

Voces: MARCAS ~ NOMBRE COMO MARCA ~ NOMBRE DE DOMINIO

Título: Conflictos con los nombres de dominio

Autor: Otamendi, Jorge

Publicado en: LA LEY2000-E, 963

Cita Online: AR/DOC/15792/2001

Sumario: SUMARIO: I. Introducción. - II. El derecho al nombre de dominio. - III. Conflicto entre signos distintivos notorios preexistentes y nombres de dominio. - IV. Otros casos de mala fe. - V. Conflictos en los que no hay notoriedad ni mala fe, sino confusión. - VI. Casos de buena fe. - VII. Conflicto entre nombres de dominio en uso. - VIII. Conflicto entre un nombre de dominio no usado y otro usado. - IX. Conflicto entre un nombre de dominio preexistente y marcas o designaciones posteriores. - X. Conclusión.

I. Introducción

Como todos sabemos, para comunicarse con otros en el creciente mundo de Internet, existe una solución técnica. Cada terminal de Internet está identificada por un conjunto de números que es necesario "marcar" para que esa comunicación tenga lugar. Dado que no es práctico el tener que marcar números, éstos han sido, a esos efectos, superpuestos por un vocablo de fantasía o una palabra, que en el mundo de Internet se conoce como nombre de dominio. Cuando alguien solicita un nombre de dominio, lo que en realidad está obteniendo es una "línea", una conexión, en la red. Es decir que cuando escribimos el nombre de dominio en nuestra computadora, estamos en realidad marcando el número del sitio con el que queremos conectarnos. Desde luego, habrá comunicación si en la otra punta hay un sitio activo.

Nadie podrá usar ese nombre de dominio, esa "línea" estará bloqueada salvo para su titular.

No pueden existir dos nombres de dominio idénticos, salvo que estén en alguno de los diferentes gTLD (generic top level domain), dominios genéricos de máximo nivel, en nuestro idioma. Los dominios de segundo nivel son los que conocemos como nombres de dominio.

Cada gTLD es un canal, por llamarlo de alguna manera, en el que los nombres de dominio son clasificados según la característica de su titular. Hoy existen los siguientes gTLD: "edu" para las entidades de educación, "net" a proveedores de servicios de Internet, "org" para instituciones y organismos sin fines de lucro, "gov" para entidades gubernamentales, "int" para embajadas y organismos internacionales, "mil" para entidades militares y "com" para las organizaciones comerciales. En esta última clasificación solicitan sus dominios todos aquellos que no pueden hacerlo en las demás. Comprende tanto a entidades comerciales como a las que no lo son, sean personas físicas o jurídicas. En estas clasificaciones se puede obtener un nombre de dominio en Argentina. Casi todos los países del mundo tienen estas mismas clasificaciones.

Existe un cierto consenso internacional en que han de agregarse nuevas clasificaciones bajo las siguientes siglas: "firm", "store", "web", "arts", "rec", "nom" e "info". De esta manera se espera reducir la cantidad de conflictos.

Es posible entonces que nombres idénticos sean apropiados en estas diferentes clasificaciones. Y desde luego, dado que se otorgan nacionalmente, también es posible que en las clasificaciones de distintos países existan nombres de dominio idénticos.

La particularidad del nombre de dominio, a diferencia del número telefónico, es que la identidad del titular del nombre de dominio puede estar revelada en ese nombre. Es decir, que quien "marca" un determinado nombre de dominio supone que va a conectarse con alguien determinado. Es habitual buscar conectarse con un sitio determinado, sin saber cuál es su nombre de dominio, escribiendo su nombre comercial o su marca, y hasta el nombre de la persona. Desde luego esto no sucede siempre. A la vez, cuando se vea un nombre de dominio que sea idéntico, o confundible, con un nombre comercial, con una marca, que tengan un grado de difusión tal que evoquen en forma inmediata a una empresa, a un producto o a un servicio, se creará que se trata de un mismo origen. Lo mismo cabe cuando se trate del nombre de una persona o de un seudónimo, cuando éste goce de notoriedad.

