AMOR-CIEGO.CL

Santiago, 8 de Enero de dos mil nueve.-

VISTOS:

I. PARTE EXPOSITIVA.

I.1.- Compromiso.

Que con fecha 12 de Septiembre de 2008, fue entregada al Juez Arbitro la carpeta Oficio NIC OF09453, denominada "Arbitraje dominio amor-ciego.cl", en la cual, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8 del "Anexo 1 sobre Procedimiento de Mediación y Arbitraje" del Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio CL, se comunicó al suscrito su designación como Arbitro Arbitrador para resolver el conflicto surgido en relación con la inscripción del referido nombre de dominio. Dicha designación también fue notificada al Juez Árbitro vía e-mail con esa misma fecha. Lo anterior consta de fs. 1 a 4 del expediente arbitral.

Que por carta de fecha 22 de Septiembre de 2008 dirigida a NIC Chile, atención doña Margarita Valdés Cortés, directora legal y comercial de NIC Chile, el suscrito manifestó su disposición y aceptación del cargo de Arbitro Arbitrador, y juró desempeñarlo con la debida fidelidad y en el menor tiempo posible. Asimismo, y por medio de dicha carta el Juez Arbitro citó a las partes a una audiencia de conciliación y fijación de procedimiento para el día miércoles 8 de Octubre del año 2008, a las 17:00 horas, en calle Agustinas Nº 1.291, piso 3, Oficina C, Comuna de Santiago, Región Metropolitana. La citada carta y resolución rola a fs.5 del expediente arbitral, y los certificados de la empresa de correos que acreditan la notificación por carta certificada de la misma a las partes, rolan de fs. 6 a fs. 7 de estos autos arbitrales.

I.2.- Partes de este juicio arbitral.

Son partes en este proceso arbitral: **LUIS MARCELO NUNEZ IRIBARREN,** RUT: 09.718.565-4; Email: marcelonunezi@gmail.com, domiciliado en El Ventisquero 460, Temuco, Temuco; quien para efectos de este procedimiento ha tenido el carácter de demandado; y **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE REP. SARGENT & KRAHN**, RUT: 81.698.900-0; representada por el abogado Matías Somarriva Labra y por la egresada de derecho doña Carolina Sáez Tapia, todos domiciliados en Avenida Andrés Bello 2711, piso 19, Comuna de Las Condes, Santiago; Email: cadmin@weekmark.cl, ctecnico@weekmark.cl, ssequel@weekmark.cl;; elobos@sargent.cl, cencalada@sargent.cl, sargent@sargent.cl, quien para efectos de este procedimiento ha tenido el carácter de demandante.

I.3.- Comparendo de conciliación y fijación de procedimiento.

Con fecha 8 de Octubre del año 2008, siendo las 17:00 horas, se llevó a efecto el comparendo de conciliación decretado en estos autos arbitrales, con la asistencia del apoderado del segundo solicitante PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE REP. SARGENT & KRAHN, doña Carolina Sáez Tapia, y con la inasistencia del primer solicitante. En dicho comparendo, se acordó el procedimiento al cual se sujetaría el juicio arbitral. Se efectuó llamado a conciliación, la que no se produce. Asimismo, se tuvo por notificada expresamente a la parte demandante de todas las resoluciones dictadas en el expediente hasta la fecha del referido comparendo de conciliación, despachándose al efecto notificación por carta certificada a la parte demandada según consta en el certificado de la empresa de correos que rola a fs. 49. La citada acta de comparendo rola de fs. 9 a fs. 14 del expediente arbitral.

I.4.- Período de discusión.

I.4.1.- Demanda: De fs. 15 a fs. 20bis de estos autos arbitrales se encuentra la demanda que PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE REP. SARGENT & KRAHN dedujo en contra de Luis Marcelo Nunez Iribarren, con el objeto que la asignación del nombre de dominio **"**AMOR-CIEGO.CL" recaiga en su favor, conforme a los argumentos en que se funda la demanda, y que dice relación, entre otros, con los siguientes antecedentes de hecho, disposiciones del Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio.CL y normas de derecho:

- El actor mencionando la historia de la Pontificia Universidad Católica de Chile, cuenta que fue fundada el 21 de Junio de 1888, mediante un decreto del Arzobispado de Santiago, siendo su primer Rector Monseñor Joaquín Larraín Gandarillas.

- Agrega que es una institución privada con aportes económicos del Estado, actualmente compuesta por 18 facultades que, distribuidas en cuatro Campus, acogen a 21.363 estudiantes, dentro de los cuales se cuentan 18.172 estudiantes de pre-grado, 1.813 estudiantes de magíster, 628 estudiantes de doctorado y 744 estudiantes de postítulo. Además, su cuerpo docente esta formado por 2.549 profesionales, dentro de los cuales más de 115 son reconocidos académicos extranjeros. Además forman parte de la Pontificia Universidad Católica, el Club Deportivo de la Universidad Católica con más de 20 ramas deportivas, el Hospital Clínico, un canal de Televisión de cobertura nacional, el DUOC-UC, la Federación de Estudiantes de la Universidad Católica y la Fundación de Vida Rural.

- Ahora respecto de la historia del CANAL 13, Universidad Católica de Chile Televisión o más exactamente Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Chile, el actor señala que es un canal de televisión chileno privado, que se transmite en la señal 13 (Santiago) abierto, y en la señal 22 de compañías de cable. Pertenece al holding Empresas UC de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Hace presente que es uno de los canales de televisión más antiguos e importantes del país siendo líder en sintonía a nivel nacional en muchos de los programas que se transmiten en él. A mayor abundamiento, explica el demandante que también emite su señal a diversos países del

mundo, ya sea vía Internet a través del sitio web: www.canal13.cl o a través de su señal de televisión vía satélite.

