



FECHA DE RECEPCIÓN: 30/07/2023
FECHA DE APROBACIÓN: 27/02/2024

DERECHO DE LA MODA: UN CONCEPTO ENTRE VARIOS CONCEPTOS

Fashion Law: a concept among several concepts

Susy Bello Knoll*

Universidad Austral

* Este trabajo fue escrito por un humano. La autora es abogada y contadora por la Universidad de Buenos Aires. Master en Derecho Empresario por Universidad Austral. Doctora en Derecho por la Universidad de Salamanca. Premio Extraordinario de Doctora 2011-2012. Co-Coordinadora y autora del primer libro en español en Derecho de Moda “Derecho y Moda”, Marcial Pons (2015), del primer libro en portugués “*Moda, Luxo e Direito*”, ElDial (2016). Co coordinadora y autora de “Derecho de la moda en Iberoamérica (*Fashion Law*)”, Thomson Reuters-Aranzadi (2021). Directora del Suplemento trimestral “Imagen y Derecho de la Moda” de ElDial desde 2020 con la edición de tres anuarios. Coordinadora de los Cuadernos de Investigación UP-Universidad de Salamanca de la Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo. Evaluadora interna de proyectos de investigación y profesora de postgrado de la Universidad Austral, Argentina. Correo electrónico: susybelloknoll@gmail.com. ORID iD: 0000-0003-1067-4554

Resumen:

En este trabajo se busca lograr una definición del Derecho de la Moda. Para ello el camino elegido es la deconstrucción de los distintos elementos del término explicando cada uno de ellos. Se determina qué es para la autora el Derecho, qué es la Moda y el uso de los conectores. Para concretar el cometido se analiza la industria de la Moda y el significado que genera el uso de preposiciones vinculantes en el caso de Derecho de Moda y Derecho a la Moda. Se recogen pensamientos, definiciones y opiniones del sector jurídico de alrededor del mundo como aporte adicional. La conclusión que provee la definición del Derecho de la Moda proviene de la construcción de un concepto con los elementos elegidos de la deconstrucción.

Abstract:

This paper seeks to achieve a definition of Fashion Law. For this, the author has chosen to deconstruct the different elements of the term, explaining each one of them. The deconstruction determines what is Law for the author, what is Fashion and the use of connectors. To specify the task, the Fashion industry and the meaning generated by the use of binding prepositions in the case of Fashion Law and Fashion Law are analyzed. Thoughts, definitions and opinions of the legal sector around the world are collected as an additional contribution. The conclusion provided by the explanation comes from the construction of a concept with the chosen elements of deconstruction.

Palabras clave:

Moda – concepto – derecho de la moda – definición – deconstrucción

Keywords:

Fashion – concept – fashion law – definition – deconstruction

Sumario:

1. Introducción – 2. El derecho – 3. La Moda – 4. La industria de la Moda – 5. Derecho de Moda – 6. Derecho a la Moda – 7. Derecho de la Moda – 8. Lista de referencias

1. INTRODUCCIÓN

En los estudios jurídicos siempre es conveniente tratar de definir con claridad. Principalmente corresponde esta tarea cuando se trata de una novedad. Sin duda, el Derecho de la Moda supone una mirada innovadora dentro de los estudios legales y por ello resulta, a mi criterio, indispensable realizar un análisis de los conceptos que lo constituyen para lograr una explicación de su propio sentido.

Un medio para alcanzar el objetivo es la deconstrucción¹ de la idea, es decir, separar y analizar los componentes que lleven a interpretar la dimensión del término. Una expresión que parece, en principio, vincular dos mundos diferentes.

Para definir, entonces al Derecho de la Moda, examinaremos las interpretaciones de los elementos integrante del mismo.

Por otra, lo uniremos con preposiciones vinculantes con otras palabras para descartar el sentido que otorga cada una de estas variables. Hablaremos así del derecho a la Moda y el derecho de Moda.

La división del término Derecho de la Moda supondrá, en primer lugar separar el concepto de Derecho como nominación de la materia; luego, el de la Moda como factor vinculado y, por último, el nexo vinculante para tratar la consecución de lo proyectado que es brindar un concepto del Derecho de la Moda.

2. EL DERECHO

Para los legos el Derecho se relaciona con la idea de orden o de ley. Para los juristas, sin lugar a dudas, está comprometido en él el ordenamiento de las acciones de los hombres en su convivencia en sociedad y el orden se logra a través de normas. Entonces, como primera aproximación, se dice que el Derecho es un conjunto de normas que regulan la conducta de los individuos dentro de una sociedad.

