

NOMBRE CIVIL, DENOMINACIÓN SOCIAL Y NOMBRES DE DOMINIO

por Juan José MARÍN LÓPEZ
Catedrático de Derecho Civil
Universidad de Castilla-La Mancha

SUMARIO: I. EL PUNTO DE ARRANQUE: LA RESOLUCIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE LOS REGISTROS Y DEL NOTARIADO DE 10 DE OCTUBRE DE 2000. II. EL NOMBRE CIVIL Y OTROS SIGNOS DE IDENTIFICACIÓN DE LAS PERSONAS FÍSICAS. III. LA DENOMINACIÓN SOCIAL DE LAS PERSONAS JURÍDICAS. IV. LA ADOPCIÓN COMO NOMBRE DE DOMINIO DE UN NOMBRE CIVIL O DE UNA DENOMINACIÓN SOCIAL. 1. EL NOMBRE DE DOMINIO BAJO CÓDIGO DE PAÍS «.ES». 2. EL NOMBRE DE DOMINIO BAJO CÓDIGO INTERNACIONAL DE USO ABIERTO («.COM», «.NET», «.ORG»). V. EL NOMBRE DE DOMINIO COMO DENOMINACIÓN SOCIAL DE UNA SOCIEDAD MERCANTIL. VI. EPÍLOGO: LA PROTECCIÓN DE LA MARCA FRENTE AL NOMBRE DE DOMINIO EN LA NUEVA LEY DE MARCAS.

I. EL PUNTO DE ARRANQUE: LA RESOLUCIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE LOS REGISTROS Y DEL NOTARIADO DE 10 DE OCTUBRE DE 2000

1. Me propongo en las páginas que siguen examinar el sistema de relaciones que, en el momento actual de nuestro ordenamiento jurídico, existe entre, de una parte, los nombres civiles de las personas físicas y las denominaciones sociales de las personas jurídicas, y, de otra, los nombres de dominio. El punto de arranque de estas reflexiones está constituido por la Resolución de la Dirección General de los Registros y del Notariado de 10 de octubre de 2000¹, que admitió la utilización de un nombre de dominio como denominación de una sociedad de responsabilidad limitada. Se trata de la primera Resolución que aborda un supuesto de estas características.

La mencionada Resolución estima el recurso gubernativo interpuesto por la entidad Internet.com Corporation contra la negativa del Registrador Mercantil Central a expedir una certificación negativa de la existencia de la denominación «Internet.com, S.L.», con la consiguiente reserva temporal de esa denominación por el tiempo de quince meses previsto en el artículo 412.1 del Reglamento del Registro Mercantil (RRM), aprobado por Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio. Frente a la solicitud de expedición de certificación negativa de la denominación «Internet.com, S.L.», el Registrador Mercantil

¹ BOE n.º 266, de 6 de noviembre de 2000; *RJ* 2000, 10124. Un comentario a esta Resolución puede verse en M.^a A. DÍAZ GÓMEZ, «Nombre de dominio preexistente y acceso al Registro Mercantil Central de denominación social. Comentario a la DGRN de 10 de octubre de 2002», *RdS* 16 (2001), pp. 299-320.

Central resolvió negativamente aduciendo que, «conforme a los criterios de calificación que resultan de los artículos 406 y 408 del Reglamento del Registro Mercantil, figuran registradas las denominaciones siguientes «Internet.com, S.L.»². Don José Luis, Abogado, en nombre y representación de Internet.com Corporation, sociedad debidamente constituida y en situación regular de conformidad con la legislación de Delaware, con domicilio en ... Old Kings Highway, Danen, Connecticut (Estados Unidos), interpuso recurso gubernativo frente a la calificación base de dicha certificación, con base en los siguientes argumentos: que de las gestiones realizadas personalmente en el Registro fue informado que no existía ninguna sociedad con la denominación solicitada y que la calificación respondía tan sólo a una objeción sobre el uso del término «.com» dentro de aquélla; que se ha de tener en cuenta que la solicitante, cuya denominación es «Internet.com Corporation», debidamente constituida, desarrolla su actividad comercial a través de Internet, siendo uno de los principales proveedores de noticias en tiempo real y fuente de información para la industria de Internet, a la vez que titular del dominio «www.internet.com», siendo su deseo lógico aprovechar en España el prestigio adquirido precisamente bajo el nombre «Internet.com», siendo el objeto social de la compañía a constituir, el ser titular, operar, gestionar y explotar comercialmente páginas web en Internet; que no se alcanza a comprender la referencia del Registrador al artículo 406 del Reglamento del Registro Mercantil, sin perjuicio de lo cual rechaza que la denominación «Internet.com» incluya término o expresión que pueda inducir a error o confusión en el tráfico mercantil sobre la identidad, clase o naturaleza de la compañía, muy al contrario, expresa claramente esas circunstancias, significando que el nombre de la solicitante coincide en parte con la que se pretende constituir, de la que será socio mayoritario y es titular del dominio antes señalado; que el debate debe centrarse en si la denominación solicitada es idéntica a otra preexistente o si, como señala el artículo 408 del mismo Reglamento, existe identidad por concurrir alguna de las circunstancias que enumera; que para apreciar la identidad se precisa la comparación entre al menos dos denominaciones, la que se solicita y la que ya aparezca en la correspondiente Sección del Registro; que en el presente caso el Registrador no ha identificado en su calificación la denominación ya existente que permitiese comprobar esa identidad, para lo cual sería preciso que la ya registrada o bien utilizase exclusivamente el término «Internet», o bien que, además de los términos «Internet» y «.com» incluyese también otros genéricos que ahora fueran suprimidos, o una combinación de ambas circunstancias; que desconociendo tal circunstancia, y entrando en el terreno de las suposiciones, cabe imaginar que la expresión «.com» resulta genérica y por ello no pueda utilizarse, lo que implicaría crear un nuevo supuesto de identidad no previsto reglamentariamente; y que en lo referente a los apartados 2 y 3 del mismo artículo 408, el primero no es aplicable pues no se identifica a la sociedad que pudiera resultar afectada por la denominación solicitada y en cuanto al segundo, el mecanismo de prescindir de las indicaciones relativas a la forma social ha de limitarse a las previstas en los apartados 3 y 5 del artículo 403 del mismo

² Así en el original: se emplea el plural «denominaciones siguientes» pero a continuación se incluye solamente una.

Reglamento y no cualquier otra, como pueda ser la de añadir un dominio de Internet, caso de «.com» cuya concesión, además, no corresponde a las autoridades españolas.

El Registrador decidió desestimar el recurso, confirmando su calificación, con base en los siguientes fundamentos: que son tres los preceptos del Reglamento del Registro Mercantil a tener en cuenta, los artículos 408.3, y el 406³; que en el glosario de términos o expresiones surgidos en el marco de las nuevas tecnologías de la información y, en particular, en el ámbito de la red mundial conocida como Internet, la expresión «.com» (o «puntocom»), así como «.net» o «.es» se asocian al aspecto institucional de los denominados nombres de dominio (DNS o *Domain Name System*) cuya finalidad es permitir identificar a cada usuario de la red en una determinada dirección, y en particular, la expresión «.com» se encuentra comprendida dentro de los llamados dominios internacionales genéricos de primer nivel, estimados por la institución conocida como Internic; que con arreglo a los criterios interpretativos del artículo 3 del Código Civil, en especial el relativo a la «realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas —las normas— atendiendo fundamentalmente al espíritu y finalidad de aquéllas», éste es el criterio que ha de seguirse con la expresión «.com» y similares en relación con el artículo 408.3 del Reglamento citado; que si bien es cierto que no existe una Ley que regule las indicaciones referidas, un uso internacional obligatorio hace posible, en unión de otros elementos, la identificación de las personas físicas o jurídicas en la red, y que conforme al artículo 4 del Código Civil podría incardinarse en el ámbito de protección de la norma reglamentaria; que dado el principio de especialidad que rige en materia de denominaciones sociales, éstas han de ser únicas y tales que impidan el error o confusión con otras, lo que resultaría vulnerado de admitir, junto con las propias señales de identidad y de la forma social, otros términos o expresiones carentes de virtualidad diferenciadora suficiente por formar parte de un glosario de términos de uso obligatorio en el acceso a la red, que vedaría el artículo 408.1.2.º del citado Reglamento; que dado el carácter accesorio del término «.com», la denominación solicitada colisiona con las registradas «Internet, SA» e «Internet Centre, SL», dado que el término «centre», como traducción de «centro» es genérico.

El recurrente apeló la decisión del Registrador, frente a cuyos fundamentos alegó: que no existe error en el tráfico mercantil acerca de la identidad de la sociedad que se pretende constituir dado que la solicitante ejerce su actividad a través del nombre solicitado, con el que es conocida universalmente a través de un nombre de dominio en la red que coincide con su denominación social, sin que, por tanto, la atribución de esa denominación a su filial española suponga la introducción en el tráfico mercantil nacional de un nombre susceptible de crear confusión; que no puede estimarse que exista identidad con otras denominaciones existentes, en concreto con las invocadas en la decisión apelada pues no puede estimarse que el término «.com» tenga carácter genérico, máxime habida cuenta que no figura en la relación prevista en el artículo 10.3

³ Se mencionan «tres artículos» pero a continuación se citan únicamente dos.

de la Orden Ministerial de 30 de diciembre de 1991; que resulta evidente que no puede identificarse la palabra «.com» con la preposición «con», de fonética y grafía distintas, de suerte que aquél otorga una clara distintividad que impide que la denominación solicitada sea confundida con «Internet Centre, SL» ni con «Internet, SA», máxime cuando ésta ni siquiera se encuentra inscrita en el Registro Mercantil; que aunque se encuentre generalizado entre los usuarios de la red el uso de la expresión «.com», no lo está en el tráfico mercantil ni en las denominaciones societarias, que es lo que debe valorar el Registrador; que en esta materia no es suficiente cualquier grado de semejanza fonética entre los términos enfrentados, sino que ha de tener suficiente relevancia para inducir a error o confusión al consumidor haciendo imposible la convivencia de ambas denominaciones; que ha de valorarse a efectos diferenciadores la denominación en su conjunto, sin que en el caso de presencia de dos términos genéricos haya de prescindirse de ambos si de su conjunción resulta el efecto diferenciador deseado.

La Dirección General estima el recurso, según se ha dicho con anterioridad, con base en los siguientes Fundamentos de Derecho sustantivos:

SEGUNDO.—Son tres los argumentos jurídicos en que se funda la decisión apelada. El primero de ellos consiste simplemente en invocar la prohibición contenida en el artículo 406 del Reglamento del Registro Mercantil de incluir en la denominación términos o expresiones que puedan inducir a error o confusión en el tráfico mercantil sobre la identidad, clase o naturaleza de la sociedad o entidad, sin mayores precisiones sobre en qué medida puede en este caso provocarse tal efecto. Si la inclusión de la abreviatura «SL», ajustada a la exigencia del artículo 403 del mismo Reglamento, ya es de por sí suficientemente aclaratoria de la naturaleza y clase de la entidad, los términos «Internet.com» tan sólo pueden crear confusión sobre la identidad en la medida que se den en ellos elementos de coincidencia con la denominación de otra entidad, excluido en todo caso la de la propia solicitante conforme a lo establecido en el artículo 408.2 del repetido Reglamento. Cuestión distinta será, en su momento, la posible exigencia, de conformidad con el artículo 402 del mismo Reglamento, de correspondencia entre el significado que estos términos tienen en un determinado ámbito de la actividad económica y la inclusión en el objeto social de una actividad relacionada con ellos.

TERCERO.—Es la coincidencia entre denominaciones otro de los fundamentos de la decisión apelada, al entender que el término «.com» tiene carácter accesorio y, por tanto, no puede tomarse en consideración como elemento diferenciador en base a lo dispuesto en el artículo 408.1.2.º del Reglamento del Registro, con lo que su eliminación daría lugar a la coincidencia entre la denominación solicitada y las ya existentes «Internet, SA» e «Internet Centre, SL», habida cuenta del carácter también genérico y no diferenciador del vocablo «centre» como traducción de «centro». Dejando aparte la contradicción que supone acudir como argumento a la existencia de dos denominaciones idénticas, pues

como tales han de considerarse las aducidas si se prescinde del término «centre» utilizado en una de ellas, la apreciación del carácter accesorio o genérico de términos y expresiones ha de basarse en su efecto diferenciador y el uso generalizado de las mismas (cfr. artículo 10.3 de la Orden de 30 de diciembre de 1991), y que han de incluirse en la relación a disposición del público prevista en dicha norma. En este caso no es ya que dicho término «.com» no figure incluido en tal relación, sino que su adición al de «Internet» implica una diferenciación tanto desde un punto de vista gráfico como fonético de este último aisladamente considerado, del mismo modo que resultan diferenciables en virtud de la adición de otros términos las más de setenta denominaciones sociales que comenzando por el de «Internet» figuran en la relación de las existentes que obra en el expediente. Cabe, en última instancia, preguntarse si ese mismo criterio se hubiera mantenido caso de que la denominación solicitada hubiera de ser la razón social de una sociedad colectiva o, más aún, una comanditaria simple cuyo único socio colectivo fuera la compañía que la interesa, vistas las exigencias que en tal supuesto impone el artículo 400.2 del mismo Reglamento.

CUARTO.—Ha de abordarse, por último, el que parece argumento esencial de aquella decisión, la improcedencia de incluir en la denominación de una entidad el término «.com», que se fundamenta en el hecho de ser el mismo un nombre de dominio genérico de primer nivel en Internet, que caería dentro del ámbito de la prohibición contenida en el apartado 3.º del artículo 408 del Reglamento del Registro Mercantil que impone, a afectos de determinar la existencia o no de identidad, prescindir de las indicaciones relativas a la forma social o de aquellas otras cuya utilización venga exigida por la Ley, acudiendo para ello a una interpretación de dicha norma acomodada a su espíritu y finalidad y a la realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas, pautas éstas impuestas por el artículo 3 del Código Civil. El propio Registrador reconoce que no existe norma legal, tal como el precepto exige, que obligue a la inclusión del término «.com» en la denominación de una sociedad, pero acude al posible valor normativo que pueda tener su utilización como uso de comercio universal para la identificación, junto con otros elementos, de los usuarios de la red.

Frente a esa forma de interpretar la norma no puede desconocerse que la misma desarrolla extensivamente una prohibición legal, la de adoptar una denominación «idéntica» a la de otra sociedad preexistente (cfr. artículo 2.2 de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada), al excluir que para apreciar la diversidad se acuda a expresiones que deben integrarse en ella de forma imperativa, lo que obliga, como con toda norma de igual naturaleza, a interpretarla con criterios restrictivos, sin incluir en su ámbito de aplicación supuestos no previstos en ella, ni aplicarla por analogía. Pero es más, la norma contempla el supuesto de inclusión obligatoria (caso, por ejemplo de «laboral») no el de inclusión facultativa, que haría tránsito a la cuestión abordada en el fundamento

anterior.

Es cierto que los conocidos como nombres de dominio en Internet tienen por objeto el poder identificar universalmente al usuario conectado a la red al que se vincula, y que existen unos genéricos como «.com», «.net», u «.org», al igual que los correspondientes al código de cada país («.es» en el caso de España) que constituyen los dominios llamados de primer nivel, el más alto de la jerarquía en que se apoya técnicamente el sistema de nombres de dominio, cuya administración corresponde a una organización supranacional —ICANN— que es la responsable de la administración a nivel mundial de los nombres y direcciones de Internet, sin perjuicio de que la estructura descentralizada de la red permita que la gestión del administrador único se reparta entre distintos subadministradores, tal como ocurre con los códigos de cada país. Pero esos nombres de dominio y la necesidad de su exclusividad tienen su propio ámbito de aplicación, al igual que ocurre, por ejemplo, con las marcas o nombres comerciales. Si la denominación social tiene por objeto la identificación de un sujeto de derecho, centro de imputación de relaciones jurídicas, en tanto que las marcas tienen por objeto distinguir en el mercado los productos o servicios de una persona frente a los de otra, o el nombre comercial el identificar a una persona física o jurídica en el ejercicio de su actividad empresarial, el del nombre de dominio en Internet lo es identificar a un usuario de la red, y cada una de ellas se desenvuelve en su propio campo de aplicación en el que pueden excluirse recíprocamente.

Cuestión distinta es la conveniencia o no de establecer criterios que procurarán evitar en lo posible los conflictos a que esa diversidad de ámbitos de aplicación dan lugar, algo a lo que, por cierto, con relación a los nombres de dominio en Internet bajo el código de país correspondiente a España «.es», tiende la reciente Orden del Ministerio de Fomento de 21 de marzo de 2000, con medidas de protección de los propietarios de marcas y denominaciones sociales, cuando en su artículo 7 dispone que para tal asignación se procurará, aunque sin precisar de qué modo, la necesaria coordinación con el Registro Mercantil Central y la Oficina Española de Patentes y Marcas, o cuando prohíbe los nombres que se asocien de forma pública y notoria a otra organización —término este en el que se incluyen las personas jurídicas—, al igual que excepciona de otras prohibiciones el supuesto de que el nombre solicitado reproduzca literalmente el de la organización solicitante, o cuando, al regular la derivación de nombres, expresamente exige que se trate del nombre completo de la organización tal como aparece en la escritura o documento de constitución, o un acrónimo del mismo lo más cualificado posible. Siendo de resaltar, por último, que al margen de cuáles sean las reglas que a nivel internacional rijan la asignación de nombre de dominio en Internet, en este caso, según alegaciones no contradichas, coinciden la denominación de la solicitante, la solicitada y el nombre de dominio en Internet de la primera.

En virtud de estas razones, la Dirección General estimó el recurso y revocó la

decisión apelada y la calificación que la confirmó.

2. Dado el objeto de este estudio, tal como se ha precisado con anterioridad, se prescinde en él de la exposición de otros aspectos relacionados con los nombres de dominio. Así, no es de este lugar, sin perjuicio de que en lo pertinente haya de ser recordado, el examen de los conflictos suscitados entre los signos distintivos empresariales, en particular las marcas, y los nombres de dominio, materia tratada hasta la saciedad en la literatura extranjera y que también cuenta con valiosas aportaciones en nuestra doctrina⁴. En todos estos estudios se ofrece también una explicación suficientemente accesible para un profano so-

⁴ Como monografías, F. CARBAJO CASCÓN, *Conflictos entre signos distintivos y nombres de dominio en Internet*, 1999, y E. SANZ DE ACEDO HECQUET, *Marcas renombradas y nombres de dominio en Internet: en torno a la ciberpiratería*, 2001. También J. MASSAGUER, «Conflictos de marcas en Internet», *RGD* 648 (1998), pp. 11107-11142; J. RIBAS ALEJANDRO, *Aspectos jurídicos del comercio electrónico en Internet*, 1999, pp. 31 ss.; P. A. DE MIGUEL ASENSIO, *Derecho privado de Internet*, 2000, pp. 38 ss. y 89 ss.; J. A. MAESTRE, *El derecho al nombre de dominio*, 2001; A. GARCÍA VIDAL, «Marcas y nombres de dominio en Internet», *ADI* 1997, pp. 187-213, y «La tutela de los signos distintivos frente a los nombres de dominio (un análisis de las resoluciones judiciales españolas)», en J. A. GÓMEZ SEGADÉ (dir.), *Comercio electrónico e Internet*, 2001, pp. 117-135; V. PÉREZ DAUDI, «Comentario al Auto del Juzgado de Primera Instancia núm. 5 de Oviedo de 2 de junio de 1999 (El conflicto entre las marcas y los nombres de dominio)», *Justicia* 2000-1, pp. 115-140; S. RICHARD, «Aproximación al Sistema de Nombres de Dominio de Internet en la actualidad», *RGD* 666 (2000), pp. 2327-2352; E. SANZ DE ACEDO HECQUET, «Marcas y nombres de dominio: comentario al Auto del Juzgado de Primera Instancia n.º 5 de Oviedo de 2 de junio de 1999», *AJA* n.º 438, 11 de mayo de 2000, pp. 1-5; L. HERNANDO DE LARRAMENDI, «El uso como dominio de una marca registrada», *Estudios sobre propiedad industrial. Homenaje a M. Curell Suñol*, 2000, pp. 345-351; F. CARBAJO CASCÓN, «Localización, identificación y distinción en la red. La problemática entre signos distintivos y nombres de dominio en Internet», en J. A. ECHEBARRÍA SAENZ (coord.), *El comercio electrónico*, 2001, pp. 357-408; y A. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, «Denominaciones sociales, signos distintivos de la empresa y nombre de dominio», en *Derecho de Sociedades. Libro Homenaje a F. Sánchez Calero*, I, 2002, pp. 3-23. Más elemental, S. MUÑOZ MACHADO, *La regulación de la red. Poder y Derecho en Internet*, 2001, pp. 109 ss.; y J. L. VILLAR PALASÍ, «Nombres de dominio y protocolo de Internet», *REDETI* 2000, número extraordinario, pp. 79 ss. En la jurisprudencia interna es destacable, porque representa un ejemplo de la máxima reacción del ordenamiento jurídico en la protección de la marca frente al nombre de dominio que la lesiona, la Sentencia del Juzgado de lo Penal de Madrid n.º 23 de 29 de enero de 2001 (ARP 2001, 10), que condena por un delito contra la propiedad industrial a quien ofertaba servicios financieros empleando una página web cuyo nombre de dominio coincidía con la marca «Chase Manhattan» y presentaba diferentes vínculos con la página oficial de la sociedad titular de aquella marca, aparentando operar amparado por esta entidad de prestigio. Entre las muy numerosas aportaciones extranjeras, además de las citadas en los trabajos precedentes, cfr. entre muchos P. VARIA, *La natura giuridica dei nomi de dominio*, 2001; C. GALLI, *I domain names nella giurisprudenza*, 2001; P. SPADA, «Domain names e dominio dei nomi», *Riv. Dir. Civ.* 2000, I, pp. 713-736; M. BERTANI, «Domain names, titolo del sito web e contraffazione telematica del marchio», *AIDA* 2000, pp. 918-927; y D. SARTI, «Assegnazione dei nomi di dominio e ordinamento statale», *AIDA* 2000, pp. 953-959. Para Francia, donde los primeros conflictos se han planteado, como no podía ser de otro modo, en relación con prestigiosas marcas de productos cosméticos del tipo Lancôme, L'Oréal o Vichy, cfr. Y. REBOUL, «Le droit de marque à l'aube du 3^e millénaire», *JCP-La Semaine Juridique Entreprise et Affaires*, 2000, p. 123. Tiene igualmente interés, en lengua francesa, la página <<http://www.juriscom.net>>.

⁵ Una definición legal proporciona la Section 45 de la *Trademark Act* de 1946, tras la inserción de un nuevo párrafo por la Section 3005 de la *Anticybersquatting Consumer Protection Act* de 17 de noviembre de 1999, disponible, entre otros muchos sitios, en <<http://www.mccutchen.com/are/ecommerce/cyber.doc>>. Conforme a dicha ley, por nombre de dominio se entiende «any alphanumeric designation which is registered with or assigned by any domain name registrar, domain name registry, or other domain name registration authority as part of an electronic address on the Internet». Para la Resolución

bre qué son los nombres de dominio⁵, qué función cumplen, cómo está organizado el DNS (*Domain Name System*), cuál es el papel que en ese sistema corresponde a la ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*)⁶ y a las autoridades nacionales de asignación y en qué se diferencian los nombres de dominio de primer nivel (*Top Level Domain*; TLD) y de segundo nivel (*Second Level Domain*; SLD)⁷ y, dentro de los primeros, los TLD genéricos (*generic Top Level Domain*; gTLD) de los TLD nacionales o de país (*country code* o *national Top Level Domain*; ccTLD o nTLD)⁸, y los TLD abiertos de los TLD cerrados o restringidos⁹. Tampoco procede estudiar en esta sede la estructura, con sus ventajas e inconvenientes, de los mecanismos de arbitraje puestos en marcha por la ICANN para dirimir los conflictos entre nombres de dominio y

de 10 de octubre de 2000, el objeto del nombre de dominio es «identificar a un usuario de la red» (Fundamento de Derecho cuarto). La *Anticybersquatting* proporciona útiles criterios para la decisión de conflictos entre nombres de dominio y otros signos, aunque su examen detenido nos llevaría demasiado lejos.

⁶ Consúltese <<http://www.icann.org>>.

⁷ En la dirección «www.uclm.es»; «uclm» es el nombre de dominio de segundo nivel y la abreviatura «.es» el de primer nivel.