- Señala, que la historia de éxitos comenzó el 21 de agosto de 1959, cuando un grupo de ingenieros de la Pontificia Universidad Católica de Chile inició oficialmente las transmisiones, siendo el hito más importante el Mundial de Fútbol de 1962. Además, marca el inicio de una identidad que se ha consolidado en la mente de las personas, como es la asociación de mi mandante con el nombre de CANAL 13.

- Agrega que constituye la red más extensa del país, con un total de 203 estaciones transmisoras instaladas desde Arica hasta el Continente Antártico. La distribución de la señal de CANAL 13 se hace vía satélite a las estaciones locales distribuidas a lo largo del territorio nacional, dando una cobertura a un 98 por ciento de la población potencial del país. A lo largo de toda su trayectoria, la tecnología ha sido un pilar fundamental para mantener y entregar una programación de primera calidad. Es por ello que, permanentemente, está renovando su equipamiento técnico y capacitando a su personal. Cuenta con un edificio de 50.000 metros cuadrados, con once estudios de distintos tamaños y dos de audio, de 200 metros cuadrados, dotados de la más moderna tecnología. Tres de ellos, con 900, 720 y 700 metros cuadrados de superficie y 12 metros de altura, constituyen verdaderos teatros, habilitados para soportar las más sofisticadas escenografías, coreografías e iluminaciones. Cada estudio cuenta con su propia sala de dirección, camarines y sala de maquillaje. Posee once unidades móviles de la más alta tecnología, apoyan el trabajo de exteriores para las diversas producciones del Canal. Tres de ellas destinadas exclusivamente para el Departamento de Prensa. Las restantes, full digital de última generación, están dedicadas a programas dramáticos, deportivos y de espectáculos. Además, una unidad móvil de audio que complementa los requerimientos en caso de eventos de gran envergadura.

- Asimismo, el personal técnico de la empresa tiene acceso permanente a un moderno Centro de Capacitación propio que le permite ponerse al día en los últimos avances tecnológicos. Es así como en el segundo semestre de 1998 se inició un plan de incorporación de nuevas tecnologías para la transición hacia la televisión digital y la generación de contenidos multimediales. La primera fase consiste, entre otras innovaciones, en la validación de todo su equipamiento para cumplir con los requisitos de compatibilidad del año 2000 y el desarrollo de su versión en Internet a través de su sitio web oficial: www.canal13.cl.

- El programa Amor Ciego, a juicio del actor, es el programa más exitoso de lo que va del año 2008, además es el primer programa en formato “dating show” de la televisión chilena, tuvo altos ratings durante toda su transmisión, transformándose en un fenómeno mediático.

- El actor, explica que en la primera temporada de este programa que empezó a transmitirse el 7 de enero de este año y finalizó hace sólo algunos meses, tenía como protagonista a Carolina, una joven de 23 años que buscaba el amor de su vida, 20 pretendientes y una mansión de ensueño formaron parte de esta romántica historia. A estos 20 pretendientes luego se sumaron 5 más que por su atractivo físico dieron un giro al programa. Quienes debían pasar distintas pruebas y el ganador de cada

competencia obtenía una cita a solas con la joven de sus sueños. El proceso de eliminación consistía en que Carolina debía decidir en cada capítulo quién abandonaba para siempre la mansión y la oportunidad de conquistarla.

- De acuerdo a lo explicado por el demandante, este programa se convirtió en todo un fenómeno mediático, acaparando portadas de diarios, revistas y largos espacios en televisión dedicados exclusivamente a realizar comentarios sobre el programa.

- Hace presente que en Internet también tuvo una importante presencia, puesto que el "fotolog" de Edmundo Varas, el pretendiente más querido, tenía miles de visitas diarias, algo parecido pasó en "facebook" y varios blogs dedicados exclusivamente al programa. Por su parte, la página de Canal 13, en su sección "**AMOR CIEGO**" recibía miles de visitas diarias.

- La parte demandante destaca que fue tan grande el fenómeno de AMOR CIEGO que su protagonista Carolina Bastías y uno de sus pretendientes, Edmundo Varas, a la postre el elegido por ella, se han convertido en verdaderas superestrellas, con fans y periodistas siguiéndolos de un lado a otro, siendo invitados a los programas más vistos de la televisión, e incluso subían el rating cada vez que aparecían en pantalla, independiente del programa que se tratara.

- Finalizando la primera temporada se anunció el comienzo de un nuevo casting para la segunda versión, AMOR CIEGO II, causando revuelo. Actualmente, se transmite con gran éxito la segunda temporada de este programa denominada: AMOR CIEGO II.

- Concluye en esta parte el demandante, que AMOR CIEGO es el nuevo fenómeno de la televisión chilena, cuestión de público conocimiento y que se acreditará en la oportunidad procesal correspondiente.

- El demandante con el objeto de proteger sus derechos y el enorme activo que representa el programa "AMOR CIEGO", solicitó el registro en el Departamento de Propiedad Industrial la expresión que identifica a este programa, bajo la siguiente solicitud: Solicitud Nº 799.704, "AMOR CIEGO", denominativa, para distinguir "*servicios de educación, instrucción, enseñanza y capacitación de niveles pre básico, básico y medio, técnico profesional, universitario y de postgrado de entretenimiento, educación, instrucción y capacitación por medio de o relacionados con prensa escrita, radio, televisión, Internet u otros medios electrónicos, de producción, presentación, distribución, publicación simultánea, trabajo en red, alquiler de programas de televisión y radio, de entretenimiento interactivo de películas y grabaciones sonoras y de video, de discos compactos interactivo y cd-roms, de producción y alquiler de materiales educativos y de instrucción; servicios de publicación, de exhibición, de organización, de producción y de representación de espectáculos, competencias, concursos, juegos, concierto y eventos culturales y deportivos, tales como, recepciones, bailes, representaciones teatrales, organizaciones de exposiciones con fines culturales o educativos, servicios de exámenes educacionales, de enseñanza de idiomas y cursos de idiomas, de alquiler de medios para emisiones radiales y televisivas, de suministro de entretenimiento y educación, por acceso vía redes comunicacionales y computacionales, de suministro de información relacionada a programas de radio y*