Tengo ya dicho, que el Derecho no sólo son las reglas emitidas por quienes corresponda conforme la estructura jurídica de cada comunidad humana, sino que existen normas no escritas que reflejan el reconocimiento de determinados valores por parte de todos los individuos que componen un colectivo o un grupo determinado dentro de él (2020b).

¹ Del francés *déconstruire*, concepto creado por el filósofo francés Jacques Derrida. La esencia, en fin, se encuentra en la apariencia para este maestro.

Sean unas u otras reglas, existe la conciencia entre los alcanzados por ellas que deben respetarse los postulados haya o no sanción establecida para el caso de su incumplimiento.

El Diccionario de la Lengua Española (s.f.) define el Derecho como un “conjunto de principios y normas, expresivos de una idea de justicia y de orden, que regulan las relaciones humanas en toda sociedad y cuya observancia puede ser impuesta de manera coactiva”. Y aquí podemos destacar que el fin último no sólo es el orden sino también la justicia. Esta definición confirma lo adelantado respecto a que la coacción no es parámetro para la existencia de una exigencia de conducta y que no necesariamente debe la regla establecer condena. En algún caso habrá sanción ante el incumplimiento, pero siempre existe en la norma la fijación de un modo debido de comportarse.

Inmediatamente esta definición del mencionado Diccionario refiere al Derecho como la ciencia que estudia esas normas y principios (Diccionario de la Lengua Española, s.f.). Esto indica que tras las reglas hay valores y principios que determinan las mismas y que se hace necesario observarlos y analizarlos de modo científico.

Para ampliar y enfocar el horizonte, a esta altura, conviene ahondar en la apreciación jurídica de la Real Academia de la Lengua Española en el Diccionario Panhispánico del Español Jurídico², que en su segunda acepción dice que el derecho:

[E]s el conjunto de principios, normas, costumbres y concepciones jurisprudenciales y de la comunidad jurídica, de los que derivan las reglas de ordenación de la sociedad y de los poderes públicos, así como los derechos de los individuos y sus relaciones con ellos. (2017, I, p. 766)

Además, agrega en esta acepción que también refiere a una “rama o especialidad de la disciplina jurídica dedicada al estudio de una parte o sector del ordenamiento jurídico” (2017, I, p. 766).

Entonces, el Derecho es una ciencia que estudia ese conjunto que aquí se describe hacia un fin de orden y justicia social. Además, como tal, posee ramas y especialidades que se dedican a sólo una porción de lo que el mismo abarca.

² Obra en la que trabajaron más de 400 juristas iberoamericanos y cuyo equipo de Derecho mercantil para la República Argentina tuvo el honor de dirigir, es una herramienta útil de consulta en línea.

Este último Diccionario no nos aporta juicio alguno sobre el significado de rama o especialidad salvo en la referencia al principio de especialidad del derecho penal (2017, II, p. 1589).

Vamos acumulando explicaciones que nos ayudarán en el trabajo tanto aportando nuevos elementos como oportunidades de reflexión sobre los conceptos de los mismos.

Volvamos al Diccionario citado en primer término en el que encontramos que rama refiere a una parte de una ciencia. En este caso, parte del Derecho (Diccionario de la Lengua Española, s.f.). Y también descubrimos que la palabra especialidad refiere a una parte limitada de la ciencia, en la que quienes la cultivan, poseen saberes o habilidades muy precisos.

Tengo para mí que, desde una división clásica tenemos dos grandes ramas dentro del Derecho. Estas son el Derecho privado y el Derecho público. Sin embargo, a través del tiempo y visto el aumento de la complejidad de las relaciones entre los individuos; de éstos con el Estado; los vínculos con los bienes y las cosas; determinadas subdivisiones, dentro de estas dos ramas del Derecho (público y privado), pasaron a considerarse con propia autonomía como el caso del derecho civil en el marco del derecho privado o el derecho constitucional en la rama del derecho público. En algunas situaciones particulares estas divisiones y subdivisiones se coordinan armoniosamente, respetando sus pilares fundantes, para ser aplicados a sectores determinados como podría ser la Moda en nuestro caso.

Hemos usado, hasta aquí, los diccionarios como instrumentos suficientes en cuanto, de manera ordenada, proveen la explicación de las palabras. En este caso nos la han otorgado en el ámbito general y en el aspecto jurídico en particular y aportado espacios de especulación que se pueden utilizar para avanzar en nuestro cometido.

Esta deconstrucción del concepto de Derecho es el primer paso hacia la construcción del concepto de Derecho de la Moda.

3. LA MODA

Aquí la tarea resulta más compleja. Malcolm Barnard, uno de los más reconocidos sociólogos de la Moda, se pregunta en la Introducción del libro *Teoría de la Moda: ¿qué es la Moda?* Como respuesta se arriesga a decir que no es una pregunta fácil de responder (2020, p. 2).

