LITORALPRESS

Fecha: 01-04-2021
Medio: Las Últimas Noticias
Supl. : Las Últimas Noticias
Tipo: Actualidad
Título: **Estas zapatillas terminaron demandadas**

Pág. : 35
Cm2: 324,6
VPE: $ 1.785.167

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

La compañía Nike acusó de infracción a la marca al colectivo artístico MSCHF que vendió 666 pares intervenidos

Estas zapatillas terminaron demandadas

El calzado, que lleva una gota de sangre en la suela, fueron promovidas por el cantante Lil Nas X.

RENÉ VALENZUELA

Unas zapatillas están en la polémica en Estados Unidos. Como parte de la campaña promocional de su último videoclip "Montero", donde el cantante Lil Nas X le hace un baile a un diablo, fue que el artista el lunes vendió 666 pares de un calzado que llamó "Satan shoes" (zapatos de Satán), que corresponden al modelo Air Max 97 de la marca Nike, intervenidos por el colectivo artístico MSCHF. Esta agrupación puso un pentagrama de cobre y 60 centímetros cúbicos de tinta roja con una gota de sangre de sus miembros en las suelas del calzado.

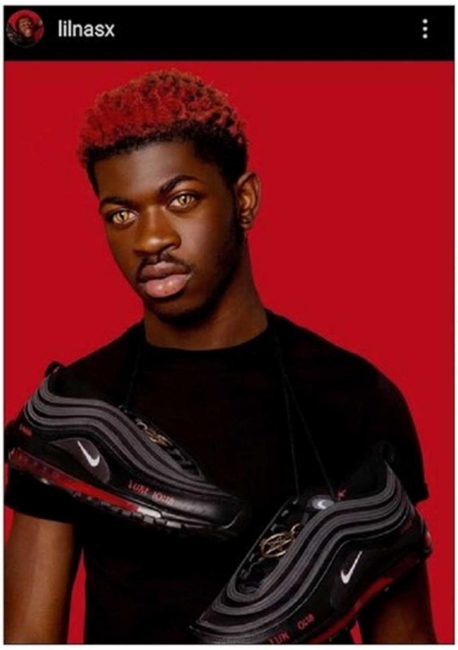
Por el revuelo mediático fue que las zapatillas, cuyo precio fue de 1.018 dólares (733.469 pesos) el par, se agotaron en una hora. El lunes Nike demandó al colectivo indicando infracción a la marca, pues el logo es notorio en el calzado y "esto puede causar confusión y crear una asociación errónea entre los productos de MSCHF y Nike", dijeron en un comunicado.

Luis Villarroel, abogado, ex miembro del Tribunal de Propiedad Industrial de Chile y académico de Universidad Mayor, sostiene que "este caso es súper interesante porque convergen distintos intereses. Primero, el del titular de la marca, pues su reputación se diluye o confunde al asociarse con una simbología al límite, pero también hay un problema con la libertad de expresión, y adicionalmente la libertad de emprendimiento y creación. En Chile, y en muchas partes del mundo, por el principio del agotamiento marcario se me permite comprar algo que tiene una marca y revenderlo ocupando la misma marca. Por eso existen los outlets, que no son distribuidores autorizados, por así decirlo. El problema es que acá el producto fue intervenido y se le da una nueva identidad y ya no es una zapatilla Nike".

El especialista explica que en Estados Unidos "está reconocido el *fair use* (uso justo) marcario. Tú puedes utilizar una marca en un contexto no autorizado mientras no haya un uso ilegítimo".

-¿Y si esto pasara en Chile?

-Aquí la ley de propiedad industrial contempla un derecho que impide a cualquiera utilizar en el tráfico económico la marca con respecto a productos iguales o similares. Es decir, yo no puedo ponerle el logo o Nike a unas zapatillas. Entonces, acá el juez debería preguntar: *¿Está el cantante ocupando la marca para identificar su producto? ¿Hay un "uso malicioso" como condena el artículo 28?* Eso se debería probar en el juicio.



INSTAGRAM

El videoclip alusivo a las zapatillas acumula 58 millones vistas en Youtube.