televisión, por acceso vía redes comunicacionales y computacionales, de suministro de información relacionada con fines de educación, entretenimiento cultural o recreacional, de suministro de información relacionada con cualquiera de los servicios antes mencionados. servicios de entretenimiento por televisión, en especial, programas y series de televisión y presentación en vivo de los personajes de la serie; organización de concursos de loterías y de juegos de azar", clase 41.

- Es así como resulta evidente la vinculación que existe entre el nombre de dominio en disputa y el programa AMOR CIEGO, toda vez que la primera solicitante de este dominio, y que su único objetivo ha sido proteger legítimamente en NIC Chile el nombre AMOR CIEGO, el cual posteriormente se transformaría en el programa más exitoso del año. Por lo tanto, solicitó tanto el nombre de dominio como la marca comercial "AMOR CIEGO".

- Hace presente el actor que el primer solicitante de autos se ha limitado a tomar el nombre del programa, solicitud de marca y nombre de dominio registrado por el demandante AMOR CIEGO, incluyendo únicamente un guión (-) en su parte central, lo cual bajo ningún punto de vista puede ser considerado como un elemento diferenciador suficiente y adecuado.

- Que así las cosas, cualquier usuario de Internet enfrentado al dominio amor-ciego.cl esperará con toda lógica encontrar información al famoso programa. En este mismo sentido, considera el actor que el programa "AMOR CIEGO" tiene una efectiva presencia en Internet. Para acreditar lo anterior basta con ingresar al famoso buscador www.google.cl, donde se aprecia que la mayoría de las búsquedas que se arrojan aluden directamente al programa.

- Ahora bien en cuanto a los argumentos de derecho, el nombre de dominio consiste en una "dirección electrónica" o bien una "denominación" por medio de la cual un usuario de Internet es conocido y se identifica dentro de esta red, para de esta forma poder utilizar los diversos servicios que dicho medio de comunicación ofrece, tales como páginas web, correo electrónico, conversaciones instantáneas, etc., llevando implícita la idea de poder identificar a cada usuario en Internet, de forma tal que quien se identifique como, por ejemplo, SAVORY, JUMBO o COCA COLA, efectivamente corresponda a dicha entidad, organización o empresa. De lo contrario, el concepto de la red mundial Internet carecería de sentido y se transformaría en un instrumento confuso, caótico y de escaso valor comercial.

- El actor hace presente que como Canal de Televisión, es la creadora de un conocido "dating show" denominado "AMOR CIEGO". Considerando el uso masivo de Internet, y la importancia que tiene como medio informativo y de comunicación, considerando que la expresión "AMOR CIEGO" se usa efectivamente para distinguir el que es, probablemente, el programa más emblemático y exitoso del año 2008, resulta evidente que requiere reflejarse además en el ámbito de Internet.

- De acuerdo al derecho comparado, y por cierto en los últimos años también por la uniforme jurisprudencia en nuestro país, se ha efectuado una inmediata y lógica relación entre los nombres de dominio y las marcas comerciales.

- Es así como los nombres de dominio comparten un sinnúmero de aspectos, características y propósitos con las marcas comerciales, de tal entidad que permiten sostener que los nombres de dominios, además de la función técnica que cumplen, tienen un rol fundamental como identificadores del origen de los diversos bienes o servicios que se ofrecen vía Internet, buscando evitar que los consumidores caigan en errores o confusión con respecto a ellos, facilitando así el comercio. Finalmente, se puede agregar que han pasado a constituir un medio de publicidad donde se informa a los consumidores acerca de los productos y fortaleciéndose así la marca.

- En razón de lo anterior, el demandante señala en su demanda, que la resolución de los conflictos por asignación de nombres de dominio debe ser resuelta, entre otros, en atención a la titularidad de registros marcarios para el signo pedido como nombre de dominio. Así cuenta con una solicitud de registro marcario para la denominación “AMOR CIEGO”, idéntico al nombre de dominio en disputa.

- A mayor abundamiento, cabe tener presente que con fecha 1º de Enero del año 2000 entró en vigencia la denominada Política Uniforme de Resolución de Conflictos de Nombres de Dominio (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy “UDRP”) desarrollada por la Corporación de Nombres y Números Asignados a Internet (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers “ICANN”), la cual reconoce como aspecto fundamental para la resolución de dichos conflictos, la titularidad de registros marcarios para el signo en cuestión.
Por su parte, el actor agrega que el Informe Final de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), así como las Opiniones del Panel OMPI Sobre Ciertas Preguntas Relacionadas con el UDRP (WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions), establecen que en el procedimiento de revocación de un nombre de dominio se deben considerar circunstancias tales como que el dominio sea idéntico o engañosamente similar a una marca comercial, que el titular del dominio no tenga derechos o intereses legítimos sobre él, o cuando se ha registrado el dominio de mala fe.

- Que, los criterios anteriormente mencionados, a juicio de la demandante, han sido recogidos por los Artículos 20, 21 y 22 del Reglamento de NIC-Chile.

- Cabe tener presente que en el caso de autos si se asignara el nombre de dominio al demandado se estaría produciendo una dilución de la reconocida expresión “AMOR CIEGO”, que sirve para identificar al exitoso dating show del mismo nombre y evidentemente se inducirá necesariamente a error a los usuarios.