Comencemos, entonces, a trabajar con un Diccionario para ser consecuentes con el camino elegido en la primera parte de este aporte. El Diccionario de

la Lengua Española (s.f.) provee dos definiciones generales. En un caso es el “uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país” y en el otro refiere al “gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos”.

Sin embargo, a mi criterio se debe considerar la evolución del uso de esta palabra en las distintas ciencias para otorgar mayor precisión al fin que buscamos aquí.

Personalmente, refiriéndome a ello, he descrito la trayectoria que han seguido las ciencias y he indicado que ha sido la estadística, dentro de la ciencia matemática, la primera en plantear el uso del término modal para nominar el comportamiento de un grupo de valores definidos previamente (2015, p. 9). En ese sentido, los datos se concentran en un determinado modo de probabilidad que resulta continua, siendo ésta la más común, representada en la curva de Gauss y denominada distribución normal. Esto permite “modelar”, conforme la estadística, en el sentido de diseñar modelos conductuales predecibles en determinado sentido³.

Seguramente por esta postura de la estadística, en el siglo XX, la sociología toma ese concepto para describir la conducta coincidente de los individuos en un tiempo y en un lugar determinado como indica la primera definición de este apartado.

Georg Simmel, filósofo y sociólogo de las tendencias, advierte que existen dos fuerzas antagónicas en la Moda que se debaten en el individuo (2020, p. 92). Ellas se refieren, por una parte, a la adaptación que busca la persona frente a las exigencias sociales, y, por otra parte, al pensamiento individual. En ese sentido, para él, la moda como fenómeno universal en la historia del mundo, asume y hace propia esta lucha constante entre la uniformidad y la individualidad de las decisiones que se plantean en las conductas personales. Indica, además, que se da esta circunstancia no solo en la ropa (p. 94). Esta tensión descrita por Simmel se puede observar, del mismo modo, en el cumplimiento de las normas jurídicas.

El sociólogo francés Barnard reconoce que se aplica a varias maneras de actuación de las personas y entiende que es un fenómeno profundamente cultural definido como una moderna, occidental, significativa y corporalmente

³ Sin embargo, Guillaume Erner expresa en su “Sociología de las tendencias” cuando habla de tendencias y estadística que no sería posible modelizar (Erner, p. 18).

comunicativa manera de mostrarse a través de los adornos y el vestido (2020, pp. 3-4).

Efectivamente es así para el italiano Umberto Eco, en su análisis del uso de códigos de comunicación, signifiante y significado, cuando asegura que hablamos a través de nuestras prendas (2020, p. 210). En fin, se concluye que la moda es comunicación. De esta manera lo planteaba en mi trabajo de Introducción a la Moda y el Derecho al decir que la moda había constituido el lenguaje que utilizaron mujeres y hombres a lo largo de los siglos para mostrar sus sentires más profundos (2015, p. 10).

Sin embargo, la investigadora inglesa Elizabeth Wilson manifiesta que no solo supone un barómetro comunicacional sino que además es una forma de arte expresiva que está marcada y marca el tiempo histórico (2020, p. 17). Ya se introduce, entonces, la estética en el corazón de la definición. Afirma que estamos vestidos y que, en todas las expresiones culturales, sea la literatura, la música, el cine o el arte, encontramos representaciones de la ropa (Bari, 2020, p. 5).

La moda, entonces, es modo de actuar coincidente de los individuos en un tiempo y en un lugar determinado, pero también, para algunos, es comunicación y es arte. En cualquier caso, supone una forma de comportarse que encierra la expresión de una elección.

Para que sea posible la opción para cada uno, y en particular, para que sea la ropa la que transmita el mensaje que cada uno en forma individual genera sumando su elección a la colectiva para determinar una actuación coincidente, es necesaria la producción de ese signifiante que es, en principio, el vestido.

Personalmente creo que podemos afirmar que no sólo se trata de la manufactura del vestido sino también de los variados complementos como anticiparan Simmel y Barnard como se ha indicado (Simmel, 2020, p. 92; Barnard, 2020, pp. 3-4).

4. LA INDUSTRIA DE LA MODA

Se genera, en definitiva y según lo descripto, una necesidad de cubrir las demandas de quienes deseen usar ese instrumento expresivo que cubre sus cuerpos o los adorna de alguna manera.

Es la economía, entonces, la que viene a definir un sector específico dentro de la misma que provee la satisfacción de lo requerido. Es decir, agrupa bajo un denominador común con características particulares a la totalidad de las operaciones que se deben realizar para la obtención de las materias primas y

su posterior transformación para lograr el producto final o los instrumentos para la prestación de los servicios demandados.