Es por ello lógico que haya quienes deseen que sus marcas, su nombre comercial, o su propio nombre, si son

personas físicas, constituyan su nombre de dominio. Pero la situación de bloqueo mencionada, provoca necesariamente que se planteen conflictos entre todos aquellos que quieren el mismo nombre de dominio. Conflictos que se plantearán nacionalmente y también entre nacionales de distintos países. Conflictos que tendrán como cuestión central el determinar quién tiene el derecho a ese nombre de dominio. Me ocuparé en este breve trabajo de los conflictos nacionales, de los que puedan plantearse contra un nombre de dominio obtenido en Argentina, basados en signos distintivos notorios, en nombres de personas físicas y en nombres de dominio que distinguen sitios activos.

II. El derecho al nombre de dominio

Cualquier persona puede solicitar que se le asigne un nombre de dominio a la autoridad competente que en Argentina es en la actualidad NIC AR, que depende del Ministerio de Relaciones Exteriores. Si el mismo no ha sido ya solicitado y otorgado a otro, le será adjudicado al solicitante. Como bien señala Guillermo Carey, esta adjudicación es una "forma de uso o goce"⁽¹⁾. No es una propiedad que adquiere el solicitante adjudicado. Si bien hoy no hay en Argentina una legislación específica, en otros países, sea por vencimiento del plazo por el que fue asignado, sea por no pagar el canon fijado, ese nombre de dominio será dado de baja y podrá ser asignado a cualquier otro que lo solicite.

En la asignación de nombres de dominio no hay un estudio previo de similitudes, basta con que haya una sola letra de diferencia para que se asigne un nombre de dominio a un tercero. De la misma manera que basta la diferencia de un solo número para que alguien tenga un número telefónico. NIC AR sólo otorga el nombre de dominio a quien lo solicita. NIC AR no dirime conflictos. Adjudica todo nombre de dominio que se le solicite salvo que haya uno idéntico ya adjudicado. Esto hace que los conflictos deban ser dirimidos ante la Justicia. Allí es donde se determinará quién tiene el mejor derecho al nombre de dominio si alguien desea cuestionar una asignación anterior.

Ausente cualquier circunstancia especial, el mejor derecho lo tiene quien primero lo solicita. Sobre esto no puede haber duda alguna desde que no hay ab initio privilegiados a quienes les está reservado un nombre determinado.

¿Cuáles son entonces estas circunstancias especiales que alteran este derecho de quien primero ha llegado? Básicamente, las mismas que existen en materia marcaria o de nombre comercial. El derecho que tiene el primero subsiste en tanto, a través de la obtención que ha logrado, no haya actuado con mala fe. Actúa con mala fe quien a través de su maniobra es evidente que intenta aprovechar el prestigio ajeno o bien lucrar con el nombre de dominio a través de su venta posterior. Ese derecho también cederá, aun ausente la mala fe, frente a casos de confusión.

III. Conflicto entre signos distintivos notorios preexistentes y nombres de dominio

Es el conflicto que puede plantearse por parte de quien es el titular de una marca o de una designación de actividad, contra quien obtuvo un nombre de dominio igual o confundible con dichos signos. También puede plantearse el conflicto contra quien ha solicitado como nombre de dominio el nombre de una persona física.

Nombres de dominio en uso

Con los nombres de dominio, pueden darse dos situaciones, que esté en uso o que no lo esté. Si el que es impugnado está en uso, entonces la cuestión puede ser más fácil de determinar luego de analizar el contenido del sitio. Cualquier relación entre el sitio y la actividad de quien alega la mala fe, servirá para probar este extremo. Esto surgirá con mayor evidencia cuanto mayor sea la similitud existente. La confusión será entonces inevitable ya que el navegante de Internet estará convencido que la página en cuestión le pertenece a quien no es en realidad su dueño. No debe olvidarse que a la mayoría de los navegantes les es lógico y natural buscar los sitios simplemente escribiendo la marca o el nombre que ellos conocen. Por tanto, toda vez que escriban LACOSTE.COM.AR o ARCOR.COM.AR, esperan conectarse con los titulares de estos signos notorios. Si al hacerlo se encuentran con quien vende ropa o alimentos respectivamente, no dudarán que se trata de lo que ellos buscan, o de alguien relacionado. Este es un caso simple, en el que estamos frente a un acto de competencia desleal a través de la confusión, o de violación de derecho marcario o de nombre comercial.

