

UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO XXI



TRABAJO FINAL DE GRADUACION

NOMBRES DE DOMINIO Y SU MARCO JURIDICO

Carrera: Abogacía

Alumno: Jorge Magnaghi

AÑO 2017

Agradecimientos:

Para mí este trabajo es la culminación de una larga trayectoria de años estudiando una carrera que en un principio fue inspirada por la idea de conocer la ley, principalmente derivada de la profesión de mi padre y en gran medida por el interés de la vida social y sus implicancias. Este interés por la ley, me ocurría todos los días, ya que me encontraba con las noticias y no podía comprender determinado accionar de la justicia en varios hechos de la vida social y política de mi país, a partir de ello, es que al observar los diferentes criterios comencé a interesarme en lo que ocurría de fondo en el accionar judicial y de esa manera a entender las distintas implicancias de las acciones humanas. Es sabido que al leer las noticias uno no entiende porque la justicia actúa de una manera u otra en diferentes hechos y lo más común es pensar que no se hace justicia, ya que desde el llano uno piensa que todos los casos deberían tener el mismo resultado, pero fue a partir del estudio de las diferentes disciplinas del derecho que aprendí a que esto no es así.

Este interés me llevo por largas horas de estudio, que luego se transformaron en una pasión aunque tuve que acotarlas debido a mi necesidad de trabajar para sostener a mi familia, más allá de eso, no mermó en lo absoluto mi curiosidad y por lo tanto tras años de estudio ahora puedo estar agradecido de haber insistido en la materia y poder estar en las puertas de su fin a los efectos de empezar a emprender una vida profesional.

Muchas veces me pregunte si podía terminar algo tan extenso y a su vez poder mantener un trabajo, hoy puedo dar fe de esa felicidad ya que no solo pude lograr un gran objetivo de mi vida que es tener una gran familia (en especial mi pequeño hijo) , sino que también , puedo decir que mi apetito por conocer y entender el sistema judicial me llevo a

pasar por largas noches de ensueño, suspender momentos con mi familia, trabajar en horarios diferentes para que el estudio me rindiera y de nuevo a la satisfacción de estar en el fin de este camino a punto de ser el profesional que quería y que le debía a mi familia.

Este trabajo que implica el fin de mi vida de estudiante, es el reflejo de lo que considero un logro personal ya que sin muchas posibilidades de acceso a grandes textos, creo que puedo dar una idea cabal de que el tema de investigación es algo serio y que busca dar luz a una temática que no está siendo abordada actualmente por los legisladores. Pero, no puedo dejar de reconocer que esto no podría haberlo abordado jamás sin el apoyo incondicional de mi familia y amigos, quienes siempre me prestaron la ayuda necesaria para llevar adelante la carrera.

Para finalizar solo me queda agradecer a la institución, ya que a través de esta modalidad de estudio innovadora puedo cumplir este sueño...

Resumen:

A partir de la década de los noventa, nuestras vidas se vieron transformadas por la aparición de nuevas tecnologías, en este caso, cabe destacar que la mayor de ellas se presentó con la revolución provocada por Internet.

Esta presentación en escena de la nueva era digital comenzó a impactar de diversas maneras en nuestra vida cotidiana, ya sea en lo personal por nuestra privacidad, en lo comercial por las transacciones electrónicas, en lo industrial por las marcas, etc.

Por lo tanto se puede apreciar que, si bien los cambios han sido importantes en todos los ámbitos mencionados, en ciertas esferas, tales como la relativa a la propiedad intelectual, los avances han llegado al punto crítico de amenazar seriamente a la subsistencia de ciertas industrias fundamentalmente aquellas que se nutren principalmente de los derechos de autor, tales como la industria discográfica, o bien, han generado una gran preocupación en los titulares de bienes intangibles (Vibes, 2002).

Es a partir de esta nueva era de las comunicaciones que pasamos a vincularnos en forma directa con una gran audiencia global en donde se puede acceder a ella desde diferentes dispositivos como computadoras o teléfonos móviles, pero para identificarse frente a los demás dentro de este mundo es necesario contar con un elemento indispensable, es aquí donde aparece el nombre de dominio, el mismo surge precisamente como el elemento técnico que permite la individualización del sujeto con los demás cibernautas mediante el acceso a una página web.