- En cuanto al criterio de la notoriedad del signo pedido esta teoría postula que el titular de un nombre de dominio debe ser la parte que les ha conferido al mismo fama, notoriedad y prestigio; las marcas notorias, esto es las reconocidas por la mayoría de la población en un lugar determinado, son objeto de una especial protección, la que se amplía más allá de los productos o servicios cubiertos por la misma marca esto obliga a concluir que a juicio del actor tendría un mejor derecho sobre el nombre de dominio “AMOR-CIEGO.CL”, ello debido a que la marca “AMOR CIEGO” es una marca famosa y notoria a nivel nacional, la cual además ha sido profusamente utilizada por mi mandante en el mercado.

- Ahora en cuanto al criterio de la creación intelectual del signo pedido, es de toda lógica y justicia que quien ha creado una denominación, en este caso el programa televisivo con el nombre de AMOR CIEGO, pueda ampararla y protegerla de terceros que se pretenden aprovechar de ella, toda vez que dicho dating show supuso cuantiosas sumas invertidas en infraestructura, personal y otra serie de bienes tangibles y, por otro lado, dicho signo identifica al espacio en cuestión, el cual ha tenido un gran éxito, constituyendo un verdadero fenómeno mediático y por lo tanto su nombre y fama resultan evidentes.

- En cuanto al criterio del mejor derecho por el uso empresarial legítimo, se refiere a que tendrá un mejor derecho sobre un nombre de dominio indicativo de algún producto o servicio, el solicitante que efectivamente ofrezca dichos productos y servicios. Pues bien, el actor señala que como creador del dating show "AMOR CIEGO", ha usado profusamente esta expresión e invirtiendo cuantiosas sumas de dinero en él, lo cual también a su vez le ha reportado ingresos, mientras que la contraria en nada se relaciona al signo en cuestión, y busca simplemente aprovecharse de la reputación del programa de televisión de mi mandante.

- Finalmente en cuanto al criterio de la identidad, este criterio establece que corresponderá asignar el nombre de dominio en conflicto a la persona o entidad cuya marca, nombre, u otro derecho o interés pertinente sea idéntico o muy similar al mismo. En razón de lo anterior, el nombre de dominio en conflicto, a juicio del actor se le debe asignar, ya que es quien ha utilizado la expresión "AMOR CIEGO" en el mercado, pues identifica al famoso dating show de Canal 13, ha solicitado a registro dicha expresión como marca comercial para distinguir servicios en clase 41, y ésta es idéntica al dominio de autos. Hace presente que este criterio ha sido recogido por la jurisprudencia nacional en el fallo reciente de 21 de mayo de 2006 sobre nombre de dominio "viñasdelmaipo.cl": "*El criterio de la identidad señala que el nombre de dominio en disputa se debe asignar a quien tenga una más estrecha relación con el mismo…*".

- Por último hace presente el actor que recientemente en el proceso de asignación del nombre de dominio amorciego.cl por sentencia ejecutoriada se reconoció no sólo la fama y notoriedad del programa AMOR CIEGO, sino que además el mejor derecho de la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE sobre dicho nombre de dominio, argumenta que debe aplicarse el mismo criterio, ya que el dominio en disputa es casi idéntico y la única diferencia está constituida por la inclusión de un guión (-) en la parte central.

- Concluye el actor que a la luz y de los diversos argumentos antes indicados, así como la fama y notoriedad del signo "AMOR CIEGO", la solicitud de marca de la misma expresión, la amplia cobertura mediática que ha tenido este programa de Canal 13, considera que tiene un mejor derecho para obtener la asignación del nombre de dominio en disputa. Más aún considerando que le ha otorgado proyección a la marca "AMOR CIEGO" y que la contraria en nada tiene relación con dicha producción televisiva.

I.4.2.- <u>Traslado y trámite evacuado en rebeldía</u>: A fs. 48 de autos figura la resolución que provee el escrito de demanda, y por la cual se confirió traslado a la demandada por el término de diez días hábiles y se tuvo por acompañados los documentos con citación de la contraria por igual término. Los certificados de la empresa de correos que acreditan la notificación por correo certificado de dicha resolución a las partes, rolan a fs. 49 y a fs. 50 de autos.
Por resolución de fecha 18 de Noviembre de 2008, se tuvo por evacuado en rebeldía de la parte demandada, el traslado que le fuera conferido a fs. 48 de estos autos arbitrales. Los certificados de la empresa de correos que acreditan la notificación por correo certificado de dicha resolución a las partes, rolan a fs. 52 y a fs. 53 de autos.

I.5.- <u>Prueba</u>

I.5.1.- <u>Interlocutoria de Prueba</u>: Esta resolución dictada con fecha 18 Noviembre de 2008, recibió la causa a prueba por el término de cinco días hábiles, y fijó como hecho sustancial, pertinente y controvertido el siguiente: **-** Efectividad de tener el actor mejor derecho para ser titular del nombre de dominio "**amor-ciego.cl**".- La interlocutoria de prueba fue notificada a las partes por correo certificado según comprobantes que rolan a fs. 52 y a fs. 53 de autos.