A poco de ahondar en el mercado se advierte que, en este juego de producción y consumo referido a las tendencias de conductas definidas por la estadística, la filosofía y la sociología hay algo más que la ropa y los adornos como lo indicaban los sociólogos citados. Resulta que tanto desde el punto de vista de la expresión como de la estética el cuerpo se muestra, según el criterio de cada uno, en forma consentida como acorde o bella, a través de su cuidado (*health care*), su olor (el perfume), su color (el maquillaje), por citar algunos de los vehículos expresivos que generan nichos de mercado especiales en el mundo económico de la moda además de la ropa y los adornos

Distintas ciencias y, en particular hoy, las tecnologías se ponen al servicio de una industria que crece y se expande al ritmo de la evolución humana. Desde la invención de la máquina de coser patentada por Singer en el año 1851 (Wilson, 2020, p. 21) hasta el artículo de la Revista Cosmopolitan citado por Vanessa Jiménez Serranía (2023, p. 273), que analiza como a ir de compras en el metaverso para adquirir *skins* para avatares creadas como *tokens* no fungibles⁴ por marcas de lujo, advertimos que no hay ninguna duda de que la industria de la moda se consolida utilizando todas las herramientas a su alcance para lograr el objetivo económico de intercambio de bienes y servicios deseados.

Antes de la epidemia de COVID 19 se afirmaba que esta industria representaba el 2% del Producto Bruto Global con U\$S 3.000 billones de dólares dentro de los la ropa femenina alcanzaba un total de U\$S 621 billones de dólares y la ropa masculina U\$S 402 billones de dólares (Burbidge, 2019, p. 2). Luego de la pandemia distintas fuentes coinciden en que se ha recuperado ese monto de dinero en el intercambio económico y particularmente en el sector de lujo (*Fashion United*, s.f.). Allí los consumidores han coincidido en lo que podría denominarse “compra de venganza” como respuesta al encierro y padecimientos vinculados con la enfermedad que afectó al mundo.

Podemos advertir, sin embargo, que no sólo se trata de transacciones sobre bienes y servicios sino también de trabajo humano que, en muchos casos, resulta intensivo. En la Unión Europea, antes de la pandemia de COVID-19, más de cinco millones de personas tenían contratación directa en la cadena de valor de la moda de los cuales el 20% estaba relacionado con la moda de lujo y el *retail* (Burbidge, 2019, p. 2).

⁴ NFT en sus siglas en inglés.

La regionalización de las actividades del sector marca que entre las diez economías más grandes del mundo, cinco de ellas se destacan por ser líderes en el negocio minorista entre las que están China, Estados Unidos de América, Reino Unido, Alemania y Japón. China como el primer exportador de prendas y Estados Unidos de América como el primer importador (*Fashion United*, s.f.). En Europa se realizan tres de las cuatro más importantes semanas de la Moda, a saber, Londres, París y Milán. Además, esta región es un importante centro de producción, particularmente en el Sur y el Este en países como Portugal, España, Italia, Rumania y Turquía. Se destaca que aquí convergen manufacturas de alta calidad con importante uso de tecnología en particular implementada en textiles, ropa y calzado de protección corporal (Burbidge, 2019, p. 2). Del mismo modo las marcas de cosmética más importantes se encuentran en Europa como es el caso de *L’Oreal* en Francia y Nivea en Alemania (Statista, s.f.).

La industria de la Moda se destaca, luego, por su importancia a nivel económico, de producción de empleo y especialización.

5. DERECHO A LA MODA

El Diccionario Panhispánico del Español Jurídico, que ya hemos consultado para encontrar una definición de Derecho tomando su segunda acepción, indica en la primera acepción del término que ahora tomamos que el derecho es una prerrogativa o facultad de una persona reconocida por el ordenamiento jurídico, o derivada de relaciones jurídicas con otros sujetos (2017, I, p. 766).

Si es así, entonces todo individuo tendría derecho a la Moda. La preposición “a” resulta aquí la conexión con un complemento determinado que supone para cada persona la posibilidad de ejercer lo que se concede como capacidad. En definitiva, permite alcanzar la finalidad o el propósito que persigue el individuo que es “estar a la Moda”.

Ya tengo dicho que, el derecho a vestirse ha sido reconocido en instrumentos de nivel internacional como en la Declaración Universal de Derechos Humanos en su artículo 25 y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales en su artículo 11 (Bello Knoll, 2020). A este derecho otorgado por las normas lo he denominado derecho al vestido. Hoy, asumo que este derecho es distinto al derecho de “estar a la Moda” que, por lo descrito en este trabajo supone relaciones más complejas del ser humano con la ropa que lo cubre y los elementos que adornan su cuerpo que entran en una esfera de total intimidad cuyo derecho también es protegido como derecho fundamental.