Desde esta óptica, todo sujeto en el planeta cuenta con un nuevo mecanismo que permite expresar ideas como así también ofrecer productos o servicios, teniendo acceso a una cantidad de consumidores potenciales a través de una baja inversión que consiste en registrar un nombre de dominio. Es como consecuencia de esto que se generó un gran crecimiento de los actores dentro de la web en donde las principales empresas se esfuerzan para posicionarse y así lograr una identidad en el ciberespacio.

Es importante detenernos en esta parte porque es aquí donde empieza a complicarse el panorama ya que si bien, el mundo virtual contiene su propio lenguaje técnico, es en el mundo jurídico donde se comenzó a generar un gran número de conflictos vinculados principalmente con designaciones. El choque se produjo entonces entre las marcas o los nombres comerciales y los nombres de dominio ya que la regulación de estos últimos no se encuentra actualmente dentro de los derechos de propiedad intelectual, cayendo de esta forma, un vacío legal que debe ser resuelto.

A raíz de esto se generaron diversas situaciones que requerían un reordenamiento de nuestro derecho a fin de entender y preservar todos los aspectos que se desarrollen en este campo y así dar respuesta a situaciones como las planteadas.

Producto de ello es que en el presente trabajo se realiza una investigación para determinar si las características de los signos distintivos se aplican a los nombres de dominio, y de esta manera, lograr que el titular de los mismos obtenga su protección por la misma vía legal que los demás derechos, como así también, determinar la ubicación que posee dentro de ellos.

Además se tocarán temas relativos a la regulación internacional y local, los conflictos que se pueden plantearen torno a esta figura, los métodos de resolución de

disputas y para finalizar una referencia a la competencia de los tribunales encargados de resolver los conflictos, como si también, la responsabilidad criminal que puede generarse.

Abstract:

From the nineties, our lives were transformed by the appearance of new technologies, in this case, it should be noted that the largest of them came with the revolution provoked by the Internet.

This presentation on the scene of the new digital age began to impact in our daily lives, in a personal way for our privacy, in the commercial by electronic transactions, in the industrial by the brands, etc.

It can therefore be appreciated that, while the changes have been important in all areas mentioned, in certain areas, such as intellectual property, advances have reached the critical point of seriously threatening the survival of certain industries. Mainly those that are fed mainly by copyright, such as the record industry, or have generated great concern in the holders of intangible goods (Vibes, 2002).

It is from this new era of communications that we become directly linked to a large global audience where you can access it from different devices such as computers or mobile phones, but to identify yourself in front of others in this world is necessary. It is necessary to have an indispensable element, it is here where the domain name appears, it emerges precisely as the technical element that allows the individualization of the subject with other cybernauts through access to a web page.

From this perspective every subject on the planet has a new mechanism that allows expressing ideas as well as offering products or services having access to a number of potential consumers through a low investment that consists of registering a domain name. It is as a consequence of this that generated a great growth of the actors

within the web where the main companies are striving to position themselves and thus achieve an identity in cyberspace.

It is important to stop in this part because it is here that begins to complicate the picture since, although the virtual world contains its own technical language, it is in the legal world that began to generate a large number of conflicts linked mainly with designations. The clash occurred then between trademarks or trade names and domain names since the regulation of the latter is not currently within intellectual property rights falling in this way a legal vacuum that must be resolved.

As a result of this, several situations were created that required a reordering of our right in order to understand and preserve all the aspects that are developed in this field and thus to respond to situations such as those raised.

Proof of this is that in the present work an investigation is carried out to determine if the characteristics of the distinctive signs apply to the domain names and in this way to obtain that the holder of the same obtain their protection by the same legal way that the Other rights as well as determine the location you have within them.

In addition, issues related to international and local regulation, conflicts that may arise around this figure, methods of dispute resolution and to finalize a reference to the jurisdiction of the courts responsible for resolving conflicts as well as responsibility Criminal that could be generated.