I.5.2.- <u>Prueba documental</u>: Parte demandante.- La parte demandante acompañó, con citación, en su demanda y en su escrito de fecha 5 de Diciembre de 2008, los siguientes documentos <u>no objetados</u> por la contraria: **1.-** Impresión del sitio web del Departamento de Propiedad Industrial de la Solicitud Nº 799704, de fecha 14 de Diciembre de 2007, de la marca "Amor Ciego" para la clase 41; **2.-** Impresiones del sitio web http://amorciego.canal13.cl/; **3.-** Impresiones del sitio web www.chilevisión.cl, que demuestra el reconocimiento que la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE, es la creadora de la expresión "AMOR CIEGO" y le ha otorgado fama y notoriedad; **4.-** Copia simple de la sentencia recaída en juicio de asignación del nombre de dominio AMORCIEGO.CL, dictada por el árbitro Juan Agustín Castellón Munita, de fecha 29 de septiembre de 2008, destacando el actor el considerando tercero; **5.-** Impresión de la búsqueda en la página web "Google" de el término "amor ciego", arrojando como resultado aproximadamente 656.000 paginas que contienen "amor ciego" siendo las primeras del Canal 13 y Chilevisión; **6.-** Copia simple de la sentencia recaída en juicio de asignación del nombre de dominio VIÑASDELMAIPO.CL, dictada por el árbitro Janett Fuentealba Rollat, de fecha 21 de mayo de 2006; **7.-** Fotocopia del diario Las Ultimas Noticias de fecha 9 de Enero de 2008, en que consta el programa "Amor Ciego"; **8.-** Fotocopia del diario Las Ultimas Noticias de fecha 9 de Enero de 2008, en que consta un reportaje a los personajes del programa "Amor Ciego"; **9.-** Fotocopia del diario La Tercera de fecha 4 de Enero de 2008, en que consta una entrevista a la animadora del programa "Amor Ciego"; **10.-** Fotocopia del diario La Tercera de fecha 16 de Diciembre de 2007, anunciando que Katty Kowaleczo será la animadora del programa "Amor Ciego"; **11.-** Impresión del sitio web terra.cl donde explica en que consiste el programa "Amor Ciego"; **12.-** Fotocopia del diario El Mercurio de fecha 14 de Diciembre de 2007, anunciando que Katty Kowaleczo será la animadora del programa "Amor Ciego"; **13.-** Fotocopia del diario La Tercera de fecha 11 de

Diciembre de 2007, anunciando el inicio del programa “Amor Ciego”; **14.-** Fotocopia del diario Las Ultimas Noticias de fecha 23 de Diciembre de 2007, donde consta unaviso publicitario del programa “Amor Ciego”; **15.-** Fotocopia del diario El Mercurio de fecha 14 de Diciembre de 2007, anunciando que Katty Kowaleczo será la animadora del programa “Amor Ciego”; **16.-** Fotocopia de la revista TV GRAMA, de fecha 25 de abril de 2008, donde consta el programa “Amor Ciego” y sobre sus personajes; **17.-** Fotocopia del diario donde destaca una entrevista realizada a la animadora del programa “Amor Ciego”; **18.-** Fotocopia de la revista VEA, de fecha 14 de Abril de 2008, constando la fama del programa “Amor Ciego”; **19.-** Fotocopia del diario La Tercera de fecha 20 de Abril de 2008, constando la fama de una de los personajes centrales del programa “Amor Ciego”; **20-** Fotocopia del diario La Cuarta de fecha 18 de Abril de 2008, constando la fama del programa “Amor Ciego”; **21.-** Fotocopia de la revista TV GRAMA, en que consta un reportaje especial a los personajes de “Amor Ciego”; **21.-** Fotocopia del diario Austral de la Araucanía de fecha 11 de Abril de 2008, constando la fama de uno de los personajes centrales del programa “Amor Ciego”; **22.-** Fotocopia de la revista del diario de La Tercera de fecha 20 de Abril de 2008, constando la fama de una de los personajes centrales del programa “Amor Ciego”; **23.-** Fotocopia del diario La Nación de fecha 11 de Abril de 2008, donde se examinan las 5 razones del éxito del programa “Amor Ciego”; **24.-** Fotocopia del diario La Tercera de fecha 11 de Abril de 2008, constando la fama del programa “Amor Ciego”; **25.-** Fotocopia del diario El Mercurio de fecha 10 de Abril de 2008, constando la fama del programa “Amor Ciego”; **26.-** Fotocopia del diario Las Ultimas Noticias de fecha donde consta la fama del programa “Amor Ciego”; **27.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Cuarta de fecha 10 de Abril de 2008, constando la entrevista a la protagonista del programa “Amor Ciego”; **28.-** Fotocopia de la portada del diario El Mercurio de fecha 12 de Abril de 2008, donde se analizan las repercusiones del programa “Amor Ciego”; **29.-** Fotocopia de un artículo del diario La Estrella de Valparaíso de fecha 10 de Abril de 2008, donde se aprecia el éxito alcanzado a nivel nacional del programa “Amor Ciego”; **30.-** Fotocopia de un artículo del diario El Mercurio de Valparaíso de fecha 11 de Abril de 2008, donde se analizan el programa final de “Amor Ciego”; **31.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Cuarta de fecha 9 de Abril de 2008, constando los preparativos del programa final de “Amor Ciego”; **32.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario Las Ultimas Noticias de fecha 9 de Abril de 2008, constando la entrevista al productor del programa “Amor Ciego”; **33.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario Las Ultimas Noticias de fecha 9 de Abril de 2008, donde se indican los horarios de emisión del programa “Amor Ciego”; **34.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Cuarta de fecha 10 de Abril de 2008, constando la entrevista a la protagonista del programa “Amor Ciego”; **35.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Tercera de fecha 9 de Abril de 2008, constando una entrevista a la conductora del programa “Amor Ciego”; **36.-** Fotocopia de la revista VEA, de fecha 10 de Abril de 2008, constando la fama del programa “Amor Ciego”; **37.-** Fotocopia de la revista TV GRAMA de fecha 10 de Abril de 2008, consta la fama del programa “Amor Ciego”; **38.-**Fotocopia del artículo publicado por el diario La Tercera de fecha 4 de Abril de 2008, constando la entrevista a la protagonista del programa “Amor Ciego”; **39.-** Fotocopia de la revista TV y NOVELAS, de fecha 15 de Abril de 2008, constando la entrevista a la protagonista del programa “Amor Ciego”; **40.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Tercera de fecha 29 de Marzo de 2008, anunciando casting para el programa “Amor Ciego II”; **41.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Tercera de fecha 28 de Marzo de

