Ref. Conflicto **barrickmiente.cl**, sentencia

Partes: FRANCISCO JAVIER FRIDERICHSEN HERRERA
EMPRESA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES S.A.

Santiago, trece de abril de dos mil doce

Vistos y teniendo presente:

1° Oficio OF. 14257 de 24 de mayo de 2011, de Nic Chile, por el que se designa a la suscrita como árbitro en el conflicto por asignación del nombre de dominio **barrickmiente.cl**, suscitado entre JAVIER EDUARDO KARMY BOLTON, RUT: 15.366.684-9, Azul 956, La Reina, Santiago y COMPAÑÍA MINERA NEVADA LTDA. RUT: 85.306.000-3, Rep. por Silva & Cía., en su Departamento De Dominios, domiciliados en Hendaya N 60 Piso 4 Las Condes – Chile.

2° Aceptación del cargo, juramento de rigor y citación a las partes a audiencia de estilo, de fojas 3 y su notificación a las partes y a Nic Chile de fojas 3 vta., y 4.

3° Acta de audiencia de fojas 9, realizada con la comparecencia de ambas partes, en la cual, no llegándose a acuerdo, se fijó la pauta de procedimiento arbitral.

4° Que a fojas 11 consta las alegaciones de mejor derecho de la primera solicitante. Sostiene que es periodista y pertenece a un colectivo contra Pascua Lama en Santiago de Chile desde 2006, que es parte del programa Radial Semillas de Agua, desde donde apoya a la comunidad afectada por el proyecto Pascua Lama con un espacio informativo y que Agrega es uno de los autores del libro "Pascua Lama: conflicto armado a nuestras espaldas", Editorial Quimantú, 2008, que relata claramente las consecuencias que ha traído el proyecto Pascua Lama, de la transnacional Barrick Gold, a través de una de sus empresas filiales denominada Compañía Minera Nevada Ltda., al Valle del Huasco, los diversos impactos ambientales, políticos, sociales y hasta económicos que ha causado, y que decanta de la tesis de grado aprobada en la Escuela Ciencias Sociales de la Universidad Alberto Hurtado en la carrera de Periodismo con la que se tituló el año 2008, intitulada "Pascua Lama: el agua aquí vale mucho más que el oro", iniciativas se realizan de forma voluntaria y que solo están animadas por su compromiso con la gente del Valle del Huasco, región de Atacama.
Explicita luego las razones por las cuales esa parte y la comunidad de Huasco se han mostrado críticos del proyecto Pascua Lama desde 2006 a la fecha, que sintetiza en aspectos medio ambientales, sociales y laborales. Alude luego a la historia, orígenes y desarrollo de Pascua Lama en la región y las reacciones de la comunidad a su respecto.
Asimismo, relata algunas situaciones en las que estima que la empresa ha mentido respecto de las promesas que habría realizado a las autoridades y a la comunidad de Huasco. Sostiene al respecto que desde el año 2006 la comunidad local estuvo atenta al anuncio de Barrick Gold sobre el inicio de las faenas en lo que ha denominado como su proyecto estrella. Pero pasaron los años y su aplazamiento en cada Junta Anual de Accionistas era muy bien explicado. Que encontraban más oro, que estaban avanzando en la pavimentación de algún camino, etc. Sin embargo, la comunidad vio cómo desde ese momento el prístino Valle del Huasco se ha visto intervenido en lo social y ambiental con el único objetivo de explotar la Cordillera de los Andes y extraer oro de sus entrañas. Agrega que desde el año 2006 hasta hoy, se han suscitado tantos eventos relacionados con la minera transnacional que cuesta priorizar para dar cuenta de sus motivos, pero que tienen en común dos aspectos muy simples: 1) La comunidad se decepciona de Barrick Gold por promesas incumplidas; 2) Barrick Gold, y sus filiales, contamina diciendo que no contamina, despide trabajadores diciendo que va a dar trabajo, rompe lazos comunitarios mientras dice que aporta a la comunidad, en lo que considera una dicotomía difícil de conciliar entre los afuerinos y la comunidad local. Señala que en marzo de 2011 la transnacional Barrick Gold Corp. lanzó una campaña publicitaria por los principales medios de comunicación en Chile: prensa, radio, televisión e internet, en la que dio a conocer parcialmente cuatro proyectos que tiene en Chile, enfocándose en los beneficios que traería supuestamente para las comunidades y el país, anunciando que tenían los más altos estándares de calidad en minería, dichos por lo demás, que en el Valle del Huasco vienen sonando desde hace más de diez años pero que no se condicen con la realidad.
Sostiene que frente a esta situación decidieron colectivamente hacer una campaña donde se diera cuenta de cómo Barrick Gold faltaba a la verdad en su publicidad. Estudiaron los puntos, investigaron lo que decían y contrastaron la