Índice:

•	Introducción General	P.11
•	Capítulo I: Nombres de dominio. Aspecto técnico	P.20
I.	Introducción.....	P.20
1.	El origen del nombre de dominio.....	P.20
2.	El ciberespacio. Algunas características.....	P.23
3.	Topología de redes.....	P.26
4.	El protocolo de red.....	P.28
	4.1. Las IP.....	P.29
II.	Conclusión.....	P.30
•	Capítulo II: Nombres de dominio. Organismos reguladores	P.32
I.	Introducción.....	P.32
1.	Introducción al concepto de organismo regulador.....	P.34
2.	ICANN.....	P.34
	2.1. La estructura interna del ICANN.....	P.35
3.	Organismos nacionales.....	P.36
	3.1. NIC.AR.....	P.37
4.	Principios que rigen el NIC.AR.....	P.43
	4.1. Principio de organización.....	P.43
	4.2. Principio de registración legal.....	P.43
	4.3. Principio de publicidad.....	P.43
	4.4. Principio de identidad.....	P.44
	4.5. Principio de moralidad.....	P.44

II. Conclusión.....	P.44
• Capítulo III: Nombres de dominio	
Introducción a la cuestión jurídica.....	P.46
I. Introducción.....	P.46
1. Naturaleza jurídica de los nombres de dominio.....	P.46
2. Los nombres de dominio y los derechos de propiedad intelectual.....	P.49
3. El nombre de dominio y el derecho de marcas.....	P.50
II. Conclusión.....	P.55
• Capítulo IV: Conflictos sobre nombres de dominio.....	P.56
I. Introducción.....	P.56
1. Las diversas conductas que pueden recaer sobre los nombres de dominio y los registros.....	P.56
2. Ciberocupación.....	P.59
2.1. Confusión.....	P.61
2.2. Dilución.....	P.61
2.3. Linking.....	P.62
2.4. Meta-Rotulado.....	P.63
2.5. Encuadramiento o Framing.....	P.63
3. Resolución de conflictos.....	P.64
II. Conclusión.....	P.68
• Capítulo V: La defensa del dominio.....	P.70
I. Introducción.....	P.70

1.	Legislación comparada.....	P.70
2.	Jurisprudencia.....	P.76
3.	Ley de marcas y el derecho penal.....	P.82
4.	Jurisdicción y Competencia.....	P.85
II.	Conclusión.....	P.88
•	Conclusiones finales	P.90
•	Bibliografía	P.101
•	Curriculum Vitae	P.107

Introducción General:

Para entender mejor esta nueva problemática que trae aparejada la era digital, imaginemos la siguiente hipótesis, usted ha creado una empresa llamada “LAS VERTIENTES”, empresa que se dedica a la construcción de sistemas de riego y que con gran esfuerzo la misma se ha logrado destacar en el mercado local por la confiabilidad del producto y el servicio post-venta que brinda. Con la intención de crecer y hacer más conocido su producto decide dar un paso innovador y crear un sitio de internet para que su producto pueda ser visible en otros lugares, para ello solo debe registrar el nombre de dominio de su empresa en forma gratuita.

El problema surge que al solicitar la registración se encuentra que alguien más ya la ha realizado y aunque no la utilice puede suceder que le solicite dinero para transferirle el dominio, o también puede ocurrir que sectores de la competencia lo registren para impedir su entrada y así buscar atraer a sus clientes, por lo tanto, ante situaciones como estas cabe determinar, si el dominio en internet tiene las características necesarias para obtener su protección por la vía legal del mismo modo que ocurre con los derechos de propiedad intelectual.

Surge por lo tanto las siguientes preguntas, ¿Son suficientes las características del nombre de dominio para ser considerado un derecho de propiedad intelectual? Por otro lado, ¿Es un derecho autónomo o forma parte de otros derechos de propiedad intelectual?, ¿En el caso de su violación, cual serían los mecanismos con los que contamos para su defensa?, ¿Cómo se realiza si registración?, ¿Qué organismo es el encargado de regularlo?

Para comenzar a responder estos interrogantes en primera medida voy a detenerme en el análisis de nuestra legislación a fin de determinar el posible encuadramiento de este derecho, para ello comienzo mencionando un repaso de los derechos reconocidos por nuestro régimen legal. Aquí me encuentro que dentro de nuestro ordenamiento jurídico existen los derechos reales, los derechos personales y los derechos intelectuales, la diferencia entre ellos es que los que mencione en primer término sólo pueden ser creados por ley, o como comúnmente se dice, son *números clausus*, a diferencia de los personales que pueden ser creados por las partes bajo ciertos parámetros estipulados por el ordenamiento jurídico, mientras que los derechos intelectuales, normados bajo la ley 11.723¹, fueron creados y definidos en la mencionada norma como “toda producción científica, literaria o didáctica, sea cual fuere el procedimiento de reproducción”.