Sin embargo, entiendo que tanto el derecho al vestir como derecho fundamental y el derecho de “estar a la Moda”, no se encuentran aislados en el plexo de normas que adquieren rango constitucional y otorgan a cada ciudadano permisos básicos que le ayudan a desarrollarse libre y sanamente en sociedad.

Podemos advertir, en el marco de lo que hemos definido aquí como Moda, que juegan un papel esencial en la defensa del derecho a la Moda, el derecho a la identidad, el derecho a la cultura, el derecho a la salud, entre otros. Y, desde el punto de vista de la característica comunicacional de la Moda, derecho a la libertad de expresión adquiere una relevancia incuestionable.

Pero hemos escuchado que el derecho de uno acaba cuando comienza el derecho de otro y, a poco pensar, entendemos que esto es así. Por ello debemos reflexionar sobre las posibilidades de afectación de los derechos de otros que puede ocasionar el “estar a la Moda”.

Para el sociólogo francés Guillaume Erner, la Moda es un universo donde todo es posible porque sólo acepta una lógica interna, pero advierte que hay una ética de la Moda y en este sentido refiere al debate sobre el uso de pieles de animales (2015, p. 104). Aquí nos acercamos a la discusión de la existencia o no de un derecho animal que la Moda estaría afectando en este caso.

A mi criterio, sólo con usar una remera con un dibujo ofensivo a una cultura, a una religión, a una raza, por tomar algún ejemplo de la ropa que vestimos, podría afectarse el derecho constitucional de otro relacionado con el respeto que merece referido a su identidad. Esto, a pesar de lo acalorados que resultan a veces los intercambios de opiniones, muestra que también el derecho a la libertad de expresión tiene un límite.

Entonces, podemos afirmar la existencia de un derecho a la Moda que se encuentra interrelacionado con otros derechos tan fundamentales como él que deben armonizarse para una convivencia pacífica en sociedad con los derechos de otros.

6. DERECHO DE MODA

En la deconstrucción que venimos practicando hemos dicho en el apartado III que el Diccionario de la Lengua Española provee dos definiciones generales y que una de ellas reza que la Moda es el “uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país” (s.f.).

Sin duda el Derecho, salvo en algún sentido cuando se refiere al orden internacional, tiene una estructura territorial determinada donde los Estados

establecen el rango de las normas y construyen su propia pirámide legal. Es decir, podemos hablar de una localización de las leyes.

Se hace difícil hablar de una temporalidad, pero podemos concluir que se trata de la vigencia de las reglas. En esto, comprobamos que más difícilmente se realizan en los países reformas a leyes constitucionales porque como dice Lorente “la constitución es la causa formal del Estado” ya que supone la organización del mismo estableciendo las pautas de vida en común que son esenciales (1994, p. 1). Significa simplemente que hay leyes que perduran más en el tiempo.

Pero realmente entra en crisis, respecto a la temporalidad, la definición que analizamos cuando se refiere a “estar en boga”. Sin duda, esto refiere a la palabra francesa “*vogue*” que da nombre a una de las revistas de tendencias más conocidas. Y “estar en boga” no es más que tener buena aceptación, particularmente auge social. Es decir, conductas coincidentes electivas aceptadas y bien vistas en un momento y lugar determinados. Pero el Derecho, en este sentido, no es electivo. El diseño de una base legal con principios y valores entendidos como relevantes para una comunidad humana que posibilitan su intercambio de relaciones en paz y concordia se impone a los miembros, aunque en algunos casos conlleve además sanciones por no la falta de respecto a lo establecido.

También hablamos aquí de normas no escritas a la que los individuos adhieren voluntariamente y de otras que si bien son impuestas no tienen sanción. Entendemos que ni unas ni otras suponen que su no cumplimiento admita poner en peligro la estabilidad de la sociedad. Tanto aquellas reglas escritas de carácter sancionatorio como las que acabamos de citar son coincidentes en la preservación de los principios y los valores de la comunidad conviviente.

Todas las imposiciones sociales a través de reglas tienen una causa profunda de orden y justicia.

La preposición “de” expresa la forma de ser o de comportarse. La naturaleza, en este caso, de un modo de actuar. Por ello, consideramos que el Derecho no “está en boga” sino vigente en el caso del derecho positivo porque así lo determinan los órganos institucionales pertinentes en cada nación.

Sin embargo, no podemos dejar de considerar y coincidir con Esther González Hernández cuando presenta el “estar de moda” en el marco de la estética en la política de la democracia española en el sentido de vincular la percepción, en este caso de los sentidos, en el análisis (2022, p. 27). Por ello me permito plantear que hay socialmente una percepción del Derecho en tanto cuáles son

las normas escritas o no que están vigentes. Esto no implica que el Derecho esté a la moda en el sentido de la definición de “estar en boga”.