información con lo que está disponible para cualquier ciudadano común. Como periodista se hizo cargo de esta campaña. Revisaron bien y varias veces la información, hasta que se decidieron a lanzarla. La campaña, denominada "Barrick, mentira irresponsable, nuestro compromiso con la destrucción" se enfoca en cuatro aspectos fundamentales: a) el daño a los glaciares, que basa en documentos oficiales del Estado que dan cuenta de que los Glaciares Toro 1, Toro 2 y Esperanza han disminuido entre un 50 y un 70 por ciento por acción de la transnacional, mientras que Barrick Gold difunde por la prensa que "Barrick no moverá ni afectará el agua del río Huasco" y que "el mineral no se encuentra bajo ningún glaciar y se accederá al mismo sin remover, reubicar, destruir ni intervenir los glaciares de la zona", tal como puede verse en la página oficial de la campaña de Barrick Gold y sus filiales (www.conocebarrick.cl). Señala que en noviembre de 2009 se realizó la primera fiscalización oficial del proyecto Pascua Lama a solo un mes de iniciada la construcción del proyecto en la alta cordillera, la que dio cuenta de que la empresa no estaba tomando las medidas que ella misma había comprometido el año 2006 ante la CONAMA en las medidas de mitigación, compensación y reparación del daño a los glaciares de la alta cordillera, del que derivó una sanción y una multa a Barrick Gold por más de once millones de pesos. Sostiene que ello evidencia que la empresa se caracteriza por decir una cosa y hacer otra, situación que constituye una de las peores formas de mentir.
b) Respecto de la Minera "El Indio", señalan que la empresa Barrick utiliza este emprendimiento como ejemplo de lo que denominan minería responsable señalando "El Indio, primer cierre ambiental de la minería en Chile". Al respecto señala que el cierre de faenas de la Mina El Indio en el Valle del Elqui, región de Coquimbo, que la transnacional explotó desde 1994 hasta el año 2002 sin pagar impuesto alguno pues siempre declaró pérdidas, dejó miles de toneladas de cianuro y arsénico que hoy se diluyen en el río Malo, amenazando la agricultura de todo el valle de la región; c) Parque Eólico Punta Colorada, Región de Coquimbo, que según la empresa va a "generar energía limpia al país" y que agregan que tendrá una "capacidad de generación de 20 megawatts, equivalente a la energía necesaria para 20.000 hogares", tal como se informa en el sitio www.conocebarrick.cl. Sostiene que eso falta a la verdad debido a que esos 20 megawatts que se generarán en el Parque Eólico Punta Colorada son solo una parte de los 130 megawatts aproximados que requiere justamente el proyecto Pascua Lama. Los otros megawatts restantes serán transmitidos desde la Termoeléctrica Guacolda para lo cual firmaron un convenio el año 2011. De hecho, la noticia en la revista Minería Chilena de marzo de 2011 explican que "para el abastecimiento energético de Pascua-Lama, Barrick Gold posee un contrato con la empresa generadora Guacolda, cuya central termoeléctrica ubicada en la provincia de Huasco proveerá un máximo inicial de 118 megavatios", tal como se señala en el sitio de internet disponible en http://www.mch.cl/revistas/index_neo.php?id=1605. La termoeléctrica Guacolda es en base a carbón y petcoke, que es un combustible compuesto por la mezcla de petróleo refinado con carbón y tal como explican los especialistas, su combustión produce una alta emisión de anhídrido sulfuroso y material particulado respirable fino en el que se hallan níquel, dióxido de azufre, vanadio y otros metales pesados. La exposición al níquel puede provocar dermatitis, sinusitis, anosmia (pérdida del olfato), asma, cáncer nasal y broncopulmonar, según la Organización Mundial de la Salud (OMS). En tanto, el dióxido de azufre afecta las vías respiratorias y la exposición a concentraciones de vanadio provoca tos, bronquitis, neumonía, carcinoma broncopulmonar y alteración de los procesos metabólicos (Revista Punto Final, 27 de Noviembre de 2009). Agrega que la Termoeléctrica Guacolda en Huasco está afectando con metales pesados que liberan de la quema del carbón y del petcoke desde mediados de 1997, y tal como indica un estudio de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Chile realizado en octubre de 2005, "la concentración promedio de níquel en Huasco era de 50,1 Ng/ m', alcanzado máximos de 1.310 Ng/m". Otro estudio de la Corporación para el Desarrollo Sustentable, de 2006, comparó las concentraciones de níquel y vanadio en Tocopilla, Mejillones y Huasco. Dedujo una relación entre la quema de petcoke por las termoeléctricas con los efectos en la salud de la población. Otra investigación, encargada a Gamma Ingenieros por la Comisión Nacional de Energía (CNE) para elaborar la norma que regulará las emisiones de las carboneras, reitera que "la quema sin control de emisiones (de petcoke) va asociada a la descarga de este contaminante cancerígeno al aire, aumentando así los riesgos de las poblaciones afectadas por estas emisiones" (Revista Punto Final, 27 de Noviembre de 2009). Finalmente, el Colegio Médico ha evacuado informes en los que señala que la exposición prolongada a sustancias como el alquitrán de carbón el petcoke, pueden producir mutaciones, daño genético y cáncer de pulmón, hígado, vías biliares, páncreas, riñón, próstata, mieloma, leucemia y linfomas. Los datos del hospital de Huasco reportan que entre enero y julio de 2005 hubo en la ciudad 3.519 consultas por enfermedades respiratorias, cantidad asimilable a la mitad de la población total de Huasco. También se han reportado afecciones alérgicas, dermatitis y rinitis (Revista Punto Final, 27 de Noviembre de 2009). Se revisaron los indicadores de las atenciones en salud en Huasco el año 2004 que arrojó que la mortalidad de las mujeres de 20 a 44 años fue 3,5 veces superior al promedio del país. También superan la media nacional las muertes por enfermedades cardiovasculares, los ingresos por isquemia del corazón y enfermedades respiratorias (Revista Punto Final. 27 de Noviembre de 2009, reportaje completo disponible en http://www.ecosistemas.cl/1776/printer-

88399.html). Considera por tanto que Barrick Gold publicita que construye un parque eólico con el cual aportará energía limpia, pero miente puesto que en realidad contamina con el contrato que hizo con la Central Guacolda.
Agrega que sólo Pascua Lama consumirá 130 megawatts, equivalente a la energía de 130.000 hogares y que "eventualmente" se abastecerá de energía al proyecto Veladero, que es de la misma transnacional, pero en otro país, Argentina (http://seia.sea.gob.cl/seia-web/ficha/fichaPrincipal.php?id_expediente=1048260&idExpediente=1048260&modo=ficha).
Sostiene que Barrick ha promovido presiones a todo nivel en todo el país: medios de comunicación; autoridades (desde el Presidente de la República hasta los presidentes de junta de vecinos); parlamentarios (5 veces se votó una comisión para fiscalizar el proyecto, pero jamás se constituyó por falta de quórum); instituciones de beneficencia y fundaciones como un Techo para Chile; organizaciones que sostuvieron la resistencia (como la Junta de Vigilancia del Valle del Huasco, que por 60 millones de dólares optó por apoyar a la empresa; artistas (como Los Jaivas, Illapu y El Gran Circo Teatro). Estima que en todos los segmentos de la sociedad, Barrick Gold ha invertido dinero para sacar imagen limpia. Señala que esto es analizado ampliamente en la tesis para optar al grado de licenciada en Historia de la Universidad de Chile de Constanza San Juan Staden, titulada "Capital Social en el Valle del Tránsito: transformación e impactos intangibles de la trasnacional Barrick Gold Corporation en el Valle del Huasco. Proyecto Pascua Lama.".
Relata luego antecedentes relativos al empleo de medios de comunicación de la empresa, haciendo referencia a medios tales como "La Voz del Huasco", el cual considera es la voz de Barrick Gold, no "del Huasco". Asimismo señala que a su juicio la empresa promueve la censura, amenazas y criminalización a quienes dicen no a Pascua Lama.
Sostiene que efectivamente Barrick miente, pues habitualmente dice cumplir con todos los estándares internacionales de derechos y leyes en el país, pero censura a quienes se oponen al proyecto Pascua Lama, los criminaliza y promueve la desconfianza entre los principales dirigentes de la zona. Así sucedió cuando en medio del lanzamiento del libro "Pascua Lama: conflicto armado a nuestras espaldas" dos activistas fueron a la radio de la municipalidad de Alto del Carmen a hablar de las actividades culturales que estaban difundiendo cuando "llegó el director del medio de comunicación a decir que no podrían salir al aire. Esto debido a la postura antiBarrick que abiertamente ambos había manifestado durante estos días" tal como se consigna en el sitio web del Observatorio Latinoamericano de Conflictos Ambientales, OLCA. (http://www.olca.cl/oca/chile/region03/pascualama362.htm).

