

Fecha: 07-06-2023
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias
Tipo: Noticia general
Título: Las razones por las que Cailv Kerini no se parece a Calvin Klein

Pág.: 17
Cm2: 699,5

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

Desconocida marca pudo registrarse en Chile, pese a la oposición del gigante de la moda estadounidense

Las razones por las que Cailv Kerini no se parece a Calvin Klein

La Corte Suprema zanjó la disputa en concordancia con lo que había sentenciado el Instituto de Propiedad Intelectual (Inapi).

JOAQUÍN RIVEROS

Fue Bryan Rosel, jugador de Chimbarongo FC, equipo de la Tercera División A del fútbol chileno, quien llevó a la fama, al menos a nivel nacional, a la marca de ropa Cailv Kerini. Ese día el defensa, cuyo equipo cayó 10-0 ante la U, fue fotografiado secándose el sudor de tan duro partido, dejando ver la marca de sus boxers: Cailv Kerini. Los siempre atentos tuiteros repararon en el parecido visual del logo con la marca Calvin Klein, y recordaron que la famosa marca de ropa estadounidense había presentado una demanda en el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (Inapi) para anular la nueva marca.

La disputa, que partió en agosto de 2020, llegó a su fin en mayo pasado, cuando la Corte Suprema zanjó el tema en favor de Cailv Kerini. El máximo tribunal falló en el mismo sentido con que lo habían hecho previamente el Inapi y el Tribunal de Propiedad Intelectual (TDPI).

La historia partió el 8 de octubre de 2020, cuando el gigante estadounidense, representado por el abogado Eduardo Lobos Vajovic, pidió ante el Inapi la nulidad de la marca Cailv Kerini, registrada en Chile en agosto de 2018 e inscrita a nombre de Zhi-jing Zhang. Ambas marcas figuran en el Inapi para la clase 25, de vestuario y calzado, desglosada en una larga y variada lista de prendas.

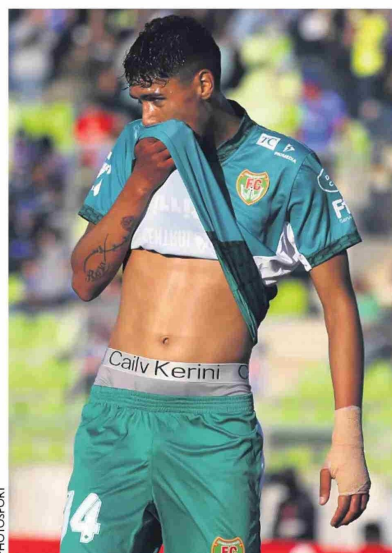
En su presentación, el abogado Lobos indica que la señal de la demandada es "una burda y obvia derivación de la famosa marca Calvin Klein, siendo insuficientes las leves modificaciones o cambiar el orden de las letras".

Agrega que un consumidor al ver ambas marcas como conjunto, dada su similar fisonomía y sin que haya un elemento gráfico que las distinga, puede confundirse, más aún considerando que los productos de la clase 25 se compran en un acto de decisión rápida.

Plantea que dado que debido a "la casi identidad gráfica y fonética" de los signos, y que ambos distinguen el mismo tipo de productos y, según argumenta, van dirigidos a los mismos mercados y consumidores, se produ-



La marca Cailv Kerini está registrada para diversos tipos de vestuario.



Bryan Rosel, el día que hizo famosa la marca.

La marca como activo

Alejandra Ferrari, directora de la Asociación Chilena de Publicidad (Achap) plantea que el registro de marcas parecidas es frecuente, "lo que confirma que las marcas tienen un valor, cuando son reconocidas y están bien posicionadas. Ocurre en ocasiones que hay quienes registran una marca parecida usando vacíos legales y con ello aprovechan la inversión en publicidad, en marketing y en cobertura para posicionarse".

Inapi, sin que nadie presentara oposición en su momento, y que su contra parte "no puede pretender protección sobre toda forma posible de ordenar las letras que componen su marca".

Frente a las argumentaciones, en primera instancia el Inapi falló contra el reclamo de Calvin Klein, al señalar que "la especial configuración con que se presentan las marcas en litigio, logran dar origen a signos independientes, que puede ser fácilmente reconocibles y distinguibles por el público consumidor".

El Tribunal de Propiedad Industrial ratificó el fallo del Inapi, ante lo cual Calvin Klein acudió de casación en el fondo ante la Corte Suprema, la que finalmente descartó que dicho tribunal hubiera cometido alguna infracción a la norma.

Gonzalo Mura, abogado de Cailv Kerini, valoró el fallo: "El Inapi rechazó la demanda de nulidad en todas sus partes, lo que fue confirmado por el Tribunal de Propiedad Industrial, y sostuvo que Cailv Kerini no incurrió

en ninguna de las causales de irregistrabilidad invocadas por Calvin Klein. En resumen, y luego de una operación estimativa, que implica aplicar ciertas pautas de comparación entre ambos signos, concluyó que ambas marcas logran dar origen a signos totalmente distintos, que pueden ser fácilmente reconocibles y distinguibles por el público consumidor", señaló.

Asunto de ética

Rodrigo Velasco, abogado de Alesandri, especialista en tema de propiedad intelectual, estima que el caso "es un mal precedente para los titulares de marca, porque se trata de una solicitud mañosa. Son acciones instrumentales, que lo que buscan es consagrar el derecho a comercializar marcas similares, sin que sean materia de acciones de infracción de marca. Un tema relevante es que independiente de las resoluciones citadas, acá puede haber infracción a otras normas, como el código de ética publicitaria o la competencia desleal", señala.