2008, en donde se aprecia la expectación que provocó el final del programa “Amor Ciego”; **42.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario Las Ultimas Noticias de fecha 31 de Marzo de 2008, donde se comentan los enfrentamientos entre los protagonistas del programa “Amor Ciego”; **43.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Cuarta de fecha 1 de Abril de 2008, constando la fama y reconocimiento al programa “Amor Ciego”; **44.-** Fotocopia de la revista TV GRAMA, de fecha 21 de Marzo de 2008, constando la entrevista a uno de sus protagonistas, del programa “Amor Ciego”; **45.-** Fotocopia del suplemento de Reportajes del diario Las Ultimas Noticias de fecha 23 de Marzo de 2008, se aprecia la popularidad de los personajes del programa “Amor Ciego”; **46.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Cuarta constando la expectación por la final del programa “Amor Ciego”; **47.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario Las Ultimas Noticias de fecha 16 de Marzo de 2008, donde se realiza un reportaje al protagonista del programa “Amor Ciego”; **48.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario La Tercera de fecha 14 de Marzo de 2008, consta la fama del programa “Amor Ciego”; **49.-** Fotocopia del artículo publicado por el diario El Mercurio, donde se describen los distintos problemas vividos durante el programa “Amor Ciego”; **50.-** Fotocopia del artículo de la revista TV GRAMA, se aprecia la fama del programa “Amor Ciego”; **51.-** Fotocopia de aviso publicitario donde consta el horario de transmisión; **52.-** Fotocopia de la revista TV y NOVELAS, de fecha 6 de Marzo de 2008, donde se aprecia el éxito alcanzado por el programa “Amor Ciego”; **53.-** 16 Fotocopias de avisos publicitarios del Amor Ciego, en que se aprecie el horario de transmisión del mismo por el canal.

I.5.3.- <u>Prueba documental:</u> Parte demandada.- La parte demandada <u>no rindió prueba</u> documental.

I.6.- <u>Observaciones a la prueba:</u> Las partes no efectuaron observaciones a la prueba.

I.7.- <u>Medidas para mejor resolver y citación para oír sentencia.</u>

Por resolución de fecha 26 de Diciembre de 2008, y atendido que se encontraba vencido el plazo para formular observaciones a la prueba rendida, se citó a las partes para oír sentencia. El tribunal no decretó medidas para mejor resolver. La referida resolución rola a fs. 199 del expediente arbitral. Los certificados de la empresa de correos que acreditan la notificación por correo certificado de dicha resolución a las partes, rolan a fs. 200 y a fs. 201 de autos.

II. PARTE CONSIDERATIVA

PRIMERO: Que atendida la naturaleza del conflicto de autos, esto es, por pluralidad de solicitudes y no por revocación, este juicio arbitral ha tenido por objeto, determinar el mejor derecho que tendrían los solicitantes para ser titulares del nombre de dominio “amor-ciego.cl”.

SEGUNDO: Que en este proceso arbitral, LUIS MARCELO NUNEZ IRIBARREN ha tenido el carácter de parte demandado y la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE REP. SARGENT & KRAHN ha tenido el carácter de parte demandante. Que consecuentemente con lo anterior, ha correspondido a la demandante probar su mejor derecho para ser titular del nombre de dominio en disputa, y a la parte demandada desvirtuar lo anterior o probar que sus derechos son de mayor jerarquía que los de su contraparte.

TERCERO: Que el actor ha esgrimido en su demanda, como fundamentos esenciales de la misma: **1º** Que, el programa Amor Ciego, es un programa televisivo exitoso, además es el primer programa en formato "dating show" de la televisión chilena, tuvo altos ratings durante toda su transmisión, transformándose en un fenómeno mediático;**2º** Que, de acuerdo a la trama del programa éste se convirtió en todo un fenómeno mediático, acaparando portadas de diarios, revistas y largos espacios en televisión dedicados exclusivamente a realizar comentarios sobre el programa; **3º** Que, además en Internet también tuvo una importante presencia tanto en "fotolog" como en "facebook" y varios blogs dedicados exclusivamente al programa. Por su parte, la página de Canal 13, en su sección "**AMOR CIEGO**" recibía miles de visitas diarias; **4º** Que, los protagonistas se han convertido en verdaderas superestrellas, con fans y periodistas siguiéndolos de un lado a otro, siendo invitados a los programas más vistos de la televisión, e incluso subían el rating cada vez que aparecían en pantalla, independiente del programa que se tratara; **5º** Que, actualmente, se transmite con gran éxito la segunda temporada de este programa denominada AMOR CIEGO II; **6º** Que, el demandante con el objeto de proteger sus derechos y el enorme activo que representa el programa "AMOR CIEGO", solicitó el registro en el Departamento de Propiedad Industrial la expresión que identifica a este programa, bajo la siguiente solicitud: Solicitud Nº 799.704, "AMOR CIEGO", denominativa, para distinguir servicios clase 41; **7º** Que, resulta evidente la vinculación que existe entre el nombre de dominio en disputa y el programa AMOR CIEGO, toda vez que la primera solicitante de este dominio, y que su único objetivo ha sido proteger legítimamente en NIC Chile el nombre AMOR CIEGO, el cual posteriormente se transformaría en el programa más exitoso del año. Por lo tanto, solicitó tanto el nombre de dominio como la marca comercial "AMOR CIEGO"; **8º** Que, incluir únicamente un guión (-) en su parte central, no es considerado como un elemento diferenciador suficiente y adecuado; **9º** Que, el nombre de dominio consiste en una "dirección electrónica" o bien una "denominación" por medio de la cual un usuario de Internet es conocido y se identifica dentro de esta red, para de esta forma poder utilizar los diversos servicios que dicho medio de comunicación ofrece, tales como páginas web, correo electrónico, conversaciones instantáneas, etc., llevando implícita la idea de poder identificar a cada usuario en Internet, de forma tal que quien se identifique como, por ejemplo, SAVORY, JUMBO o COCA COLA, efectivamente corresponda a dicha entidad, organización o empresa. De lo contrario, el concepto de la red mundial Internet carecería de sentido y se transformaría en un instrumento confuso, caótico y de escaso valor comercial; **10º** Que, en el derecho comparado, y por cierto en los últimos años también por la uniforme jurisprudencia en nuestro país, se ha efectuado una inmediata y lógica relación entre los nombres de dominio y las marcas comerciales. Es así como los nombres de dominio comparten un sinnúmero de aspectos, características y propósitos con las marcas comerciales, de tal entidad que permiten sostener que los nombres de dominios, además de la función técnica que