Como reflexión última, entiendo que no puede considerarse el Derecho como uso, modo o costumbre en orden a la definición que utilizamos, aunque todos reconocemos que la costumbre puede ser fuente del Derecho.

7. DERECHO DE LA MODA

A esta altura del trabajo consideramos finalizada la deconstrucción de los términos e intentaremos alcanzar el objetivo fijado de lograr una explicación del concepto, en suma, una definición del Derecho de la Moda.

Si el Derecho se entiende como el conjunto de principios y normas que regulan las relaciones humanas entonces tenemos el primer enunciado para nuestra explicación conceptual.

La Moda explicada en definiciones matemáticas, filosóficas, sociológicas y hasta económicas se emparenta con el Derecho al decir de Georg Simmel, citado por mí en otra oportunidad (Bello Knoll, 2022). Este sociólogo expresa en su libro *Filosofía de la Moda* que “la moda, pareja en esto al derecho, actúa solo sobre las externalidades, sobre las facetas de nuestra vida orientadas hacia la sociedad” (2017, p. 67).

No cabe duda, entonces, que la afirmación hecha por el sociólogo alemán es verdadera. Personalmente, creo, que podemos agregar que se establece también una correlación con la Moda y el Derecho en la intimidad de la toma de una decisión interna respecto de las opciones que se presentan a la persona sin necesidad de que manifieste la elección socialmente, aunque los otros individuos pretendan inmiscuirse en lo resuelto por el personaje. Es decir, consideramos la elección como moda cuando se expresa y es coincidente con la de otros y permitimos reservar un espacio exclusivo donde, como marcan Daniel Alberto Sabsay y José Miguel Onaindia, hay una ética privada de la decisión individual frente a otra ética colectiva referente a los terceros (1994, p. 51). Pero siempre el Derecho evalúa si la acción privada puede poner en peligro potencial a la sociedad.

Veamos ahora algunas definiciones y no definiciones del mundo jurídico.

La guía legal para diseñadores de moda de la *American Bar Association* (Faux, 2013), a pesar, de estudiar y proveer consejos para el mundo de la Moda y sus diseñadores no refiere al Derecho de la Moda y tampoco arriesga un concepto.

Una definición de Derecho de la Moda se nos presenta en la segunda edición del libro de Jiménez y Kolsun donde Guillermo C. Jiménez dice que es la especialidad legal que aborda los problemas legales que enfrentan las empresas de moda y los diseñadores de moda (2014, pp. 1-2). Asimismo, agrega luego que el Derecho de la Moda resulta una compilación de varias disciplinas legales.

A mi criterio, esta definición no resulta suficiente, aunque coincidimos en que se trata de una especialidad y en la afirmación respecto a que involucra otras disciplinas. Más aun, afirmo, que a otras especialidades del Derecho.

Veamos, antes de seguir avanzando, algunas expresiones de profesionales del derecho para encontrar un camino para alcanzar el fin de este trabajo.

En 2016, la abogada italiana Barbara Pozzo expresa que cuando le hablaron, de Derecho de la Moda preguntó que era porque nunca se había preocupado, desde su posición de profesora universitaria de derecho, por la moda (2016, p. ix). Cuenta que luego de una reunión con Susan Scafidi, directora del *Fashion Law Institute* de Nueva York, comprendió que no sólo se trataba de la propiedad intelectual, sino que suponía indagar en los puntos relevantes, desde un punto de vista jurídico, que plantean problemas particulares y que necesitaban soluciones o respuestas particulares y que hacen al mundo de la Moda.

No fue la primera sorprendida, sino que fuimos varios los profesores universitarios que al escuchar el término preguntamos de qué se trataba. Como ella, yo personalmente, a través de los años fui descubriendo que no había rincones en el amplio espacio de las normas que no albergara cuestiones referidas a la industria de la Moda y me he convencido que esas materias debían ser leídas desde una dinámica particular por las características del sector.

Unos años después, en el año 2020, en el libro sobre las nuevas fronteras del Derecho de la Moda en el que tuve el placer de participar, Barbara ya determina que el Derecho de la Moda es tan amplio que va acompañando la industria de la Moda en todo su ciclo, en particular desde la protección de la creatividad del artista respecto al producto hasta la protección del consumidor final (Pozzo, 2020, p. ix).