⁸ Los gTLD, cada uno de ellos con un teórico uso propio, son «.gov» para oficinas y agencias federales del Gobierno norteamericano, «.mil» para el ejército norteamericano, «.com» para entidades o personas que realicen cualquier actividad comercial, «.edu» para instituciones educativas, «.net» para proveedores de servicios relacionados con la red e «.int» para organizaciones internacionales. A ellos ha añadido la ICANN, en fecha más reciente (16 de noviembre de 2000), los siguientes gTLD: «.aero» para industrias de transporte aéreo, «.biz» para negocios, «.coop» para entidades cooperativas, «.info» para propósitos generales sin restricción, «.museum» para museos, «.name» para particulares y «.pro» para ciertos grupos profesionales.

Los ccTLD son, dicho de modo sencillo, los códigos de TLD de cada país o Estado, y se corresponden con las abreviaturas previstas en la regla normalizada ISO-3166. Por ejemplo, «.es» para España, «.fr» para Francia, «.pt» para Portugal, «.de» para Alemania o «.it» para Italia. En el ámbito de la Unión Europea se baraja seriamente la propuesta de «.eu» como nuevo ccTLD. A este fin responden la Comunicación de 5 de julio de 2000, de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo, relativa al sistema de nombres de dominio de Internet — Creación del dominio de nivel superior «.eu» [COM(2000) 421 final, de 5 de julio de 2000] y la Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la implantación del dominio de nivel superior de Internet «.eu» [COM(2000) 827 final, de 12 de diciembre de 2000], ya dictaminada por el Consejo Económico y Social Europeo (DOCE n.º C 155, de 29 de mayo de 2001). En su sesión del 4 de julio de 2001, el Parlamento Europeo fijó su posición en primera lectura sobre dicha propuesta, tras lo cual la Comisión presentó una propuesta modificada [COM(2001) 535 final, de 2 de octubre de 2001]. La Recomendación del Parlamento para la segunda lectura fue presentada el 25 de enero de 2002 (documento A5-0027/2002) y debatida en sus sesiones plenarias de 27 y 28 de febrero de 2002. Finalmente ha sido aprobado el Reglamento (CEE) n.º 733/2002, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de abril de 2002, relativo a la aplicación del dominio de primer nivel «.eu» (DOCE n.º L113, de 30 de abril de 2002).

⁹ En función de que cualquier persona o entidad pueda obtener el nombre de dominio de que se trate (así sucede, por ejemplo, con los gTLD «.com», «.net» o «.org») o, por contra, su asignación se encuentre sometida a reglas más o menos estrictas (como ocurre, por ejemplo, con los gTLD «.mil» o «.gov», reservados a instituciones federales norteamericanas, o, como veremos más adelante al estudiar sus requisitos, con el ccTLD «.es»)

¹⁰ Esos mecanismos no son otros que los previstos en la Política Uniforme de Solución de Controversias en materia de Nombres de Dominio, aprobada por la ICANN el 26 de agosto de 1999, y en el Reglamento de dicha Política Uniforme, aprobado por la ICANN el 24 de octubre de 1999. Ambos textos, que no han sido objeto de ninguna publicación oficial en el sentido de los artículos 96.1 CE y 1.5 CC, pueden consultarse en lengua castellana en <<http://arbiter.wipo.int/domains/rules/icannpolicy-es.pdf>> y en <<http://arbiter.wipo.int/domains/rules/icannrules-es.pdf>>, respectivamente. También se encuentran incluidos en el volumen recopilatorio *Legislación de comercio electrónico*, 2001, publicado por la Editorial Tecnos en su colección «Textos legales» y preparado por

marcas de productos o de servicios¹⁰. Por último, queda igualmente extramuros de nuestra atención, aunque se volverá sobre él en lo que atañe de modo específico al objeto de este trabajo, el régimen general de asignación de los nombres de dominio bajo ccTLD «.es», recogido en la Orden del Ministerio de Fomento de 21 de marzo de 2000, por la que se regula el sistema de asignación de nombres de dominio de Internet bajo el código de país correspondiente a España (.es)¹¹, posteriormente reformada por la Orden del Ministerio de Ciencia y Tecnología de 12 de julio de 2001¹². También este sistema ha sido ya objeto de algunas aproximaciones doctrinales¹³, si bien ahora se encuentra en tránsito hacia una nueva regulación atendida la reciente Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas¹⁴, cuya Disposición adicional 16.^a («Proyecto de Ley de

R. CASAS VALLÉS, J. BISBAL MENDEZ, A. ABRIL I ABRIL, M. PEGUERA POCH y E. PLANELL PONS. Una excelente visión de conjunto sobre estos instrumentos, con amplia referencia a la praxis de la OMPI en cuanto organismo administrador de la Política Uniforme, en R. CASAS VALLÉS, «Política uniforme para la resolución de conflictos en materia de nombres de dominio», disponible en <http://www.uoc.es/web/esp/art/uoc/casas/casas_imp.html> y, en soporte papel, en J. CREMADES/R. ILLESCAS/M. A. FERNÁNDEZ-ORDÓÑEZ (coords.), *Régimen jurídico de Internet*, 2002, pp. 1495-1552. Para un aspecto concreto de la aplicación de la Política Uniforme, a buen seguro el más problemático de ellos, cfr. E. SANZ DE ACEDO HECQUET, «El registro y uso de mala fe (Comentario a la Decisión del Panel de Arbitraje y Mediación de la OMPI de 23 de febrero de 2001, caso núm. D2000-1679, Playboy International Enterprises, Inc.)», *ADI* 2001, pp. 535-553, así como P. GEY, «Bad Faith under ICANN's Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy», *EIPR* 2001, pp. 507-520.

¹¹ *BOE* n.º 77, de 30 de marzo de 2000. La habilitación del Ministerio de Fomento para dictar esta Orden procede del artículo 27 («Principios generales de la numeración»), apartado 13, del Real Decreto 1651/1998, de 24 de julio, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla el Título II de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, en lo relativo a la interconexión y al acceso a las redes públicas y a la numeración (*BOE* n.º 181, de 30 de julio de 1998; corrección de errores en *BOE* n.º 253, de 22 de octubre de 1998), a cuyo tenor «el Ministerio de Fomento designará, en cada caso, el órgano o autoridad competente para el registro de nombres y direcciones, y regulará los sistemas para que se lleve a cabo éste y propondrá al Gobierno la aprobación de los planes de nombres y direcciones de los servicios de telecomunicaciones». Nótese que el precepto no se refiere de modo explícito a los nombres de dominio, sino a los «nombres y direcciones de los servicios de telecomunicaciones».

¹² *BOE* n.º 174, de 21 de julio de 2001. En la actualidad, la competencia administrativa sobre los servicios de la sociedad de la información corresponde al Ministerio de Ciencia y Tecnología, creado por el Real Decreto 557/2000, de 27 de abril (*BOE* n.º 102, de 28 de abril de 2000; corrección de errores en *BOE* n.º 109, de 6 de mayo de 2000). En concreto, para los nombres de dominio, véanse las referencias de los artículos 6.1.k), 7.1.m) y 8.1.l) del Real Decreto 1451/2000, de 28 de julio, por el que se desarrolla la estructura orgánica del Ministerio de Ciencia y Tecnología (*BOE* n.º 181, de 29 de julio de 2000; corrección de errores en *BOE* n.º 232, de 27 de septiembre de 2000). Tal circunstancia es la que explica que la Orden de 21 de marzo de 2000, dictada por el Ministerio de Fomento, haya sido modificada en 2001 por una Orden procedente del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Se hace eco de esta nueva adscripción departamental la Disposición adicional única de la Orden de 12 de julio de 2001, que advierte que «las referencias hechas en la Orden de 21 de marzo de 2000 al Ministerio o Ministro de Fomento y a la Secretaría o al Secretario General de Comunicaciones se entenderán hechas al Ministerio o Ministro de Ciencia y Tecnología y a la Secretaría o Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, respectivamente [...]».

¹³ I. RAMOS HERRANZ, «Registro bajo «.es» en Internet», *DN* 118-119 (2000), pp. 13-26; J. PLAZA PENADÉS, «Régimen de asignación del dominio «.es». La Orden de 21 de marzo de 2000», *RdP* 5 (2000), pp. 551-559; y A. ROMERO GALLARDO, «Últimas novedades sobre los nombres de dominio de Internet en España», *ADI* 2000, pp. 1333-1341, así como los comentarios de J. A. MAESTRE RODRÍGUEZ y R. CASTILLA FERNÁNDEZ-FABREGAS, disponibles, respectivamente, en <<http://www.dominiuris.com>> y <<http://publicaciones.derecho.org/redi>>.

¹⁴ *BOE* n.º 294, de 8 de diciembre de 2001. Su entrada en vigor se producirá el 31 de julio de 2002, con las salvedades señaladas en su Disposición final 3.^a.

nombres de dominio en la red») señala que «el Gobierno, en el plazo oportuno y tras los estudios y consultas que fueren necesarios, remitirá al Congreso de los Diputados un proyecto de Ley sobre los nombres incluidos en el dominio en la red de país de primer nivel «.es». La regulación —añade la norma— se inspirará, entre otros, en los criterios aplicables a los signos distintivos protegidos por la legislación de propiedad industrial»¹⁵.

Previsión, ésta de la nueva Ley de Marcas, que se yuxtapone con otras en el mismo sentido y que provoca que, al día de hoy, sea bastante inseguro saber por qué derroteros va a evolucionar la futura normativa sobre nombres de dominio, no ya en el plano sustancial, sino incluso en el puramente formal. Así, por una parte, el preámbulo de la Orden de 12 de julio de 2001 anticipa la adopción del Plan Nacional de Nombres de Dominio, «que sustituirá, en su día, a la Orden ministerial de 21 de marzo de 2000», lo que justifica que, «en tanto se elaboran (*sic*) y aprueba dicho Plan» se introduzcan en esa Orden de 21 de marzo de 2000 «únicamente los cambios estrictamente necesarios para garantizar el adecuado funcionamiento del sistema de asignación de nombres de dominio bajo el «.es»»¹⁶. Pero por otra parte, de modo prácticamente simultáneo a la aprobación de la nueva Ley de Marcas con su ya vista Disposición adicional 16.^a, la conocida como Ley de Acompañamiento de 2001 ha habilitado al Presidente de la Entidad pública empresarial Red.es¹⁷ para que, mediante Resolución, establezca «los procedimientos para la asignación y demás operaciones asociadas al registro de nombres de dominio y direcciones de Internet bajo el código del [*rectius*: de] país correspondiente a España (.es), tomando en consideración las prácticas generalmente aplicadas y las recomendaciones

¹⁵ Esta Disposición adicional 16.^a no se encontraba en el Proyecto de Ley de Marcas presentado por el Gobierno (BOCG, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 33-1, 9 de marzo de 2001), sino que fue añadida a lo largo de su tramitación parlamentaria. Procede, en concreto, de la enmienda número 128 del Congreso, presentada por el Grupo Parlamentario Catalán (Convergència i Unió), aduciendo la insuficiencia de la regulación contenida en la Orden de 21 de marzo de 2000 (BOCG, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 33-10, 18 de mayo de 2001, pp. 86-87). La enmienda fue aceptada, con la única modificación de no establecer un plazo fijo de seis meses para la presentación por parte del Gobierno del Proyecto de Ley, tal como patrocinaba el Grupo Parlamentario Catalán.

¹⁶ Al Plan Nacional de Nombres de Dominio se refirió por primera vez el apartado 10 de la Disposición adicional 6.^a de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, en la redacción dada por el artículo 55 de la Ley 14/2000, de 20 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social (BOE n.º 313, de 30 de diciembre de 2000). La mención a dicho Plan se mantiene en la nueva redacción de esa Disposición adicional 6.^a, dada por el artículo 14.3 de la Ley 24/2001, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social (BOE n.º 313, de 31 de diciembre de 2001).

¹⁷ Red.es es la entidad actualmente encargada de gestionar y asignar los nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España «.es». En un primer momento, la Resolución de la Secretaría General de Comunicaciones de 10 de febrero de 2000 (BOE n.º 58, de 8 de marzo de 2000) atribuyó esa función al ente público Red Técnica Española de Televisión, pero la Disposición adicional 6.^a, apartado 1, de la Ley General de Telecomunicaciones de 1998, en la redacción dada por el antes mencionado artículo 55 de la Ley de Acompañamiento de 2000, ordenó que la entidad pública empresarial Red Técnica Española de Televisión pasara a denominarse en lo sucesivo entidad pública empresarial Red.es. El Estatuto de la entidad pública empresarial Red.es fue aprobado por Real Decreto 164/2002, de 8 de febrero (BOE n.º 41, de 16 de febrero de 2002; corrección de errores en BOE n.º 49, de 26 de febrero de 2002).

emanadas de las entidades y organismos internacionales que desarrollan actividades relacionadas con la gestión del sistema de nombres de dominio de Internet», añadiendo que dicha Entidad «dará publicidad a los procedimientos de asignación y registro que se adopten, los cuales están disponibles al público (*sic*) por medios electrónicos y de forma gratuita» (Disposición adicional 18.^a de la citada Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social, en la redacción dada por el art. 70 de la también citada Ley 24/2001, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social).

Es difícil, pues, pronosticar si la regulación del código de país «.es» se incluirá en una norma con rango de ley, como anuncia la Ley de Marcas de 2001, si por el contrario se recogerá en la resolución que en su momento dicte el Presidente de la Entidad pública empresarial Red.es., como auspicia la Disposición adicional 18.^a de la Ley de Acompañamiento de 2000, o, en fin, si será el Plan Nacional de Nombres de Dominio al que hace mención la Orden del Ministerio de Ciencia y Tecnología de 12 de julio de 2001 el que a la postre contendrá esa normativa.

II. EL NOMBRE CIVIL Y OTROS SIGNOS DE IDENTIFICACIÓN DE LAS PERSONAS FÍSICAS

3. La regulación del nombre civil se contiene en los artículos 53 a 62 LRC, agrupados bajo la rúbrica «Del nombre y apellidos», desarrollados por los artículos 192 a 219 RRC y completados por un prolijo y minucioso cuerpo de resoluciones de la Dirección General de los Registros y del Notariado. No es de este lugar la explicación detallada de este régimen¹⁸. Baste con señalar la amplia libertad con que se mueven los padres a la hora de elegir el nombre de sus hijos y colocar los apellidos en el orden que tengan por convenientes (art. 109 CC, redactado por la Ley 40/1999, de 5 de noviembre), además de la propia libertad de los hijos para cambiar el orden de sus apellidos (art. 109, último párrafo, CC) o, incluso, cambiar su nombre (arts. 57 a 60 LRC). En la práctica, y superadas, sobre todo merced a la Ley 17/1977, de 4 de enero, las barreras lingüísticas y sociales que en otro momento entorpecían la libre elección de nombre, bien puede decirse que al día de hoy las únicas restricciones reales que persisten en este ámbito son las formuladas por el artículo 54 LRC. De una parte, la prohibición de los nombres que objetivamente perjudiquen a la persona, así como los diminutivos o variantes familiares y coloquiales que no hayan alcanzado sustantividad, los que hagan confusa la identificación y los que induzcan en su conjunto a error en cuanto al sexo. De otra, la imposibilidad de imponer al nacido el nombre que ostente uno de sus hermanos, a no ser que hubiera fallecido, así como tampoco su traducción usual a otra lengua.

¹⁸ Sobre esta materia pueden verse F. LUCES GIL, *El nombre civil de las personas naturales en el ordenamiento jurídico español*, 1977 (todavía muy recomendable); M. LINACERO DE LA FUENTE, *El nombre y los apellidos*, 1992; y A. LARA AGUADO, *El nombre en el Derecho internacional privado*, 1998.

Nótese cómo esta última regla no evita la homonimia absoluta más que entre hermanos vivos de doble vínculo, pero no entre otras personas no ligadas por ese parentesco. En la inscripción de los nombres en el Registro Civil únicamente en este reducidísimo ámbito rige el principio de novedad.

La tutela del nombre, que «la ley ampara frente a todos» (art. 53 LRC), se concreta en el reconocimiento en favor de la persona de una acción de reconocimiento o afirmación del nombre, dirigida a que se declare su derecho a llevar un nombre, frente a quien se lo niega o discute, y una acción de impugnación o usurpación del nombre, dirigida a hacer cesar el uso indebido del propio nombre, sin autorización de su titular.

4. Otras figuras tradicionalmente asociadas al nombre civil, como son el seudónimo y los títulos nobiliarios, no cuentan con una disciplina jurídica propia, aunque existe un relativo consenso sobre su carácter asimilado a los nombres y la posibilidad de tutelarlos del mismo modo que cabe defender el nombre civil¹⁹. Al seudónimo se refieren determinados preceptos de la Ley de Propiedad Intelectual que aseguran la posibilidad de divulgar una obra bajo seudónimo o signo (art. 14.2.º LPI), señalan a quién corresponde en tal caso la facultad de explotar la obra (art. 6.2 LPI) y establecen una regla particular en materia de plazo de protección (art. 27.1 II LPI). El seudónimo puede registrarse como marca [arts. 4.2.a) y 9.1.b) de la Ley 17/2001 y 13.b) de la Ley 32/1988].

En relación con los títulos nobiliarios, desde que la Sentencia de 26 de enero de 1990²⁰ apreció la existencia de una violación del derecho al honor por la utilización para la comercialización de un vino de la marca «Bradomín», resolviendo una demanda interpuesta por el heredero del insigne escritor don Ramón María del Valle-Inclán, que disfrutaba, merced a una concesión de S. M. el Rey Juan Carlos I, del título nobiliario «Marqués de Bradomín», se han sucedido, con mayor o menor fortuna para nuestros nobles, controversias judiciales relativas al conflicto entre los títulos nobiliarios y la utilización como marca o como nombre comercial de denominaciones idénticas o similares a

¹⁹ Con esta opinión, en la manualística más moderna, J. J. HUALDE SÁNCHEZ en L. PUIG FERRIOL/M.ª C. GETE-ALONSO Y CALERA/J. GIL RODRÍGUEZ/J. J. HUALDE SÁNCHEZ, *Manual de Derecho civil*, I, 1995, p. 342; y M.ª A. PARRA LUCÁN en C. MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ/P. DE PABLO CONTRERAS/M. A. PÉREZ ÁLVAREZ/M.ª A. PARRA LUCÁN, *Curso de Derecho Civil*, I, 1998, pp. 311-312.

²⁰ RJ 1990, 26.

²¹ Así, la Sentencia de 29 de febrero de 2000 (RJ 2000, 812) desestima la demanda interpuesta por la Marquesa de Tosos contra la bodega vinícola que fabricaba y comercializaba un producto con esa denominación, en tanto que la de 6 de julio de 1992 (RJ 1992, 6491), de la Sala 3.ª del Tribunal Supremo, rechaza la impugnación promovida por el Conde de Montegil de la concesión de la marca «Viña Montegil». Cfr. también la Sentencia de 29 de febrero de 2000 (*El Derecho* 2000, 997). Por su parte, la Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura de 25 de mayo de 1999 (*El Derecho* 1999, 16430) decide el recurso contencioso-administrativo interpuesto contra la negativa a conceder la marca «Marqués de Badajoz» para unos determinados vinos, fundada en el riesgo de confusión de ese signo con el título nobiliario de la Duquesa de Badajoz, emparentada con la Familia Real y que se había opuesto al registro. El Tribunal revoca la negativa y accede a la concesión de la marca «Marqués de Badajoz» porque «son títulos nobiliarios distintos Marqués y

esos títulos²¹. La base legal para las condenas lesivas del derecho al honor o a la propia imagen en tales casos se encuentra en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen, que tipifica en su artículo 7.6 como intromisión ilegítima «la utilización del nombre [...] de una persona para fines publicitarios, comerciales o de naturaleza análoga». El término «nombre» que emplea el precepto ha sido objeto de una interpretación amplia por parte de la jurisprudencia, comprensiva no solo del nombre civil, sino también del título nobiliario. Llegado el caso, es seguro que esa misma jurisprudencia entendería que también el seudónimo del autor de una obra es un «nombre» en el sentido del artículo 7.6 de la Ley Orgánica 1/1982.

5. A las dos figuras que se acaban de examinar (seudónimo y título nobiliario) habría que añadir, como elemento que igualmente cumple funciones de identificación de las personas físicas, el nombre artístico²². Por tal se puede entender el que de modo habitual, y en sustitución de su nombre civil, utiliza un artista, entendida esta expresión no en el sentido técnico que le atribuye, a los efectos de la propiedad intelectual, el artículo 105 LPI («la persona que represente, cante, lea, recite, interprete o ejecute en cualquier forma una obra»), sino en un sentido más amplio y vulgar que da cabida a quien realiza una actividad artística que no recae sobre una obra. Así, en el sentido que aquí se mantiene, son nombres artísticos no sólo los empleados por quienes son artistas en el sentido de la Ley de Propiedad Intelectual (Rocío Jurado, Ana Belén...), sino también los utilizados, por ejemplo, por los toreros (El Cordobés, El Litri...) o por los futbolistas (Pirri, Pelé...), aunque ni unos ni otros son artistas para el Derecho de propiedad intelectual.

La utilización no autorizada del nombre artístico por un tercero puede constituir un acto de intromisión ilegítima en el sentido del artículo 7.6 de la Ley Orgánica 1/1982, siempre que se entienda, como creo debe hacerse, que el «nombre» al que se refiere el precepto comprende también el nombre artístico. Si éste se encuentra registrado como marca o como nombre comercial, algo que resulta perfectamente posible tanto en la nueva Ley de Marcas como en la anterior [arts. 4.2.a) y 9.1.b) de la Ley 17/2001: «cualquier otro signo que para la generalidad del público identifique a una persona»; igual art. 13.b) de la Ley 32/1988], el titular del nombre artístico está habilitado para poner en marcha los mecanismos protectores de la marca y del nombre comercial previstos en dichas leyes. También cabe que se asista a una utilización del nombre artístico con la finalidad de aprovecharse de la reputación ajena, en cuyo caso será aplicable el artículo 12 LCD, que presenta la ventaja añadida de no exigir que el nombre artístico constituya marca o nombre comercial. La presentación como propia de interpretaciones artísticas ajenas puede lesionar el derecho mo-

Duque», porque «el género masculino y femenino [...] acentúa las diferencias» y porque hay «diferencia conceptual y fonética» que impide que la Duquesa de Badajoz vea lesionado su derecho al honor y a la propia imagen por la utilización de la marca controvertida.

²² Cfr. F. VALENZUELA GARACH, «Consideraciones acerca de la utilización publicitaria o comercial de un nombre artístico», *RDP* 1985, pp. 1019-1035, uno de los escasos estudios monográficos sobre el nombre artístico.

ral de paternidad de los artistas (art. 113 I LPI).

La jurisprudencia ofrece algunos ejemplos de nombre artístico infringido por un tercero, cuya tutela se recaba por el titular al amparo de alguna de las normativas acabadas de indicar. La Sentencia de 18 de febrero de 1999²³ reconoce que el nombre artístico de la actora («Antoñita de Linares»), que había registrado como marca para actividades relacionadas con la canción española, fue lesionado por la agencia de publicidad que, sin autorización de la titular de la marca, había preparado para RENFE un anuncio de la denominada «Tarjeta Joven» valiéndose de ese nombre artístico²⁴. También en el caso zanjado por la Sentencia de 22 de enero de 2000²⁵ se partía de la existencia de un nombre artístico registrado como marca, versando el litigio sobre su caducidad por falta de uso²⁶. Finalmente, la Sentencia de 6 de febrero de 2001²⁷ ofrece un magnífico ejemplo de la tutela del nombre artístico por la vía de la Ley de Competencia Desleal cuando no se encuentra registrado como marca, pero sí en la Sociedad General de Autores y

²³ RJ 1999, 660; com. M. CURTO POLO, *CCJC* 50 (1999), § 1375, pp. 867-884.

²⁴ La Sentencia, que con justa causa aprecia infracción de la marca de la demandante, condena solidariamente a la agencia de publicidad y a RENFE a que la indemnicen con la nada despreciable cantidad de 3.500.000 de pesetas por daños morales más la que se fije en ejecución de sentencia por concesión de licencia no solicitada (daños patrimoniales), que no excederá del límite de 10.000.000 de pesetas, cantidad que en este concepto se solicitaba en la demanda.

²⁵ RJ 2000, 60.