En los dos ejemplos que he dado, el conflicto nace con el titular de una marca, en uno, y con el titular de un

nombre comercial, en el otro. Si en alguno de estos sitios se encuentran contenidos que están relacionados con los productos LACOSTE o con los productos o actividad de ARCOR, no cabe duda que quien obtuvo el nombre de dominio actuó con mala fe, ya que no sólo se apropió de un nombre ajeno, sino que además lo usa para provocar confusión. O, aunque más no sea, intenta atraer a su sitio, a quienes en realidad desean conectarse con LACOSTE o con ARCOR. En cualquiera de los dos casos, estará actuando en forma indebida pues aprovecha lo que no le pertenece, el prestigio ajeno. A la vez que provocan confusión, con el consiguiente daño, no sólo al navegante que es burlado, sino también al titular de esos signos notorios preexistentes.

Puede suceder que el sitio en cuestión tenga un contenido que no tiene relación con el producto o la actividad que los signos notorios distinguen. En estos casos, la simple adopción de un signo notorio ajeno puede ser suficiente para demostrar la mala fe. Nuevamente, la reacción de quien navega será el asociar el signo notorio con el sitio de su titular y aun cuando el contenido con el que se encuentre no sea el esperado, bien puede creer que existe una vinculación.

La ausencia de competencia hace desaparecer la competencia desleal, pero no el aprovechamiento del prestigio ajeno de manera indebida. El nombre de dominio constituido por un signo notorio es un imán de atracción en la Internet que no tiene por qué ser usado por quien no es su verdadero titular. Desde luego que en estos casos, deberá tratarse de signos notorios, es decir de aquellos que ante su sola mención la mayoría del público sabe lo que distinguen o de quién se trata.

El aprovechamiento indebido también se da cuando alguien obtiene el nombre de dominio constituido por el nombre de un tercero que goza de una cierta notoriedad. Y cuando digo nombre digo nombre y apellido. No hay otra forma de identificar a una persona que con su nombre y apellido, homonimias aparte. Sólo excepcionalmente un apellido identifica a una sola persona, o bien un seudónimo. Ambos casos deben ser tomados como si fueran un nombre. Supongamos que alguien obtiene "GABRIELA SABATINI.COM.AR". Esta persona tiene un sitio en el que da sus opiniones sobre temas relativos a la práctica del tenis. La gente que busque el nombre entrará en este sitio que nada vende, ni siquiera hay publicidad en él. El dueño del sitio no lucra con él, pero igualmente no tiene derecho a ese nombre. No sólo porque bloquea el ingreso de quien tiene en forma indubitable un mejor derecho, sino también porque se está aprovechando indebidamente de lo que es ajeno. La conocida tenista no lo autorizó a que diera opiniones sobre el tenis usando su nombre.

Desde luego, también hay mala fe, si el contenido del sitio no tuviera relación con el tenis. Sigue habiendo un aprovechamiento indebido de un nombre ajeno. Al igual que con las marcas y los nombres comerciales, el nombre de una persona funciona como polo de atracción. Además, nadie tiene derecho a apropiarse, en manera alguna, del nombre de otra persona, que forma parte de su derecho de la personalidad.

Nombre de dominio que no está en uso

El caso de los nombres de dominio que no están en uso, es decir que sólo han sido otorgados y que no distinguen sitio activo alguno, constituyen el segundo grupo de posibilidades como dije antes. La facilidad con que se obtiene un nombre de dominio y el costo nulo que tiene hasta hoy en Argentina, constituye una tentación para muchos que, sin escrúpulos, se han lanzado a la obtención indiscriminada y a veces ilimitada de los mismos. La gran mayoría no tiene un sitio activo y está a la espera de que el verdadero titular aparezca para transferirle el nombre por un precio.