Sostiene luego que el dominio es importante para el movimiento social porque existe una situación de gran asimetría entre el poder transnacional y lo local, que es lo que ha motivado la campaña "Barrick, Mentira irresponsable", que lleva como eslogan publicitario "Barrickmiente". Sostiene que iniciaron esta campaña comunicacional, pensaron en los medios que podrían lanzar esta información, entre los cuales los medios comunitarios aparecieron como relevantes debido principalmente a los costos del empleo de dichos medios y a que eran más proclives a este tipo de información, pues pensaron que los medios tradicionales iban a bloquear esta información ya que durante marzo de 2011 muchos habían accedido a hacerle publicidad a Barrick Gold en la campaña que ya mencionamos anteriormente.

Pese a esa limitación se plantearon la necesidad de abrir espacios de difusión de los cuatro puntos antes mencionados (glaciares, cierre de faenas mina El Indio, lo sucio de la energía limpia, y quiebre de los lazos comunitarios). Claramente los medios digitales, al ser gratuitos abren muchas más posibilidades. Así fue como se abrió una cuenta de correo electrónico barrick.miente@gmail.com, una cuenta de twitter @barrickmiente, se abrió un blog en www.barrickmiente.blogspot.com, asimismo se abrió un espacio en Nic Chile con el título barrickmiente.cl que hoy está en disputa. Hicieron un logo para tener una imagen que aglutine las ideas visualmente, que alude a que la gente sabe que la transnacional derechamente miente desde el inicio del conflicto en el año 2001, que está sustentado por la gente que vive en el territorio afectado, porque es ahí donde estima que la mentira se hace evidente. La campaña contempló la radiodifusión como elemento transmisor de la información. Hicieron un trabajo periodístico informativo, basado en los hechos reales relatados anteriormente, desde la realización y hasta la difusión. Las cápsulas radiales son espacios de radiodifusión de un tiempo limitado en el cual se recrea diferentes escenarios a través del sonido. La polifonía de voces y de diferentes ambientes logra a los auditores transportarse en ese pequeño instante a donde los autores de esa cápsula lo imaginaron. Habitualmente se utiliza para publicidad, pero también para informar en espacios de tiempo breves y precisos. De 30 a 60 segundos es lo más habitual, las cuales se transmite hasta el día de hoy por diferentes medios comunitarios, que tienen la libertad necesaria para transmitir esta información, las cuales han superado las tres mil visitas a la página web que tenemos alojada en el sitio barrickmiente.cl, lo que da un indicativo del interés por la información expuesta en internet.

En cuanto al Derecho, sostiene que no es su intención competir en el negocio minero, o en alguna actividad empresarial, en que la empresa Barrick Gold pudiera sentirse perjudicada, sino que su objeto y la finalidad es justamente denunciar las malas prácticas de la minería, y en particular de la empresa minera trasnacional Barrick Gold. Reivindica el "derecho de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier

medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad a la ley, la que deberá ser de quórum calificado, que está en el artículo 19 de la Constitución de Chile". Se pregunta luego ¿Cuál es el interés de Barrick Gold de quedarse con el sitio barrickmiente.cl si realmente ahí se emite información veraz? No atenta contra la transnacional en la medida que se informa, se dan hechos reales, se habla de situaciones documentadas y debidamente amparadas por la ley de la República. ¿Acaso exponer barrickmiente atenta per sé a una empresa llamada Barrick Gold? ¿Y qué pasa con La voz del Huasco? Acaso no juega con la misma utilización del nombre pero para Barrick?. Por otro lado, la palabra "Barrick" misma tiene siete letras, y si agregamos la palabra "Gold", llega a sumar once letras. A su vez, la palabra "miente" tiene seis letras. Al juntarlas en esta campaña y dominio, tal como indica el punto .cl, queda un total de trece letras, lo que aleja de la mención a una empresa específica. Es más, por sobre cualquier cosa resalta en la expresión y el dominio en disputa la expresión *"miente"* por a fuerza que tiene esa palabra en sí misma. Entiende que el derecho marcario debiera quedar supeditado, o al menos armonizado correctamente con el derecho de informar y el derecho de acceso a la información, lo que se refuerza considerando que Chile ha firmado pactos internacionales que amplían las garantías a quienes ejercemos la profesión de comunicadores. Por ejemplo, la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión de la Corte Interamericana de Derechos Humanos establece en el Principio Nº 1 que "la libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática". En el segundo principio se expresa que "toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente en los términos que estipula el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social".

Sostiene luego que el cuarto principio en que se plantea la "igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación" debido a que Barrick Gold ejerce en la zona como un mini Estado dueño de casi todo, incluido por supuesto, las comunicaciones que están limitadas para quienes están en desacuerdo con el proyecto Pascua Lama y la presencia de Barrick Gold en la zona. En cambio, Barrick Gold accede a los más grandes medios de comunicación cuando quiere. Hizo una campaña mediática a nivel nacional durante marzo de 2011, y las organizaciones opositoras no han podido acceder a aquello aun cuando tienen los argumentos ya mencionados en un comienzo. En este principio es el Estado, tal como establece el principio Nº 4 quien "está obligado a garantizar", y ha visto en el territorio en conflicto, el Estado no ha hecho más que dejar a la empresa que opere libremente en los diferentes aspectos imponiendo su visión y su interés particular de explotar el oro a toda costa. Hace presente que el árbitro que resuelva este conflicto tiene el deber de hacer justicia para que Nic Chile, como parte de una institución del Estado como es la Universidad de Chile, haga valer lo que este tratado internacional ha introducido a nuestro ordenamiento judicial y que dice relación con que el Estado debe garantizar la igualdad de oportunidades en el ejercicio de la comunicación. En este punto, el espacio barrickmiente.cl no puede caer en el dominio de la misma transnacional a quien se refiere. Sobre todo porque Barrick Gold ha ido comprando todo lo que ha podido en el Valle del Huasco y esto es un pequeño espacio que abrieron para difundir información.