Ante este cuadro de situación, a prima facie, me inclino a considerar que por algunas de sus características, el nombre de dominio podría ser incluido tanto entre los derechos personales como entre los intelectuales, ya que al igual que las marcas debe ser registrado, aunque nunca constituiría un derecho real por no estar contemplado en la enumeración efectuada por el legislador.

No obstante y a pesar de que como ya aclare anteriormente, por algunas de sus características este derecho podría situarse dentro de los derechos intelectuales, es posible establecer también que las características propias de estos nombres de dominio permiten definirlos como un derecho intelectual autónomo perteneciente al conjunto de los signos distintivos con aptitud diferenciadora, que si bien pueden reflejar nombres personales,

¹ Régimen legal de la Propiedad Intelectual.

comerciales, marcas, denominaciones de origen, etc., no se identifican directamente con ninguno de ellos (Dreon, 2003).

Por lo tanto, para empezar a entrar en esta problemática luego del repaso realizado anteriormente, es que voy a comenzar a delimitar lo que va a ser objeto de mi trabajo de investigación, el cual se basa principalmente sobre el encuadramiento que debería tener el NOMBRE DE DOMINIO. Atento a esto es que en un primer lugar tengo que comenzar definiendo lo que es esta figura y en este sentido los autores lo definen como “un identificador basado en caracteres alfanuméricos o IP², destinados a facilitar la recordación de una maquina conectada a la red” (Pardini, 2002, p. 81).

Lo cierto también es que muy pocas personas, cuando se refieren a una dirección de internet, piensan en la IP tal como fue definida anteriormente; ya que comúnmente lo que todos pensamos directamente es solo en el contenido de la página web. En consecuencia, lo que comenzó siendo un identificador técnico ahora posee relevancia desde el punto de vista económico y que, por ende, el derecho debe protegerlo.

La gran cuestión en el presente trabajo es intentar desarrollar la posibilidad de entender como compatibilizar el criterio informático con el jurídico, ya que desde el campo jurídico, este nuevo nombre tiene o merece algún tipo de protección jurídica. Es quizás con esta idea donde mejor se puede apreciar la relevancia disciplinaria entre la informática y el derecho. Ahora bien, la ciencia informática ha indicado que el nombre de dominio es solo un identificador de alto nivel sin importancia, pues en cualquier momento puede ser reemplazado o sustituido por otro, es más, ni siquiera constituye una entidad como tal porque desde el enfoque técnico es solo una dirección IP.

² El termino IP hace referencia a INTERNET PROTOCOL o Protocolo de Internet.

La ciencia jurídica en cambio, considera que ese indicador (dado por los informáticos a sus computadoras), posee relevancia jurídica y que, en consecuencia, no es lo mismo tener uno u otro o que puedan cambiarse aleatoriamente, ni siquiera cuando los especialistas en la materia así lo requieran y es en este punto en donde aparece la necesidad de protegerlo. Por lo tanto, el problema de la protección efectiva que merece es un tema altamente complejo en donde vemos que se trata de un flagelo que nació mucho antes que Internet. Su origen se remonta a los mismísimos comienzos de la Propiedad Intelectual. Pero a pesar de que no se trata de un problema nuevo, es indudable que Internet ha potenciado (seguramente, sin buscarlo) el número de infracciones, principalmente gracias a las herramientas tecnológicas que se desarrollaron en torno a la World Wide Web (Vibes, 2002).

Para ello busco establecer cuál es la normativa legal aplicable (según su naturaleza jurídica) que mejor determine un mecanismo de protección de los mismos resolviendo así, los cuestionamientos realizados en el comienzo y de esa manera encontrar su encuadre jurídico, ya que de más está decir que como derechos intelectuales reciben el amparo de la garantía de inviolabilidad de la propiedad consagrada por los artículos 14 y 17 de la Constitución Nacional³ (Dreon, 2003).