cumplen, tienen un rol fundamental como identificadores del origen de los diversos bienes o servicios que se ofrecen vía Internet, buscando evitar que los consumidores caigan en errores o confusión con respecto a ellos, facilitando así el comercio. Finalmente, se puede agregar que han pasado a constituir un medio de publicidad donde se informa a los consumidores acerca de los productos y fortaleciéndose así la marca; **11º** Que, la resolución de los conflictos por asignación de nombres de dominio debe ser resuelta, entre otros, en atención a la titularidad de registros marcarios para el signo pedido como nombre de dominio. Así cuenta con una solicitud de registro marcario para la denominación "AMOR CIEGO", idéntico al nombre de dominio en disputa; **12º** Que, cabe tener presente que con fecha 1º de Enero del año 2000 entró en vigencia la denominada Política Uniforme de Resolución de Conflictos de Nombres de Dominio (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy "UDRP") desarrollada por la Corporación de Nombres y Números Asignados a Internet (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers "ICANN"), la cual reconoce como aspecto fundamental para la resolución de dichos conflictos, la titularidad de registros marcarios para el signo en cuestión. Por su parte, el actor agrega que el Informe Final de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), así como las Opiniones del Panel OMPI Sobre Ciertas Preguntas Relacionadas con el UDRP (WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions), establecen que en el procedimiento de revocación de un nombre de dominio se deben considerar circunstancias tales como que el dominio sea idéntico o engañosamente similar a una marca comercial, que el titular del dominio no tenga derechos o intereses legítimos sobre él, o cuando se ha registrado el dominio de mala fe; **13º** Que, los criterios anteriormente mencionados, a juicio de la demandante, han sido recogidos por los Artículos 20, 21 y 22 del Reglamento de NIC-Chile; **14º** Que, la asignación del nombre de dominio al primer solicitante se estaría produciendo una dilución de la reconocida expresión "AMOR CIEGO", que sirve para identificar al exitoso dating show del mismo nombre y evidentemente se inducirá necesariamente a error a los usuarios; **15º** Que, en cuanto al criterio de la notoriedad del signo pedido esta teoría postula que el titular de un nombre de dominio debe ser la parte que les ha conferido al mismo fama, notoriedad y prestigio; las marcas notorias, esto es las reconocidas por la mayoría de la población en un lugar determinado, son objeto de una especial protección, la que se amplía más allá de los productos o servicios cubiertos por la misma marca esto obliga a concluir que a juicio del actor tendría un mejor derecho sobre el nombre de dominio "AMOR-CIEGO.CL", ello debido a que la marca "AMOR CIEGO" es una marca famosa y notoria a nivel nacional, la cual además ha sido profusamente utilizada por mi mandante en el mercado; **16º** Que, en cuanto al criterio de la creación intelectual del signo pedido, es de toda lógica y justicia que quien ha creado una denominación, en este caso el programa televisivo con el nombre de AMOR CIEGO, pueda ampararla y protegerla de terceros que se pretenden aprovechar de ella, toda vez que dicho dating show supuso cuantiosas sumas invertidas en infraestructura, personal y otra serie de bienes tangibles y, por otro lado, dicho signo identifica al espacio en cuestión, el cual ha tenido un gran éxito, constituyendo un verdadero fenómeno mediático y por lo tanto su nombre y fama resultan evidentes; **17º** Que, en relación al criterio del mejor derecho por el uso empresarial legítimo, se refiere a que tendrá un mejor derecho sobre un nombre de dominio indicativo de algún producto o servicio, el solicitante que efectivamente ofrezca dichos productos y servicios. Pues bien, el actor señala que como creador del dating show "AMOR CIEGO", ha usado profusamente esta expresión e invirtiendo cuantiosas sumas de dinero en él, lo cual