²⁶ El torero Manuel Díaz interpuso demanda contra el también torero Manuel Benítez, solicitando que se declarara la caducidad por falta de uso de la marca «El Cordobés» que éste último tenía registrada a su favor en las clases 35, 38 y 41 del nomenclátor, así como su caducidad parcial en cuanto ampara su uso como nombre artístico. A este proceso se acumuló otro interpuesto por Manuel Benítez contra Manuel Díaz, en el que el primero suplicaba que se declarara su derecho exclusivo para utilizar la marca «El Cordobés» en el tráfico económico para el que la tiene concedida, ordenando en consecuencia al demandado a que se abstenga de hacer uso del referido nombre artístico en carteles de toros, propaganda de cualquier clase, declaraciones a la prensa, membretes de cartas, sobres, facturas, contratos, recibos y, en general, toda clase de impresos relacionados con el nombre artístico registrado para sus actuaciones taurinas, acordando igualmente la publicación de la sentencia. El Tribunal Supremo, confirmando la Sentencia de apelación, estimó la demanda primeramente señalada y apreció la caducidad por falta de uso de la marca «El Cordobés», desestimando en consecuencia la segunda demanda. Previamente, el Auto de la Audiencia Provincial de Granada, Sección 3.ª, de 27 de enero de 1994 (*Ar.Civ.* 1994, 173) había ordenado en vía cautelar que Manuel Díaz se abstuviera de utilizar el nombre artístico controvertido, aunque con posibilidad de hacerlo si prestaba fianza en la cantidad señalada en el Auto (lo que efectivamente hizo).

²⁷ RJ 2001, 543.

²⁸ El actor venía actuando con su orquesta o grupo musical con el nombre artístico de «Angel Israel», que desde el 28 de noviembre de 1991 tenía registrado en la SGAE. El demandado, unido con vínculo de parentesco al actor y que había trabajado con él tiempo atrás en la orquesta, en calidad de técnico de sonido, había inscrito el 20 de abril de 1994 en la Oficina Española de Patentes y Marcas el nombre «Israel» y había empezado a anunciar su propia orquesta, aprovechando la prolongada estancia del actor en Brasil, con ese nombre artístico, valiéndose de idéntico diseño, color, modo de presentación e, incluso, con la utilización del mismo furgón que se empleaba por la orquesta «Angel Israel», sin variar los anuncios que tenía anteriormente. El Tribunal Supremo desestima el recurso de casación interpuesto por el demandado contra la Sentencia de la Audiencia Provincial de Pontevedra que le condenó a dejar de utilizar el nombre «Angel Israel» para promocionar su espectáculo musical y a retirar del mercado toda publicidad que produzca confusión con la de «Angel Israel», así como a indemnizar daños y perjuicios. La base de la demanda fue, de modo exclusivo, la Ley de Competencia Desleal.

Editores!²⁸.

Más alejado del derecho al nombre se encuentra la tutela de los personajes animados que son fruto de la creación de un autor, protegibles acumuladamente por la legislación sobre propiedad intelectual y sobre propiedad industrial [cfr. arts. 3.2.º LPI y 9.1.c) de la Ley 17/2001]²⁹. También estos personajes plantean problemas en sede de nombres de dominio. Baste con comprobar que, en el día en que se escriben estas letras, uno de nuestros más conocidos personajes de la literatura infantil actual tiene su sitio en Internet ciberocupado³⁰.

También caen lejos del derecho al nombre los títulos de las obras, que encuentran protección análoga a la propia obra cuando son originales (art. 10.2 LPI). Ello significa que se usurpa un derecho de propiedad intelectual en sentido estricto cuando el título de una obra protegible *ex* artículo 10.2 LPI es utilizado como nombre de dominio, sin perjuicio de que pueda disfrutar de una protección adicional por otros cauces (por ejemplo, por la Ley de Competencia Desleal)³¹. En efecto, la libertad de la que gozan los autores para elegir el título de sus creaciones permite sin ningún género de duda utilizar como título un nombre de dominio. Por ejemplo, la última obra del jurista norteamericano Cass R. Sunstein se titula «Republic.com», y una conocida comedia que actualmente se representa con éxito en los teatros madrileños y barceloneses lleva por título «5hombres.com». Pero no siempre esos títulos comportan la exclusión indiscriminada en la red de los nombres de dominio homónimos, aunque en principio parece que debiera ser así³². Sin ir más lejos, en Internet existe el nombre de dominio <<http://www.republic.com>>, que da acceso a una empresa de consultoría con sede en Washington que ninguna relación guarda con la obra de Sunstein. En cambio, <<http://www.5hombres.com>> sí es la página web de la obra homónima.

III. LA DENOMINACIÓN SOCIAL DE LAS PERSONAS JURÍDICAS

6. Al igual que sucede con las personas físicas, también las personas jurídi-

²⁹ Cfr. Sentencias de 7 de octubre de 2000 (*RJ* 2000, 8138), sobre el personaje «Popeye», y, Sala 3.ª, de 29 de noviembre de 1982 (*RJ* 1982, 7113), sobre la negativa al registro de la marca «La Pantera» por violación de los derechos de propiedad intelectual sobre el personaje «La Pantera Rosa». En la doctrina, a propósito de la Sentencia de 15 de julio de 1999 (*RJ* 1999, 5954; «Los Mundos de Yupi»), G. BERCOVITZ ÁLVAREZ, «Merchandising de personaje animado: la absoluta compatibilidad y acumulación de la tutela del diseño mediante derechos de propiedad industrial y derechos de propiedad intelectual», *Ar.Civ.* 2000-II, pp. 2353-2371.

³⁰ Véase <<http://www.manolitogafotas.com>>.

³¹ Uno más de los argumentos favorables a la demandante, Gestevisión Telecinco, S.A., en el caso resuelto por la Decisión del Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI de 9 de noviembre de 2000, caso 2000-780, que ordenó la transferencia a la actora del dominio «crónicas-marcianas.com», consistió en que el dominio controvertido, además de violar la marca «crónicas marcianas», propiedad de la demandante, vulneraba el título homónimo que sirve para identificar un conocido programa de televisión, obra audiovisual *ex* artículo 86.1 LPI.

³² Cfr. I. GARROTE FERNÁNDEZ-DÍEZ, *El derecho de autor en Internet. La directiva sobre derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información*, 2001, p. 51: «si un nombre de dominio se corresponde con el de un título lo suficientemente original como para ser objeto de protección, su reproducción no autorizada en un sitio web constituye una infracción de los derechos de autor».

cas se presentan en el tráfico jurídico con un nombre que las identifica como tales y que constituye su rasgo principal de identidad diferenciadora de las restantes. La doctrina de la Dirección General de los Registros y del Notariado es constante en este punto, y, a pesar de tener por objeto las denominaciones sociales de las sociedades inscribibles en el Registro Mercantil (básicamente, sociedades anónimas y de responsabilidad limitada), sienta criterios que, en mi opinión, tienen validez para todas las personas jurídicas. Así, para la Resolución de 26 de junio de 1997³³, «la denominación, en cuanto primer y fundamental dato identificador de las personas jurídicas, ha de responder a un criterio diferenciador, que sirva para distinguir unas de otras», lo que significa que «la denominación no puede incluir indicaciones o expresiones que puedan inducir a error a terceros sobre la individualidad del ente, ya que la denominación es un instrumento idóneo para dar seguridad y claridad al tráfico jurídico»³⁴. La Resolución de 21 de marzo de 1995³⁵ indica que la denominación de las sociedades mercantiles «no es sino el primer signo identificador de su propia individualidad entendida como el conjunto de características morales, sociológicas y económicas que la distinguen de las demás, razón por la que ha de responder a criterios de novedad».

La denominación social no es un signo distintivo en el sentido en que este término se suele utilizar en el ámbito del Derecho de la propiedad industrial, sino, como se ha indicado con anterioridad, un elemento de identificación de las personas jurídicas. Como se encarga de aclarar la Resolución de 22 de diciembre de 1995³⁶, la denominación de las entidades que gozan de personalidad jurídi-

³³ *RJ* 1997, 4572.

³⁴ En el caso debatido, la DGRN deniega la inscripción de la denominación «Hermanas de la Caridad Madre Abadesa y Beato Patxi, Sociedad Limitada» porque «ofrece evidentes similitudes con otras usadas habitualmente por entidades asociativas de carácter religioso». Es decir, por su similitud con denominaciones de personas jurídicas que no constan inscritas en el Registro Mercantil, sino por su parecido notorio con la denominación de una asociación religiosa. Esta Resolución aplica la certera doctrina que en su momento sentó la conocida Resolución de 11 de octubre de 1984 (*RJ* 1984, *RJ* 1984, 5187), sobre la inscripción en el Registro Mercantil de la denominación «Hércules Club de Fútbol, S.A.», seguida luego por otras muchas: dos Resoluciones de 15 de octubre de 1984 (*RJ* 1984, 5188 y 5189; «Valencia Club de Fútbol, S.A.» y «Real Betis Balompié Club de Fútbol, S.A.»), 16 de octubre de 1984 (*RJ* 1984, 5190; «Rayo Vallecano Club de Fútbol, S.A.»), dos de 17 de octubre de 1984 (*RJ* 1984, 5191 y 5192; «Sevilla Club de Fútbol, S.A.» y «Salamanca Club de Fútbol, S.A.»), tres de 18 de octubre de 1984 (*RJ* 1984, 5193, 5194 y 5195; «Deportivo de La Coruña Club de Fútbol, S.A.», «Cádiz Club de Fútbol, S.A.» y «Real Club Celta de Vigo, S.A.»), dos de 19 de octubre de 1984 (*RJ* 1984, 5196 y 5197; «Real Mallorca Club de Fútbol, S.A.» y «Elche Club de Fútbol, S.A.») y 20 de octubre de 1984 (*RJ* 1984, 5198; «Real Valladolid Club de Fútbol, S.A.»).

Se trataba en todos estos casos, como sucede hoy con la piratería de nombres de dominio, de un fenómeno evidente de «ocupación» de nombres de sociedades mercantiles con fines simple y llanamente especulativos. Como a comienzos de la década de los ochenta empezó a circular la idea de convertir los clubs de fútbol profesionales en sociedades anónimas, lo que definitivamente sucedió con la Ley del Deporte de 1990, a alguien le asaltó la brillante idea de copar en el Registro Mercantil, como sociedades anónimas, las denominaciones de algunos de los más prestigiosos clubs. La iniciativa no podía contar con el respaldo de la DGRN, que por primera vez denegó la inscripción de denominaciones apelando a la «notoriedad» de los nombres que se pretendían inscribir, por más que no lo fueran de sociedades inscritas en el Registro Mercantil.

³⁵ *RJ* 1995, 2666.

³⁶ *RJ* 1995, 9394.

ca, incluso los patrimonios colectivos que no la tienen atribuida (vgr., Fondos de Pensiones o de Inversión), «no tiene la función de distinguir la actividad empresarial en el mercado sino la de identificar al sujeto responsable de relaciones jurídicas o al patrimonio al que éstas afectan, permitiendo su individualización jurídica y registral». Parecidamente, la Resolución de 11 de septiembre de 1990³⁷ advierte que «[n]o corresponde a la normativa sobre denominaciones ni al Registro Mercantil prevenir o combatir el riesgo de confusión acerca de la procedencia de las actividades empresariales desarrolladas en el tráfico por Sociedades con denominaciones similares», pues «la denominación no tiene por función normativo-típica distinguir en el mercado la actividad empresarial de la Sociedad evitando el riesgo concurrencial de confusión (a tal efecto dispone el ordenamiento la protección del nombre comercial y subsidiariamente la tutela contra la competencia desleal), sino la más limitada de identificar al sujeto responsable de las relaciones jurídicas». La propia Resolución de 10 de octubre de 2000, que nos ha servido de frontispicio a este trabajo, señala que «la denominación social tiene por objeto la identificación de un sujeto de derecho, centro de imputación de relaciones jurídicas, en tanto que las marcas tienen por efecto distinguir en el mercado los productos o servicios de una persona frente a los de otra» (Fundamento de Derecho cuarto). Todo ello, como es lógico, sin perjuicio de la posibilidad de que la denominación social sea registrada como nombre comercial [art. 87.2.a) de la Ley 17/2001, coincidente con el art. 76.2.a) de la Ley 32/1988] o como marca [arts. 4.2.a) y 9.1.d) de la Ley 17/2001].

Sin embargo, no cabe desconocer que en los últimos tiempos se asiste, tanto por vía jurisprudencial como por vía legal, a una reconsideración de las funciones de la denominación social y, en lo que interesa a estos efectos, a su asimilación en algunos aspectos a los signos distintivos de sesgo más clásico. En el plano de la jurisprudencia, han sido frecuentes los casos en que algunas personas jurídicas han esgrimido su denominación social inscrita en el registro público pertinente (en la generalidad de los casos han sido sociedades mercantiles inscritas en el Registro Mercantil) para dar lugar a la anulación de las marcas o nombres comerciales debidamente registrados, pero posteriores, que origina-

³⁷ *RJ* 1990, 7148.

³⁸ El *leading case* en la jurisprudencia reciente sobre esta materia es la Sentencia de 21 de octubre de 1994 [*RJ* 1994, 9036; com. M. MONTEAGUDO/J. R. SALELLES, «De nuevo sobre el conflicto entre denominación social y nombre comercial. Comentario a la Sentencia del Tribunal Supremo, Sala 1.ª, de 21 de octubre de 1994», *RGD* 608 (1995), pp. 5476-5487]. Hernández Pérez Hermanos, S.A. interpuso demanda contra José Hernández Pérez e Hijos, S.A., segregada de la anterior, en solicitud de que cesara en el empleo de esa denominación social, y que se abstuviera igualmente de emplearla como marca, nombre comercial y rótulo de establecimiento. La Audiencia Provincial accedió a esa petición parcialmente, permitiendo el mantenimiento por la demandada de su denominación social pero prohibiéndole su utilización como marca, nombre comercial y rótulo de establecimiento. Interpuesto por la actora recurso de casación, el Tribunal Supremo no lo estima. «La problemática del posible confusionismo de nombres sociales -razona el Supremo- exige, según el artículo 2 de la Ley de Sociedades Anónimas, que se dé situación de identidad entre los confrontados, pues lo que se prohíbe es la estricta identidad o igualdad nominal», lo que no sucede aquí porque «la identidad es parcial en cuanto que la coincidencia lo es sólo de los apellidos Pérez Hernández, pero no plena, ya que en ambas denominaciones existen elementos diferenciadores ex-

ban confusión con dicha denominación social³⁸. La DGRN afirma ciertamente que la denominación social cumple una función de identificar al sujeto de las relaciones jurídicas, y no la de distinguir la actividad empresarial. Pero luego no tiene mayor inconveniente en flexibilizar su posición y acabar admitiendo que la denominación es «el primero de los signos distintivos de las sociedades» (Resolución de 22 de diciembre de 1995 y otras muchas), o se refiere a la denominación social como ese «signo distintivo» de las sociedades (Resolución de 8 de octubre de 1998³⁹), o, en fin, la caracteriza «como uno de los signos más relevantes de la Entidad» (Resolución de 22 de febrero de 1991⁴⁰).

Esta corriente ha tomado cuerpo en la Ley de Marcas de 2001. Su Exposición de Motivos llama atinadamente la atención sobre la novedad que supone «el derecho de toda persona jurídica, que no hubiera registrado como nombre comercial su denominación o razón social, a formular la oportuna oposición al registro de una marca o nombre comercial posteriormente solicitados o a reclamar ante los tribunales la anulación de los mismos si hubieran sido ya registrados, cuando dichos signos distintivos se apliquen a productos, servicios o actividades idénticos o similares a aquellos para los que se usa dicha denominación o razón social, siempre que se pruebe el uso prioritario de ésta en todo el territorio nacional y exista riesgo cierto de confusión en el público». En coherencia con este planteamiento, el artículo 9.1.d) de la Ley 17/2001 advierte que, sin la debida autorización, no podrán registrarse como marcas «el nombre comercial, denominación o razón social de una persona jurídica que antes de la fecha de presentación o prioridad de la marca solicitada identifique en el tráfico jurídico a una persona distinta del solicitante, si, por ser idéntica o semejante a estos signos y por ser idéntico o similar su ámbito de aplicación, existe un riesgo de confusión en el público», añadiendo que, «a estos efectos, el titular de estos signos habrá de probar el uso o conocimiento notorio de dichos signos en el territorio nacional», y que, «cumpliéndose estas condiciones, de igual protección gozarán los extranjeros que de acuerdo con el artículo 3 de esta Ley puedan invocar el artículo 8 del Convenio de París o el principio de reciprocidad, siempre que acrediten el uso o conocimiento notorio en España

presos». Por tanto, concluye el Supremo, «la recurrida puede mantener su identidad nominal jurídica, pero con las restricciones que la sentencia de apelación le impone, en cuanto a la prohibición de la utilización de marcas, nombres comerciales y rótulos». Evidentemente, y eso nunca se ha discutido, la denominación anterior prevalece sobre la posterior idéntica o tan semejante que induce a confusión. Así, entre muchas, Sentencias de 22 de julio de 1993 (*RJ* 1993, 6752; Freixenet, S.A. c. Freixenet, S.A.) o de 21 de julio de 1994 [*RJ* 1994, 5554; Promoción de Negocios Inmobiliarios Casmar, S.A. c. Promociones de Negocios Inmobiliarios Casmar, S.A.; com. E. J. LÁZARO SÁNCHEZ, «Denominación de la sociedad anónima: identidad, reserva y nulidad», *RdP* 4 (1995), pp. 281-291].

Una reciente aproximación de conjunto a esta problemática, de la mano de uno de sus más notables conocedores, es la de L. M.^a MIRANDA SERRANO, «¿Hacia una coordinación normativa interdisciplinar del Derecho de las denominaciones sociales y el Derecho de los signos distintivos de la empresa? (Reflexiones al hilo de las Resoluciones de la DGRN de 24 de febrero de 1999 y de 10 de junio de 1999)», en *Derecho de Sociedades. Libro Homenaje a F. Sánchez Calero*, I, 2002, pp. 331-359.

³⁹ *RJ* 1998, 7220.

⁴⁰ *RJ* 1991, 1692.

de su nombre comercial no registrado».

La finalidad que se persigue con esta norma es, tal como admite la Exposición de Motivos, resolver «el problema de la equiparación de trato de los extranjeros que puedan invocar el artículo 8 del Convenio de París para la protección de la propiedad industrial o el principio de reciprocidad, a los que la Ley dispensa la misma protección». Pero, además de que para garantizar el respeto al artículo 8 del Convenio de París no era necesario proteger más que el nombre comercial no registrado frente a la marca posterior que pretenda la inscripción y con la que exista riesgo de confusión⁴¹, y no también la denominación social, lo cierto es que, cuando concurren las circunstancias descritas en la letra *d*) del artículo 9.1 de la nueva Ley de Marcas, cualquier persona jurídica podrá proteger su denominación social frente a un ulterior registro de marca, aunque dicha denominación no se encuentre registrada como nombre comercial.

Incluso cabría plantearse si, aun sin concurrir las circunstancias de la mencionada letra *d*), es posible articular una vía alternativa de defensa de la denominación social frente a la marca posterior confundible. Esta vía alternativa vendría de la mano de la letra *b*) de ese mismo artículo 9.1, que prohíbe registrar como marca, sin la debida autorización, el nombre, apellido, seudónimo «o cualquier otro signo que para la generalidad del público identifique a una persona distinta del solicitante». Si se está de acuerdo en que, conforme reiterada doctrina de la Dirección General de los Registros y del Notariado mencionada precedentemente, la denominación social es el «primer signo identificador» de la persona jurídica (Resolución de 21 de marzo de 1995), «signo distintivo» (Resoluciones de 22 de diciembre de 1995 y 8 de octubre de 1998) o uno de los «signos más relevantes» (Resolución de 22 de febrero de 1991), no debiera en principio existir ningún inconveniente insuperable para entender que la denominación social es uno de esos signos identificadores de la persona (en este caso la persona jurídica) a los que se refiere la letra *b*) del artículo 9.1 de la nueva Ley de Marcas y que, en consecuencia, podría valerse de ese precepto para impedir el registro de la marca posterior confundible.

7. Las normas reguladoras de los distintos tipos de personas jurídicas contemplan la denominación social como un elemento necesario del negocio jurídico constitutivo de la persona jurídica de que se trate, exigiendo además, en mayor o menor grado, una serie de requisitos a esa denominación.

a) En materia de asociaciones, el artículo 3.2.1.º de la aún vigente Ley de Asociaciones de 24 de diciembre de 1964 impone la constancia en los Estatutos de la «denominación, que no podrá ser idéntica a la de otras Asociaciones ya

⁴¹ En efecto, el citado artículo 8 se refiere únicamente a los nombres comerciales («El nombre comercial será protegido en todos los países de la Unión sin obligación de depósito o de registro, forme o no parte de una marca de fábrica o de comercio»).

⁴² Una regulación más circunstanciada contiene el artículo 8 de la reciente Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación (BOE n.º 73, de 26 de marzo de 2002), precepto que debe algunas de sus previsiones a las normas autonómicas sobre asociaciones que seguidamente se citan en el texto. Conforme al artículo 8 LODA, «la denominación de las asociaciones no podrá incluir término o expresión que induzca a error o confusión sobre su propia

registradas, ni tan semejante que pueda inducir a confusión»⁴². Los artículos 2 a 5 y la Disposición transitoria del Real Decreto 713/1977, de 1 de abril, regulador de las denominaciones de las asociaciones y sobre régimen jurídico de sus promotores, complementan este precepto de la Ley de 1964. En las leyes sobre tipos asociativos específicos se repite esta exigencia, en términos análogos a los previstos en la Ley de Asociaciones⁴³.

En las leyes autonómicas sobre asociaciones aprobadas hasta la fecha, que mantienen el criterio de imponer como obligatoria la constancia en los Estatutos de la denominación elegida, se contiene una regulación más detallada de este punto. Así, la Ley vasca 3/1988, de 12 de febrero, tras exigir que la denominación no sea idéntica a la de otras asociaciones ya inscritas, ni tan semejante que pueda inducir a confusiones, admite la constancia en los Estatutos de los símbolos que identifiquen a la asociación, reclama que la denominación haga referencia a sus fines estatutarios, o al principal de ellos, o a algún nombre que la singularice, sin que sea admisible la adopción de denominaciones que impliquen el uso de términos relativos a valores comunes a la generalidad de los vascos o a conceptos políticos o sindicales, y aclara que, cuando por la naturaleza o fines de la asociación sea preciso introducir en su nombre la denominación de alguna demarcación territorial determinada, tales como Provincia, Territorio Histórico, localidad, distrito, zona, barrio u otras análogas, se utili-

identidad, o sobre la clase o naturaleza de la misma, en especial, mediante la adopción de palabras, conceptos o símbolos, acrónimos y similares propios de personas jurídicas diferentes, sean o no de naturaleza asociativa» (apartado 1); «no serán admisibles las denominaciones que incluyan expresiones contrarias a las leyes o que puedan suponer vulneración de los derechos fundamentales de las personas» (apartado 2); y «tampoco podrá coincidir, o asemejarse de manera que pueda crear confusión, con ninguna otra previamente inscrita en el Registro en el que proceda su inscripción, ni con cualquier otra persona jurídica pública o privada, ni con entidades preexistentes, sean o no de nacionalidad española, ni con personas físicas, salvo con el consentimiento expreso del interesado o sus sucesores, ni con una marca registrada notoria, salvo que se solicite por el titular de la misma o con su consentimiento» (apartado 3).