Señala luego que la declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión de la Corte Interamericana de Derechos Humanos expresa en el punto cinco que "la censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrito, artístico, visual o electrónico, debe estar prohibida por la ley. Las restricciones en la circulación libre de ideas y opiniones, como así también la imposición arbitraria de información y la creación de obstáculos al libre flujo informativo, violan el derecho a la libertad de expresión". Sostiene al respecto: ¿Qué más podríamos decir de quiénes incurren en violar este principio en el Valle del Huasco? Este principio es fundamental y sin embargo, considera que Barrick Gold lo ha violado sistemáticamente en el Valle del Huasco. Aquel relato de la censura previa al interior de la radio de la Municipalidad de Alto del Carmen, como otros relatos que dan cuenta de que Barrick Gold solo publica las opiniones favorables a su proyecto Pascua Lama y obvia las que están en contra en La Voz del Huasco, un medio cuestionado por su parcialidad y evidente desequilibrio en la entrega informativa. Si es que periodísticamente la publicidad pudiera pasar a llamarse información. Considera además, que el árbitro de esta disputa por el dominio barrickmiente.cl debe resguardar justamente que esta intensión de Barrick Gold a través de sus representantes en Chile, se haga dueña de un medio que es parte de una campaña informativa que lleva varios meses, tiene más de dos mil visitas, tiene más de 200 seguidores en twitter, y ha establecido una comunicación directa a través del correo electrónico barrick.miente@gmail.com. No puede ser que Nic Chile favorezca a una multinacional que es prácticamente dueña del

Valle del Huasco y que ha hecho tanto daño. Barrick Gold evita cualquier crítica a través de este tipo de prácticas que a los opositores demanda una gran tarea, a diferencia de ellos. Esta asimetría es evidente, y también viola el convenio mencionado en este punto. En otro convenio internacional se encuentra el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos que manifiesta que "todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

Sostiene que es relevante que se asigne el dominio a esa parte por lo que se vive en Alto del Carmen, donde existe discriminación por pensar contrario a un proyecto. No solo en el valle del Huasco, a nivel nacional quienes se oponen a Pascua Lama han tenido menos difusión que quienes tienen el poder económico como para hacer una campaña publicitaria por todos los medios de difusión posible.

Agrega que Barrick Gold tiene que atenerse a la resolución 59 (I) de la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas (ONU) del 14 de diciembre de 1946 en que se afirma que la libertad de información es "un derecho humano fundamental", y en esta disputa prevalece la oportunidad que han tenido de informar a los usuarios de internet una contraposición a lo que Barrick Gold dijo durante un mes por medios de comunicación masivos. Esta oportunidad no puede ser violada por una empresa muy cuestionada a nivel mundial. Un derecho fundamental está por sobre otros, por lo que debe considerarse como un fortalecimiento de la democracia, de la civilidad, de la ciudadanía y sobretodo, que la gente pueda decidir por sí mismo con acceso a la información. Asimismo en el organismo multilateral se estableció la resolución 45/76 A del 11 de diciembre de 1990 de la ONU donde se habla de disponer la información al servicio de la humanidad.

Como Barrick Gold es una transnacional que tiene más de 27 proyectos mineros en el mundo, entiende que tiene el deber de informar lo que hace en nuestro país no solo para defendernos de los derechos violados, sino para informar a las comunidades que están en otros lugares enfrentando a la misma empresa el modo que tiene de operar, las estrategias y las violaciones habituales en que esta transnacional incurre cuando se ve amenazado el oro que pretende extraer de las entrañas de la tierra. Ese bien común para la humanidad es lo que esta transnacional y sus ejecutivos no comprenden. Sostiene que mientras esa empresa busca el lucro a partir de la tierra, del subsuelo terrestre, ellos persiguen el bien común, esa es la resistencia que oponen desde hace 10 años y que les haría irreductibles.

Finalmente, la resolución 104 adoptada por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en su 25.a reunión en 1989, se destaca particularmente el fomento de "la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y de la imagen en los planos internacional y nacional.

5.- Que esta parte, para acreditar su mejor derecho, rindió prueba documental consistente en: a) Informe de comisión de servicio a la III Región – Visita a Pascua Lama – 12 de enero 2005, página 5. http://olca.cl/oca/chile/region03/pascualama/informe_comision_servicio_a_III_region.pdf, de fojas 39 a 43; b) Respuesta de Barrick Gold a solicitud de información Oficios Ordinarios Nos. 643/2005, 445/2005 y 776/2005, del 22 de septiembre 2005. http://olca.cl/oca/chile/region03/pascualama/barrick_glaciares.pdf; c) Informe: Instalación de Botadero Nevada Norte sobre un glaciar de roca, Santiago 27 de julio de 2006. http://olca.cl/oca/chile/region03/pascualama/informe_botadero_sobre_glaciar_de_roca.pdf, de fojas 44 a 51; d) Informe técnico COF – Visita inspectiva del Comité Operativo de Fiscalización RCA Corema Atacama N°24/2006, de fojas 58 a 79; Proyecto Modificaciones Proyecto Pascua Lama -, Cía Minera Nevada LTDA. Comuna de alto del Carmen, Provincia de Huasco, Región de Atacama, 22 de diciembre de 2009. http://www.e-seia.cl/archivos/Inf_Tec_DGA_COF_-_EIA_Modificaciones_Proyecto_Pascua_Lama__Dic_09_.pdf (DISPONIBLE PARA IMPRIMIR EN INTERNET PERO NO PARA GUARDAR) e) Resolución exenta N° 22: Mat: Sanciona a Compañía Minera Nevada, Titular del Proyecto "Modificaciones Proyecto Pascua Lama", conforme lo indicado en la ley 20.473. Copiapó, 01 de febrero de 2011. http://seia.sea.gob.cl/archivos/RES_PASCUA_LAMA.pdf, de fojas 19 a 38.

6.- Que de su parte, el segundo solicitante presenta sus alegaciones de mejor derecho a fojas 80. Luego de relatar los antecedentes de las solicitudes que llevaron al conflicto de autos, sostiene que Barrick Gold Corporation es la minera multinacional dedicada a la extracción de oro más grande del mundo. Su sede principal está ubicada en la ciudad de Toronto, Canadá. Posee 25 minas operativas en varios países: Estados Unidos, Canadá, Australia, Perú, Chile, Argentina y Tanzania. Barrick, tiene varios proyectos en diferentes etapas de exploración y desarrollo, contando más de 15 países alrededor del mundo entre sus proyectos. Agrega que Barrick Sudamérica es la unidad de negocios interna de Barrick Gold Corp. en Sudamérica. Abarca las operaciones mineras de oro en Argentina (Veladero), Perú (Lagunas Norte y Pierina); y, Chile, con una mina de cobre (Zaldívar). La región cuenta además con el proyecto Pascua–

Lama (Argentina–Chile) y una participación del 75% en el proyecto Cerro Casale (Chile), mientras que Kinross Gold Corp., es dueña del 25% restante. También en Chile, tiene un proceso activo de cierre de operación minera (El Indio).