³ Artículo 14: Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio; a saber: de trabajar y ejercer toda industria lícita; de navegar y comerciar; de peticionar a las autoridades; de entrar, permanecer, transitar y salir del territorio argentino; de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa; de usar y disponer de su propiedad; de asociarse con fines útiles; de profesar libremente su culto; de enseñar y aprender.

Artículo 17: La propiedad es inviolable, y ningún habitante de la Nación puede ser privado de ella, sino en virtud de sentencia fundada en ley. La expropiación por causa de utilidad pública, debe ser calificada por ley y previamente indemnizada. Sólo el Congreso impone las contribuciones que se expresan en el Artículo 4º. Ningún servicio personal es exigible, sino en virtud de ley o de sentencia fundada en ley. Todo autor o inventor es propietario exclusivo de su obra, invento o descubrimiento, por el término que le acuerde la ley. La confiscación de bienes queda borrada para siempre del Código Penal argentino. Ningún cuerpo armado puede hacer requisiciones, ni exigir auxilios de ninguna especie.

Metodológicamente el tipo de estudio que elegí para abordar esta temática es de carácter exploratorio, así lo establecen los autores al expresar que “Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados” (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado y Baptista Lucio, 2006, p. 79).

Ahora bien, la razón por la cual elegí este tipo de investigación se basa en que existe poca información respecto a un fenómeno que si bien no es nuevo la legislación nacional aun no lo categorizo correctamente, por otro lado jurisprudencialmente este tema ha tenido mayor desarrollo pero con soluciones que lo asimilan a una marca y doctrinariamente aún no se escribe demasiado del tema salvo en lo que respecta a los delitos informáticos y sus causas.

Por lo expuesto, el método de investigación seleccionado es el que considero más conveniente en línea también con lo que expresa Hernandez Sampieri “Los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, generalmente determinan tendencias y se caracterizan por ser más flexibles en su método” (Hernandez Sampieri et al. 2006, p. 80).

Después de lo expresado anteriormente respecto al tipo de estudio y siguiendo una línea de investigación, la estrategia utilizada es de tipo cualitativo ya que como comentan los autores “es recomendable seleccionar el enfoque cualitativo cuando el tema del

estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto .El proceso cualitativo inicia con la idea de investigación” (Hernandez Sampieri et al. 2006, p. 364).

Por último, quiero dejar aclarado que la selección que lleve a cabo fue la más adecuada según mi entender ya que, desde el punto de vista de la temática elegida, el método me sirvió para armar el trabajo de una manera dinámica debido a la posibilidad de seguir todos sus pasos o sea realizando preguntas e hipótesis antes, durante y después de la recolección y el análisis de los datos

Volviendo al trabajo de investigación se podrá observar que el mismo consta de un índice con 5 capítulos de los cuales voy a destacar su contenido a continuación. En primer lugar se podrá observar que en el capítulo I comienzo con una introducción técnica del tema de la cual se desprende a primera mano que es el nombre de dominio y cómo se originó, este no es menor, porque no se puede pretender abordar una temática de investigación jurídica sin conocer los aspectos técnicos que involucran a esta figura, por lo tanto voy a partir de lo que es el ciberespacio teniendo en cuenta su topología, el mapa físico de la red y la forma en que está diseñada la misma. La idea es que luego de analizar estas características se pueda ir entendiendo lo imprescindible que es para la navegación contar con las IP (Internet Protocol) o los protocolos de redes.

En el capítulo II salgo de la parte estrictamente técnica para poder, desde este punto, explicar los organismos que lo controlan a nivel global y nacional fin de entender su necesidad en el ámbito informático, determinar cómo es su funcionamiento y por ultimo ver de qué manera están conformados. Posterior a esto voy a analizar cuáles son los principios rectores sobre los cuales se organiza a nivel nacional, el órgano regulador

denominado NIC.AR para finalmente analizar las reglas que rigen la inscripción de todo nombre de dominio que se haga en el país.

En una segunda parte y más específicamente en el capítulo III ya ingreso en el análisis de la cuestión jurídica, la cual reviste vital importancia dentro de esta investigación, ya que nos va a permitir entender la definición legal de los nombres de dominio con sus alcances y características y por ende ir llegando paso a paso al desarrollo de su naturaleza jurídica. A partir de este escalón es que hago un análisis comparativo de los nombres de dominio con los diferentes derechos de propiedad intelectual para determinar si es un derecho autónomo o si forma parte de alguno de ellos.