⁴³ Para los partidos políticos, el artículo 3.2.b) de la Ley 21/1976, de 14 de junio, sobre el derecho de asociación política, exige la constancia en los Estatutos de la «denominación, que no podrá coincidir o inducir a confusión con la de otras asociaciones ya constituidas». Para los sindicatos, el artículo 4.2.a) de la Ley Orgánica 11/1985, de 2 de agosto, de Libertad Sindical, exige que las normas estatutarias contengan «la denominación de la organización, que no podrá coincidir ni inducir a confusión con otra legalmente registrada». Para las asociaciones empresariales y profesionales, el artículo 3.1.º del Real Decreto 873/1977, de 2 de abril, sobre depósito de los estatutos de las organizaciones constituidas al amparo de la Ley 19/1977, reguladora del derecho de asociación sindical, obliga a que los Estatutos contengan la «denominación de la organización, que no podrá coincidir ni inducir a confusión con otra legalmente inscrita». La enumeración podría alargarse fácilmente, con referencia a otras modalidades asociativas (religiosas, deportivas...). Para algunas consideraciones sobre estos preceptos, me permito remitir a J. J. MARÍN LÓPEZ, *Asociaciones: constitución y personalidad jurídica*, Tesis Doctoral, Universidad de Castilla-La Mancha, 1991, pp. 548 ss., así como al «Prólogo» de mi *Legislación sobre asociaciones*, Editorial Tecnos, 2.ª edición, 2000, pp. 77-80. A las analizadas en esos lugares cabe añadir las Sentencias, todas ellas de la Sala de lo Social, de los Tribunales Superiores de Justicia de Extremadura de 4 de octubre de 1995 (AS 1995, 4053), de Aragón de 13 de julio de 1998 (AS 1998, 2753) y de Cantabria de 10 de septiembre de 1998 (AS 1998, 6667), así como la de la Audiencia Provincial de Baleares, Sección 3.ª, de 11 de abril de 1996 (*Ar.Civ.* 1996, 1274). También puede consultarse F. LÓPEZ-NIETO Y MALLO, «Las denominaciones de las asociaciones regidas por la Ley de 1964», *REDA* 21 (1979), pp. 205-219.

ce un patronímico específico que identifique a la asociación respecto de otras similares que se hallen constituidas o puedan constituirse en la misma demarcación, a fin de evitar la indebida apropiación exclusiva del nombre de tal demarcación [art. 7.a) de la Ley vasca de Asociaciones; al símbolo de las asociaciones se refiere el art. 15 de dicha Ley]. En el caso de Cataluña, la Ley 7/1997, de 18 de junio, dedica íntegramente su artículo 7 a la denominación de las asociaciones, exigiendo que haga referencia a sus finalidades estatutarias o al objeto principal y algún nombre que la singularice (apartado 1), declarando inadmisibles las que consistan exclusivamente en la expresión de un territorio, induzcan a error respecto de la naturaleza de la asociación, en especial mediante la adopción de palabras o conceptos propios de personas jurídicas de otra naturaleza, incluyan expresiones contrarias a las leyes o atenten contra el derecho de las personas (apartado 2), prohibiendo que la denominación coincida con la de otra entidad preexistente o se asemeje de tal modo que induzca a confusión sobre la identidad de la asociación (apartado 3), y finalmente, permitiendo que las asociaciones tengan símbolos de identificación (apartado 4).

b) En materia de fundaciones, la Ley 30/1994, de 24 de noviembre, de Fundaciones y de Incentivos Fiscales a la Participación Privada en Actividades de Interés General, exige que conste en los Estatutos fundacionales «la denominación de la entidad, en la que deberá figurar necesariamente la palabra fundación, que no podrá coincidir, o asemejarse de manera que pueda crear confusión, con ninguna otra previamente inscrita en el Registro de Fundaciones» [art. 9.1.a) de la Ley 30/1994; para las fundaciones culturales, con mayor simplicidad, art. 7.1 del Reglamento de las Fundaciones Culturales, aprobado por Decreto 2930/1972, de 21 de julio]. En el plano reglamentario, el artículo 36 del Reglamento del Registro de Fundaciones de competencia estatal, aprobado por Real Decreto 384/1996, de 1 de marzo, regula con detalle los certificados de denominación expedidos por dicho Registro, ordenando que se acompañen a la escritura de constitución y previendo una reserva de denominación análoga a la del artículo 412.1 RRM. Las leyes autonómicas sobre fundaciones contienen una reglamentación sobre la denominación de la fundación similar a la de la ley estatal⁴⁴.

c) En materia de cooperativas, la Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas, exige que la denominación de la sociedad incluya necesariamente las palabras «Sociedad Cooperativa» o su abreviatura «S.Coop.», aclarando que la denomi-

⁴⁴ Cronológicamente ordenadas, cfr. artículo 7.1.a) de la Ley vasca 12/1994, de 17 de junio; artículo 7.a) de la Ley canaria 2/1998, de 6 abril; y artículos 9.f), 10.a) y 12.1.b) de la Ley valenciana 8/1998, de 9 diciembre. Más simples, exigiendo únicamente la constancia de la denominación y, en su caso, la adjetivación de la fundación con el gentilicio propio de la Comunidad Autónoma, artículo 6.a) de la Ley gallega 7/1983, de 22 de junio; y artículo 11.1.a) de la Ley catalana 5/2001, de 2 mayo. Inexplicablemente, la Ley madrileña 1/1998, de 2 marzo, guarda silencio sobre este particular. Lo dispuesto en los preceptos citados ha de completarse con las respectivas regulaciones de los Registros autonómicos de fundaciones, a los que normalmente se atribuye la facultad de expedir certificados de denominación y/o de control de la denominación elegida por la fundación que pretende inscribirse. En ocasiones, es en esa regulación reglamentaria donde se introducen requisitos adicionales a la denominación de la fundación.

nación será exclusiva y que reglamentariamente podrán establecerse sus requisitos (art. 1.3). Por su parte, el artículo 109.II faculta al Registro de Sociedades Cooperativas para emitir la certificación negativa de denominación, previa coordinación con el Registro Mercantil Central así como con los demás Registros de Cooperativas, según las disposiciones que se establezcan al efecto (inexistentes por ahora). No deja de suscitar perplejidad que en la Ley de Cooperativas de 1999 no haya ninguna disposición análoga a la contenida en el artículo 4 de la Ley 3/1987, de 2 de abril, General de Cooperativas, que prohibía a las cooperativas adoptar una denominación idéntica a la de otra ya preexistente (con la aclaración de que la inclusión en la denominación de una referencia a la clase de cooperativa no sería suficiente para determinar la falta de identidad en la denominación), o consistente en nombres equívocos o que induzcan a confusión en relación con su ámbito, objeto social o clase de las mismas, o con otro tipo de entidades. Tampoco existe en la Ley de 1999 una regla de reserva del término «cooperativa» o la abreviatura «Coop.» análoga a la de la Ley de 1987⁴⁵. Más cercana a la Ley estatal de 1987 que a la de 1999 se encuentra la regulación sobre la denominación incluida en las leyes autonómicas sobre cooperativas, acaso porque en su inmensa mayoría son anteriores a la Ley últimamente citada⁴⁶.

d) En materia, finalmente, de sociedades mercantiles, el artículo 9.a) LSA impone la constancia en los Estatutos de la denominación, en la que habrá de figurar necesariamente la indicación «Sociedad Anónima» o su abreviatura «S.A.» (art. 2.1 LSA; también art. 116 RRM). No se podrá adoptar una denominación idéntica a la de otra sociedad preexistente (art. 2.2 LSA), y reglamentariamente podrán establecerse ulteriores requisitos para la composición de la denominación social (art. 2.3 LSA). Los artículos 13.1.a) y 2 LSRL se pronuncian en términos análogos a los preceptos de la Ley de Sociedades Anónimas que se acaban de transcribir, con la única y lógica salvedad de imponer el deber de que en la denominación figure necesariamente la indicación «Sociedad de Responsabilidad Limitada», «Sociedad Limitada» o sus abreviaturas «S.R.L.» o «S.L.» (también art. 177 RRM). Los artículos 398 a 419 RRM, han desarrollado las previsiones de los artículos 2 LSA y LSRL, regulando la denominación de las sociedades y demás entidades inscribibles (arts. 398 a 408 RRM) y el funcionamiento de la Sección de denominaciones del Registro Mercantil Central (arts. 409 a 419 RRM). A estos preceptos deben añadirse el

⁴⁵ Según el artículo 4.4 de la Ley de 1987, «ninguna otra Entidad privada, Sociedad, Asociación o empresario individual podrán [rectius: podrá] utilizar el término «Cooperativa», o en abreviatura «Coop.», ni ningún otro término similar que se preste a confusión, salvo informe favorable del Consejo Superior de Cooperativismo».

⁴⁶ Cronológicamente ordenadas, cfr. artículo 3 del Decreto legislativo catalán 1/1992, de 10 de febrero; artículo 3 de la Ley Foral navarra 12/1996, de 2 de julio; artículo 2 de la Ley vasca 4/1993, de 24 de junio; artículo 5 de la Ley extremeña 2/1998, de 26 de marzo (que contempla una reserva de denominación análoga a la prevista en el art. 412 RRM); artículo 5 del Decreto legislativo valenciano 1/1998, de 23 de junio; artículo 3 de la Ley gallega 5/1998, de 18 de diciembre; artículo 3 de la Ley aragonesa 9/1998, de 22 de diciembre; artículo 3 de la Ley madrileña 4/1999, de 30 de marzo; artículo 3 de la Ley andaluza 2/1999, de 31 de marzo; y artículo 3 de la Ley riojana 4/2001, de 2 julio.

artículo 395 RRM, relativo al contenido de dicha Sección, y el minusvalorado artículo 396 RRM, que posibilita la inclusión de entidades no inscribibles en la Sección de denominaciones. Conforme a este precepto, en efecto, «en la Sección de denominaciones del Registro Mercantil Central podrán incluirse las denominaciones de otras entidades cuya constitución se halle inscrita en otros Registros públicos, aunque no sean inscribibles en el Registro Mercantil, cuando así lo soliciten sus legítimos representantes» (art. 396.1 RRM, cfr. también art. 5 de la Orden de 31 de diciembre de 1991, por la que se aprueban normas relativas al funcionamiento del Registro Mercantil Central); la solicitud de inscripción en la Sección de denominaciones «deberá ir acompañada de certificación que acredite la vigencia de la inscripción en el Registro o Registros correspondientes» (art. 396.2 RRM).

En mi opinión, una decidida voluntad de armonizar los diversos registros públicos donde causan inscripción los distintos tipos de personas jurídicas pasa indeclinablemente por hacer obligatoria la inscripción en un lugar común (sea la Sección de denominaciones del Registro Mercantil Central, sea cualquier otro) de todas las denominaciones de todas las personas jurídicas, creando una suerte de «Registro de Denominaciones de las Personas Jurídicas», análogo al Registro Civil. En esta línea se mueve la Disposición adicional 18.^a de la nueva Ley de Marcas, que encomienda al Gobierno la remisión al Congreso de los Diputados, en el plazo oportuno y tras los estudios y consultas que fueren necesarios, de un proyecto de Ley sobre el régimen de las denominaciones sociales de las entidades jurídicas⁴⁷. La previa coordinación entre todos los registros de personas jurídicas, a los efectos de constatar la similitud o no de sus respectivas denominaciones sociales, es un paso previo e indispensable para la posterior comparación entre esas denominaciones sociales, de un lado, y las marcas, los nombres comerciales y los nombres de dominio, de otro. El anunciado proyecto de Ley sobre las denominaciones sociales de las entidades jurídicas constituirá una «supranorma» que armonizará regulaciones que, como se ha visto con anterioridad, son inexplicablemente diferentes en aspectos para los que el sentido común demanda una solución única, y debería elevar a rango de ley reglas sensatas actualmente contenidas en el Reglamento del Registro Mercantil e incluso en la Orden de 30 de diciembre de 1991, que dedica sus artículos 3 a 20 a la Sección de Denominaciones del Registro Mercantil Central. Con todo, es previsible que tropiece con obstáculos tanto competenciales (competencias autonómicas sobre asociaciones, fundaciones y cooperativas) como formales (reserva de ley orgánica para el desarrollo del derecho fundamental de asociación, aunque no parece que éste sea inconveniente severo).

Los estudios doctrinales más elaborados sobre la denominación de las perso-

⁴⁷ Al igual que sucedió con la Disposición adicional 16.^a, relativa al Proyecto de Ley de nombres de dominio, esta Disposición adicional 18.^a no se encontraba en el Proyecto de Ley de Marcas, sino que fue añadida merced a una enmienda también del Grupo Parlamentario Catalán (Convergencia i Unió); en concreto, la enmienda número 130 (BOCG, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 33-10, 18 de mayo de 2001, p. 87), aceptada en sustancia y con la misma salvedad que la enmienda número 128 del mismo Grupo, que dio lugar a la mencionada Disposición adicional 16.^a.

nas jurídicas han tenido por objeto la denominación de las sociedades anónimas y de responsabilidad limitada⁴⁸. Pero estas contribuciones son igualmente útiles, bien que con las debidas adaptaciones al marco jurídico propio y concreto de cada persona jurídica, para el examen del régimen de la denominación de las asociaciones, de las fundaciones y de las cooperativas.

e) Para otras sociedades mercantiles, habrá que estar a lo previsto en su normativa específica (cfr. arts. 126, 146, 147 y 153 CCom, 5 LSGR y 6 LAIE). En relación con las sociedades civiles, aunque no hay ninguna referencia en el Código Civil sobre su denominación, lo más común es que giren en el tráfico jurídico con un nombre que las identifique en sus relaciones externas.

f) Algunas normas establecen una reserva de denominación en favor de las sociedades constituidas a su amparo, impidiendo su uso a cualesquiera otras entidades (p.ej., arts. 38 de la Ley de Ordenación Bancaria de 31 de diciembre de 1946, 28 y 30 de la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito y 6 de la Ley 1/1999, de 5 de enero, de las Entidades de Capital-Riesgo y de sus Sociedades Gestoras; también, agazapada, la Disposición adicional 19.^a de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades)⁴⁹.

8. Ha tenido recientemente entrada en las Cortes Generales una Proposición de

⁴⁸ Entre tales estudios cabe destacar J. BAUZA GAYA, *La identidad en Derecho. Especial referencia a la identidad en la denominación social de las entidades mercantiles*, 1993; L. M.^a MIRANDA SE-RRANO, *Denominación social y nombre comercial*, 1997; y M. A. DÍAZ GÓMEZ, «La individualización del empresario social a través de la denominación. Análisis de los requisitos comunes a todas las denominaciones sociales, con especial referencia al de novedad o disponibilidad», *RdS* 4 (1995), pp. 99-147. Las aportaciones más recientes son las de C. PAZ-ARES en R. URIÁ/A. MENÉNDEZ, *Curso de Derecho mercantil*, I, 1999, pp. 529-535; J. L. RÍO BARRO, «Las funciones de la denominación social», *ADI* 1999, pp. 333-346; y I. ARROYO MARTÍNEZ/F. MERCADAL VIDAL, «Comentario al artículo 2», en I. ARROYO/J. M. EMBID (coords.), *Comentarios a la Ley de Sociedades Anónimas*, I, 2001, pp. 45-56. En tales lugares pueden encontrarse más amplias referencias bibliográficas. Concretamente para las sociedades anónimas laborales, J. PAGADOR LÓPEZ, «La denominación de las sociedades laborales», en *Derecho de Sociedades. Libro Homenaje a F. Sánchez Calero*, IV, 2002, pp. 4205-4229.

⁴⁹ La Resolución de 22 de febrero de 1991 (*RJ* 1991, 1692) denegó la inscripción de la denominación «Banco Internacional del Diamante», y la de 12 de enero de 1984 (*RJ* 1984, 5749) hizo lo propio con el sustantivo «bank», dado que en ninguno de los dos casos el objeto social era el ejercicio de una actividad bancaria. Por la misma razón, la Sentencia de 28 de noviembre de 1989 [*RJ* 1989, 7917; com. R. LARGO GIL, «Utilización de la denominación «banco» por una sociedad que no figura inscrita en el Registro de Bancos y Banqueros. Imposibilidad de posesión ni de usucapión», *RDBB* 40 (1990), pp. 927 ss.] estimó la demanda del Abogado del Estado contra Banco Filatélico de España, S.A. y ordenó la supresión en la denominación de esta sociedad de la expresión «banco», utilizada con infracción de la Ley de Ordenación Bancaria de 1946. Parecidamente, la Sentencia, 3.^a, de 13 de febrero 2002 (*El Derecho* 2002, 1572), aplicando igualmente esa Ley de 1946, ordena la prohibición del uso del término «bank» por parte de la recurrente, que giraba en el tráfico con la marca y nombre comercial «Merchant Bank». No obstante estos pronunciamientos, una conocida ONG, que adopta la forma de fundación y está inscrita en el correspondiente Registro, gira bajo el nombre «Banco de Alimentos», acaso porque ha obtenido la autorización exigida por la Ley de 1946. Por su parte, la Resolución de 14 de mayo de 1998 (*RJ* 1998, 4455) niega la inscripción de la denominación Instituto Universitario de Sevilla, Sociedad Limitada, que entiende incurso en la prohibición sentada por el artículo 370 RRM de 1989 (art. 405 RRM actual) en relación con las «denominaciones oficiales».

Ley sobre el uso de las lenguas del Estado en la denominación de las personas jurídicas civiles y mercantiles, presentada por el Parlamento de Cataluña⁵⁰. Según se lee en su Exposición de Motivos, la razón que justifica esta Proposición es que, a diferencia de lo que sucede con el nombre de las personas físicas, que encontró en la Ley 17/1977, de 4 de enero, modificatoria del artículo 54 LRC, una solución al problema de la traducción de los nombres de las personas naturales a las lenguas del Estado distintas del castellano, «no ha habido ninguna legislación que regule la traducción de las denominaciones de las personas jurídicas civiles y mercantiles. Concretamente en el ámbito mercantil —continúa la Exposición—, esta situación no se tuvo en cuenta en la Ley 19/1989, de 25 de junio, de reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil a las directivas de la Comunidad Europea en materia de sociedades, ni por el Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, por el cual se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. Tampoco quedó regulada por la Ley del Estado 2/1995, de 23 de marzo, de sociedades de responsabilidad limitada, y, por lo tanto, el Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, por el cual se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil, no tiene en cuenta esta contingencia jurídica. Asimismo, en ninguna legislación reguladora de otras formas de sociedad está prevista la posibilidad de traducir la denominación a la lengua propia y oficial que deseen los asociados respectivos. Por otra parte —concluye—, dado que estas competencias corresponden al Estado, la Ley de Cataluña 1/1998, de 7 de enero, de política lingüística, no hace referencia alguna a la posibilidad de traducir las denominaciones de las personas jurídicas». En virtud de ello, el artículo 1 de la Proposición de Ley remitida por el Parlamento de Cataluña a las Cortes Generales dispone que «las personas jurídicas civiles y mercantiles pueden adaptar la denominación respectiva a la que resulte de traducirla a cualquiera de las lenguas oficiales del Estado», bastando a tal efecto «el acuerdo adoptado por el órgano de decisión que corresponda según la forma propia de cada persona jurídica, con el mismo quórum, si procede, que se exige para modificar sus estatutos». Los artículos 2 a 4 de la Proposición establecen normas arancelarias y tributarias facilitadoras de la traducción de la denominación.

La finalidad de esta Proposición no es permitir el uso de cualquiera de las lenguas oficiales españolas en la denominación de las personas jurídicas, pues semejante posibilidad se encuentra ya indiscutiblemente vigente en nuestro ordenamiento jurídico, donde son lícitas las denominaciones en lengua oficial distinta del castellano. Así, en relación con las entidades inscribibles en el Registro Mercantil, el artículo 399.1 RRM señala que su denominación deberá estar formada «con letras del alfabeto de cualquiera de las lenguas oficiales españolas», lo que significa no sólo que está permitido el uso como denominación social de una expresión en cualquiera de las lenguas oficiales en España, sino incluso en una lengua extranjera que se valga de las letras del alfabeto de cualquiera de las lenguas oficiales españolas. Las únicas expresiones prohibidas serían aquellas que se valieran de otros alfabetos (p.ej., signos de la lengua

⁵⁰ BOCG, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie B, núm. 185-1, 16 de enero de 2002.

⁵¹ Aunque el artículo 399.1 RRM únicamente es aplicable a las entidades inscribibles en el Registro Mercantil, entiendo que el principio que se desprende del mismo vale igualmente para las restantes personas jurídicas.

árabe o de cualquier lengua cirílica)⁵¹. La única excepción a esta regla de libertad se refiere a la necesidad de emplear forzosamente la lengua castellana si, acompañando al nombre de la sociedad, se utiliza la expresión «sociedad anónima», «sociedad limitada» o «sociedad de responsabilidad limitada», dado que los respectivos artículos 2.1 LSA y LSRL incluyen esas expresiones precisamente en lengua castellana, sin permitir su empleo en otras lenguas españolas. A salvo, naturalmente, de la posibilidad de utilizar las correspondientes abreviaturas («S.A.», «S.L.» o «S.R.L.») en lugar de la expresión a texto completo. La misma libertad que rige para la elección de la denominación opera también para la modificación de la denominación elegida. Incluida la traducción de dicha denominación, que no es sino una forma de modificación.

Por tanto, el verdadero alcance de la Proposición no estriba en posibilitar la traducción de la denominación, que actualmente se encuentre en lengua castellana, a cualquier otra lengua oficial española, sino en reducir los aranceles y tributos derivados de la traducción, o incluso en eximir sin más de su pago (arts. 2 a 4 de la Proposición). No está claro si, además de lo anterior, la Proposición pretende que la traducción no sea considerada como una modificación de la denominación, con lo que se evitaría la aplicación del artículo 150.1 LSA y los enojosos y costosos trámites de publicación de la modificación que ese precepto requiere. Es probable que la finalidad de la Proposición se oriente en ese sentido, pero lo cierto es que ninguno de sus preceptos permite alcanzar esa conclusión con un mínimo de certeza. A diferencia, por cierto, de lo que en su artículo 2 se indica en relación con la modificación de los Estatutos⁵².

IV. LA ADOPCIÓN COMO NOMBRE DE DOMINIO DE UN NOMBRE CIVIL O DE UNA DENOMINACIÓN SOCIAL

9. La posibilidad de adoptar como nombre de dominio un nombre civil o una denominación social ha de ser examinada por separado en función de que se trate del código de país «.es» o de cualquiera de los códigos internacionales de uso abierto («.com», «.net», «.org»). Se impone por tal razón un análisis independiente de cada una de estas dos alternativas.

1. EL NOMBRE DE DOMINIO BAJO CÓDIGO DE PAÍS «.ES»

10. En relación con el código de país «.es», la aplicación de los criterios sentados en el Anexo de la Orden de 21 de marzo de 2000, muchos de ellos mo-

⁵² «A los efectos del cálculo de los aranceles notariales y del Registro Mercantil que se deriven como consecuencia de hacer constar el acuerdo de traducción del nombre de una persona jurídica en un documento público y de su inscripción en el registro correspondiente -señala el art. 2 de la Proposición-, *en ningún caso se considera una modificación de los estatutos sociales*» (subrayado mío). La no consideración de la traducción como modificación estatutaria es a los únicos efectos previstos en el precepto (cálculo de los aranceles notariales y del Registro Mercantil).

dificados por la Orden de 12 de julio de 2001, dificulta de modo extraordinario el registro bajo dicho código de un nombre de dominio que coincida con un nombre civil o con una denominación social ajena, siempre que, como es lógico, dichos criterios sean observados con rigor.

La Orden establece una distinción básica entre nombres de dominio regulares y nombres de dominio especiales. Los primeros son aquellos cuya utilización en el sistema de nombres de dominio de Internet está abierta a todos los interesados que tengan derecho a ellos; los nombres de dominio especiales son aquellos cuyo uso está limitado a aplicaciones concretas que se deberán especificar en cada caso, igual que las condiciones para su utilización (art. 2.1). Las consideraciones que se realizan seguidamente se refieren a los nombres de dominio regulares, pues los especiales escapan a las reglas del Anexo de la Orden y, en esa medida, se someten a un régimen exorbitante⁵³.

La regla fundamental del procedimiento de asignación de nombres de dominio regulares bajo el código de país «.es» —y lo mismo vale para los códigos abiertos internacionales— es el conocido principio *first come first served*, remedo del axioma hipotecario *prior in tempore potior in iure*, y en virtud del cual los nombres de dominio «se asignarán al primer solicitante que tenga derecho a ello» (apartado 1 del Anexo)⁵⁴. En el procedimiento de asignación del nombre de dominio no hay un trámite de oposición, a semejanza de lo que sucede en la Ley de Marcas. A ello se unen, y en esto tampoco hay diferencia con los gTLD, las consabidas cláusulas de irresponsabilidad de la autoridad de asignación por vulneración de derechos de terceros y de debilitamiento de la sustancia del nombre de dominio como derecho subjetivo.