La ausencia de legislación específica parece haber hecho creer a muchos que ellos tienen un derecho a apropiarse de lo ajeno y además, a realizar un negocio con su posterior transferencia. Si bien no existe un requisito de uso de nombre de dominio y que parece ser ilimitada la cantidad que puede existir, esto no significa que el sistema ha sido creado para hacer negocio con su venta.

El sistema ha sido concebido para que los usuarios puedan comunicarse, conectarse entre sí. No para el registro y posterior venta del nombre de dominio. No digo con esto que sea ilegal o que debería serlo, el que alguien pueda vender o transferir por un precio un nombre de dominio, pues pueden haber casos en los que existirán transferencias legítimas. Pero sin duda el sistema no tiene como finalidad que se monten negocios con esta práctica.

La mala fe del titular que puede evidenciarse en una apropiación de lo ajeno, también quedará evidenciada por

la cantidad de otros nombres de dominio que tenga a su nombre, y cuántos ha transferido o renunciado en el pasado. Esto dará una pauta no sólo de la mala fe, sino también del legítimo interés en ser titular del nombre de dominio. No parece tener justificación alguna el que alguien tenga decenas de nombres de dominio cuando aparece evidente que no los tendrá para cumplir con la función para los que fueron concebidos. Quien así actúa lo hace indebidamente, salvo, claro está, quien a manera de defensa ha solicitado como nombres de dominio sus pocas o muchas marcas, o designaciones comerciales, para evitar que otros lo hagan. Al igual que sucede con las marcas, el titular de un nombre de dominio también requiere para ello un interés legítimo. Interés que no puede existir cuando hay mala fe, o la ausencia de intención de usarlo, evidenciada por la existencia de una actividad de obtención de nombres de dominio para su venta. Salvo que se trate de un caso de defensa.

En definitiva, la falta de uso del nombre de dominio no debe ser un impedimento para que el titular de un signo notorio pueda alegar la nulidad del otorgamiento. El bloqueo constituye un acto indebido y la mala fe es evidente.

IV. Otros casos de mala fe

La ausencia de un signo notorio, o un nombre de una persona, no excluye la posibilidad de que el nombre de dominio haya sido obtenido con mala fe. La mala fe puede existir más allá del carácter notorio del nombre apropiado y existir toda vez que quien lo obtenga sepa que está apropiándose de lo que no le corresponde. En ésta, al igual que en materia marcaria, si bien quien llega primero es quien tiene un mejor derecho, esto no significa que esa prioridad es absoluta. Llegar primero otorgará un mejor derecho si hay buena fe, ya que el acto de obtención de un nombre de dominio no escapa a la pauta básica de conducta que da el art. 953 del Cód. Civil.

Si alguien ha trabajado en una empresa y obtiene para sí un nombre de dominio formado por el nombre o por una marca de esa empresa, actúa con mala fe. De igual manera, tendrá mala fe aquel que conoce por su actividad o situación que ese nombre le pertenece a otro en otra esfera y lo obtiene, bloqueándole además a éste la posibilidad de hacerlo.

También hay mala fe cuando por el contenido del sitio o del uso de otros elementos sea evidente la intención de confundir.

El nombre de dominio no debe ser utilizado para despertar en quien lo "marque" ningún tipo de duda respecto de la persona con quien se está comunicando, por la total falta de relación entre la evocación que dicho nombre provoca y su detentor. Si esto sucede, iguales dudas, acaso certeza, surgirán respecto de la falta de buena fe del titular del dominio.

V. Conflictos en los que no hay notoriedad ni mala fe, sino confusión

La falta de notoriedad de una marca, de una designación de actividad y hasta del nombre de una persona, no necesariamente significa que el titular de éstos no pueda oponerse a que un tercero los obtenga como nombres de dominio.