También a través de un repaso de los derechos de propiedad intelectual y principalmente del análisis de las marcas, voy a tratar de determinar la posibilidad de aplicar su regulación a los nombres de dominio, como si también la protección que su inscripción otorga a través de un análisis comparativo de ambas instituciones.

En el capítulo IV voy a analizar los diferentes tipos de conflictos que se pueden generar en torno a la utilización de los nombres de dominio y que ocurriría desde el punto de vista registral, además voy a explicar el comportamiento que puede llegar a adoptar cualquier sujeto que registre un dominio en forma maliciosa a partir de un fenómeno denominado ciberocupación, como así también, entender que consecuencias trae aparejado esto para los registrantes de buena fe. Para finalizar esta temática, voy a introducirme en los diferentes métodos que existen para resolver estos conflictos tanto en la legislación como en la jurisprudencia describiendo además, cómo funciona actualmente el mecanismo para la resolución de disputas a nivel mundial.

Para finalizar con esta investigación, en el capítulo V voy a comentar las distintas alternativas que existen para su defensa teniendo en cuenta la legislación comparada y el indudable peso que tiene en todo este proceso Estados Unidos, vale recordar que ya desde sus orígenes internet tiene una íntima vinculación con esta potencia del norte. Este origen norteamericano de la red, sumado a que ha sido y sigue siendo el país con mayor desarrollo y tráfico virtual, lo coloca en una posición muy influyente al momento de diseñar los parámetros bajo los cuales se rige la World Wide Web (Vibes, 2005).

También aquí la jurisprudencia nacional juega un papel interesante ante la defensa del dominio, por lo que voy a comentar diversos casos y sus resoluciones sobre el tema. Otro tema importante para destacar en este apartado es la relación entre las marcas y el derecho penal a fin de dilucidar la aplicación de sus artículos respecto al nombre de dominio cuando el mismo es equiparado a una marca y de esta manera ver cuáles son los mecanismos de punición que existen. Por último hago un análisis de la jurisdicción de los tribunales y su respectiva competencia para resolver estos conflictos

Con todo lo expresado en los puntos anteriores llego al final del presente trabajo con la presentación de las conclusiones, en donde se observa que la utilidad de esta investigación está dada en demostrar que si bien el nombre de dominio tiene en un primer orden un origen técnico-informático, actualmente ha devenido a tener un interés comercial, empresarial e inclusive personal, ello es así, porque se ha adoptado como un signo representativo de una marca o slogan.

En segundo orden, y más aún, cuando se analiza el caso Argentino, queda demostrado que la persona que registra un nombre de dominio está generando un doble derecho, más precisamente, en la misma acción se generan dos derechos diferentes,

primero porque el registrante se vincula con el organismo registrador por medio de un contrato el cual puede variar en cada caso particular respecto de la gratuidad, onerosidad o tiempo de duración, pero el mismo siempre existe.

Por lo tanto la función más importante de los nombres de dominio es que quien registra un nombre de dominio adquiere un nuevo derecho y básicamente pasara a tener la capacidad de utilizar, disponer, modificar e incluso eliminar ese nombre de dominio y lo más importante, es que ello conlleva a tener características de exclusividad por lo que va a requerir que el ordenamiento jurídico le de algún tipo de protección ya sea equiparándolo a uno de los diferentes tipos de derechos de propiedad intelectual que existen o bien, generando uno autónomo cuyas características hagan que deba quedar incluido dentro de esa categoría de derechos.

Capítulo I:

Nombres de dominio. Aspecto técnico

I. Introducción

Técnicamente hablando, el nombre de dominio existe por la necesidad de identificar las maquinas conectadas a la red o sea que, al igual que las personas físicas poseen un numero de documento para identificarlos de otras personas, las maquinas tienen un número que las identifica. Para ello existe la Sigla IP que significa INTERNET PROTOCOL, esto es la identificación de la que hablamos antes y consiste en un número que sirve para individualizar a cualquier maquina conectada en la red, de forma tal, que cada una de las restantes maquinas puedan enviarle datos a esta IP.