Así, conforme al apartado 4.1, «la responsabilidad última del uso del nombre de dominio regular recae siempre sobre la organización para la que se haya re-

⁵³ En efecto, el artículo 2.3 de la Orden, en la redacción dada por la reforma de 2001, dispone lo siguiente: «En caso de notable interés público, la Entidad pública empresarial Red.es podrá designar nombres de dominio especiales, incluidos los genéricos y topónimos, sin sujeción a las normas que se reproducen en el anexo, para su utilización por los interesados. A tal efecto, los solicitantes de nombres de dominio especiales deberán acompañar a su solicitud una memoria explicativa de los fines a que vayan a destinar cada nombre de dominio, los contenidos o servicios que pretendan facilitar mediante su uso y los plazos estimados para la utilización efectiva de dichos nombres. Los beneficiarios de la designación de nombres de dominio especiales deberán solicitar su posterior asignación por la autoridad de asignación, de acuerdo con los procedimientos establecidos con carácter general para los nombres de dominio regulares». Repárese cómo la asignación de nombres de dominio especiales se produce «sin sujeción» a las normas del Anexo. Con todo, estos nombres de dominio especiales tendrán que cumplir las normas de sintaxis del apartado 3.2 del Anexo (art. 2.4 de la Orden, modificada en 2001), y también «los procedimientos establecidos con carácter general para los nombres de dominio regulares» (art. 2.3 transcrito).

⁵⁴ Y, habría que añadir, que pague la correspondiente tasa. En efecto, el faraónico apartado 10 de la Disposición adicional 6.ª de la Ley General de Telecomunicaciones de 1998, en la redacción dada por el artículo 14.3 de la citada Ley 24/2001, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social, indica en uno de sus párrafos que «la tasa se devengará en la fecha en que se proceda, en los términos que se establezcan reglamentariamente, a la admisión de la solicitud de asignación o de renovación de los nombres o direcciones de Internet, *que no se tramitará sin que se haya efectuado el pago correspondiente*» (subrayado mío).

gistrado dicho dominio», por lo que «un proveedor de servicio de Internet no es responsable administrativo de un dominio asignado a una organización a la que dé servicio [...] independientemente de que el proveedor haya hecho uso de intermediario para la asignación de dicho dominio o de que el proveedor esté gestionando, por delegación de la organización, el servidor primario para la zona de segundo nivel asociada al mencionado dominio». La autoridad de asignación, añade el apartado 4.6, «no será, en ningún caso, responsable por la vulneración de derechos de propiedad intelectual o industrial, o de cualesquiera otros derechos o intereses legítimos que puedan derivarse de ella», irresponsabilidad que se extiende al personal y a los representantes de esa autoridad⁵⁵. La asignación de un nombre de dominio regular, en fin, concede a su titular un derecho de contenido sumamente débil. En realidad, y si hemos de dar por bueno el apartado 4.5 del Anexo, «no confiere ningún derecho sobre el mismo, salvo el de su utilización a efectos de direccionamiento en el sistema de nombre de dominio de Internet».

11. Para las personas físicas, la posibilidad de obtener un nombre de dominio bajo el código «.es» se somete a reglas estrictas. En mi opinión, injustificadamente estrictas. Pueden obtener un nombre de dominio regular tanto las personas físicas de nacionalidad española como las extranjeras que residan habitualmente en España (apartado 2.1 del Anexo)⁵⁶. Pero las personas físicas únicamente pueden registrar bajo el código «.es» nombres de dominio que coincidan con los nombres comerciales o las marcas registradas de las que sean titulares (último

⁵⁵ No se han planteado entre nosotros, hasta donde alcanza mi información, reclamaciones contra la autoridad de asignación de nombres de dominio por la concesión de un dominio con violación de derechos de propiedad intelectual o industrial de terceros. Pero sí, de modo sorprendente, una reclamación formulada por denegación de un dominio, que el solicitante ha considerado lesiva de sus derechos y causante de daños. El Dictamen del Consejo de Estado núm. 4862/1998, de 4 de febrero de 1999, versa precisamente sobre un supuesto de estas características [sobre él, cfr. E. GARCÍA-TREVIJANO GARNICA, «¿Es aplicable la responsabilidad administrativa por la denegación para operar en Internet del registro de un nombre de dominio de DNS de segundo nivel bajo «.es»?», *RAP* 149 (1999), pp. 311-319; concretamente pp. 316-317]. La autoridad de asignación denegó el nombre de dominio solicitado porque, según su criterio, el propuesto no identificaba adecuadamente a la organización que lo solicitaba. Sin embargo, posteriormente pudo percatarse el solicitante de que ese mismo nombre de dominio había sido otorgado a otra organización. Suplicaba, en concepto de responsabilidad patrimonial de la Administración, una indemnización de 6.000.000 de pesetas por daños materiales y 1.000.000 de pesetas por daños morales. El Consejo desestima la petición porque el daño alegado no era efectivo, ni evaluable económicamente e individualizado con relación a una persona o grupo de personas. Como bien subraya el autor indicado, lo más relevante de este Dictamen es que el Consejo de Estado da por bueno que la responsabilidad de la autoridad de asignación por la eventual causación de daños a particulares se rige por las normas de responsabilidad patrimonial de la Administración contenidas en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

⁵⁶ La redacción originaria del apartado 2.1 del Anexo se refería a las «personas físicas» sin más.

⁵⁷ La redacción de este pasaje del Anexo, que procede de la reforma de 2001, era menos correcta en su versión originaria, que permitía la asignación a las personas físicas de nombres de dominio únicamente si coincidían con «las denominaciones comerciales o marcas registradas de las que sean titulares» (subrayado mío). La expresión «denominación comercial», inexistente en nuestro Derecho de la propiedad industrial, ha sido sustituida por la más atinada de «nombre comercial».

párrafo del subapartado 3.4.1 del Anexo)⁵⁷. Ello significa que no pueden obtener bajo «.es» un nombre de dominio que coincida con su nombre civil (nombre de pila y apellidos, o bien solo nombre de pila, o solo apellidos), a no ser que ese nombre civil se encuentre registrado como nombre comercial o como marca, algo perfectamente posible tanto en la Ley de Marcas de 2001 [art. 9.1.a) y b)] como en la de 1988 [art. 13.a) y b)]. No es preciso que el nombre comercial o la marca se hayan registrado precisamente en la OEMP y tengan la condición de nombre comercial español o de marca española. Cabe que se trate de una marca comunitaria de las reguladas en el Reglamento n.º 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria⁵⁸, registrada en la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI; cfr. arts. 2, 6 y 25 ss. del Reglamento), o incluso una marca internacional (cfr. art. 79 de la Ley 17/2001, en relación con el Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas de 14 de abril de 1891). Es más dudoso, en cambio, si puede darse por válido, a los efectos de solicitar la asignación de un nombre de dominio bajo el código «.es», que el nombre civil se encuentre registrado como nombre comercial o como marca al amparo de una normativa nacional distinta de la española (piénsese, por ejemplo, en el caso de un nacional francés, que tiene registrado su nombre civil como marca de conformidad con la normativa francesa de marcas —pero no al amparo de la normativa española—, y que, residiendo habitualmente en España, solicita la asignación como nombre de dominio bajo «.es» de su nombre civil). En cualquier caso, la autoridad de asignación tendrá que exigir a la persona física que solicite un nombre de dominio la certificación registral acreditativa de la titularidad vigente (es decir, no caducada) de la marca o del nombre comercial que pretenda utilizar como dominio. Aunque esta exigencia no se encuentra impuesta de modo expreso en el Anexo de la Orden de 21 de marzo de 2000, así debe considerarse porque es la única manera de que la autoridad de asignación pueda dar cumplimiento a la finalidad perseguida por la Orden, que no es otra que garantizar la coincidencia entre el nombre de dominio solicitado por una persona física y la marca o el nombre comercial de que esa persona es titular.

En el supuesto de licencia de la marca o del nombre comercial, habrá que estar a lo pactado en el contrato para determinar quién de los dos puede solicitar la asignación de un nombre de dominio coincidente con el signo distintivo. En caso de silencio contractual, ha de entenderse que semejante facultad corresponde al licenciatario (arg. *ex* art. 48.4 de la Ley 17/2001).

Tampoco se asignará a las personas físicas un nombre de dominio que coincida con el seudónimo con que son conocidos, con el título nobiliario del que son titulares, o con su nombre artístico, a menos que el seudónimo, el título nobiliario o el nombre artístico de que se trate estén debidamente registrados a su favor como nombre comercial o como marca (no es válido a estos efectos el registro del nombre artístico en la SGAE). Y ello porque, en última instancia, la regla que se obtiene del Anexo es que las personas físicas únicamente pueden hacer valer en la red nombres de dominio que coincidan con sus mar-

⁵⁸ DOCE n.º L 11, de 14 de enero de 1994.

cas o sus nombres comerciales registrados.

12. Las personas jurídicas gozan de un relativamente mayor ámbito de actuación a la hora de elegir su nombre de dominio bajo código de país «.es». El apartado 2.1 del Anexo reconoce la posibilidad de obtener un dominio de esas características a las «entidades con personalidad jurídica propia constituidas conforme a la legislación española que se encuentren inscritas en el correspondiente Registro público español»⁵⁹. Aunque en la redacción actual de este apartado haya desaparecido la referencia expresa a las personas jurídicas de derecho público (p. ej., colegios profesionales, cámaras de comercio...), es claro que también bajo la nueva normativa este tipo de personas jurídicas están capacitadas para solicitar un nombre de dominio. La obtención de un dominio bajo código «.es» por parte de entidades públicas o privadas se encuentra supeditada a una triple exigencia. En primer lugar, es preciso que tengan personalidad jurídica, adquirida de conformidad con lo previsto en la normativa reguladora del tipo de persona jurídica de que se trate. Las entidades carentes de personalidad jurídicas (por ejemplo, comunidades de vecinos, copropiedades ordinarias, uniones sin personalidad, asociaciones de hecho de carácter temporal...) están excluidas del código «.es»⁶⁰. En segundo lugar, es necesario que se encuentren constituidas conforme a la legislación española, lo que normalmente significará que tendrán nacionalidad española (cfr. arts. 9.11 y 28 CC; pero cfr. arts. 5.1 LSA y 6.1 LSRL). Finalmente, en tercer lugar, resulta preceptivo que se encuentren inscritas en el registro público español que corresponda, en razón del tipo de entidad de que se trate, y cualquiera que sean los efectos anudados a la inscripción (atributivos de personalidad jurídica, como normalmente sucede, u otros distintos).

A la vista de estos requisitos, se suscita alguna duda en relación con las sociedades civiles. Aun cuando disfruten de personalidad jurídica con arreglo al artículo 1669 CC, no existe un «correspondiente» registro público español en el que puedan causar inscripción. La puerta abierta por la Disposición adicional única del Real Decreto 1867/1998, de 4 de septiembre, de modificación del Reglamento Hipotecario, que adicionó dos artículos al Reglamento del Registro

⁵⁹ La redacción reproducida en el texto se corresponde con la dada al apartado 2.1 por la Orden de 2001. En su versión originaria, este apartado legitimaba para la obtención de un nombre de dominio a «las organizaciones legalmente constituidas, entendiéndose como tales todas las personas jurídicas de derecho público o privado debidamente constituidas».

⁶⁰ En efecto, el apartado 2.2 del Anexo aclara que «no podrán recibir la asignación de nombres de dominio regulares las entidades sin personalidad jurídica, como las sucursales, departamentos, delegaciones, secretarías, consejerías, concejalías o demás partes de una organización, que habrán de ampararse bajo un dominio asignado para toda la organización de la cual dependan, con la excepción prevista en el apartado siguiente». Ese apartado siguiente, el 2.3 del Anexo, admite la concesión de un nombre de dominio regular en favor de «la primera sucursal, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, de sociedades extranjeras legalmente constituidas, los Departamentos ministeriales de la Administración General del Estado y las Consejerías de las Comunidades Autónomas». La referencia a la primera sucursal inscrita de una sociedad extranjera procede de la reforma de 2001, pues en su versión originaria la excepción únicamente estaba reconocida para los Departamentos ministeriales de la Administración General del Estado y las Consejerías de las Comunidades Autónomas.

Mercantil para hacer posible la inscripción de todas las sociedades civiles en dicho Registro⁶¹, quedó cerrada con la Sentencia del Tribunal Supremo, Sala 3.ª, de 24 de febrero de 2000⁶², que los anuló por infracción del principio de reserva de ley establecido en los artículos 16.1.5.º CCom y 35.2.º CC.

Desde el punto de vista material, el Anexo impone otras exigencias al nombre de dominio solicitado por una persona jurídica, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Sólo se podrán asignar como nombres de dominio los siguientes (subapartado 3.4.1 del Anexo):
 - (i) El nombre completo de la organización, tal y como aparece en su escritura o documento de constitución [letra (a)]. Este nombre es el que el Anexo llama en ocasiones «nombre oficial» de la organización. Por «organización» se ha de entender, en este apartado y en todos los restantes del Anexo en los que se emplea ese término, las personas jurídicas que cumplen los requisitos previstos en el Anexo para solicitar un nombre de dominio. Esta apreciación es compartida por la Resolución de la DGRN 10 de octubre de 2000, que advierte que en el término organización se incluyen «las personas jurídicas» (Fundamento de Derecho cuarto).
 - (ii) Un acrónimo del nombre completo de la organización lo más cualificado posible, de forma que sea directa y fácilmente asociable a su nombre oficial; preferentemente un acrónimo habitualmente usado por la organización y legalmente registrado en la Oficina Española de Patentes y Marcas [letra (b)]⁶³. El adverbio «preferentemente» demuestra que cabe solicitar como

⁶¹ Se trataba del artículo 81.3 RRM («Podrán también inscribirse [en el Registro Mercantil] las sociedades civiles, cualquiera que sea su objeto, aunque no tengan forma mercantil») y del artículo 269 bis RRM («Las sociedades civiles que no tengan forma mercantil podrán inscribirse con arreglo a las normas generales de este Reglamento en cuanto le sean aplicables. En la inscripción primera de las sociedades civiles se hará constar las siguientes circunstancias: 1.ª La identidad de los socios. 2.ª La denominación de la sociedad en la que deberá constar la expresión «Sociedad Civil». 3.ª El objeto de la sociedad. 4.ª El régimen de administración. 5.ª Plazo de duración si se hubiera pactado. 6.ª Los demás pactos lícitos que se hubieron estipulado. En la hoja abierta a la sociedad serán inscribibles el nombramiento, cese y renuncia de los administradores, los poderes generales, su modificación o revocación, la admisión de nuevos socios, así como la separación o exclusión de los existentes, la transmisión de participaciones entre los socios, y las resoluciones judiciales o administrativas que afecten al régimen de administración de la sociedad»).

⁶² RJ 2000, 2888. Véase su Fundamento de Derecho noveno.

⁶³ O, añadido yo, en la OAMI. En otros apartados del Anexo, la reforma de 2001 ha incluido una referencia a la OAMI, junto a la que la versión originaria hacía a la OEPM. Así sucede con la letra (h) del apartado 3.3, o con la letra (c) del subapartado 3.4.1. En mi opinión, la falta de modificación en 2001 de la letra (b) del subapartado 3.4.1 ha de ser considerada como un descuido, y no como un deliberado propósito de excluir, en el supuesto previsto en dicha letra, las marcas registradas en la OAMI.

nombre de dominio un acrónimo que no sea el registrado en la OEPM. Aunque no se permitirá a ninguna organización recibir la asignación de un acrónimo que no se corresponda razonable e intuitivamente con su nombre oficial (subapartado 3.4.2). El acrónimo, según reiterada doctrina de la DGRN, no forma parte de la denominación social, sin perjuicio de su posible protección por la vía de su registro como nombre comercial [art. 87.2.d) de la Ley 17/2001] o como marca [arts. 4.2.a) y 9.1.b) de la Ley 17/2001]⁶⁴.

(iii) Uno o varios nombres comerciales o marcas legalmente registradas, tal como consten inscritos en la OEPM o en la OAMI, aunque no se admitirán rótulos de establecimientos dado su carácter local [letra (c)]⁶⁵.

- En coherencia con las reglas anteriores, está prohibido el nombre de dominio que «se asocie de forma pública y notoria a otra organización, acrónimo o marca distintos de los del solicitante del dominio [apartado 3.3, letra (g), del Anexo].
- Está también prohibido el nombre de dominio que se componga exclusivamente de nombres propios o apellidos, «salvo cuando se corresponda literalmente con una marca o nombre comercial registrado en la Oficina Española de Patentes y Marcas o en la Oficina de

⁶⁴ Reflejan esta doctrina las Resoluciones de 1 de diciembre de 1997 (*RJ* 1997, 8820), 19 de noviembre de 1993 (*RJ* 1993, 9122) y 15 de noviembre de 1993 (*RJ* 1993, 9118). En la primera de ellas se lee que el artículo 398.2 RRM, «con la finalidad de evitar más eficazmente la dualidad de nombre -que se produciría de admitir la denominación social, por una parte, y anagrama o abreviatura, por otra-, prohibi[ó] que las siglas o las denominaciones abreviadas formen parte de la denominación y, por ello, los anagramas gozarán únicamente de la protección derivada de lo establecido en la Ley de Marcas cuando se constituyan como nombre comercial»; por ello «ha de entenderse proscrita toda abreviatura cuya añadidura pueda provocar dualidad de nombre social, aunque esté integrada por las primeras letras de algunos y no de todos los restantes vocablos que constituyen la denominación social» (Fundamento de Derecho segundo).

Tengo para mí que, a estos efectos, los conceptos de «acrónimo» y «anagrama» hay que manejarlos como sinónimos. Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (21.ª ed., 1992), acrónimo es «la palabra formada por las iniciales y, a veces, por más letras, de otras palabras». Anagrama es la «transposición de letras de una palabra o sentencia, de que resulta otra palabra o sentencia distinta» (primera acepción), así como la «palabra o sentencia, que resulta de esa transposición de letras; como de *amor*, *Roma*» (segunda acepción). Pero, por extensión, anagrama es también «símbolo o emblema, especialmente el constituido por letras». En este último significado, anagrama y acrónimo son sinónimos.

⁶⁵ La reforma de 2001 ha afectado a esta letra (c) en un doble sentido. De una parte, se ha sustituido la referencia a las «denominaciones comerciales» por otra, técnicamente más precisa, a los «nombres comerciales»; de otra, y según se ha indicado en la nota precedente, se alude a la OAMI al mismo nivel que la OEPM. En relación con los rótulos de establecimientos, téngase presente que la nueva Ley de Marcas suprime su carácter registral, dejando su protección a las normas comunes de competencia desleal y manteniendo transitoriamente el régimen de los rótulos registrados al amparo de la normativa que se deroga (cfr. Disposiciones transitorias 3.ª y 4.ª de la Ley 17/2001).

Armonización del Mercado Interior a nombre de la organización o persona física solicitante del dominio» [apartado 3.3, letra (h), del Anexo]⁶⁶.

- Existía en la versión originaria de la Orden una excepción a las prohibiciones de nombres de dominio establecidas en el último párrafo del apartado 3.3 del Anexo, basada, entre otros elementos, en la coincidencia entre el dominio propuesto y la denominación social de la organización⁶⁷. Este párrafo, de difícil inteligencia en alguno de sus pasajes (¿qué quería decir que «la denominación social ya incluye su forma social o abreviatura»? ¿cuál era la «sección 2» de que hablaba el apartado?), ha sido expresamente derogado con ocasión de la reforma de 2001.
- No se admitirán dominios que incorporen comodines o coletillas (tipo sufijo «net» o prefijo «inter», etc.) que no tengan relación alguna con el nombre oficial de la organización solicitante (subapartado 3.4.3).
- El subapartado 3.4.4 recoge lo que parece ser una regla de cierre del sistema. Según el mismo, cuando de la aplicación de las normas contenidas en los subapartados 3.4.1, 3.4.2 y 3.4.3 resulte un dominio en contradicción con los apartados 3.2 y 3.3, el nombre de dominio no será admitido y habrá de ser modificado o cualificado de tal forma que cumpla dichas normas, incluso cuando el nombre de dominio propuesto se corresponda literalmente con el nombre completo de la organización solicitante o con el de una de las marcas o nombres comerciales registrados por el solicitante. Por ejemplo, si contiene ca-

⁶⁶ Cfr. la clásica Sentencia de 13 de noviembre de 1965 (*RJ* 1965, 2041), sobre la marca de la ganadería taurina «Pérez-Tabernero», constituida únicamente por apellidos. En comparación con la versión originaria de la letra (h) del apartado 3.3, la Orden de 2001 introduce las siguientes modificaciones. En primer lugar, se ha añadido una referencia a la OAMI, que se suma a la mención que en la versión originaria se hacía a la OEMP. En segundo lugar, mientras que la versión primitiva únicamente hacía alusión a la marca o nombre comercial registrado «a nombre de la organización solicitante del dominio», la actualmente vigente se refiere a la marca o nombre comercial registrado «a nombre de la organización o persona física solicitante del dominio»; esta modificación resulta coherente con el último párrafo del subapartado 3.4.1 del Anexo, también reformado en 2001, que limita los nombres de dominio asignables a las personas físicas a aquellos que coincidan con los nombres comerciales o las marcas registradas de las que sean titulares. Finalmente, en tercer lugar, ha desaparecido la excepción a la prohibición que se contenía en la versión originaria, y que tenía por objeto «la asignación, sin las citadas restricciones, de subdominios a las personas físicas».

⁶⁷ Su formulación era la siguiente: «Las prohibiciones establecidas en los apartados b), c) y e) precedentes no serán de aplicación a las solicitudes de nombres de dominio *que reproduzcan literalmente el de la organización solicitante del dominio*, tal como aparezca en el Registro público correspondiente, o el de una de sus marcas o nombres comerciales registrados en la Oficina Española de Patentes y Marcas. En el caso de las sociedades mercantiles, *la denominación social ya incluye su forma social o abreviatura*. Para el resto de organizaciones incluidas en la sección 2, el nombre de dominio deberá ser cualificado con la forma social correspondiente» (los subrayados son míos).

racteres no permitidos, éstos habrán de ser sustituidos por otros afines⁶⁸; si el nombre de dominio es un genérico o toponímico, habrá de ser cualificado con la forma jurídica de la organización (por ejemplo, «—sa», «-sl», «-sc», «fundación—», «fund-», «asociación-» o «asoc-»)⁶⁹, o, si se tratara de una marca, con el número de la clase del nomen-

⁶⁸ Según la letra (a) del apartado 3.2, los únicos caracteres válidos para un nombre de dominio son las letras de los alfabetos de las lenguas españolas (el sistema de nombres de dominio no distingue entre mayúsculas y minúsculas), los dígitos («0» - «9») y el guión («-»). En su redacción originaria de 2000, los únicos caracteres permitidos eran las letras del alfabeto inglés. La modificación obedece a la posibilidad técnica, alcanzada con posterioridad a la Orden de 2000, de que la letra de la lengua castellana «ñ» forme parte de un nombre de dominio; lo que también sucede con alguna otra letra del alfabeto de otras lenguas españolas (por ejemplo, la letra de la lengua catalana «ç»). Por eso la reforma de 2001 ha incorporado a la Orden de 2000 una nueva Disposición transitoria 4.^a, que afecta directamente, entre otros posibles supuestos, a aquellas organizaciones que incluyan en su denominación social las letras «ñ» o «ç» y que se hayan visto obligadas a utilizar, en sustitución de las mismas, otros caracteres (por ejemplo, la letra «n» o la combinación «ny» en lugar de la letra «ñ»; o la letra «c» en sustitución de la letra «ç»).

La nueva Disposición transitoria 4.^a es del siguiente tenor: «Hasta que los mecanismos de reconocimiento de los caracteres multilingües en el sistema de nombres de dominio de Internet no estén operativos, no podrán asignarse nombres de dominio bajo del código de país correspondiente a España que contengan letras propias de las lenguas españolas distintas de las incluidas en el alfabeto inglés. Mientras persista esta situación, dichas letras habrán de ser sustituidas por otras afines (por ejemplo: «ñ» por «n» o «ny»). La autoridad de asignación dará publicidad con antelación suficiente a la posibilidad de solicitar nombres de dominio que contengan las citadas letras de las lenguas españolas, en cuanto los mecanismos técnicos de reconocimiento de caracteres permitan su utilización en el sistema de nombres de dominio de Internet. Las personas u organizaciones que, para posibilitar su asignación, hubieran tenido que modificar sus nombres de dominio por contener letras propias de las lenguas españolas distintas de las del alfabeto inglés, podrán solicitar su cambio por otras que contengan dichas letras. Dicha opción -continúa el precepto- podrá ejercitarse en el plazo de tres meses desde la fecha anunciada por la autoridad de asignación para su utilización en el sistema de nombres de dominio bajo del código de país correspondiente a España. Si los interesados no hicieran uso de este derecho en el plazo indicado, los dominios afectados quedarán disponibles para su asignación a los solicitantes que tuvieran derecho a ello».