Respecto del nombre de una persona, salvo que se trate de un nombre inventado, o bien de un nombre archigeneralizado, si cabe el supuesto, como podría ser Juan Pérez, nadie debería poder obtener un nombre de dominio que sea el nombre de otra persona. Se trata de la apropiación de un derecho de la personalidad de otro, y esto no tiene justificación alguna, si no hay autorización de esa persona.

En lo que hace a las marcas y designaciones de actividades no notorias, la posibilidad de hacer cesar el uso del nombre de dominio dependerá de la posibilidad de confusión que pueda darse entre los productos, servicios o actividades, por un lado, y el contenido del sitio por el otro. En caso de existencia de confusión prevalece el derecho anterior.

Si no hay similitud y por ende no hay confusión, deberá analizarse la posibilidad de actuar conforme a lo que digo luego respecto de los casos de buena fe. O bien ante la falta de uso, el titular de la marca o de la designación podrá solicitar al titular del nombre de dominio que se abstenga de usarlo para distinguir un sitio relacionado con los productos, servicios o actividades distinguidos por los mencionados derechos preexistentes. De hacerlo, podría impedir la confusión iniciando la acción legal que corresponda.

VI. Casos de buena fe

Hay casos en los que el que obtuvo el nombre de dominio lo hizo con derecho a ello. Aun así se pueden plantear conflictos con quienes creen tener derecho al mismo nombre. ¿Cómo se resuelven estos conflictos?

A diferencia de las marcas, estas situaciones se darán muy seguido. Las marcas pueden registrarse en clases diversas y en ellas, para productos o servicios distintos. Idénticas marcas pueden coexistir, de hecho existen, para distinguir productos y servicios diferentes. Esto no puede suceder con los nombres de dominio. Sólo puede haber un nombre de dominio, no puede haber dos idénticos. Con lo cual, claramente estamos frente a una situación de todo o nada. Quien obtiene el nombre de dominio tiene todo y los demás nada. Pero puede haber varios que tengan derecho a ese nombre de dominio, y tal derecho chocará irremediablemente contra quien, también con derecho, llegó primero.

Quien llega primero con derecho, tiene un derecho incuestionable. Ante la ausencia de mala fe, quien deposita el nombre primero tiene un derecho inatacable. Quedarán fuera quienes hubieran tenido igual derecho de haber sido ellos los primeros. No importa cuál es el grado de derecho que cada uno tenga, si cabe tal comparación. No importa si el que no llegó a tiempo tenía, por ejemplo, una marca igual más conocida que la que llegó antes.

Es perfectamente justo el asignarle el nombre al primero, pero si cabe la diferencia, no parece equitativo dejar fuera al que llegó después. La solución, que puede venir por vía legislativa o, por qué no, por decisión de los tribunales, es la de permitir que el o los que llegaron tarde puedan imponer al titular del nombre de dominio, que en su página o sitio en la red, indique que esa página no es la de él, o de los otros, que solicitan la aclaración. Podría inclusive indicar el nombre de dominio de éstos, y eventualmente ofrecer la posibilidad de establecer un link con quien lo desee.

Así, quien desee comunicarse con el fabricante de quesos "ORO" pero al marcar ORO.COM.AR se encuentre con el fabricante de las galletas ORO, encuentre allí mismo una indicación que decline toda relación con quesos ORO, le indique cuál es el nombre de dominio de quesos ORO y le permita establecer el link correspondiente. Esto es aplicable también cuando se trate de nombres de personas homónimas, o por qué no, cuando ellos lleven el mismo apellido. De esta manera el fin del nombre de dominio se cumplirá, permitiendo una más rápida comunicación con el destinatario buscado, y el sistema funcionará cabalmente.

Pero además, este mecanismo evitará que haya cualquier posibilidad de engaño. Nadie debería estar en contra de una solución de este tipo que evitará errores y confusiones, y una rápida comunicación o conexión entre quienes tienen un legítimo interés en ello.