Ahora bien, la manera de conectarse es a través de una red, si intentamos una definición llegaríamos a entender que la misma representa un circuito de transferencia el cual puede ser de energía, de agua, etc. Por lo tanto, en un principio, una característica del tipo de red que definimos en primer lugar, es que se distribuye o viaja solo en un sentido, mientras que la red que analizaremos tiene como nota distintiva que la misma sirve para distribuir mensajes de ida y vuelta o sea que es interactiva.

Por lo tanto para adentrarnos en los orígenes técnicos del nombre de dominio debemos entender el concepto de arquitectura de redes el cual engloba otros conceptos como la topología de redes, los protocolos de red y por último el ciberespacio.

1. El origen del nombre de dominio

En un comienzo cuando internet estaba en una etapa de inicio y con un desarrollo bastante primitivo, para identificar las maquinas conectadas en los ambientes de trabajo,

se les generaban nombres como “contabilidad”, “legales”, “personal”, etc. Lo cierto es que detrás de cada nombre se encontraba un numero IP, por lo que en un principio se optó por nombres planos hasta que la red empezó a crecer y los mismos empezaban a repetirse. Con el tiempo se fue encontrando una solución a esto a través de los nombres jerárquicos, estos permiten que cada palabra dentro de un nombre de dominio se refiriera a elementos diferentes, así por ejemplo:

Si en un sistema de jerarquías dentro de una empresa el principal ejecutor es el DIRECTOR, el mismo no puede controlar todo, por lo que delega en otras jerarquías menores algunas competencias (en este caso esas jerarquías menores serían los gerentes) por lo que encontraremos:

Gerente1.Director

Gerente2.Director

A su vez, cada gerente delega funciones en sus jefes de sección, en este caso tendremos:

Jefe1.Gerente1.Director

Jefe2.Gerente1.Director

Jefe1.Gerente2.Director

Jefe2.Gerente2.Director

Si tomamos este ejemplo⁴ y lo volcamos a los nombres de dominio, vemos que la jerarquización sirvió para la delegación de tareas y además permite la utilización de nombres iguales pero de jerarquía diferente.

Si llevamos este ejemplo al mundo real, vemos que encontramos sitios como WWW.CLARIN.COM.AR o WWW.LANACION.COM.AR, aquí podemos ver que el

⁴ La información recolectada proviene del sitio <https://www.maestrodelacomputacion.net>

genérico de ambos es .COM.AR que hace de dominio territorial o jerárquico pero subdelegados en sus etiquetas CLARIN y LANACION, los cuales a su vez pueden delegar en CLARIN.EDU o CLARIN.ORG, etc.

Explicado esto pasamos ahora a definirlo por lo tanto se puede decir que el nombre de dominio es un “bien registrable, necesario, distintivo, compuesto por una sucesión alfanumérica, cuya tecnología subyacente vincula a una dirección de IP” (Pardini, 2002, p. 80).

Luego de lo expresado veremos que nos vamos aproximando a una definición pero para completar el panorama pasamos ahora analizar su estructura, por lo que vemos que el mismo está compuesto por dos partes o niveles, así por ejemplo: El dominio www.viajes.com.ar, al desglosarlo encontramos lo siguiente:

- "www." se refiere a la ubicación dentro de Internet, esta es la world wide
- web.
- "viajes" a esta parte se la denomina "dominio de segundo nivel" ("second level domain" en su versión en idioma inglés).
- (.) Un punto ("dot" en su versión en idioma inglés).
- "com" a esta parte que se ubica a la derecha del "dot" se la denomina "dominio de nivel superior" ("top level domain en su versión en idioma inglés) y hace referencia al tipo de organización.

A partir de esto encontramos que en el mundo existen dos tipos de dominios: los Dominios Genéricos, también llamados internacionales, globales o de primer nivel, y los Dominios Territoriales, de nivel inferior.

Los primeros se encuentran organizados en forma conceptual y conforman el grupo básico de dominios en la red, los mismos tienen tres letras, y están comprendidos dentro de este tipo los: “.com”, para empresas comerciales; “.org”, para organizaciones sin fines de lucro; “.net”, para empresas relacionadas con internet; “.edu”, para lo relacionado con la educación; “.gov”, para entidades del gobierno y “.mil”, para el área militar.