también a su vez le ha reportado ingresos, mientras que la contraria en nada se relaciona al signo en cuestión, y busca simplemente aprovecharse de la reputación del programa de televisión de mi mandante; **18º** Que, el criterio de la identidad, este criterio establece que corresponderá asignar el nombre de dominio en conflicto a la persona o entidad cuya marca, nombre, u otro derecho o interés pertinente sea idéntico o muy similar al mismo. En razón de lo anterior, el nombre de dominio en conflicto, a juicio del actor se le debe asignar, ya que es quien ha utilizado la expresión "AMOR CIEGO" en el mercado, pues identifica al famoso dating show de Canal 13, ha solicitado a registro dicha expresión como marca comercial para distinguir servicios en clase 41, y ésta es idéntica al dominio de autos. Hace presente que este criterio ha sido recogido por la jurisprudencia nacional en el fallo reciente de 21 de mayo de 2006 sobre nombre de dominio "viñasdelmaipo.cl": "*El criterio de la identidad señala que el nombre de dominio en disputa se debe asignar a quien tenga una más estrecha relación con el mismo...*"; **19º** Que, hace presente que recientemente en el proceso de asignación del nombre de dominio amorciego.cl por sentencia ejecutoriada se reconoció no sólo la fama y notoriedad del programa AMOR CIEGO, sino que además el mejor derecho de la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE sobre dicho nombre de dominio, argumenta que debe aplicarse el mismo criterio, ya que el dominio en disputa es casi idéntico y la única diferencia está constituida por la inclusión de un guión (-) en la parte central; **20º** Que, la fama y notoriedad del signo "AMOR CIEGO", la solicitud de marca de la misma expresión, la amplia cobertura mediática que ha tenido este programa de Canal 13, considera que tiene un mejor derecho para obtener la asignación del nombre de dominio en disputa. Más aún considerando que le ha otorgado proyección a la marca "AMOR CIEGO" y que la contraria en nada tiene relación con dicha producción televisiva.

CUARTO: Que la parte demandante acompañó documentos probatorios en estos autos, no objetados por la contraria, según se detallan en el punto I.5.2 de la parte expositiva de este fallo, que debidamente ponderados, acreditan a juicio de este sentenciador: **I)** Que el programa de "dating show" Amor Ciego es transmitido por Canal 13 de la Pontificia Universidad Católica de Chile; **II)** Que el demandante es titular del nombre de dominio "amorciego" prácticamente idéntico a aquél materia de autos; **III)** Que el referido programa de televisión goza de gran popularidad en nuestro país; y **IV)** Que el demandante es titular de una solicitud de marca comercial Amor Ciego para la Clase 41.

QUINTO: Que en este juicio arbitral, la parte demandada no contestó la demanda ni presentó escrito alguno, como tampoco acompañó prueba de ninguna especie tendiente a desvirtuar la prueba rendida por el actor o a probar que sus derechos son de mayor valor que los de su contraparte. Que si bien es cierto en nuestro ordenamiento jurídico la buena fe se presume y el silencio del demandado se mira como negación o rechazo de lo expuesto por el actor, todo proceso requiere necesariamente la intervención del demandado para los fines señalados precedentemente, cuando el actor ha rendido prueba que respalda el derecho o interés invocado. La pasividad del actor en este proceso, impide que se pueda aplicar el principio del "First come, First served", ya que su aplicación se da generalmente en aquellos procesos en que ambas partes no acreditan derecho o interés alguno o bien cuando ambas partes acreditan derechos o intereses de igual valor o que merecen igual

protección jurídica.

SEXTO: Que la Reglamentación para el funcionamiento del Registro de Nombres del Dominio .CL establece en su cláusula Sexta que “6. Por el hecho de solicitar la inscripción de un nombre de dominio bajo el Dominio CL, se entiende que el solicitante... - acepta expresamente, suscribe y se compromete a acatar y regirse por todas las normas contenidas en el presente documento, sin reserva de ninguna especie.”. Que asimismo, la citada Reglamentación dispone expresamente en su cláusula Décimo Cuarta que “14. Será de responsabilidad exclusiva del solicitante que su inscripción no contraríe las normas vigentes sobre abuso de publicidad, los principios de la competencia leal y de la ética mercantil, como asimismo, derechos válidamente adquiridos por terceros.”.

SÉPTIMO: Que de acuerdo con los fundamentos expuestos y consideraciones precedentes, y en especial, la rebeldía de la parte demandada, este Juez Arbitro puede concluir que no resulta posible en el caso de autos aplicar el principio “First Come First Served”, por cuanto la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE REP. SARGENT & KRAHN tiene un mejor derecho para ser titular del nombre de dominio “amor-ciego.cl”, ello por la gran fama y notoriedad alcanzada por el programa de “dating show”” Amor Ciego y de ser titular del nombre de dominio “amorciego.cl”, que es prácticamente idéntico al disputado en estos autos.

III. PARTE RESOLUTIVA

Que de acuerdo con lo expuesto en las partes expositiva y considerativa precedentes, lo que disponen los artículos 222 y siguientes del Código Orgánico de Tribunales, los artículos 636 y siguientes del Código de Procedimiento Civil, el Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio .CL de NIC Chile y su Anexo I, los principios de prudencia y equidad, y las disposiciones de nuestro ordenamiento jurídico, SE RESUELVE:

1.- Asígnese el nombre de dominio “amor-ciego.cl” a **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE REP. SARGENT & KRAHN**, RUT: 81.698.900-0;

2.- Que en uso de las facultades propias del Juez Arbitro, se estima pertinente no condenar a la parte demandada en costas, y en cuanto a las del arbitraje, serán pagadas conforme a los acuerdos ya adoptados sobre el particular; y

3.- Notifíquese esta sentencia definitiva a las partes por correo certificado y correo electrónico y remítase el expediente a NIC Chile.

Sentencia pronunciada por el Juez Arbitro Arbitrador don Felipe Barros Tocornal.

La presente resolución es autorizada por los testigos don Guillermo Correa Tocornal, cédula nacional de identidad Nº 8.924.471-4 y doña María José Arancibia Obrador, cédula nacional de identidad Nº 15.385.586-2, ambos domiciliados en calle Agustinas Nº 1291, piso 3, oficina C, Santiago.

Guillermo Correa Tocornal

María José Arancibia Obrador