Esta Disposición transitoria 4.^a reconoce un derecho de preferencia, ejercitable en los tres meses siguientes al anuncio por la autoridad de asignación de la posibilidad de utilizar las letras «ñ» y «ç», del que pueden valerse las organizaciones que utilicen como nombre de dominio su propia denominación, en la cual figuren los caracteres «ñ» o «ç», pero que se hayan visto en la necesidad de sustituirlos en su dominio por otras similares debido a razones de pura imposibilidad técnica (por ejemplo, la sociedad anónima denominada «Mañanas de Mayo, S.A.» que tuviera asignado el nombre de dominio www.mananasdemayo.es). El derecho de preferencia les permitirá acomodar su nombre de dominio a la denominación social (en nuestro ejemplo, www.mañanasdemayo.es), sin riesgo de que, durante el plazo de duración de la preferencia, el nuevo dominio sea ocupado por un tercero, acaso con derecho suficiente (por ejemplo, una hipotética fundación llamada igualmente «Mañanas de Mayo», o el titular del nombre comercial «Mañanas de Mayo»).

⁶⁹ En ningún caso se admitirá un nombre de dominio que se componga exclusivamente de un topónimo (por ejemplo: países, regiones, provincias, comarcas, municipios, pueblos, islas, gentilicios, montañas, mares, lagos, ríos o monumentos) [letra (b) del apartado 3.3] o exclusivamente de un genérico (o su abreviatura) de productos, servicios, establecimientos, sectores, profesiones, actividades, aficiones, religiones, áreas del saber humano, tecnologías, clases o grupos sociales, enfermedades, especies animales, vegetales o minerales, cualidades o características de las personas, los seres vivos o las cosas [letra (c) del apartado 3.3]. Los nombres de dominio que se compongan exclusivamente de una combinación de los casos contemplados en las indicadas letras (b) y (c) están también prohibidos, aunque se admitirá el nombre que resulte exclusivamente de dicha combinación cuando identifique, de forma inequívoca, a la organización solicitante, si bien este supuesto sólo será de aplicación para organismos públicos y organizaciones de indiscutible reconocimiento por el público de todo el Estado [letra (e) del apartado 3.3].

clátor internacional de productos y servicios en que está registrada por el solicitante del dominio (por ejemplo, «-38», «-c38» o «-clase38»).

13. Como se ha podido ver, en el diseño de los nombres de dominio bajo código de país «.es» existe una estrecha relación entre el nombre de dominio, de un lado, y la denominación social (y los signos distintivos: marca y nombre comercial), de otro. Tal relación es la que da sentido a un par de previsiones de carácter general de la Orden de 21 de marzo de 2000 que conviene poner de relieve.

En primer lugar, el artículo 6 de la Orden, que se corresponde con el artículo 7 antes de la modificación de 2001, señala que en la asignación de los nombres de dominio regulares «se procurará la necesaria coordinación con el Registro Mercantil Central, la Oficina Española de Patentes y Marcas, los demás registros públicos nacionales y la Oficina de Armonización del Mercado Interior», coordinación que «se habrá de llevar a cabo con la debida celeridad, empleando, siempre que sea posible, medios telemáticos»⁷⁰. Pero no se especifica, ni en este precepto ni en ningún otro lugar, en qué y cómo se concreta esa «necesaria coordinación» entre la autoridad de asignación de los dominios «.es» y los registros y oficinas públicos que se mencionan. También es absolutamente insustancial la mención que al Registro Mercantil Central se contiene en el artículo 3 II de la Orden, que atribuye a la Comisión para la Supervisión del Acceso a la Información las funciones de estudio, deliberación y elaboración de propuestas en materias de regulación del sistema de designación de nombres de dominio de Internet bajo el código «.es», para lo cual «recabará informe de la Oficina Española de Patentes y Marcas y del Registro Mercantil Central».

En segundo lugar, el apartado 4.3 del Anexo advierte que la asignación de nombres de dominio regulares «sólo tendrá validez mientras se mantengan las condiciones que dieron lugar a aquélla», por lo que «perderá efecto cuando se compruebe la existencia de la nulidad de la inscripción o se acredite por la Administración la pérdida del derecho al mantenimiento de la titularidad del nombre por su titular». El alcance de esta norma es claro. Puesto que el nombre de dominio regular de una persona jurídica ha de coincidir con su denominación social completa o su acrónimo, o con una marca o nombre comercial de la que sea titular (en el caso de las personas físicas, únicamente con una marca o nombre comercial), es evidente que cualquier vicisitud eventualmente sufrida por esa denominación social, o por esa marca o nombre comercial, tiene que reflejarse de modo necesario sobre el nombre de dominio asignado. Así por ejemplo, si la sociedad anónima modifica su denominación social, o si la marca que le había concedido la OEPM es anulada por un tribunal, el mantenimiento en el disfrute del nombre de dominio coincidente con la antigua denominación social, o con la antigua marca concedida por la OEMP,

⁷⁰ La mención a la OAMI no se encontraba en la versión originaria de la Orden, sino que procede de la reforma de 2001.

no es ya posible como no sea en contra de las previsiones de la Orden. Este género de casos es el contemplado por el apartado 4.3, el cual, sin embargo, no ofrece soluciones bien perfiladas desde el punto de vista técnico y presenta muchos aspectos confusos e incompletos.

14. La correcta articulación entre el Registro Mercantil Central, a cuyo cargo se encuentra la Sección de Denominación, y la autoridad de asignación de nombres de dominio regulares es un objetivo deseable que no se encuentra debidamente satisfecho en la regulación vigente y que debería alcanzarse en la proyectada regulación sobre el ccTLD «.es», sea cual fuere el marco normativo finalmente elegido de los varios que, según se vio con anterioridad, permanecen abiertos en el momento presente. Las previsiones que se han examinado más arriba, extraídas de la Orden de 2000, si bien responden a una posición de principio que resulta asumible, no son de ninguna manera suficientes.

A las tres posibilidades normativas que entonces se mencionaron hay que añadir ahora una cuarta, el Anteproyecto de Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, preparado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología⁷¹, que intenta arbitrar alguna medida efectiva de coordinación entre el Registro Mercantil Central y los nombres de dominio. Con todo, la posición del prelegislador en este punto parece bastante errática. En la segunda versión del Anteproyecto, de 18 de enero de 2001, se incluía una Disposición final 4.^a («Coordinación entre denominaciones sociales y nombres de dominio de Internet») que encomendaba al Gobierno la promulgación, en el plazo de seis meses, de un Real Decreto por el que se introducirían en el Reglamento del Registro Mercantil las modificaciones necesarias «para establecer los criterios de coordinación entre denominaciones sociales y nombres de dominio de Internet, asegurar que aquéllas no puedan inducir a error sobre su carácter de denominación social o de nombre de dominio y que no puedan confundirse con nombres de dominio ajenos, de los que el Registro Mercantil Central pueda tener constancia por su notoriedad». Esta previsión se completaba con el artículo 10.1 del mismo Anteproyecto, que obligaba a los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España (lo que es presume, ex art. 4.1 del Anteproyecto, si el prestador tiene su residencia o domicilio social en territorio español) a comunicar al Registro Público en que deban inscribirse para la adquisición de personalidad jurídica (caso de las sociedades mercantiles, las cooperativas y las fundaciones) o a los solos efectos de publicidad (caso de las asociaciones; cfr. art. 22.3 CE, en su más admitida interpretación jurisprudencial y ahora, también, art. 5.2 de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, del Derecho de Asociación) «el nombre o nombres de dominio de Internet que utilicen para la realización de actividades económicas en la red, así como todo acto de cancelación del mismo y sus modificaciones», comunicación que habría de producirse en el plazo de quince días desde la obtención del correspondiente nombre de dominio, su cancelación o modificación.

⁷¹ Los diversos borradores de este Anteproyecto de Ley (tres por ahora) han estado sucesivamente disponibles en <<http://www.mcyt.es>>.

Conforme al artículo 10.2, los nombres de dominio y sus variaciones se anotarían en la hoja abierta a cada prestador de servicios, de conformidad con las normas reguladoras de cada Registro, y las anotaciones practicadas en los Registros Mercantiles se comunicarían al Registro Mercantil Central para su inclusión entre los datos que son objeto de publicidad informativa por dicho Registro. Respecto de los prestadores de servicios que tuvieran concedido uno o varios nombres de dominio a la entrada en vigor de la Ley, la Disposición adicional única les imponía el deber de solicitar su anotación en el Registro Público en que figuraran inscritos en el plazo de un año desde la referida entrada en vigor.

Con estas medidas se trataba, mejor o peor, de coordinar los nombres de dominio y las denominaciones sociales de las personas jurídicas inscritas en sus respectivos registros, de modo muy particular las denominaciones de las sociedades inscritas en el Registro Mercantil. Pero la severa crítica al Anteproyecto procedente de algunos sectores de usuarios ha obligado al Ministerio a rectificar parcialmente su posición, como atestigua la tercera versión del Anteproyecto, de 30 de abril de 2001. Así, por una parte ha desaparecido la Disposición final 4.^a antes vista, y por otra se ha dado una redacción aparentemente menos taxativa al artículo 10, que pasa a ser artículo 9 en esa tercera versión. Ahora, según el artículo 9.1 I, «los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España deberán comunicar a los Registros Públicos en los que, en su caso, estén inscritos, el nombre o nombres de dominio de Internet que utilicen con carácter permanente, así como todo acto de sustitución o cancelación del mismo, salvo que dicha información conste ya en el correspondiente Registro público». La Disposición adicional única de la segunda versión ha pasado a ser en la tercera la Disposición transitoria única, sin modificación alguna. Finalmente, el Proyecto de Ley presentado por el Gobierno mantiene en lo

⁷² Cfr. *BOCG*, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 68-1, 22 de febrero de 2002. En su Exposición de Motivos subraya que «se prevé la anotación del nombre o nombres de dominio de Internet que correspondan al prestador de servicios en el Registro Público en que, en su caso, dicho prestador conste inscrito para la adquisición de la personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad, con el fin de garantizar que la vinculación entre el prestador, su establecimiento físico y su «establecimiento» o localización en la Red, que proporciona su dirección de Internet, sea fácilmente accesible para los ciudadanos y la Administración Pública». El artículo 9.1 del Proyecto impone a los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España el deber de comunicar «al Registro Mercantil en el que se encuentren inscritos, o a aquel otro Registro Público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad, el nombre, nombres de dominio o direcciones de Internet que, en su caso, utilicen con carácter permanente, así como todo acto de sustitución o cancelación de los mismos, salvo que dicha información conste ya en el correspondiente Registro». La comunicación deberá practicarse en el plazo de un mes desde la obtención, sustitución o cancelación del correspondiente nombre de dominio o dirección de Internet (art. 9.3). Una vez comunicados, «los nombres de dominio y su sustitución o cancelación se harán constar en cada Registro, de conformidad con sus normas reguladoras», con la particularidad -y este es un indicio de coordinación entre nombres de dominio y denominaciones sociales, aunque configurada de modo muy rudimentario- de que «las anotaciones practicadas en los Registros Mercantiles se comunicarán inmediatamente al Registro Mercantil Central para su inclusión entre los datos que son objeto de publicidad informativa por dicho Registro» (art. 9.2). A los prestadores de servicios de la sociedad de la información que vinieran utilizando antes de la entrada en vigor de la nueva Ley nombres de dominio o direcciones de Internet la Disposición transitoria única del Proyecto les im-

sustancial las previsiones del último Anteproyecto⁷².

En la consecución de ese deseable objetivo de coordinación entre los registros públicos de las personas jurídicas (y no solo el Registro Mercantil Central, aunque sea el más relevante en el tráfico jurídico económico) y los nombres de dominio, objetivo que no alcanza en su plenitud la última versión del Anteproyecto, conviene hacer un par de advertencias de técnica legislativa. En primer lugar, sería aconsejable aunar toda la disciplina sobre nombres de dominio en un único cuerpo legal, sea cual fuere su rango normativo y su procedencia ministerial, en lugar de mantener dispersas en varios textos previsiones de importancia sustancial. En segundo lugar, el legislador ha de tomar partido a la hora de sentar los criterios más elementales de coordinación entre los registros de las personas jurídicas y los nombres de dominio, renunciando al cómodo expediente de remitir a los reglamentos toda esta tarea en su integridad. En este sentido, las directrices del Anteproyecto son prácticamente remisiones en blanco al Reglamento del Registro Mercantil.

2. EL NOMBRE DE DOMINIO BAJO CÓDIGO INTERNACIONAL DE USO ABIERTO («.COM», «.NET», «.ORG»)

15. La asignación de un nombre de dominio bajo un gTLD abierto («.com», «.net», «.org») no está sometida a las restricciones que se han indicado con anterioridad a propósito del gTLD «.es». La práctica atestigua sobradamente esta afirmación, sobre la que no hace falta insistir. Ello significa que nombres civiles, artísticos o de personajes animados, seudónimos, títulos de obras, denominaciones sociales, acrónimos y marcas se convierten en nombres de dominio bajo un gTLD abierto sin más dificultad que la derivada de localizar en la red una autoridad de asignación, pagar las correspondientes tasas y aceptar las condiciones contractuales impuestas por esa autoridad. Tan fácil y simple como eso.

La praxis del Centro de Mediación y Arbitraje de la OMPI y de los restantes órganos encargados de administrar la Política Uniforme de Solución de Controversias de la ICANN demuestra con creces el elevado número de conflictos que se suscita por la presunta colisión de los nombres de dominio registrados en estos gTLD con derechos de terceros de toda naturaleza⁷³. Por poner un ejemplo elocuente y bien apreciable, en el momento en que se escriben estas líneas (28 de enero de 2002), y según la información que se obtiene de

pone el deber de «solicitar su anotación en el Registro Público en que figuraran inscritos a efectos constitutivos, en el plazo de un año, desde la referida entrada en vigor». No se alcanza a comprender por qué razón la Disposición transitoria única omite mencionar aquellos Registros en los que la inscripción de la entidad no se produce a efectos constitutivos (atributivos de personalidad jurídica), sino a los solos efectos de publicidad. Si el artículo 9.1 menciona ambas modalidades registrales, lo natural sería que la Disposición transitoria única hiciera lo mismo.

⁷³ Se remite sobre esta materia al estudio de R. CASAS VALLÉS, «Política uniforme para la resolución de conflictos en materia de nombres de dominio», citado en una nota precedente de este trabajo.

la base de datos «Whois», resulta que se encuentran ocupados ciertos nombres de dominio por quienes, en principio, no aparentan tener ningún derecho a ello⁷⁴.

La Política Uniforme de Solución de Controversias no ofrece una solución satisfactoria a todos los supuestos de ocupación de un nombre de dominio por quien, en apariencia, no tiene derecho a él. Y ello porque el demandante ha de alegar y probar, entre otros elementos, confusión entre el nombre de dominio registrado y «una marca de productos o de servicios» sobre la que tenga derecho [párrafo 4.a).i) de la Política; las referencias a la marca se repiten en el párrafo 4.b).i), ii) y iv) de la Política]. Ello significa que cualquier confusión de un nombre de dominio con un signo que no sea una marca (por ejemplo, con un nombre comercial, con una denominación social o con un nombre civil) queda fuera del ámbito de aplicación de la Política. A veces se han superado estas limitaciones acudiendo a una interpretación de la Política más voluntarista que otra cosa, como ha sucedido, por citar casos que nos son cercanos, con las decisiones del panel de la OMPI relativas a los dominios «joseluissampedro.com», «rosamontero.com» y «lorenzsilva.com»⁷⁵. La estrecha literalidad de la Política responde mayormente al *lobby* de los titulares de las marcas, en cuanto signo distintivo más internacionalizado y globalizado.

El Informe del Segundo Proceso de la OMPI relativo a los Nombres de Dominio de Internet, aprobado el 3 de septiembre de 2001, abre nuevos horizontes para la ampliación de la Política Uniforme a terrenos hasta ahora ignotos⁷⁶. El Informe, que constituye a su vez un espléndido recorrido sobre el funcionamiento de la Política hasta el momento presente, con todas sus deficiencias y ventajas, plantea las cuestiones que surgen en caso de mala fe y registros abusivos de nombres de dominio que violan nombres propios (nombres civiles), denominaciones comunes internacionales para sustancias farmacéuticas recomendadas por la Organización Mundial de la Salud con el fin de promover y proteger la seguridad y la salud de los pacientes en todo el mundo, nombres y siglas de organizaciones intergubernamentales (p.ej., Naciones Unidas), indicaciones geográficas, términos geográficos, indicaciones de procedencia y nombres comerciales. En términos generales, este nuevo Informe es bastante conservador del *statu quo*, pues, en lugar de propugnar la apertura de la Política

⁷⁴ La base de datos mencionada se encuentra disponible en <www.register.com>. De su manejo se obtiene que figuran asignados los nombres de dominio <www.josemariaaznar.com>, <www.josemariaaznar.net> y <www.josemariaaznar.org>, todos ellos registrados, según la información que proporciona «Whois», por un señor de Asturias llamado don Próspero Morán. El dominio <www.aznar.net> es una muy divertida página satírica sobre el actual Presidente del Gobierno de la Nación. Los dominios <www.anabotella.net> y <www.anabotella.org> están registrados por un señor domiciliado en Madrid llamado don Pablo Gumpert Fernández. Mejor suerte corren <www.rodri-guezzapatero.net> y <www.rodri-guezzapatero.org>, que están registrados por el Partido Socialista Obrero Español, aunque <www.rodri-guezzapatero.com> está a nombre de un señor de Chinchón. Fuera del ámbito de la política, además del ya citado <www.manolitogafotas.com>, están también ocupados <www.juanjosemillas.com> y la tríada <www.rociojurado.com>, <www.rociojurado.net> y <www.rociojurado.org>. Los ejemplos se podrían multiplicar sin gran esfuerzo.

⁷⁵ Se trata de las Decisiones 2000-1690, 2000-1694 y 2000-1697, respectivamente.

⁷⁶ Se encuentra disponible en <http://wipo2.wipo.int/process2/report/pdf/report-es.pdf>.

Uniforme a los registros de nombres de dominio que violan signos distintos de un derecho de marca, aboga sobre todo, y como paso previo, por la consecución de una mayor armonización en la disciplina internacional de esos otros signos identificadores.

V. EL NOMBRE DE DOMINIO COMO DENOMINACIÓN SOCIAL DE UNA SOCIEDAD MERCANTIL

16. La enseñanza que más simplemente se obtiene de la Resolución de 10 de octubre de 2000, con que se abrió este trabajo, es que los nombres de dominio pueden ser utilizados como denominación de una sociedad mercantil. Más generalmente, cabe sostener que pueden ser usados como denominación de cualquier persona jurídica. El supuesto resuelto por la DGRN era, sin embargo, el más fácil de los imaginables, pues la denominación elegida para la sociedad, «Internet.com, S.L.», coincidía con el nombre que la matriz norteamericana tenía en Estados Unidos, «Internet.com Corporation», la cual era a su vez titular del dominio «internet.com». Existía una perfecta simetría entre denominación social y nombre de dominio, y seguramente también, aunque no hay constancia cierta de ello, entre ambos y derecho de marca (muy probablemente «Internet.com Corporation» era titular de la marca «internet.com»).

La posibilidad de utilizar un nombre de dominio como denominación social obliga a reinterpretar la normativa rectora de los nombres sociales, contenida en los artículos 395 a 408 RRM, a la luz de esta nueva realidad. Algunas de las consecuencias de esta reinterpretación son las que seguidamente, sin afán agotador, se indican:

1.^a) El artículo 401.1 RRM prohíbe que en la denominación de una sociedad anónima o de responsabilidad limitada o de una entidad sujeta a inscripción se incluya total o parcialmente «el nombre o seudónimo de una persona» sin su consentimiento. El «nombre» al que se refiere el precepto no es únicamente el nombre civil, sino también el nombre de dominio concedido por la autoridad correspondiente. Si se comparte esta interpretación, la consecuencia inmediata será que únicamente podrá utilizarse como denominación social un nombre de dominio por parte de la propia sociedad titular del nombre, o por un tercero pero siempre con su consentimiento. Solución de todo punto lógica, pues no debe admitirse, so pena de crear confusión en el tráfico jurídico, que la denominación social incluya un nombre de dominio del que la sociedad no sea titular. En tal caso, quedará por dilucidar qué sucede con la denominación social, que se encuentra en función de nombre de dominio, si éste se pierde por cualquier circunstancia (p.ej., porque una sentencia judicial o una decisión arbitral obliga a transferir el dominio a un tercero, o a cancelarlo, o simplemente porque no se paga la tasa de renovación del nombre una vez expirado el plazo inicial de asignación).

2.^a) La prohibición del artículo 404 RRM, que veda la utilización en la denominación de términos o expresiones que resulten contrarios a la ley, al orden pú-

blico o a las buenas costumbres, rige también para los nombres de dominio de primer nivel, es decir, para las expresiones que preceden al sufijo de que se trate. Una rápida ojeada por Internet demuestra que las palabras más gruesas de nuestra lengua están ya presentes en la red, acompañadas por cualquiera de los nombres de dominio genéricos de primer nivel [para el dominio «.es», en cambio, la letra *f*) del apartado 3.3 del Anexo prohíbe la inclusión en el nombre de «términos o expresiones que resulten contrarios a la Ley, a la moral o al orden público»]. Pues bien, la pretensión de asignar a una sociedad mercantil, como denominación social, un nombre de ese tipo tropezará siempre con el obstáculo que representa la norma prohibitiva del artículo 404 RRM. Dicho en otras palabras, la disconformidad con la ley, el orden público o las buenas costumbres de un determinado término o expresión no desaparece por el simple hecho de convertir ese término o expresión en un nombre de dominio de segundo nivel.

3.^a) El artículo 405.1 RRM prohíbe que las sociedades y demás entidades inscribibles en el Registro Mercantil formen su denominación exclusivamente con el nombre de España, sus Comunidades Autónomas, provincias o municipios. Debe entenderse que el añadido a tales nombres del gTLD propio de un nombre de dominio no permite escapar a la prohibición, de manera que, prohibida, por ejemplo, la denominación social «España, S.A.», también lo está «España.com, S.A.». Esta afirmación no prejuzga quién puede tener asignado el nombre de dominio compuesto por el nombre de España, sus Comunidades Autónomas, provincias o municipios, y, en concreto, si cualquiera de esos nombres puede ser monopolizado, en cuanto nombre de dominio, por un particular⁷⁷. La jurisprudencia alemana ha reconocido, sobre la base del § 12 BGB, un verdadero «derecho al nombre» de las ciudades alemanas.

4.^a) El artículo 407.2 RRM permite que el Registrador no inscriba sociedades o entidades cuya denominación le conste «por notoriedad» que coincide con la de otra entidad preexistente, sea o no de nacionalidad española. Es dudoso si, al amparo de este precepto, el Registrador pueda denegar la inscripción de una denominación social coincidente con un nombre de dominio notoriamente conocido (piénsese, como ejemplos puramente hipotéticos, en las posibles denominaciones «Eresmas.com, S.L.» o «Ya.com, S.A.», coincidentes, respectivamente, con los conocidos dominios <<http://www.eresmas.com>> y <<http://www.ya.com>>). En favor de la negativa militan tanto la literalidad del precepto, que circunscribe la prohibición a las denominaciones de una «entidad preexistente», condición que no reúnen los nombres de dominio, como la tesis sostenida a propósito de

⁷⁷ Por poner algunos ejemplos, el dominio «toledo.com» está ocupado por la ciudad norteamericana de Toledo, del Estado de Ohio, y no por su homónima española; el dominio «castillalamancha.com» no remite, como pudiera pensarse, a la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, sino a una página de turismo por la Alcarria; finalmente, el dominio «madrid.com» está ocupado y en venta. Son también conocidas las vicisitudes del dominio «barcelona.com», que se comentan más adelante. Se trata en todo caso, como se ve, del gTLD «.com», pues con el ccTLD «.es» no se pueden registrar nombres de ciudades, municipios o Comunidades Autónomas.

⁷⁸ En efecto, si en el ámbito del artículo 407.2 RRM no se entienden comprendidos los signos distintivos de empresa (en este sentido, L. M.^a MIRANDA SERRANO, *Denominación social y nombre comercial*, 1997, pp. 206 ss., con amplias referencias), por lo que no puede negarse la inscripción

los signos distintivos⁷⁸.