Para Barrick, el desarrollo de la minería va asociado necesariamente al crecimiento económico y social de las comunidades cercanas a sus yacimientos. Esto es parte de la filosofía de Minería Responsable que aplica la compañía en todas sus operaciones alrededor del mundo, que además incluye la utilización de tecnología probada en todos los procesos, una especial preocupación por los trabajadores y su seguridad y una gestión ambiental de excelencia.

Agrega que hasta el año 1993, Barrick sólo tenía operaciones en Norteamérica, pero ese mismo año, y siguiendo su estrategia de crecimiento, decidió mirar hacia el resto de América. Así, la empresa llegó a Perú en 1993 y un año más tarde, a través de la compra de Lac Minerals, se instaló en Chile con la mina El Indio y el entonces proyecto Nevada, que más tarde pasó a llamarse Pascua–Lama. En 2001, Barrick se fusionó con Homestake, marcando la llegada de la empresa a Argentina y la adquisición de Veladero. Entre fines de 2005 y comienzos de 2006, Argentina, Chile y Perú se consolidan como la región de negocios de Sudamérica, representando hoy cerca de un tercio de las reservas mundiales de Barrick. Durante 2006, tras la adquisición de la empresa Placer Dome, la mina de cobre Zaldívar, ubicada en la Segunda Región de Chile, pasa a formar parte de Barrick Sudamérica. Más allá de las actuales operaciones y proyectos, Sudamérica es un área estratégica para el crecimiento futuro de la empresa. La visión de Barrick Ser la mejor compañía productora de oro del mundo, a través de la exploración, adquisición, desarrollo y producción de reservas de oro de calidad, de manera segura, rentable y socialmente responsable.

Señala luego que los nombres de dominio nacieron, existen y subsisten asociados indisolublemente al fenómeno de Internet, por lo cual no deben ser analizados como si fueran entelequias abstractas, disociadas de su contexto, sino que cumplen sus funciones propias dentro de Internet y, por lo mismo, esta característica consustancial resulta de enorme importancia tanto a la hora de ponderar la potencialidad de confusión o asociación de un nombre de dominio con nombres o signos protegidos, como para pronunciarse sobre la conducta del titular usuario del nombre de dominio, especialmente en base al contenido o información que se entregue en la Red. Agrega que este mismo criterio «contextual» puede servir además para demostrar o descartar la existencia de competencia comercial entre las partes, afectación a principios de ética mercantil o, en general, si concurre una conducta maliciosa por parte del titular del nombre de dominio de que se trate. Como es obvio, el eventual uso de un nombre de dominio como localizador de un sitio web siempre se verificará necesariamente con posterioridad al momento en que su asignación es solicitada, lo cual no significa, con todo, que el aquí llamado criterio «contextual» implique una sanción por hechos posteriores o que consagre una suerte de retroactividad. Lo que sucede es que el uso de un nombre de dominio, que sabemos es posterior a su solicitud de asignación, puede ser indiciario o relevador de la finalidad o conducta concomitante al momento de la solicitud de inscripción.

Estima que el uso del nombre de dominio en la especie, por parte del primer solicitante, es completamente abusivo y de mala fe siendo éste contrario al origen de los nombres de dominio de John Postel basado en la buena fe. porque alude a su representada en forma inequívoca seguido del concepto difamatorio y ofensivo “miente”. Dicha expresión envuelve un desprestigio o descrédito, por lo que en lo tocante al nombre de domino de autos, dicha expresión resulta portadora de un significado ofensivo que afecta el derecho de mi representada sobre su marca comercial e identidad comercial. Estima que cualquier argumento en contrario trasformaría y distorsionaría el sistema de registro de nombres de dominio en un verdadero, “bolsón receptáculo de expresiones difamatorias o en descrédito de terceros, todo ello cobijado bajo el manto de una abusiva libertad de expresión”.

Agrega que además el nombre de dominio viola derechos de propiedad intelectual porque una marca comercial es un signo que permite diferenciar los bienes o servicios de una empresa frente a los de las demás empresas que operan en el mercado. La doctrina, esa uniforme en cuanto a que la función fundamental de las marcas radica en su distintividad y las demás funciones simplemente se derivan de tal capacidad o se someten a ésta. Sin perjuicio de lo cual enumera varias funciones secundarias que cumplen las marcas, las cuales muchas veces también pueden considerarse como ventajas del sistema marcario: Confieren al titular de una marca registrada un derecho exclusivo y excluyente en cuanto al uso del signo, pudiendo exigir el cumplimiento de una obligación de no hacer a los terceros; Protege al consumidor, otorgándole protección legal ante plagios y copias ilegítimas; Constituyen una fuente de ingreso para el titular, en caso de cederse o licenciarse la marca; Simplifican el proceso de comercialización, al permitir al cliente identificar el origen y la procedencia del producto y muchas veces a la empresa; Relacionando con lo anterior, sirven para construir una imagen corporativa; Entregan orientación al público acerca de las diferencias de calidad y precio entre los productos y de esta forma mejoran el nivel competitivo del mercado; Constituyen un sello o garantía de calidad definida del producto basado en la confianza ganada a través del tiempo; Constituyen una oportunidad de atraer un conjunto leal y rentable de clientes y de construir un vínculo duradero con ellos y transmiten información

respecto de atributos, calidades, utilidades del producto, puesto que una vez que la empresa haya construido por medio de la publicidad, una imagen o incluso personalidad de marca, el público asocia la marca con esos elementos.

De lo anterior desprende la importancia que tiene una marca comercial y explicaría las razones por las que su representada se ha preocupado de proteger su imagen bajo el concepto de Barrick no solo en Chile sino que por ejemplo en Argentina. Estima que en consecuencia, el primer solicitante está violando e infracción de registros marcarios como además su actuar constituiría una conducta ilícita antijurídica culpable o dolosa la cual quedaría subsumida dentro de los tipos penales de injuria y calumnia tipificada en los artículos 412 y 416 y siguientes.