No impide esta solución el que no haya hoy una legislación específica que lo establezca. El interesado puede solicitarlo al Juez si el titular de dominio se niega a acceder a su pedido. Un fundamento para ello está en el derecho que tiene todo aquel que realice una actividad a evitar la confusión, principio rector de la ley 22.362 de marcas y designaciones (Adla, XLI-A, 58).

Puede darse el caso que el que llegó primero no tenga activo un sitio al que puede accederse con el nombre de dominio en cuestión. Aquí no habrá posibilidad de hacer lo señalado en el párrafo anterior. Sin embargo, y desde que el nombre de dominio no ha sido concebido para bloquear, sino para permitir una comunicación con quien tiene un sitio activo, podría luego de un plazo prudencial sin uso, otorgarse a quien desee tener tal sitio, ese nombre. El que fue el anterior titular podrá tener la indicación en el nuevo sitio a que antes hice referencia, y cuando tenga su propio sitio establecer el link correspondiente. Para esto, por ahora, se requiere una modificación en las normas de asignación de nombres de dominio.

Quien solicite la inclusión de las indicaciones en el sitio ajeno, o el link con su propio sitio, deberá ser quien tenga buena fe. Este mecanismo no debe ser utilizado por quien obra con mala fe, quien desea provocar la confusión, o aprovecharse del prestigio ajeno para lograr un mayor ingreso de navegantes a su sitio. Este mecanismo no puede ser utilizado para convalidar o realizar un acto de competencia desleal. No la habrá si quien no llegó a tiempo tenía un interés legítimo en ser titular de ese nombre de dominio, pero tuvo que ceder ante quien, también con legítimo interés, llegó primero.

VII. Conflicto entre nombres de dominio en uso

No pasará mucho tiempo antes de que comiencen los conflictos entre nombres de dominio. Como sabemos,

basta sólo una letra de diferencia para que puedan coexistir nombres de dominio. La similitud o la confusión no tienen importancia al asignar un nombre de dominio, de la misma manera que no tiene importancia en un número telefónico la diferencia de un número. Pero cuando el sitio está activo, el nombre de dominio puede adquirir una segunda función, la función de distinguir la actividad que se desarrolla en ese sitio.

Cuando se escriba LATINSTOCKS.COM.AR, o ELSITIO.COM.AR, o PATAGON.COM.AR, entre tantos otros, estaremos entrando en el "local" de LATINSTOCKS, EL SITIO o de PATAGON. En el sitio (local) respectivo, encontraremos información, podremos comprar o vender casi cualquier cosa o podremos "chatear" con otros, entre otras cosas. En otros sitios las posibilidades de hacer se multiplican casi hasta el infinito. Esta segunda función, distinta de la primera, le otorga a quien la utiliza un derecho. El derecho a ser distinguido, el derecho a no ser confundido con otros nombres de dominio utilizados para distinguir otros sitios. Quien utiliza un nombre de dominio de esta manera está utilizando una designación de actividad, que será un nombre comercial, si tiene fines de lucro. El sitio se distingue de otros con ese nombre. Se realiza publicidad para el sitio mostrando el nombre de dominio respectivo. El nombre de dominio ha adquirido su segunda función.

Así, de la misma manera que razón social y nombre comercial son institutos diferentes, también lo son el nombre de dominio sin sitio activo y el nombre de dominio que es la designación de un sitio. No está de más aclarar que "marcando" un nombre de dominio uno puede entrar a un sitio que tenga una designación diferente. Aunque ello no es lo habitual hoy, lo será algún día en virtud del bloqueo que la asignación significa. Seguramente veremos en el futuro publicidades como "XXX.COM.AR, la página de 000". Por ahora, la tendencia no es esta, pero no parecen vislumbrarse otras alternativas para el que llegó tarde a solicitar su nombre de dominio.

De esta manera, los conflictos que se susciten serán regidos por lo establecido en los arts. 27 a 30 de la ley 22.362 sobre marcas y designaciones y su rica jurisprudencia interpretativa.