5.^a) El trámite de inscripción de la denominación que comprende un nombre de dominio no habilita al Registrador Mercantil para controlar la legalidad de dicho dominio y, en particular, para verificar su ajuste al Anexo de la Orden de 21 de marzo de 2000. Semejante control corresponde a la autoridad de asignación, de manera que, para el Registrador, el nombre de dominio constituye una realidad dada a la que tiene que atenerse, sin perjuicio, como es lógico, de que le competa aplicar las normas pertinentes del Reglamento del Registro Mercantil.

6.^a) La inclusión en la denominación social de un gTLD o un ccTLD no le hace incurrir en la prohibición establecida en el artículo 406 RRM, que veda las denominaciones que induzcan a error. La finalidad perseguida por este precepto queda suficientemente garantizada siempre que en la denominación figure la indicación de la forma social de que se trate o su abreviatura (art. 403.1 RRM), aspecto que ninguna relación guarda con el empleo de un nombre de dominio. Más difícil resulta, en cambio, decidir si se transgrede la prohibición de identidad sentada en el artículo 407 RRM cuando dos denominaciones difieren únicamente en el gTLD o ccTLD utilizados (p.ej., «Internet.com, S.L.» e «Internet.net, S.L.»), habida cuenta de que la identidad no es sólo la coincidencia total y absoluta entre denominaciones (art. 408.1 RRM), que aquí evidentemente no se produce, sino también la utilización de las mismas palabras con la adición o supresión de términos o expresiones, genéricas o accesorias, o de artículos, adverbios, preposiciones, conjunciones, acentos, guiones, signos de puntuación u otras partículas similares, de escasa significación (art. 408.1.2.^a RRM). La Resolución de 10 de octubre de 2000 estima que la adición del «.com» al término «Internet» implica «una diferenciación tanto desde el punto de vista gráfico como fonético de este último aisladamente considerado» (Fundamento de Derecho tercero), pero da toda la impresión de que esta afirmación es realizada por la DGRN no con la finalidad de establecer la falta de identidad entre la denominación «Internet.com, S.L.» y cualquier otra deno-

de una denominación social aduciendo su identidad total o sustancial con una marca o un nombre comercial, tampoco cabe basar la negativa en la preexistencia de un nombre de dominio. No obstante esta opinión doctrinal, la Resolución de 4 de octubre de 2001 (BOE n.º 297, de 12 de diciembre de 2001) ha dado por buena la negativa del Registro Mercantil Central a expedir certificación de reserva de la denominación «B.S.C.H., S.A.» sobre la base de que «es notorio que B.S.C.H. es el acrónimo con que es conocida en su actividad empresarial una importante entidad financiera, notoriedad que excluye la posibilidad de admitirla como denominación social por otra con base en los anteriores razonamientos» (Fundamento de Derecho 3). Esos razonamientos, que son los que justifican la prohibición del artículo 407.2 RRM, se condensan para la DGRN en, «por un lado, evitar el confusionismo a que esa identidad puede conducir en el tráfico, aun sin darse entre sociedades mercantiles, y de otra parte, impedir, en línea con la prohibición contenida en el artículo 7.3 [*rectius*: 7.2] del Código Civil, el abuso de derecho que supondría el utilizar el silencio del Registro Mercantil Central para adoptar denominaciones socialmente anudadas de forma relevante a una entidad ya existente, *denominaciones que bien pueden ser los nombres comerciales de notoria relevancia*, dada la no siempre clara distinción en el tráfico entre el empresario como persona jurídica y la actividad empresarial que lleva a cabo» (subrayado mío). Nótese cómo para la DGRN el artículo 407.2 RRM es bastante para impedir el acceso al Registro Mercantil de denominaciones sociales idénticas a «nombres comerciales de notoria relevancia», a signos distintivos en suma.

minación idéntica que se valga de otro gTLD o de un ccTLD, sino, de modo más modesto, para salvar el requisito de la novedad comparando la denominación «Internet.com, S.L.» con todas las otras que, utilizando el sustantivo «Internet», figuraban en ese momento ya inscritas en el Registro Mercantil o cuya denominación estaba reservada (más de setenta, subraya la propia Resolución).

En mi opinión, debe admitirse la convivencia de denominaciones iguales cuya única diferencia radique en la utilización de diversos gTLD o ccTLD. Si tal es la situación en el mundo virtual de la red, entiendo que la misma ha de tener su reflejo en los libros del Registro Mercantil. De una parte, los gTLD y ccTLD, dada la función que cumplen en el sistema de nombres de dominio, no responden exactamente a ninguna de las circunstancias enumeradas en el artículo 408.1.2.^a RRM (no son expresiones genéricas o accesorias, ni adverbios, ni artículos, ni preposiciones...). De otra, tampoco puede admitirse sin gran dificultad que sean partículas o elementos «de escasa significación», pues su papel en el DNS consiste, ni más ni menos, que en diferenciar unos nombres de dominio de otros, y ese efecto distintivo es precisamente lo que permite su pacífica convivencia en la red (no son excluyentes) y aboga por su pacífica convivencia en el Registro Mercantil (no son idénticos).

7.^a) El artículo 408.3 RRM no es argumento contrario a la tesis que se acaba de defender. Pues su ámbito de aplicación se agota en prohibir denominaciones de formas sociales diferentes pero que utilicen nombres de dominio idénticos (p.ej., «Internet.com, S.L.» e «Internet.com, S.A.» son denominaciones idénticas y caen bajo la interdicción sentada por el art. 408.RRM), pero no si, aun siendo la misma forma societaria, la denominación es diferente, aunque solo sea —es suficiente con eso— por la utilización de un distinto gTLD o ccTLD.

VI. EPÍLOGO: LA PROTECCIÓN DE LA MARCA FRENTE AL NOMBRE DE DOMINIO EN LA NUEVA LEY DE MARCAS

17. Aunque el objeto principal de nuestra atención han sido los posibles conflictos entre nombre civil y denominación social, de una parte, y nombres de dominio, de otra, no puede pasar desapercibida la expresa mención que, por primera vez en nuestro ordenamiento jurídico, hace una norma de rango legal a los nombres de dominio. Esa mención se encuentra en el artículo 34 de la ya citada Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas. Partiendo de la base de que el registro de la marca confiere a su titular el derecho exclusivo a utilizarla en el tráfico económico (art. 34.1), de ahí se desprende que el titular de la marca puede prohibir que los terceros, sin su consentimiento, utilicen en el tráfico económico cualquier signo idéntico a la marca para productos o servicios idénticos a aquellos para los que la marca esté registrada [letra a) del art. 34.2], o cualquier signo que por ser idéntico o semejante a la marca y por ser idénticos o semejantes los productos o servicios implique un riesgo de confusión del público, incluido el riesgo de asociación entre el signo y la marca [letra b) del

art. 34.2], o, finalmente, cualquier signo idéntico o semejante para productos o servicios que no sean similares a aquellos para los que esté registrada la marca, en el caso de que ésta sea notoria o renombrada en España y con la utilización del signo realizada sin justa causa se pueda indicar una conexión entre dichos bienes o servicios y el titular de la marca, o, en general, cuando ese uso pueda implicar un aprovechamiento indebido o un menoscabo del carácter distintivo o de la notoriedad o renombre de dicha marca registrada [letra c) del art. 34.2]⁷⁹.

Pues bien, cuando se cumplan estas condiciones, el titular podrá prohibir, en especial, «usar el signo en redes de comunicación telemáticas y como nombre de dominio» [letra e) del art. 34.3]. Se admite de modo expreso que una de las posibles formas de infracción del derecho de marca es mediante la utilización del signo distintivo como nombre de dominio (como SLD) o, más en general, como medio de identificación en redes telemáticas (mediante su uso, por ejemplo, como dirección de correo electrónico), posibilitando al titular de la marca perseguir esa situación siempre que concurra alguna de las situaciones descritas en el artículo 34.2 de la Ley.

Lo mismo ha de suceder si el signo distintivo utilizado en redes de comunicación telemáticas o como nombre de dominio es un nombre comercial, dado que el registro del nombre comercial confiere a su titular el derecho exclusivo a utilizarlo en el tráfico económico «en los términos previstos en esta ley» (art. 90 de la Ley 17/2001), lo que significa que el titular puede ejercitar el mismo

⁷⁹ La mención explícita a la marca notoria o renombrada constituye una de las principales innovaciones de la Ley de Marcas de 2001, que da lugar a una serie de importantes consecuencias en múltiples ámbitos. Así por ejemplo, en materia de responsabilidad civil por infracción de la marca, el artículo 42.2 de la nueva Ley establece un sistema de responsabilidad objetiva si la marca vulnerada es notoria o renombrada, frente al criterio general de responsabilidad subjetiva, o por culpa o negligencia, que luce en ese mismo precepto. O, en la misma línea, la Disposición adicional 14.^a, que permite que los órganos registrales competentes para el otorgamiento o verificación de denominaciones de personas jurídicas denieguen el nombre o razón social solicitado «si coincidiera o pudiera originar confusión con una marca o nombre comercial notorios o renombrados en los términos que resultan de esta Ley, salvo autorización del titular de la marca o nombre comercial». Ambos preceptos, junto a otros dispersos por el articulado de la nueva Ley de Marcas, constituyen manifestaciones concretas de ese «reforzamiento de la protección de las marcas notorias y renombradas» a que alude, como uno de sus principios inspiradores, la Exposición de Motivos de la nueva Ley (apartado IV). El artículo 8.2 y 3 de la Ley 17/2001 ofrece los conceptos de marca (y nombre comercial) notoria y renombrada. Sobre este tipo de marcas hay que tener igualmente en cuenta, en el ámbito internacional, la Recomendación conjunta relativa a las disposiciones sobre la protección de las marcas notoriamente conocidas, aprobada por la Asamblea de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial y la Asamblea General de la OMPI en la 34.^a serie de reuniones de las Asambleas de los Estados miembros de la OMPI, celebrada del 20 a 29 de septiembre de 1999, documento disponible en <http://www.wipo.int/sct/es/documents/session_3/pdf/sct3_8.pdf>. Un apunte sobre la protección de la marca renombrada frente a los nombres de dominio en C. FERNÁNDEZ-NOVOA, *Tratado sobre Derecho de Marcas*, 2001, pp. 344-345.

⁸⁰ A mayor abundamiento, el artículo 87.3 de la nueva Ley de Marcas, análogo al artículo 81 I de la de 1988, señala que, «salvo disposición contraria prevista en este capítulo, serán de aplicación al nombre comercial, en la medida en que no sean incompatibles con su propia naturaleza, las normas de la presente Ley relativas a las marcas». Lo que refuerza la aplicación del artículo 34 de la Ley 17/2001 a los nombres comerciales.

ius prohibendi que el artículo 34.3.e) reconoce al titular de una marca⁸⁰. E igualmente si se trata de marca o nombre comercial concedido al amparo de una normativa anterior a la nueva Ley de Marcas⁸¹.

18. La mención que se hace en la Ley 17/2001 a la infracción del derecho de marca mediante la utilización del signo distintivo en redes de comunicación telemáticas o como nombres de dominio fue objeto de un amplio examen por parte del Pleno del Consejo de Estado en el Dictamen emitido a propósito del Anteproyecto de Ley de Marcas, de 25 de enero de 2001 (núm. 3555/2000)⁸². El artículo 34.3.d) del Anteproyecto reconocía al titular de la marca el derecho de prohibir, cuando se cumplan las condiciones enumeradas en el artículo 34.2, «utilizar el signo en los documentos mercantiles y publicidad o en redes de comunicación telemáticas y, en particular, como nombre de dominio»⁸³. Para el Consejo de Estado era «acertado» equiparar con carácter general al uso del signo en los documentos de negocio su uso en redes de telecomunicación telemáticas, pero no le mereció la misma valoración el tratamiento que el Anteproyecto daba al nombre de dominio en su conflicto con la marca registrada. Sobre este particular, y después de un muy amplio razonamiento, el Consejo de Estado proponía modificar la redacción del artículo 34.3.d) del Anteproyecto y añadir un nuevo apartado al precepto relativo a los conflictos entre nombres de dominio y marcas, formulado con arreglo a los principios

⁸¹ Conforme a su Disposición transitoria segunda, apartado 1, «las marcas y nombres comerciales concedidos durante la vigencia de legislaciones anteriores se regirán por la presente Ley, salvo en lo que se dispone en los apartados siguientes».

⁸² He tenido oportunidad de manejar el texto original del Dictamen, que aún no ha sido objeto de publicación oficial.

⁸³ El texto del Anteproyecto puede consultarse en ADI 1999, pp. 1323-1360.

⁸⁴ Pese a su amplitud, resulta de interés reproducir las extensas consideraciones del Consejo de Estado sobre esta materia (páginas 45 a 48 de la versión original del Dictamen): «La privación a un tercero del derecho a utilizar fuera de España un nombre de dominio registrado fuera del territorio nacional tiene importantes efectos extraterritoriales que no en todos los casos resultarán justificados. No será infrecuente que el nombre de dominio perteneciente a un dominio genérico de primer nivel (como por ejemplo «.com») tenga un valor económico considerablemente mayor que el de la marca española coincidente, por los ingresos que proporcione o por las inversiones basadas en él. No siempre resultará razonable, y en todo caso constituirá una medida con indeseables efectos extraterritoriales, la atribución al titular de una marca española del derecho a prohibir el uso en Internet de un nombre de dominio coincidente, perteneciente a un dominio genérico de primer nivel, que hubiera sido explorado con anterioridad a la fecha de protección de la marca para la comercialización de los mismos bienes o servicios. El registro de marcas con esta finalidad, cuando se produce de mala fe, recibe el nombre de «reverse domain name hijacking» en las «Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy» aprobadas por la ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) el 24 de octubre de 1999 (artículo 15.e).

Adicionalmente, una norma como la propuesta sería contraria al principio de armonía internacional de normas jurídicas en un contexto tan sensible como el de Internet, limitando el desarrollo de los servicios de la sociedad de la información y el del comercio electrónico. Si en otros ordenamientos se introdujeran normas de idéntico contenido a la proyectada, el registro de un nombre de dominio perteneciente a un dominio genérico de primer nivel (como por ejemplo «.com») no otorgaría la mínima protección requerida para fundar en él inversiones de cierta cuantía. Bastaría la existencia de una marca registrada con arreglo a cualquiera de tales ordenamientos para productos o servicios similares a los ofrecidos en la correspondiente dirección IP, aunque la solicitud de registro y la prioridad de la marca fueran posteriores a la fecha en que fue regis-

que el propio Dictamen se preocupaba de señalar⁸⁴.

El Gobierno hizo en este punto caso omiso de las observaciones formuladas por el Consejo de Estado, y en el Proyecto de Ley de Marcas presentado a las Cortes Generales mantuvo el artículo 34.3.d) en los mismos términos previstos en el Anteproyecto⁸⁵. Dos enmiendas presentadas en el Congreso de los Diputados se hicieron eco de la opinión del Consejo de Estado y trataron de

trado y utilizado el nombre de dominio, para que el titular de aquélla pudiera prohibir el uso de éste en el tráfico jurídico en todo el mundo, incluso en el supuesto de que el titular del nombre de dominio lo fuera también de una marca coincidente registrada en otro Estado para distinguir precisamente los productos y servicios comercializados en la dirección IP.

Los efectos de esta norma se ven agravados por el carácter objetivo de la responsabilidad exigida al usuario del nombre de dominio coincidente con la marca registrada en el artículo 41.2 del Anteproyecto, unido a la indemnización mínima establecida en el artículo 43.5 del mismo.

No obstante lo anterior, es claro que el riesgo de confusión en los consumidores y usuarios debe ser evitado. Para ello cabe arbitrar otros remedios, como por ejemplo la prohibición de comercializar en España productos o servicios idénticos o similares cuando el nombre de dominio es idéntico o similar a la marca y -en este último caso- exista riesgo de confusión o ventaja desleal, o la condena a insertar en la página de Internet anuncios que eviten la producción de equívocos. Solo debería llegarse a la prohibición de uso del nombre en ciertos casos en los que concurra mala fe, por un lado, y por otro cuando, siendo utilizada la dirección IP distinguida para realizar las conductas contempladas en el artículo 34.2 del Anteproyecto, el nombre de dominio pertenezca al dominio de país de primer nivel «.es», o bien -en caso contrario- no resulte posible una solución con menores efectos extraterritoriales.

En ocasiones, incluso sin que concurran las circunstancias del artículo 34.2 del Anteproyecto, el nombre de dominio es registrado de mala fe por quien no es titular de un signo coincidente protegido, con la finalidad de impedir el uso del nombre de dominio por parte del titular de una marca o nombre comercial o la de exigir por ello una contraprestación (sin que el titular del nombre de dominio sea titular de un derecho al uso del signo que merezca ser protegido), o con el propósito de atraer usuarios de Internet con aprovechamiento desleal de la reputación ajena, o incluso con el fin de denigrar la marca o el nombre comercial (de lo que existen numerosos ejemplos). En estos supuestos, resulta procedente la protección del derecho del titular de la marca o del nombre comercial anteriores, al menos cuando con el uso de dicho signo realizado sin justa causa se pretenda obtener un aprovechamiento indebido del carácter distintivo o del renombre de la marca o se pueda causar perjuicio a los mismos. El criterio de la mala fe es (junto a otros) la base de la «*Uniform Dispute Resolution Policy*» aprobada por ICANN el 24 de octubre de 1999.

Teniendo en cuenta el mayor alcance que puede tener la intervención del legislador en los nombres de dominio pertenecientes al dominio de país de primer nivel «.es», parece también razonable prohibir el uso de tales nombres de dominio por un tercero cuando éste realice en España mediante la dirección IP distinguida cualquiera de las conductas contempladas en el artículo 34.2. Para el ejercicio judicial de esta acción (que podría incluirse entre las del artículo 41 del Anteproyecto) podría exigirse, con carácter previo, que el titular del nombre de dominio sea advertido fehacientemente por el titular de la marca acerca de la exigencia de ésta.

No parece aconsejable reconocer al titular del derecho de marca el derecho a prohibir el uso de los restantes nombres de dominio salvo cuando, además de ser utilizados para realizar en España alguna de las conductas contempladas en el artículo 34.2, no exista la posibilidad de adoptar otras medidas de protección del derecho de marca con menores efectos extraterritoriales, como las anteriormente mencionadas. Para el ejercicio judicial de la acción correspondiente debería exigirse igualmente la previa advertencia fehaciente de la existencia de la marca.

En los restantes supuestos, el derecho del titular de un nombre de dominio a conservarlo y usarlo lícitamente fuera de España es merecedor de tutela, y su protección resulta esencial para el desarrollo de los servicios de la sociedad de la información.

Por todo ello -concluía el pasaje del Dictamen dedicado a los nombres de dominio-, considera el Consejo de Estado oportuno modificar la redacción del artículo 34.3.d), y añadir un nuevo apartado al artículo 34 relativo a los conflictos entre nombres de dominio y marcas, formulado con arreglo a los principios anteriormente expuestos»

⁸⁵ BOCG, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 33-1, 9 de marzo de 2001.

ajustar a ella el texto del Proyecto. Así, la enmienda número 89, del Grupo Parlamentario Catalán (Convergència i Unió), propuso desdoblar la letra *d*) del artículo 34 en las letras *d*) y *e*), de manera que la letra *d*) contemplara la prohibición de «utilizar el signo en los documentos mercantiles y en la publicidad», y la letra *e*) hiciera lo propio con «usar el signo en redes de comunicación telemáticas y como nombre de dominio cuando dicho uso tenga un efecto comercial en España». La justificación de la enmienda era la siguiente: «Se dota de una mayor precisión a la prohibición del uso en Internet de una marca registrada en España, pues es evidente que no todo uso en la red cabrá imputarlo como infracción de la expresada marca; todo dependerá de los efectos comerciales que dicho uso tenga en España, por cuanto si ningún efecto de esa característica ha lugar mal podrá sostenerse darse (sic) una infracción marca-ria»⁸⁶. La enmienda número 157, firmada por el Grupo Parlamentario Socialista, proponía añadir a la letra *d*) del artículo 34.3 del Proyecto la expresión «en España», detrás de «como nombre de dominio», con la escueta justificación: «Informe del Consejo de Estado»⁸⁷. La Ponencia encargada de redactar el Informe sobre el Proyecto decidió mantener las enmiendas para su debate en la Comisión de Ciencia y Tecnología del Congreso⁸⁸. En esta Comisión, que aprobó el Proyecto con competencia legislativa plena, fue donde tuvo lugar el debate sobre esas enmiendas y fue aprobada la que, a la postre, resultaría ser la versión definitiva del artículo 34.3 de la Ley de Marcas⁸⁹. En ese debate se expusieron con mayor detalle las razones que respaldaban las enmiendas ya vistas⁹⁰. Aunque con un grave desenfoque, pues los parlamentarios se perdieron en cuestiones relativas a la competencia judicial internacional de los tribunales españoles sin caer en la cuenta de que las enmiendas en

⁸⁶ *BOCG*, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 33-10, 18 de mayo de 2001, p. 75.

⁸⁷ *BOCG*, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 33-10, 18 de mayo de 2001, p. 93.

⁸⁸ *BOCG*, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 33-11, 22 de junio de 2001.

⁸⁹ En la redacción del precepto aprobada por la Comisión la inicial letra *d*) del artículo 34.3 se desgajó en una letra *d*), que prohíbe «utilizar el signo en los documentos mercantiles y la publicidad», y una letra *e*), que prohíbe «usar el signo en redes de comunicación telemáticas y como nombre de dominio» (*BOCG*, Congreso de los Diputados, VII Legislatura, Serie A, núm. 33-12, 3 de julio de 2001, p. 158).

⁹⁰ En nombre del Grupo Parlamentario Catalán, el Diputado Sr. Silva Sánchez insistió en que con la enmienda número 89 se perseguía «la finalidad de evitar efectos extraterritoriales» (*DSCG*, Comisiones, VII Legislatura, núm. 274, sesión celebrada el 25 de junio de 2001, p. 8295). Más exhaustivo en su explicación fue el Diputado Sr. Navarrete Merino, quien intervino en representación del Grupo Parlamentario Socialista: «La protección debe ser territorial, según el informe del Consejo de Estado. La utilización de nombres de dominio, que es el tema al que hace alusión nuestra enmienda, entra en numerosas ocasiones en colisión con la marca cuando se designan como sitio o dirección en Internet los famosos TLD bien sean gTLD o ccTLD, siendo los gTLD los genéricos «.com», «.net» y «.org», y los limitados, que están reservados a los organismos internacionales «.int», al Gobierno de los Estados Unidos «.gov» y al ejército de los Estados Unidos «.mil», y los ccTLD, generalmente los códigos de países son genéricos, aunque en algunos casos están también limitados cuando para la utilización del código del país se sigue [*rectius*: exige] algún dato complementario, como puede ser la residencia en dicho país. Nos parece que la situación no está madura para la inclusión en los términos en que lo hace el proyecto de la prohibición de los nombres de dominio; ni siquiera está madura para la postulación de la ley que solicitaba el representante de CiU. El sistema de denominaciones de nombres en Internet se ha privatizado y están surgiendo controversias, lo que ha originado que la OMPI formule recomendaciones a la corporación de asignación de nombres y números de dominio. En estas recomendaciones se considera registro

modo alguno abordaban una cuestión de ese tipo.

19. Además de los ejemplos proporcionados por la aplicación de la Política Uniforme de Solución de Controversias, cuyo ámbito de aplicación se restringe, según se vio, a los casos en que el demandante alegue la infracción de un derecho de marca de productos o de servicios, los tribunales españoles, aun antes de que la nueva Ley de Marcas lo previera de modo expreso, han dictado ya algunas resoluciones relativas al conflicto entre marcas y nombres de dominio en los conocidos casos «nocilla.com», «nexus.es» y «ozu.com»-«ozucom.es»⁹¹. Sin

abusivo el de un nombre de dominio que infringe el derecho de marca. Al ser Internet un sistema internacional puede haber multitud de tribunales de diferentes países presuntamente competentes, poco veloces y costosos, características que son contrarias al registro de nombre de dominio y a su utilización en Internet, pero el perjuicio para el titular de la marca por esos mismos motivos puede ser enorme. Por ello, en estos momentos hay partidarios de decretar un procedimiento único obligatorio de carácter judicial de solución de controversias, lo que también otros critican y en general pretenden que se aplique sólo a los registros abusivos. De momento se mantiene la posibilidad de solución judicial, que se regirá por el derecho de los países respectivos, por lo que no parece lógico que los tribunales españoles conozcan de todo caso de uso de nombre de dominio. Que sepamos, la utilización como marca de un nombre de dominio (*sic*) no es ni genocidio ni delito contra la humanidad. Por consiguiente, nos parece que la internacionalización de la jurisdicción de los tribunales territoriales no sería lo más conveniente en este caso. Por todo lo dicho, mantenemos nuestra enmienda, que nos parece que cubre este periodo de provisionalidad y encierra un criterio de razonable posibilidad de aplicación práctica».

