendas, accesorios y calzado pensado, creado y producido para ser comercializado como prêt-à-porter y tendencias de moda, diseños cuya originalidad y valor artístico será de menor envergadura. Pero esto último no descarta *–in limine–* la protección del derecho de autor, en la medida que se logre probar el proceso creativo de la obra en cuestión. Como contrapartida, el alcance de esta protección será necesariamente más débil, limitándose a una situación de imitación o reproducción –no autorizada por el autor– que resulte idéntica para configurar una lesión a los derechos de autor.

5. Conclusiones

La industria creativa de la moda necesita de la protección del derecho de autor para continuar desarrollándose, aún más de cara a los nuevos desafíos y objetivos de esta industria, que apunta a un desarrollo bajo la consigna de sustentabilidad y sostenibilidad.

Por esto, la conclusión es categórica: el diseño de moda merece y reclama la protección de los diseños originales mediante el derecho de autor.

Este reclamo debe ser recibido y atendido por la Justicia en todas las jurisdicciones, sin excepciones.

En Uruguay el camino ha sido marcado claramente y este es el de la tutela de los diseños de moda mediante el derecho de autor.

La moda es revolución, es una forma de expresión de la comunidad (de ideas, sentimientos y libertad) y, en definitiva, una forma de arte. Dependerá del tipo de diseño de que se trate, el análisis de su nivel artístico, estético. Y este aspecto, resultará fundamental para probar la originalidad de los diseños y el alcance de la protección de su autor.

Notas

1. Cuando nos referimos a “moda” en este trabajo lo hacemos en los siguientes términos: “(...) “moda” *procede del francés mode*², se asocia con la forma en la que se manifiesta la aceptación de tipos de indumentaria o productos en un período, “que los hace percibir como la expresión de valores temporales que generalmente enfatizan circunstancias vinculadas a la cultura, los sentimientos, los sueños o las fantasías colectivas que los inspiran³” (Ramos Mejía, 2022).

2. Trabajo titulado “Historia de la moda uruguaya: 1985 a 2018”.

3. En un 57% según las autoras desde 1997 al 2017 según se expresa en la referida investigación.

4. Conforme la definición de la RAE: *Caso cuya resolución o sentencia inicia una tendencia.*

5. Medida cautelar identificada con el número de Identificación Única de Expediente 2-61225/2012 y demanda civil identificada con el número de Identificación Única de Expediente IUE 27-7/2013.
6. El Tribunal de Apelaciones modificó el fallo de primera instancia en cuanto al monto de la indemnización y de la multa.
7. Art. 2 de la Ley No. 9.739, parágrafo 1: El derecho de propiedad intelectual sobre las obras protegidas en esta ley comprende la facultad exclusiva del autor de enajenar, reproducir, distribuir, publicar, traducir, adaptar, transformar, comunicar o poner a disposición del público las mismas, en cualquier forma o procedimiento.
8. A este respecto véase: Sentencia Definitiva No. 4-334/2014 (9 Junio 2014) del Tribunal de Apelaciones Civil 5º turno; Sentencia Definitiva No. 58/2013 (12 Agosto 2013) del Juzgado Letrado de Primera Instancia en lo Civil 12º turno; Sentencia Definitiva No. 139/2011 (19 Octubre 2011) del Tribunal de Apelaciones Civil 1º turno; Sentencia Definitiva No. 12/2011 (9 Febrero 2011) del Tribunal de Apelaciones Civil 6º turno; Sentencia Definitiva No. 158/2002 (22 Mayo 2002) de la Suprema Corte de Justicia.