Invoca luego el número 14 del Reglamento NIC Chile prescribe "Será de responsabilidad exclusiva del solicitante que su inscripción no contraríe las normas vigentes sobre abusos de publicidad, los principios de la competencia leal y de la ética mercantil, como asimismo, derechos válidamente adquiridos por terceros." Ello significa que el primer solicitante sabía o debía saber que al momento de pedir este nombre de dominio junto a la palabra miente y todo su contenido contraviene derechos legítimamente adquiridos como es su identidad comercial y su marca registrada. Al respecto, señala que la jurisprudencia se ha encargado de desentrañar que debe entender por una posible infracción a derechos válidamente adquiridos, cuando concurren copulativamente los siguientes presupuestos, a saber: a) Que una de las partes sea titular de un derecho adquirido sobre un nombre, marca u otra designación o signo distintivo reproducido, incluido o aludido en los nombres de dominio disputado; y b) Que exista una «afectación» a dicho derecho adquirido, la que puede verificarse de diversos modos, puesto que la norma en análisis recurre a la expresión «contrariar», la cual, dada su amplitud, comprende cualquier tipo de afectación a un derecho, sea que se trate de una perturbación, afectación o perjuicio, sea en relación al derecho en sí o a su libre ejercicio; c) Que la otra parte del litigio carezca de todo derecho o interés legítimo en un nombre, marca u otra designación o signo distintivo reproducido, incluido o aludido en los nombres de dominio disputado; haciendo presente que la concurrencia de las condiciones copulativas señaladas precedentemente debe verificarse, además, al momento de presentación de la solicitud respectiva, ya que de otro modo no podrían contrariarse derechos adquiridos mediante la solicitud misma.

En suma, conforme a lo dicho, puede sostenerse que una solicitud de registro de nombres de dominio contraría derechos válidamente adquiridos cuando mediante la misma se perturba, afecta o perjudica un derecho adquirido —sobre un nombre, marca comercial u otra designación o signo distintivo—, por estar reproducido, incluido o aludido en los nombres de dominio disputado, siempre que el titular de dicha solicitud de registro carezca a su vez de derechos o intereses legítimos pertinentes.

Asimismo alude a lo dispuesto en la ley de marcas ley 19.039, artículo 20 letra K, que al tratar las causales de irregistrabilidad "las contrarias al orden público, a la moral, o a las buenas costumbres comprendidas en éstas los principios de competencia leal y ética mercantil". Entiende que todo lo anterior demuestra que el primer solicitante inscribió de mala fe el nombre de dominio litigioso, con el objeto de mescabar a nuestra representada de manera que corresponde aplicar a cabalidad el número 8 del Reglamento de NIC Chile.

Respecto de los criterios aplicables a la asignación de nombres de dominio, alude a la concepción según la cual se entiende que "si bien la función de un nombre de dominio es la de una dirección electrónica que permite a los usuarios de Internet localizar terminales informáticos conectadas a la red, de manera simple y rápida dado que son fáciles de recordar, a menudo cumplen también funciones de carácter distintivo en el tráfico virtual, pasando así a adquirir una existencia complementaria como identificadores comerciales o personales, por lo cual con frecuencia se les relaciona con el nombre o la marca de la empresa titular del nombre de dominio o con sus productos" (Fallos Avon). Así lo ha dicho diversa jurisprudencia arbitral, indicando que los nombres de dominio se relacionan con el carácter mnemotécnico siendo cualidad esencial para contribuir a la localización eficiente de los recursos informativos disponibles en Internet por parte de los usuarios. De ahí que sea necesario y natural que en su configuración los usuarios de la red procuren acercarse en lo posible a la denominación que les identifique a ellos o a sus productos en el mundo físico tradicional. Esta función impone que el uso de los nombres de dominio refleje de manera adecuada y pertinente aquellos contenidos que se busca identificar con el nombre de dominio que se registra. Es en este sentido que se habla de la distintividad sobrevenida de los nombres de dominio. Dada esta función que tienen los nombres de dominio y por el hecho de tener su representada una marca comercial, solicita que este caso sea evaluado más allá del principio FIRST COME FIRST SERVED, actualización del antiguo aforismo jurídico "prior in tempore prior in iure", que en materia de nombres de dominio se traduce en "el primero que llega es el único servido" por el administrador del sistema de nombres de dominio en un registro determinado, en base al cual se configura una suerte de derecho preferente respecto del solicitante que primero haya presentado su solicitud de registro, situación que en muchos casos involucra una profunda injusticia. Entiende que afortunadamente los criterios que están aplicando los árbitros de internet se han ido refinando, de esta manera los conflictos se analizan a la luz de los principios generales del

derecho y de la tesis del "mejor derecho". Es así como la regulación sobre nombres de dominio en la actualidad está orientada a la asignación “aquella de las partes que demuestre tener un mejor derecho”. Es justamente esta coordenada la que en el caso de autos permite dilucidar el conflicto, ya que sin duda alguna mi mandante posee sólidos fundamentos. Al respecto señala que su representada es titular y utiliza una marca comercial, lo cual le da un mejor derecho para ser la detentadora del nombre de dominio en disputa. De lo contrario se está vulnerando abiertamente el derecho de dominio o propiedad sobre esta expresión, derecho que se encuentra protegido en nuestra Constitución Política de la República, en el artículo 19 N° 24 y 25 respectivamente y las disposiciones legales de los artículos 582, 583 y 584 del Código Civil. Estima que el rechazo a su solicitud vulneraría el derecho de propiedad sobre las cosas incorporales como lo son las marcas comerciales, no pudiendo en caso alguno ser privado o limitado en los atributos o facultades esenciales del dominio.

Señala que con esta solicitud no busca limitar al primer solicitante de poder iniciar su actividad económica cualquiera que ella sea, lo que buscamos es que no utilice para ello una marca debidamente registrada y de alguna manera aprovecharse de la fama y notoriedad, pudiendo haber solicitado al NIC Chile otro nombre de dominio.

Adicionalmente, señala que debe hacerse cargo de la “dilución” de la imagen comercial o marcaria, en cuanto a que si en el mercado y en la publicidad comienza a circular una expresión identificatoria idéntica a las marcas, dominios y razón social de su representada, como eventualmente podría ocurrir, que identifique servicios que no correspondan a ella, indudablemente empezará a generar un debilitamiento del capital comercial y marcario asociado a los signos registrados por esa parte, situación que además de ser injusta resultaría contraria a derecho ya que se estaría afectando el derecho de propiedad que mi mandante tiene sobre su imagen y signos, y respecto de los cuales posee protección de rango legal y constitucional. En definitiva, ello se traduciría en un importante atentado a la "identidad comercial", un concepto que es reconocido como uno de los activos más importantes de la empresa y que amerita por tanto, la máxima protección jurídica. Debemos recordar e indicar que nuestra marca notoria y conocida, BARRICK, está incluida en el dominio de autos.