Aún en 2019, Clara Szczeranski, decana de la Facultad de Humanidades de la Universidad Mayor de Santiago de Chile, donde se estudia la carrera de Derecho, prologaba el libro de Derecho de la Moda en el que participamos interesados en el tema desde que llegara a América Latina, que recién se empezaba a reflexionar académicamente desde el Derecho y las buenas prácticas de cara a la Moda (Rodríguez Donoso y Vidal Beros, 2019, p. 10).

Burbidge confirma que en Europa no existía hasta su libro una perspectiva práctica de la consideración de las leyes europeas aplicables a la Moda y confiesa ser una abogada dedicada a la propiedad intelectual por lo que su desarrollo se centra en la protección de los derechos creativos que estima fundamentales en este ámbito (2019, p. xxiv).

Susan Scafidi y Jeff Trexler, en el festejo editorial por los diez años del Instituto de Derecho de la Moda en la Universidad de Fordham en Nueva York, referían a la vida legal de lo que vestimos mostrando que no sólo se trata de eso sino de un movimiento alrededor del mundo que ha construido una sólida disciplina (2021, p. 20). Para Susan Scafidi (2015), el Derecho de la Moda:

[E]s un campo que abarca la sustancia legal del estilo, incluyendo las cuestiones que puedan surgir a lo largo de la vida de una prenda de vestir, a partir de la idea original del diseñador y continúa todo el camino hasta el armario del consumidor. (p. 18)

Respecto a ello ya he expresado mi opinión con relación a que, a mi criterio, la moda no es sólo la ropa, no está sólo en el vestir por lo que hay que ampliar esta explicación.

El Derecho como ciencia supone un conjunto de conocimientos relacionados con las normas que rigen las acciones del hombre en sociedad. Como hemos indicado, es amplio, y por ello se pueden agrupar esos saberes eligiendo una pauta determinada para hacerlo. En nuestro caso, la guía para formar el conjunto es lo tocante a la industria de la Moda.

Advertimos ya que el Derecho, además, en el contexto que enunciamos es una ciencia que tiene ramas y especializaciones. Entonces, concluyo, por mi parte, que el Derecho de la Moda es una especialidad visto que dentro del Derecho se refiere a una parte limitada de la ciencia donde se tiene en la mira un sector específico como es el de la Moda.

Antes de ahora he arriesgado una definición que confirmo y ajusto aquí luego de haber realizado esta deconstrucción (Bello Knoll, 2018).

Como aporte final, entonces, la conclusión es que para mí el Derecho de la Moda es el área especializada del Derecho que tiene por objeto el conocimiento, estudio y análisis de las cuestiones jurídicas vinculadas con la industria de la Moda.

En el marco de esta definición lógicamente están incluidos el conocimiento, el estudio y el análisis de los problemas del sector y el planteo de alternativas de soluciones a los mismos. Esto es parte de la observación y experimentación que toda ciencia hace en base a una determinada metodología.

Toda interpretación de las normas, principios y valores en el Derecho de la Moda se hace bajo la óptica de la dinámica particular del sector de la economía de la Moda.

Como indicara Jiménez (2014, pp. 1-2) muchas disciplinas contribuyen a nutrir el contenido del Derecho de la Moda y, como dijéramos aquí, variadas especialidades jurídicas en las que se ha trabajado específicamente en el libro *Derecho de la Moda en Iberoamérica* (Ortega Burgos y Bello Knoll, 2021) en cada uno de los once países en que se presenta la normativa. A saber, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, México, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana y Uruguay. En particular se encuentra en el texto, para cada país, el estudio de los derechos de propiedad intelectual, del derecho corporativo, del derecho fiscal, del derecho regulatorio, del derecho financiero, del derecho contractual y del derecho laboral aplicados a la moda en sentido amplio.

Asimismo, contribuyen a nutrir esta especialidad algunas leyes específicas que podemos indicar como exclusivas del Derecho de la Moda como es el caso de la Ley de Talles argentina o las recomendaciones impulsadas por la comisión de Medio Ambiente del Parlamento Europeo en estas fechas para que la Unión Europea adopte medidas que garanticen que los productos textiles se producen de forma circular, sostenible y socialmente justa. En fin, indicios de una Derecho de la Moda sustentable.