En defensa de la posición del Grupo Parlamentario Popular, mayoritario, intervino el Diputado Sr. Fernández de Trocóniz Marcos, que acogió la enmienda número 89 (Grupo Parlamentario Catalán) en su aspecto formal de desgajar en dos la primitiva letra *d*) del artículo 34.3 del Proyecto, pero rechazándola en su vertiente sustancial. En respaldo de esta posición indicó que «no ha lugar a introducir las palabras cuando tenga un efecto comercial en España -y hago este comentario específico porque ha surgido en el debate-, referentes a la utilización indebida de signos telemáticos o nombres de dominio, porque si bien es cierto que los tribunales españoles tienen solo competencia en nuestro país, puede darse el caso de que violaciones del derecho de marcas, utilizando medios telemáticos o como nombres de dominio, puedan ser perseguidas a través de los medios y de los procedimientos civiles oportunos fuera del territorio español» (p. 8302).

⁹¹ Sobre ellas, A. GARCÍA VIDAL, «Los primeros pronunciamientos judiciales españoles sobre conflictos entre nombres de dominio y signos distintivos», *ADI* 1999, pp. 473-487. Para el caso «nocilla.com», aunque desde una perspectiva más procesal, V. PÉREZ DAUDI, «Comentario al Auto del Juzgado de Primera Instancia núm. 5 de Oviedo de 2 de junio de 1999 (El conflicto entre las marcas y los nombres de dominio)», *Justicia* 2000-1, pp. 115-140. Más recientemente, y no contemplada en esos trabajos, la Sentencia de la Audiencia Provincial de Vizcaya, Sección 4.ª, de 5 de enero de 2001 (*Ar.Civ.* 2001, 68; *La Ley* 2002, 2239) ha confirmado la dictada por el Juzgado de Primera Instancia n.º 13 de Bilbao de 28 de septiembre de 1999 (*Ar.Civ.* 1999, 1778) a propósito de la cesación del uso de los dominios «ozu.com» y «ozucom.es» por violación de la marca «ozú». También son reseñables determinados Autos dictados en procedimientos de medidas cautelares, todos ellos disponibles en <<http://www.dominiuris.com/casos/espanya.htm>>. En concreto, el Auto del Juzgado de Primera Instancia n.º 9 de Madrid de 10 de marzo de 2000, que accede a la solicitud de medidas cautelares formulada por la Fundación de la Universidad Oberta de Catalunya, titular de la marca «metacampus virtual», y ordena a las mercantiles demandadas, dedicadas a la prestación de servicios de enseñanza por medio de Internet, a que, entre otras cosas, se abstengan de utilizar en su actividad empresarial los dominios «metacampus.es», «metacampus.com», «metacampus.org» y «metacampus.net», y el Auto del Juzgado de Primera Instancia n.º 10 de Madrid de 26 de marzo de 2001, que no accede a las cautelares solicitadas por la cadena de hipermercados Carrefour en relación con el dominio «denuestratierra.com». Por su parte, la Sentencia del Juzgado de Primera Instancia n.º 12 de Zaragoza de 19 de abril de 2001 estima la demanda interpuesta por la titular de la marca y el nombre comercial «zaragozavirtual», así como del nombre de dominio «zaragozavirtual.com», ordenando a los demandados, entre otras cosas, que se abstengan de utilizar el dominio «zaragoza-virtual.com».

necesidad de realizar un análisis pormenorizado de estas decisiones, el criterio que se extrae de su lectura es que, con carácter general, el titular de una marca o un nombre comercial puede oponerse a que un tercero utilice sin su consentimiento ese signo distintivo como nombre de dominio. Dicho en otros términos, quien registra un determinado signo como marca o nombre comercial adquiere sobre él una situación de monopolio (arts. 3.1, 30 y 78.1 de la Ley 32/1988) que le da derecho no solo a impedir los actos expresamente prohibidos por el artículo 31 de dicha Ley, precepto aplicable al nombre comercial en virtud de la remisión del artículo 81 de la Ley 32/1988, sino también la utilización de ese mismo signo como nombre de dominio, o la de cualquier otro que presente con él riesgo de confusión. El único supuesto de los analizados en que no ha prosperado ante nuestros Tribunales la protección solicitada por el titular de la marca, que es el mencionado Auto del Juzgado n.º 10 de Madrid de 26 de marzo de 2001, denegatorio de la medida cautelar contra el dominio «denuestratierra.com», se justifica porque, pese a que la actora tenía registradas determinadas marcas con la expresión «de nuestra tierra» o «nuestra tierra», el Juzgado considera que no hay riesgo de confusión o de asociación. Es decir, por virtud de un razonamiento puramente marcario, sin ninguna especialidad por el hecho de que el elemento de contraste sea un nombre de dominio.

20. Sin pretender ahora realizar un análisis exhaustivo de las implicaciones que comporta el artículo 34.3.e) de la nueva Ley de Marcas, deben destacarse en sus trazos más gruesos algunas de las que, en mi opinión, alcanzan una mayor importancia.

En primer lugar, aunque las enmiendas presentadas al Proyecto por los Grupos Parlamentarios Socialista y Catalán no fueron acogidas, es claro que el artículo 34.3.e) no admite otra interpretación razonable que la patrocinada por dichas enmiendas, en consonancia con el Dictamen del Consejo de Estado. Puesto que, de una parte, los efectos de la nueva Ley de Marcas se circunscriben al territorio español, de otra, lo que en ella se regula es la marca española y, finalmente, las conductas perseguibles con apoyo en la misma son las que atentan en territorio español a dicha marca, no puede entenderse prohibida la utilización como nombre de dominio de una marca si con él no se realiza una actividad comercial que tenga efectos en territorio español. Es decir, el titular de una marca registrada en la OEMP no puede oponerse a que ese mismo signo distintivo sea utilizado como nombre de dominio por quien no tiene intención alguna de dirigirse al mercado español, ni de hecho actúa como competidor del titular de la marca en ese mercado (piénsese, por ejemplo, en un nombre de dominio registrado en Australia y operante únicamente en ese país, que genera riesgo de confusión con una marca registrada en España). Aún menos, naturalmente, puede oponerse a la utilización de su misma marca como nombre de dominio, en aquellos casos en que esa utilización está respaldada por una marca homónima obtenida por otro empresario

⁹² Así por ejemplo, la española Editorial Civitas, titular del dominio «civitas.es», no puede hacer nada para impedir el uso por sus respectivos titulares de los dominios «civitas.fr» (sociedad francesa de gestión), «civitas.com» y «civitas.de» (sociedad alemana de consultoría) o «civitas.it» (cooperativa de viviendas italiana).

en otro Estado al amparo de la normativa de este último⁹². Ni siquiera si ese otro empresario es competidor del radicado en España: se trata de una inevitable consecuencia de la pluralidad de ccTLD y gTLD.

En segundo lugar, el artículo 34.3.e) sienta la prevalencia de la marca sobre el nombre de dominio sin parar mientes en la prioridad o no de aquélla sobre éste o a la inversa. Es decir, tal como se formula el precepto, cabe una interpretación favorecedora al máximo de la prevalencia de la marca, según la cual el derecho del titular marcario a impedir la utilización de su signo como nombre de dominio opera tanto si la marca ha sido registrada antes de la asignación del nombre de dominio (para la protección provisional de la marca, cfr. art. 38 de la Ley 17/2001) como si ha accedido a la OEMP con posterioridad a la concesión del nombre de dominio. Una interpretación de estas características deja abierta la puerta al uso abusivo y de mala fe de las marcas, según puso de relieve el Consejo de Estado al hacer mención del fenómeno conocido como *reverse domain name hijacking*, contemplado en el párrafo 15.b) del Reglamento de la Política Uniforme («la demanda se ha presentado de mala fe, por ejemplo, en un intento por sustraer el nombre de dominio a un titular que lo utiliza de buena fe, o que se ha presentado fundamentalmente para obstaculizar las actividades del titular del nombre de dominio») y del que el Centro de la OMPI ofrece algunos casos relevantes⁹³. A mi juicio, una utilización del registro de marca con esa finalidad no debe ser atendida por los Tribunales, por más que tenga un cobijo formal en la indiscriminada redacción del artículo 34.3.e) de la nueva Ley de Marcas. A falta de un remedio mejor, la conducta de quien, conocedor de la existencia de un nombre de dominio, registra una marca idéntica con la finalidad de exigir después la cesión del uso de dicho nombre, incurre en mala fe y abuso de derecho, de manera que su demanda de protección de marca no ha de prosperar (art. 7.1 CC). Corresponderá al titular del nombre de dominio probar los hechos reveladores de la mala fe de quien obtiene el registro de la marca con esa finalidad, pero la prueba será tanto más fácil cuanto mayor sea el grado de conocimiento del nombre de dominio. O si se prefiere, empleando conceptos que se predicen de la marca pero que, conservando su sentido más esencial, pueden ser cómodamente aplicados a los nombres de dominio: cuanto mayor sea su renombre y su notoriedad.

En tercer lugar, el artículo 34.3.e) de la Ley 17/2001 protege la marca y el nombre comercial frente al titular de un nombre de dominio que utiliza esos signos distintos en su dirección de Internet, pero no protege la denominación social de una persona jurídica en esa misma eventualidad. Evidentemente, esa denominación estará protegida si se ha inscrito en la OEPM como marca o como nombre comercial [cfr. arts. 4.2.a), 9.1.d) y 87.2.a) de la Ley 17/2001], pero entonces la denominación gozará de tutela en cuanto que es marca o nombre comercial, y no en su condición de denominación sin más. Las denominaciones no registradas como nombre comercial o marca quedarían, según este

⁹³ Para ese particular, cfr. E. RHEIN, «Reverse Domain Name Hijacking: Analysis and Suggestions», *EIPR* 2001, pp. 557-564, tomando como punto de partida de estudio la decisión de la OMPI en el caso *Deutsche Welle c. DiamondWelle Ltd.*

criterio, desprovistas de protección frente a nombres de dominio idénticos o con los que existiera riesgo de asociación. No obstante, en la línea auspiciada por la nueva Ley de Marcas de revitalización de la denominación social, ya expuesta en páginas precedentes de este trabajo, es posible defender la aplicación analógica del criterio sentado en el artículo 34.3.e) también para resolver las colisiones entre denominaciones sociales anteriores y nombres de dominio posteriores.

Por último, en cuarto lugar, la eficacia ofensiva contra el nombre de dominio es reconocida en la Ley de Marcas en favor de la marca y del nombre comercial, a lo que cabría añadir, si se comparte el criterio que se acaba de señalar, la propia denominación social. Ahora bien, no hay nada en la Ley de Marcas que haga pensar que, al menos en algunas ocasiones, el nombre de dominio anterior ha de prevalecer sobre la marca, el nombre comercial o la denominación social posteriores. Fuera de los casos englobables como *reverse domain name hijacking*, la solución parece que debe ser desfavorable, al menos en el estado actual de nuestro ordenamiento jurídico, para los titulares de los nombres de dominio. No tanto porque el carácter sustancial del derecho de los titulares se encuentre reducido a su mínima expresión, sino porque la solución contraria mina en sus mismas bases principios esenciales del Derecho industrial que únicamente deben decaer si así lo declara expresamente el legislador.

Con todo, no resulta impertinente plantearse si los titulares de un nombre de dominio pueden ampararse en determinados mecanismos de protección de los terceros establecidos por la Ley de Marcas de 1988 (y, ahora, en la medida en que subsistan, en la Ley de Marcas de 2001) en una eventual confrontación con marcas o nombres comerciales posteriores. Pienso en particular en los dos siguientes mecanismos:

- El artículo 3.3 de la Ley de 1988 dispone que si un registro de marca ha sido solicitado «con fraude de los derechos de un tercero», la persona perjudicada podrá reivindicar la propiedad de la marca siempre que ejercite la oportuna acción reivindicatoria con anterioridad al plazo de concesión o en los cinco años siguientes a la fecha de publicación de la concesión. Si el «tercero» cuyos derechos se ven defraudados con la concesión de la marca es el titular de un nombre de dominio, seguramente debe reconocérsele la posibilidad de reaccionar frente al titular marcario en los términos previstos por el artículo 3.3 que se acaba de transcribir, reivindicando para sí la marca que defrauda, por la razón que fuere, su nombre de dominio.
- El artículo 13.c) de la Ley de 1988 señala que no podrán registrarse como marca «los signos o medios que supongan un aprovechamiento indebido de la reputación de otros signos o medios registrados». Siempre que se entienda que esos otros «signos o medios registrados» no han de ser necesariamente signos distintivos registrados en las oficinas públicas correspondientes (estatales, comunitarias o internacionales) como marcas o como nombres comerciales, sino que tam-

bién están comprendidos en esa expresión los nombres de dominio, no hay ningún obstáculo para mantener que un nombre de dominio previamente asignado se erige en obstáculo para la concesión de una marca posterior si el registro de ésta supone un aprovechamiento indebido de la reputación de aquél.

La consideración anterior se une a la «consistencia» del nombre de dominio como título jurídico esgrimible por su beneficiario en un eventual litigio. Como se recordará, el apartado 4.5 del Anexo de la Orden de 21 de marzo de 2000 dispone que la asignación de un nombre de dominio «no confiere ningún derecho sobre el mismo, salvo el de su utilización a efectos de direccionamiento en el sistema de nombre de dominio de Internet». Y una previsión análoga se encuentra en las reglas relativas a los gTLD. Pero en realidad las cosas no son exactamente así. Para empezar, la asignación de un nombre de dominio confiere al beneficiario el derecho exclusivo sobre ese nombre, en el sentido de que ninguna otra persona obtendrá con posterioridad a él ese mismo nombre de dominio⁹⁴. Además, si se está en el caso de *reverse domain name hijacking*, el nombre de dominio tiene una auténtica eficacia ofensiva en la medida en que prevalece sobre la marca o el nombre comercial (y, eventualmente, también sobre la denominación social) obtenidos de mala fe y con posterioridad al nombre de dominio. Por tanto, es evidente que la eficacia en términos reales del nombre de dominio no admite una reducción a su mínima expresión, haciéndola equivalente al simple direccionamiento en el sistema de dominios de Internet, al modo en que resulta habitual hacerlo. El nombre de dominio es un bien inmaterial, susceptible de apropiación en régimen de monopolio y exclusividad por su titular, que prevalece en determinados casos sobre la marca o el nombre comercial idéntico o confundible. Es una cosa dentro del comercio, valuable económicamente, transmisible *inter vivos o mortis causa*, que puede ser objeto de contratos de cesión y que, cuando su titular es una empresa, forma parte del fondo de comercio. Además, habrá que estar a la espera de la normativa anunciada por la Disposición adicional 16.^a de la Ley de Marcas para ver de qué manera van a regir para los nombres de dominio «los criterios aplicables a los signos distintivos protegidos por la legislación de propiedad industrial», lo que permitirá decidir, a la vista de esa disciplina concreta, si el nombre de dominio es un signo distintivo más del empresario, al mismo nivel y sometido a los mismos principios generales que las marcas y los nombres comerciales. En el plano teórico, y si se atiende a la más moderna configuración de los signos distintivos, no hay ningún inconveniente teórico para que así pueda suceder⁹⁵. Que suceda o no efectivamente será cuestión de política legislativa.

Otra posible vía de reconocimiento al nombre de dominio de una consistencia

⁹⁴ Si por error se asignara, el segundo nombre de dominio carecería de validez y eficacia, además de provocar, en su caso, la responsabilidad de la autoridad de asignación por la incorrecta gestión y administración de ese servicio público.

⁹⁵ Por todos, cfr. J. M.^a GONDRA ROMERO, «Teoría general de los signos de empresa», en *Estudios homenaje A. Menéndez*, I, 1996, pp. 829-868.

cualitativamente muy superior a la que se desprende del apartado 4.5 del Anexo de la Orden de 21 de marzo de 2000 podría venir de la mano de su consideración como título de esa peculiar «obra» que es la página web; en tal caso su protección se supeditaría a la superación del test de originalidad requerido por el artículo 10.2 LPI. Además, naturalmente, de la que se derivaría del registro como marca del propio nombre de dominio, algo perfectamente posible y que, de hecho, ya se viene haciendo en la práctica.

21. No está resuelto el grave problema de articulación entre las resoluciones del Centro de la OMPI y la jurisdicción estatal en materia de nombres de dominio. No es naturalmente propósito de este trabajo realizar un examen detenido del mismo, que presenta una notable complejidad procesal (por ejemplo, litispendencia, cosa juzgada, preclusión de alegaciones, litisconsorcio pasivo necesario, competencia judicial internacional, ley aplicable, eficacia real de la sentencia dictada por el tribunal nacional...). Dejando al margen casos de los que conocen o han conocido los tribunales extranjeros⁹⁶, ya en los nuestros han empezado a plantearse supuestos de esta naturaleza, con suerte dispar para los titulares de la marca. Se trata de los siguientes litigios:

- (i) La Decisión del Centro de la OMPI de 2 de junio de 2000, dictada en el caso 2000-0201, ordenó que el nombre de dominio «gomaespuma.com» fuera transferido a los dos actores, conocidos locutores y humoristas que tenían registrada a su favor la marca «gomaespuma» y constituida la sociedad denominada «Gomaespuma Producciones, S.L.». Un particular, cuyo nombre no coincide con quien figura como demandado ante el Centro de la OMPI, interpuso contra Gomaespuma Producciones, S.L. un interdicto de retener la posesión del dominio «gomaespuma.com». No consta si el interdicto se ejercitó antes o después de la Decisión del Centro de la OMPI, o paralelamente al desarrollo del procedimiento arbitral. La Sentencia del Juzgado de Primera Instancia n.º 6 de Valladolid de 19 de diciembre de 2000⁹⁷ rechaza el interdicto. Razona que para la prosperabilidad de la pretensión interdictal han de concurrir dos requisitos, la acreditación de la posesión y la existencia de un acto de perturbación. El primero se cumple en el caso enjuiciado, ya que «el demandante posee el nombre de dominio sin incurrir en fuerza, clandestinidad o precario puesto que lo contrató con una empresa habilitada para conceder nombres de dominio en Internet («Network Solutions»), y ha venido usando para sus fines dicho

⁹⁶ En el conocido caso del dominio «barcelona.com», si bien el Ayuntamiento de Barcelona ganó en la OMPI su demanda contra el titular del dominio (caso 2000-0505), ello no fue óbice para que tuviera que seguir ante los tribunales norteamericanos un proceso con la misma pretensión, del que, por lo menos en primera instancia, ha salido victorioso. La edición digital del diario «La Vanguardia», en su edición de 2 de marzo de 2002, informa de la Sentencia dictada por un Juez de Alexandria (Virginia) el 22 de febrero de 2002, dando la razón al Ayuntamiento de Barcelona en su litigio contra el matrimonio catalán Noguera-Riera, titulares de dominio «barcelona.com» a través de la empresa Barcelona.com Inc.

⁹⁷ *Ar.Civ.* 2000, 2312.

nombre en la página web abierta por el actor en Internet». Pero no se ha acreditado que la demandada haya realizado actos perturbadores de la posesión del actor, pues «lo único que consta que ha hecho la demandada es afirmar su propio derecho de dominio frente al actor y frente a terceros, anunciar el ejercicio de las acciones correspondientes y, finalmente, ejercitarlas por la vía arbitral aceptada por el actor al registrar el nombre de dominio litigioso». Es decir, por la vía a la que puso fin la citada Decisión de 2 de junio de 2000. Lo que el Juzgado parece negar en última instancia es la posibilidad de que, estimada la demanda de recuperación del dominio por el Centro de la OMPI, el condenado encuentre amparo a la continuación en el uso de ese dominio merced a la aplicación del ordenamiento jurídico estatal. Mas la corrección de esta apreciación, de ser la asumida por el Juez, está por demostrar. La puesta en práctica del sistema de arbitraje regulado por la Política Uniforme de Solución de Controversias en materia de Nombres de Dominio, y por el Reglamento que la complementa, demuestra que son muy numerosas las ocasiones en que la tramitación del procedimiento arbitral ante la OMPI se realiza con desconocimiento de las más elementales garantías de defensa del «demandado». Un laudo dictado tras un procedimiento arbitral de esas características difícilmente superaría el trámite de su reconocimiento y ejecución por un Juez español, y no se ve por qué razón las decisiones dictadas por los paneles de la OMPI han de recibir entre nosotros un tratamiento más benévolo y más condescendiente con las eventuales lesiones de derechos procedimentales básicos cometidos a lo largo del procedimiento arbitral.

- (ii) Un caso parcialmente análogo, en lo que se refiere a la colisión entre el órgano arbitral de la OMPI y la jurisdicción estatal, fue resuelto por el Auto del Juzgado de Primera Instancia n.º 4 de Bilbao de 25 de enero de 2001⁹⁸. La Decisión del Centro de la OMPI de 31 de agosto de 2000, dictada en el caso 2000-0467, consideró que el nombre de dominio «metrobilbao.com» debía ser restituido a la actora, la sociedad Metro Bilbao, S.A., titular de la marca «metrobilbao» y del nombre de dominio «metrobilbao.net». Dejando al lado circunstancias anecdóticas (el demandado, según parece, era un usuario del metro bilbaíno que fue sancionado por viajar sin billete; en venganza por esa circunstancia se hizo con el dominio «metrobilbao.com» y colgó en esa página valoraciones críticas sobre el funcionamiento del metro, invitando a cualquier usuario a que se dirigiera a él con esa misma finalidad mediante el envío de mensajes a la expresiva dirección «mecagoenel@metrobilbao.com»), lo cierto es que las alegaciones del demandado, algunas consistentes, no fueron estimadas por el panel de la OMPI. Interpuso entonces

⁹⁸ Ar.Civ. 2001, 275.

juicio declarativo contra Metro Bilbao, S.A., quien reconvino y solicitó medidas cautelares; no consta exactamente cuáles, aunque es muy posible que consistiera en la suspensión del uso por el actor del dominio «metrobilbao.com», amparando seguramente esta petición en la Decisión de la OMPI que le resultaba favorable. El Juzgado de Bilbao, en el Auto de 25 de enero de 2001, rechazó las cautelares por falta de *periculum in mora*; en concreto, porque transcurrieron más de ocho meses desde el registro del dominio «metrobilbao.com» hasta la solicitud de las medidas (cfr. ahora art. 728.1 II LEC).

- (iii) La escritora Rosa Montero obtuvo el 27 de enero de 2001 una decisión del panel de la OMPI que le fue favorable en su litigio contra el titular del dominio «rosamontero.com» (caso 2000-1694). El demandado era la sociedad Galileo Asesores, S.L., que fue condenada a transferir el dominio a la escritora. Todo apunta a que la citada sociedad se dedicaba a esta actividad acaparadora algo más que ocasionalmente, pues también había registrado los dominios «joseluissampedro.com» y «lorenzsilva.com», por los que había recibido de la OMPI sendas e idénticas condenas de transferencia en favor de sus respectivos titulares. No contenta con ello, Galileo Asesores, S.L. acudió al Juzgado contra Rosa Montero, quien reconvino invocando la existencia de una intromisión ilegítima tipificada en el artículo 7.6 de la Ley Orgánica 1/1982 y solicitó medidas cautelares. Por Auto de 12 de septiembre de 2001, el Juzgado de Primera Instancia n.º 1 de Madrid ha prohibido a la citada sociedad y a quien parece ser su administrador, con carácter cautelar, la transmisión a terceros de la titularidad o de cualquier otro derecho sobre el nombre de dominio «rosamontero.com», y les ha requerido para que publiquen íntegramente el Auto en la página web identificada con dicho dominio, lo que efectivamente se ha producido⁹⁹. Para evitar males mayores, la escritora se ha tomado el cuidado de registrar a su nombre «rosamontero.net», ahora en construcción, además de utilizar como página oficial suya «rosa-montero.com».

⁹⁹ De hecho, mi razón de conocimiento del Auto es, justamente, la consulta de la página <<http://www.rosamontero.com>> el día 27 de enero de 2002.