Adicionalmente entiende que de acuerdo al orden público económico, los consumidores deben poder distinguir adecuadamente la procedencia empresarial de los productos y servicios que se le ofrece en el mercado, hecho que claramente se vería afectado en caso de concederse el dominio de autos a la contraria. Concluye que el improbable otorgamiento a la contraria del dominio en cuestión generaría todo tipo de confusiones y errores en el mercado respecto de la procedencia empresarial de los productos o servicios que pretenda distinguir el primer solicitante con el concepto BARRICKMIENTE.CL dado que los consumidores la identificaran, casi de manera automática con su mandante Compañía Minera Nevada Ltda. Asimismo, todo este capital de posicionamiento, honestamente adquirido y en virtud de un trabajo serio y profesional, se perdería, se diluiría y daría pie a confusiones. Conforme a lo anterior, estima que la contraparte no posee un derecho equivalente, dado que no tiene una marca registrada sobre el nombre de dominio solicitado y más aún no posee derecho alguno que pueda rebatir el de esa parte. En suma, interés legítimo, marcas y dominios registrados, presencia comercial, trayectoria y posicionamientos comerciales consolidados, todos estos son elementos que perfilarían a esa parte como titular de "un mejor derecho" para optar al dominio en cuestión.

7.- Que esta parte, para acreditar su mejor derecho rindió prueba documental consistente en: a) Listado de marcas nacionales de mi representada que contienen BARRICK, de fojas 94 a 102; b) Listado de marcas registradas en Argentina que contiene el concepto BARRICK, de fojas 103 y 104; Impresión de la pagina web de Barrick, de fojas 82 a 93.

8.- Que a fojas 107 el primer solicitante evacua el traslado conferido en autos. Sostiene que el escrito de la contraria constituye un panegírico de la compañía que en las tres primeras páginas se limita a exponer la historia de la compañía, su supuesto compromiso social y medio ambiental, que no son materia a resolver a través de estos autos. Estima que luego esa compañía basa sus argumentaciones en un asunto de carácter comercial, de competencia, lo cual considera es absurdo porque esa empresa no buscaría explotar el dominio sino perseguirlo y con ello a todo un amplio colectivo que se opone a la explotación que pretende llevar a cabo dicha empresa en el norte del país y que estima esa parte que es dañino.

Estima que el centro del conflicto es la aspiración de una empresa extranjera de restringir la libertad de expresión de un colectivo social que se opone a sus actividades por estimar que perjudican a nuestro país. Alude luego a la Comisión Interamericana de Derechos humanos y a otros fallos de tribunales internacionales que señalan que la libertad de expresión es uno de los pilares fundamentales del estado democrático de derecho. Al respecto señala que

ellos buscan expresar su pensamiento, conforme al cual el nombre de la empresa Barrick se vincula al término mentira, pues así estiman que se ha comportado esa empresa.

Respecto de la alegación de la contraria en cuanto sostiene que la solicitud del primer solicitante es constitutiva del delito de injurias, sostiene que eso no es factible porque las personas jurídicas no son sujetos protegidos por el ilícito a que se alude, porque no tienen tutela penal de la honra. En relación a esto, hace reserva de acciones correspondientes.

En cuanto a la vulneración a la propiedad intelectual a que alude la contraria, señala que no es efectiva porque el dominio no busca confundir a nadie respecto de los bienes y servicios de Barrick. Tampoco afecta el derecho exclusivo de la empresa porque esa parte no es una empresa minera sino un colectivo que busca constituir un medio a través del cual ejercer su derecho a la libertad de expresión. En este sentido señala que no es posible que en la especie los consumidores puedan confundirse con respecto a la titularidad de los contenidos que pudieren alojarse en el dominio en disputa.
Respecto de las citas jurisprudenciales que invoca la contraria, señala que no son pertinentes porque su solicitud no busca afectar ilegítimamente los derechos de la contraria, sino ejercer las libertades y derechos que invoca y que estarían amparados por los tratados internacionales que invoca.

9.- Que a fojas 111 la segunda solicitante evacúa el traslado conferido en autos. Sostiene que la libertad de expresión reconocida en el artículo 19 N° 12 de la Constitución Política de la República contempla dos variantes: la libertad de opinión y la libertad de información, ninguna de las cuales puede ser ejercida de manera absoluta, contraviniendo otros derechos, como sería en derecho a la propiedad intelectual, el honor y la identidad. De esta manera, considera que este tipo de conductas afecta derechamente al honor al imputar una conducta que a juicio del primer solicitante se encuentra reñida con la verdad. Asimismo, señala que en el caso de autos el nombre de dominio afecta indebidamente los derechos de esa parte por tres razones, que enumera: a) se estructura en base al nombre del segundo solicitante; b) respecto de ese nombre tiene derechos de propiedad intelectual, además de derechos marcarios; c) lo vincula a una expresión que menoscaba su imagen comercial.
Agrega que un fallo que no reconociera estos derechos resultaría peligroso para el desarrollo del sistema de nombres de dominio pues daría pie a que cualquiera inscribiera nombres de dominio invocando la libertad de expresión, pero que en definitiva resulten atentatorios contra los derechos al buen nombre de sus titulares legítimos. Al respecto invoca el fallo recaído en el conflicto “laputasgae.es” en que el panel de expertos Ompi sostuvo que “el uso de la palabra “puta” delante del vocablo sgae se hace con un claro sentido denigratorio y agresivo hacia una persona jurídica y hacia la actividad por ella desarrollada”, atendiendo además que “no puede haber justificación en el uso de una término tan peyorativo, mal sonante, denigratorio y abyecto como el anteriormente citado, y menos aun cuando tal uso se hace en un contexto en el que claramente se pretende ridiculizar las actividades desarrolladas por SGAE”.

10.- Que el segundo solicitante agrega nueva documental consistente en impresiones de los fallos piñeramiente.cl, de fojas 115 y siguientes y elmercuriomiente.cl, de fojas 141 y siguientes; y “laputasgae.es” de f.
Ojas 150 y siguientes.

11.- Que a fojas 157 se tuvo por evacuado el trámite de contra argumentaciones, abriéndose el plazo de observaciones a las pruebas rendidas en autos.

12.- Que a fojas 159 la segunda solicitante observa las pruebas rendidas en autos, haciendo presente que de las que constan en autos se desprendería el mejor derecho de esa parte al nombre de dominio en disputa, presentación que fue proveída a fojas 163, notificada a las partes a fojas 164.

