

Modaes

Back Stage

María Juliana Marín (Fashionomista): “Hay que sentar precedentes legales para que la moda sea tomada en serio”

La abogada colombiana, especialista en cuestiones legales de moda, analiza desde un punto de vista jurídico los aspectos que más amenazan a la industria de la moda en Colombia.

M. Cantini
29 ago 2017 - 00:00

Maria Juliana Marín (Fashionomista)

Image not found or type unknown

María Juliana Marín es la consejera delegada de **Fashionomista**, la primera empresa consultora de *Fashion Law* en Colombia. La compañía se especializa en realizar un análisis jurídico de la industria de la moda en el país para asesorar a empresas locales en temas como registro de nombre e imágenes, entre otros aspectos que permiten resguardar desde un marco legal los intereses del sector.

Pregunta: ¿Cuál es la importancia que se le da a los temas legales en moda?

Respuesta: Los temas jurídicos son fundamentales para posicionar a un grupo de moda. Sin un respaldo legal es muy difícil defender aspectos como el nombre, los productos, la imagen, la compañía, etc. Es importante que tanto empresas como diseñadores tengan claro que una marca legalmente va mucho más allá del registro del nombre y que existen otros campos donde la competencia o personas malintencionadas pueden atacar su funcionamiento.

P.: Además del registro del nombre ¿qué otros aspectos puede proteger una compañía de moda?

R.: Actualmente se pueden registrar desde los diseños, las patentes de creación de

Modaes

procedimientos, como por ejemplo la fabricación de una tela específica o la tecnología que se desarrolle internamente. Además se pueden proteger hasta las imágenes de redes sociales.

P.: ¿Hay alguna tendencia a nivel mundial que se esté llevando a cabo?

R.: El *fashion law* nació en Estados Unidos en 2004 y actualmente ya hay institutos, facultades y oficinas de abogados especializadas en el ámbito jurídico de la industria de la moda. En Europa, el fenómeno ha ido creciendo, mientras que en Latinoamérica, países como Brasil y Chile ya cuentan con firmas especializadas que buscan fortalecer al sector apoyándose bajo los parámetros legales. En Colombia se están dando los primeros pasos para conocer todas las herramientas que pueden proteger a los integrantes del sector.

“El *fashion law* permite ir más allá de entender toda la terminología legal, entendiendo cómo funcionan las fechas de las temporadas o el desarrollo de las colecciones”

P.: ¿Qué importancia tienen que darle las marcas a los problemas legales y de protección de datos?

R.: Tanto las grandes como las pequeñas deben proteger sus modelos de negocio y sus propuestas de moda de amenazas como plagio, competencia desleal, todo lo que puedan poner en riesgo sus operaciones propias y al sector en general. Los asesores jurídicos deben entender que la moda tiene unos parámetros especiales que van más allá de la propiedad intelectual tradicional que conocemos. El *fashion law* permite ir más allá, entendiendo cómo funcionan las fechas de las temporadas o el desarrollo de las colecciones, entre otros aspectos.

P.: ¿Cuáles son las infracciones más comunes en Colombia en cuanto a marcas?

R.: La principal es el registro de nombres comerciales que pueden generar confusión al consumidor. Gracias a la globalización mediática, la copia se ha convertido en un tema neurálgico, ya que compañías y diseñadores han empezado a adaptar diseños y prendas, que son presentados bajo otro nombre o concepto, pero que a la larga comparte muchas similitudes con el modelo original.

P.: ¿Existen muchas contiendas legales en el país bajo esta premisa?

R.: No, la verdad es que la mayoría de los casos no prosperan. Ni siquiera se llega a

Modaes

establecer una demanda o queja formal porque básicamente a muchos no les importa y aceptan que otra compañía copie, lo que considero un grave error. Hay que sentar precedentes para que la industria sea tomada en serio.

P.: ¿Cuáles son las entidades reguladoras en Colombia que protegen los intereses de la industria de la moda?

R.: La autoridad máxima en Colombia que se ocupa de los temas de propiedad industrial, donde incluimos al sector de la moda, es la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Esta entidad se encarga de hacer las debidas investigaciones y dictar fallo en caso de existir algún enfrentamiento por temas como registros de marcas o competencia desleal. Si hay un proceso por delito de plagio se puede recurrir a instancias penales. También está la Comisión Nacional de Derechos de Autor y la Policía, que es la encargada de combatir las falsificaciones.

“Últimamente ha cobrado protagonismo el contrabando técnico o subfacturación, que consiste en importar un producto de manera legal, pero se reporta por un precio menor al real”

P: ¿Hacen falta más controles?

R.: La SIC hace muy bien su trabajo. La entidad está enfocada en fomentar y respetar la competencia leal en el país. Tienen muy claros los procedimientos de registros, cuya aprobación pueden tardar hasta un año mientras analizan y revisan que las compañías o marcas no se crucen sus intereses entre sí.

P.: En los últimos meses, el tráfico ilegal de moda en Colombia se ha incrementado a doble dígito, ¿cómo están combatiendo las autoridades colombianas este problema?

R.: Colombia lleva veinte años luchando contra el tráfico textil. Recientemente ha cobrado protagonismo la figura del contrabando técnico o subfacturación, que consiste en importar un producto de manera legal, pero se reporta por un precio menor al real, lo que lleva a pagar menos aranceles, afectando la estabilidad de la industria. En 2015, se emitió la ley 1762 anti contrabando que amplía los controles y las sanciones.

P.: ¿Cuáles serían los controles más acertados para contrarrestar este fenómeno?

Modaes

R.: Para combatir el contrabando se deben crear alianzas entre el sector público y privado para que entre todos se establezcan canales de comunicación reales y continuos, que puedan construir campañas mediáticas para educar al consumidor a no comprar esta clase de productos.

“La Organización Mundial de Propiedad Intelectual ha establecido los parámetros que han ayudado a establecer las regulaciones internas de cada país”

P.: Las falsificaciones son un tema cotidiano en el mundo de la moda, ¿cómo se vive el fenómeno en Colombia?

R.: Desafortunadamente, la gente se inclina por comprar falsificaciones por el tema de precios. Aún no hay en el país una reglamentación clara que busque atacar este problema, aunque existan operativos de control. El comercio electrónico ha contribuido a que el número de productos falsificados esté aumentando.

P.: ¿Y en el resto del mundo?

R.: El fenómeno crece en el mundo y es ante todo una cuestión de precios.

Actualmente, existe un ranking que permite diferenciar si una falsificación es de primera, que se asemeja demasiado al modelo original o si es la de última categoría a la que podríamos denominar como la más vulgar y por ende la más barata.

P.: ¿Cómo se regula este problema?

R.: En Estados Unidos hay una gran política anti falsificación muy fuerte que ataca drásticamente la comercialización de estos productos en el país. En el resto del mundo, la Organización Mundial de Propiedad Intelectual ha establecido los parámetros que han ayudado a establecer las regulaciones internas de cada país.