Así, el titular de un nombre de dominio, transformado en nombre comercial por su función distintiva, podrá oponerse al uso de otro que esté distinguiendo un sitio en el que se desarrolle una actividad (contenido) igual o similar. Y también registrará el plazo de un año de prescripción de la acción contra el uso de otro nombre.

Puede no haber problemas en obtener el nombre de dominio APATAGON, si éste está libre. Sin embargo, si con este nombre de dominio se distingue un sitio que tenga el mismo contenido y ofrezca el mismo servicio que PATAGON, entonces sí habrá problema pues existirá confusión, y su titular tiene el derecho de evitarlo. Y también puede suceder que en virtud de la notoriedad que adquiera un nombre de dominio en su segunda función distintiva, haya confusión, o aprovechamiento del prestigio ajeno, o también mala fe, y el titular del nombre notorio tendrá acción para hacer cesar ese uso, en aplicación de la ley de marcas y de los principios generales del derecho.

El titular de un nombre de dominio de un sitio activo también podrá oponerse al registro o uso de marcas, o de nombres comerciales, o de designaciones sin fines de lucro, cuando pueda haber confusión.

VIII. Conflicto entre un nombre de dominio no usado y otro usado

Esto me lleva directamente al conflicto entre el nombre de dominio no usado y el usado. Aquí surge la misma relación que existe entre el nombre comercial y la razón social, es decir, ninguna. Razón social y nombre comercial son institutos diferentes que nunca se cruzan. La ley de marcas no tiene vinculación con la ley de sociedades, y viceversa.

El nombre de dominio en tanto no distinga un sitio, no puede ser confundido con nada. No tiene acción contra otro nombre de dominio por confusión, como no la tiene el dueño de una razón social contra quien usa un nombre comercial. Desde luego que, como ya vimos, en casos de mala fe las normas específicas ceden ante los principios generales del derecho y allí sí nacen las acciones respectivas.

Esto significa que en tanto los nombres de dominio distinguen contenidos diferentes, no habrá confusión, ni derecho a reclamo. Ello, sin perjuicio de lo dicho para los casos de notoriedad.

Desde luego que situaciones de este tipo también han de ser fuente de conflicto, como los hay entre las razones sociales y designaciones de actividades sin fines de lucro, o con fines de lucro los nombres comerciales. Quizás para evitarlas o disminuirlas, sea necesario en una futura legislación sobre el tema, publicar las solicitudes de

nombre de dominio con el contenido que han de tener, para que quienes tengan un interés legítimo puedan oponerse y dirimir el conflicto antes de la adjudicación del nombre.

IX. Conflicto entre un nombre de dominio preexistente y marcas o designaciones posteriores

Habrán también conflictos en los que quien alegue un mejor derecho sea el titular del nombre de dominio. Para que ello sea posible, el nombre de dominio deberá estar distinguiendo un sitio. Para que el reclamo proceda, el titular de dominio deberá invocar la posibilidad de confusión, y desde luego la mala fe si ésta existiese. Nadie tiene derecho con su marca o su designación, a provocar confusión con otros signos distintivos, entre los que están los nombres de dominio usados en su segunda función, la de distinguir, que como dije antes no es más que el uso de una designación de actividad.

X. Conclusión

Seguramente cuando hace algunos años alguien ideó en la Universidad de California, la utilización de los nombres de dominio para reemplazar a los números, no pensó en la cantidad de conflictos que se iban a dar en el futuro. Cualquiera sea la cantidad y variedad de los conflictos, las herramientas para solucionarlos están a la mano. Los principios marcarios enriquecidos durante más de cien años por la jurisprudencia dan pautas claras para arribar a soluciones justas.

Especial para La Ley. Derechos reservados (ley 11.723).

(1)"Aspectos sobre la naturaleza de los nombres de dominio en Chile", publicado a fines de 1999 en www.anfitrion.cl/actualidad/relacion/mempage.htm, de www.diariooficial.cl.