13.- Que a fojas 165 se citó a las partes a oír sentencia, lo que les fue notificado a fojas 166.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que la competencia específica de esta árbitro alcanza a una única cuestión cual es la determinación de cuál de las partes tendría un mejor derecho al nombre de domingo barrickmiente.cl, sin que corresponda a esta árbitro calificar si la actuación de esta empresa responde o no a la verdad de los hechos. Asimismo, no corresponde a esta árbitro calificar como injuriosas o no las alusiones que a dicha empresa efectúa la primera solicitante. Siendo así, y en uso de las atribuciones legales que competen a los jueces, esta árbitro ha omitido referirse en esta sentencia a las

alegaciones que pudieren referirse a estas cuestiones ajenas a lo debatido en autos, tales como la verdad o falsedad de las declaraciones, publicaciones o comunicaciones de la empresa afectada o del primer solicitante.

SEGUNDO: Que los árbitros que resuelven conflictos de nombres de dominio han sido investidos como árbitros arbitradores y en este sentido habrán de resolver los conflictos de acuerdo a lo que la prudencia y la equidad les indiquen, oyendo a ambas partes y a los derechos que invocan y acreditan en favor de sus pretensiones. En consecuencia, en la resolución del asunto que nos ocupa se ha debido ponderar los derechos en juego y aplicar las reglas de la prudencia y de la equidad.

TERCERO: Que en el caso de autos, el primer solicitante funda su solicitud en la libertad de expresión, derecho reconocido constitucionalmente en los términos siguientes: "*La libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad a la ley, la que deberá ser de quórum calificado.*
La ley en ningún caso podrá establecer monopolio estatal sobre los medios de comunicación social.
Toda persona natural o jurídica ofendida o injustamente aludida por algún medio de comunicación social, tiene derecho a que su declaración o rectificación sea gratuitamente difundida, en las condiciones que la ley determine, por el medio de comunicación social en que esa información hubiera sido emitida.
Toda persona natural o jurídica tiene el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos, en las condiciones que señale la ley.
El Estado, aquellas universidades y demás personas o entidades que la ley determine, podrán establecer, operar y mantener estaciones de televisión.
Habrá un Consejo Nacional de Televisión, autónomo y con personalidad jurídica, encargado de velar por el correcto funcionamiento de este medio de comunicación. Una ley de quórum calificado señalará la organización y demás funciones y atribuciones del referido Consejo.
La ley regulará un sistema de calificación para la exhibición de la producción cinematográfica", texto que recoge los compromisos internacionales adquiridos a través de los tratados de derechos humanos a que alude el primer solicitante.
Al respecto esa parte sostiene que el dominio ha sido registrado para ejercer este derecho a través de este medio, por considerar que el nombre de la empresa Barrick se vincula al término mentira, por las actuaciones de esta empresa en Chile en general y la provincia de Huasco en particular.

CUARTO: Que el segundo solicitante de su parte funda su mejor derecho en la identidad comercial de esta empresa, sumado a los derechos propiedad intelectual y marcario respecto del término barrick y el descrédito que conlleva que su nombre se vincule a una expresión peyorativa como es la palabra "mentira. Los derechos marcarios de esta parte no han sido controvertidos en autos por lo que habrá de tenérselos por establecidos y en lo sucesivo corresponderá analizar si los derechos que emanan de la titularidad marcaria se extienden hacia la conjunción de términos barrick y miente, utilizadas en la construcción del nombre de dominio en disputa.

QUINTO: Que respecto del interés legítimo y mejor derecho sobre la cadena de caracteres barrickmiente.cl, es necesario tener presente que uno de los atributos esenciales de la marca es su prestigio, consistente en diversos factores entre los cuales se destacan: a) Calidad Percibida: que consiste en que los productos y servicios asociados a una marca gocen de una imagen de calidad instalada en el mercado; b) Asociaciones de Marca: en el sentido que la marca sea asociada con un set de atributos, a los cuales usted se le pueden agregar y modificar detalles, dependiendo de la estrategia comercial, variaciones de producto y de segmento de mercado objetivo, pudiendo afectar en la decisión de compra, siendo la base del motivo de compra; c) relación marca calidad: caso en el cual la marca transfiere el atributo de calidad a todos los productos y/o servicios que sean prestados a través de ella, entre otros. Siendo así, resulta atendible que el segundo solicitante estime relevante mantener la titularidad del nombre de dominio en disputa, a los efectos de que los atributos de su marca no se vean perjudicados por la acción de terceros.

SEXTO: Que de su parte la libertad de expresión y derecho a la información, son derechos constitucionalmente reconocidos, y contenidos en instrumentos de derechos humanos, como una de las bases del sistema democrático. El rol de estos derechos es generar las condiciones necesarias para que todas las voces puedan ser expresadas sin censura previa y asimismo que todas las personas puedan recibir la información que requieran para formarse su propia opinión sobre la verdad de las cosas. Sin perjuicio de que estos son derechos fundamentales, derivados de los derechos de terceros. En concreto, en el caso que nos ocupa, la libertad de expresión no faculta al sujeto que la

ejerce, para apropiarse de expresiones y/o términos sobre los cuales un tercero tiene derechos de propiedad marcaria (en este caso marcarios), y menos aún a construir una expresión en que asocia la expresión protegida a un adjetivo peyorativo que vaya en perjuicio de los atributos de este tipo de denominadores. Siendo así, habrá de acogerse la demanda del segundo solicitante, por haber acreditado que tiene un mejor derecho al nombre de dominio en disputa.

SEPTIMO: Que en todo caso, en nuestro derecho la buena fe se presume, sin que se haya queda claro de los antecedentes de autos que el primer solicitante ha estado de buena fe, sin que sea posible acceder a la condena en constas solicitada por el segundo solicitante.

Y visto además lo dispuesto en el Reglamento para la Administración del registro de Nombres de Dominio .cl, se RESUELVE:

Asígnese el nombre de dominio **barrickmiente.cl**, al segundo solicitante COMPAÑÍA MINERA NEVADA LTDA., ya individualizada en autos.
Cada parte pagará sus costas.

Notifíquese a las partes y Nic Chile en la forma prevista en la pauta de procedimiento arbitral. Hecho, ejecútese por Nic Chile la presente resolución.

Resolvió,

Lorena Donoso Abarca

Firmado digitalmente por Lorena Donoso Abarca
Nombre de reconocimiento (DN): cn=Lorena Donoso Abarca, o, ou=Arbitro, email=lorena.donoso@gmail.com, c=CL
Fecha: 2012.04.13 16:54:04 -03'00'

Lorena Donoso Abarca

Arbitro

Carlos Reusser Monsálvez
Actuario

Sentencia dictada frente a los testigos de actuación

Manuela Ferrada Tapia
7.776.724-k

Diego Sepúlveda Salazar
16.386.315-4

Cc. lorena.donoso@gmail.com; fallos@legal.nic.cl; karmy.javier@gmail.com; ssilva55@hotmail.com; dominios@silva.cl, mail@nameaction.com; registros@nameaction.com