Referencias Bibliográficas

- AUDACES. (25 de Agosto de 2021). Obtenido de <https://audaces.com/es/tendencia-de-moda-5-motivos/>
- Berdaguer Mosca, J. (2021). *Derecho de Autor Ensayos*. Montevideo: FCU.
- Bugallo, B. (2006). *Propiedad Intelectual*. Montevideo: FCU.
- Chambefort, P.-N. (3 de Enero de 2022). *Montevideo Portal*. Recuperado de <https://www.montevideo.com.uy/Tiempo-libre/La-moda-sostenible-el-proximo-paso-uruguayo-uc808950#:~:text=La%20sostenibilidad%20de%20la%20marca,y%20evita%20la%20contaminaci%C3%B3n%20innecesaria>
- Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 27-7/2013 (Juzgado Letrado de Primera Instancia en lo Civil de 13º turno 30 de Octubre de 2015).
- Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 27-7/2013 (Tribunal de Apelaciones de 4º turno 22 de Noviembre de 2016).
- Closed Ltda. c/ TaTa S.A. Demanda de Cese de actividad ilegítima. Daños y Perjuicios y aplicación de Multa por infracción, 27-7/2013 (Suprema Corte de Justicia 16 de Noviembre de 2017).
- Gozalbez, R. J. (2021). El derecho de autor en el diseño de moda. En *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Ensayos) - Cuaderno 128* (pp. 51-63). Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- IMPO. (Enero de 2020). *IMPO Centro de Información Oficial*. Recuperado de <https://www.impo.com.uy/derechodeautor/>

- Mariscal Garrido-Falla, P. (2020). La defensa de la moda a través de los derechos de autor. En E. ORTEGA, *Fashion Law (Derecho de la moda)* (pp. 99-116). Pamplona: Thomson-Reuters Aranzadi.
- Mérida, M. (19 de Febrero de 2019). *VOGUE*. Recuperado de <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/karl-lagerfeld-mejores-frases-quotes-chanel/27603>
- Ponce de León, M., & Rubino, Á. (2018). *Historia de la Moda Uruguaya: 1985 a 2018*. Montevideo: Ponce de León, Magdalena.
- Ramos Mejía, N. (5 de Enero de 2022). *Asociación Dominicana de Propiedad Intelectual, INC*. Recuperado de <https://static1.squarespace.com/static/5790490dbefafb39ee19658d/t/61d5b9fc87db2f5ccd468b96/1641396733435/FASHION+LAW%E2%80%A6CUANDO+EL+DERECHO+SE+PONE+DE+MODA.pdf>
- XXI, U. (s.f.). *Uruguay XXI*. Recuperado de <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/quiero-invertir/sectores/otros-sectores/retail/>

Abstract: Recently in Uruguay, three court rulings were issued regarding the claim of a well-known local company dedicated to women's clothing. This company claimed before the Uruguayan Courts of Justice that its designs were being used, imitated and commercialized by a supermarket chain, all without its authorization. The defendant was sentenced for infringing and injuring the copyrights that protect fashion designs. This case is considered a leading case that enshrines the protection of fashion designs through the recognition of copyright on clothing in Uruguay, thus marking the way for the resolution of future disputes in the field of fashion design. The present work analyzes the fundamentals expressed in these sentences for obtaining.

Keywords: intellectual property - copyright - design - fashion - protection - plagiarism.

Resumo: Recentemente, no Uruguai, foram proferidas três decisões judiciais sobre a reclamação de uma conhecida empresa dedicada ao vestuário feminino. Esta empresa alegou perante os Tribunais de Justiça uruguaios que seus desenhos estavam sendo usados, imitados e comercializados por uma rede de supermercados, tudo sem sua autorização. O réu foi condenado por infringir e ferir os direitos autorais que protegem os designs de moda. Este caso é considerado um verdadeiro caso de liderança que consagra a proteção dos desenhos de moda através do reconhecimento de direitos autorais sobre o vestuário no Uruguai, abrindo caminho para a resolução de futuras disputas no campo do design de moda. O presente trabalho analisa os fundamentos expressos nessas sentenças para a obtenção dessa proteção reconhecida para os designers.

Palavras chave: propriedade intelectual - direitos autorais - design - moda - proteção - plágio - uso não autorizado - originalidade - valor artístico - decisão judicial - condenação.

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