8. LISTA DE REFERENCIAS

- Bari, S. (2020). *Dressed. A philosophy of clothes*. Basic Books.
- Barnard, M. (2020) *Fashion Theory. A reader* (ed.) (2ª. Ed.). *Introduction*. (pp. 1-16) Routledge Student Readers.
- Bello Knoll, S. (2020a), Consumidor sostenible: El Objetivo 12 de los ODS, *Revista de Graduados de la Universidad Austral*, 10. <https://riu.austral.edu.ar/handle/123456789/1267>
- Bello Knoll, S. (2020b). El Derecho al vestido o el Derecho a la Moda, *LWYR*, <https://www.lwyr.cl/opinion/el-derecho-al-vestido-o-el-derecho-a-la-moda/>
- Bello Knoll, S. (2018), Derecho de la Moda y sustentabilidad cultural. *En Letra Civil y Comercial. Año III, Num. 5.* (33-47). <https://www.enletracivilycomercial.com/elcyc-5>
- Bello Knoll, S. & Echeverría, P. (2015). Derecho y Moda (eds.). *Introducción a la Moda y el Derecho*. (pp. 9-16) Marcial Pons.
- Burbidge, R. (2019). *European Fashion Law. A practical guide from start-up to global success*. Elgar Practical Guides.

- Eco, U. (2020) Fashion Theory. A reader (ed.) (2ª. Ed.). *Social life as a sign system* (pp. 205-211) Routledge Student Readers.
- Erner, G. (2010) *Sociología de las tendencias*. Editorial Gustavo Gill.
- Erner, G. (2015) *Victimas de la Moda*. Editorial Gustavo Gill.
- Fashion United (s.f.). *The Global Apparel Market*. Consultado el 23 de julio de 2023. <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>
- Faux, D. (2013). *The American Bar Association's legal guide to fashion design*. American bar Association.
- González Hernández, E. (2022) (dir.). La estética de la política en la democracia española. *Presentación*, 21-30. Colex.
- Jimenez, G. & Kolsun, B. (2014). *Fashion law. A guide for designers, fashion executives & attorneys*. (ed.) (2a. ed.) Fairchild Books.
- Jiménez Serranía, V. (2023). Metaverso y moda. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 181, 273-294 <https://doi.org/10.18682/cdc.vi181>
- Lorente, J. (1994) *Constitución de la Nación Argentina y Tratados Internacional con jerarquía constitucional. Comentario a la Reforma de 1994*. Ediciones Gowa.
- Ortega Burgos, E. Y Bello Knoll, S. (2021) *Derecho de la Moda en Iberoamérica (Fashion Law)* Thomson Reuteers-Aranzadi.
- Pozzo, B. & Jacometti, V. (2016), (dir.). *Fashion Law, Le problematriche giuriche della filiera della moda*. Giuffre Editore.
- Pozzo, B, & Cerchia, R. (2020), (ed.). *The new frontiers of Fashion law*. MDPI.
- Ramírez Espinoza, M. (2022). Entrevista a la Dra. Susy Bello Knoll (pp. 121-128). *Revista del Posgrado en Derecho de la UNAM*, No. 17, julio-diciembre. <https://doi.org/10.22201/ppd.26831783e.2022.17>
- Real Academia Española (s.f) *Diccionario de la Lengua Española*. Consultado el 20 de julio de 2023. <https://dle.rae.es/derecho>
- Real Academia Española (2017). *Diccionario Panhispánico del Español Jurídico*. Volúmenes I y II.
- Residuos profesional (s.f). El parlamento europeo reclama una industria textil más circular y sostenible. Consultado el 29 de julio de 2023 <https://www.residuos-profesional.com/parlamento-europeo-industria-textil-circular-sostenible/>
- Rodríguez Donoso, J. y Vidal Beros, C. (2019) (coord.). *Derecho de la Moda*. Tirant Lo Blanch.
- Sabsay, D. & Onaindia, J. (1994). *La Constitución de los argentinos. Análisis y comentario de su texto luego de la reforma de 1994*. Errepar.

- Scafidi, S, y Trexler, J. (2021). The Fashion Law Institute's 10 th Anniversary: A reflection. En *Bello Knoll, S. (dir.) Imagen y Derecho de la Moda 2020-2021: 10 años. Celebración.* (pp. 20-31). Editorial Albremática S.A.
- Simmel, G. (2020) Fashion. En Barnard, M., *Fashion Theory. A reader* (ed.) (2ª. Ed.) (pp. 92-101) Routledge Student Readers.
- Simmel, G. (2017). *Filosofía de la moda.* (3ª. Ed.). Casimiro libros.
- Statista (s.f.). Ranking mundial de las marcas de cosméticos con mayor valor de marca en 2023. Consultado el 24 de julio de 2023. <https://es.statista.com/estadisticas/504000/marcas-de-cosmeticos-mundiales-mas-importantes-segun-el-valor-de-sus-marcas/#:~:text=L'Oreal%20encabez%C3%B3%20la%20clasificaci%C3%B3n,segunda%20y%20tercera%20posici%C3%B3n%2C%20respectivamente.>
- Wilson, E. (2020). Explaining it away. En Barnard, M., *Fashion Theory. A reader* (ed.) (2ª. Ed.) (pp. 17-26) Routledge Student Readers.