Los segundos son aquellos mantenidos por cada país, y constan de dos letras. Por ejemplo: España: “.es”; Francia “.fr”; Argentina “.ar”, salvo en Estados Unidos de Norte América que no lleva ninguna (Iturralde, 2000).

En sentidos similares, algunos autores pueden definirlo también como “Un identificador basado en caracteres alfanuméricos destinado a facilitar la recordación de una maquina conectada a la red. Su naturaleza es un derecho de uso, pudiendo configurarse como una posesión y eventualmente estaríamos frente a un derecho de propiedad” (Zabale y Arreche, 2006, p. 72).

Más allá de todas las definiciones que podemos encontrar sobre nombres de dominio, no es mi intención juzgar cual es la correcta, si no, solamente buscar entender en que consiste el nombre de dominio y resaltar sus características identificadoras.

2. El ciberespacio. Algunas características

Anteriormente realizamos un análisis en busca de un concepto para el nombre de dominio, pero a la hora de entender su utilidad tenemos que entrar a analizar el espacio en donde se desarrolla, para ello vamos a encontrar que hoy en día las distintas computadoras se encuentran conectadas entre sí formando redes de intercambio de datos, algunas de ellas son cerradas (hoy son muy pocas) y la mayor parte está conectada a otras que a su vez conectan a otras, esta telaraña de conexiones es lo que se llama Internet.

El resultado es un medio de comunicación global que damos en llamar EL CIBERESPACIO, el mismo permite intercambiar información de cualquier tipo en forma instantánea y no es controlado por institución alguna, para ejemplificarlo podemos decir que el ciberespacio es una autopista de información. Para comprender su estructura podemos resaltar sus características:

- Es un espacio electrónico y no físico, por lo su capacidad de información es infinita.
- Toda la información dentro de él se muestra a través de números binarios ya que al no ser un espacio físico está compuesto absolutamente por Bits y Bytes.
- Ningún estado o compañía tiene dominio sobre el mismo, esta es su característica principal ya que nació como espacio de intercambio.
- El ciberespacio no posee legislación que lo regule, así como tampoco existe institución u organismo de control alguno.
- Constituye un campo para el desarrollo del comercio ya que todo tipo de mercadería puede ser comercializada a través del mismo incluso aquellas que están penalizadas en muchas legislaciones.
- No puede ser objeto de compra o venta por parte de persona alguna o apropiado, no pudiendo aplicársele las reglas jurídicas tradicionales ya que el mismo escapa a la concepción jurídica actual.

En la actualidad este espacio de comunicación es algo muy utilizado en el mundo pero para conocer cómo fue que nació y logro su expansión hay que remontarse a sus orígenes. Por lo tanto, podemos decir al respecto que el mismo nació como un proyecto militar norteamericano financiado por el Advanced Research Projects Agency (Arpa)

dando origen a ARPANET⁵, red creada en el año 1969 por el departamento de defensa de Estados Unidos. Esta red se creó con la finalidad de mantener conectado varios puntos estratégicos en caso de una guerra nuclear durante el periodo conocido como GUERRA FRÍA, posteriormente desde los años 80, con la evolución de las PCs, se amplió su utilización y a principios de los años 90, organizaciones comerciales se integraron al sistema y la Net superó el millón de usuarios⁶.

En conclusión la Internet⁷ implica una plataforma donde personas u organizaciones pueden comunicarse unas a otras mediante dispositivos conectados al mismo, por lo que cuando la misma es accesible se dice que esta “publicada en la web”. Por último veremos que el acceso a estas páginas se puede hacer en forma directa o a través de buscadores cuyo principal objetivo es localizar temas de interés determinado por el usuario. Por lo tanto se debe entender a Internet como un conjunto de diferentes redes de computadoras interconectadas a través de un protocolo de comunicación común, el TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol), que permite a los usuarios comunicarse e intercambiar archivos (un ejemplo son los correos electrónicos), por lo tanto se puede apreciar que el segmento de Internet considerado el medio privilegiado para la viabilidad del mercado electrónico global, es la World Wide Web (www o Web) y es a través de la misma que una información puede ser localizada en cualquier red que esté interconectada, independientemente de su localización física en el mundo (Mercuriali, 2000).

⁵ ARPANET fue una red de computadoras creada por encargo del Departamento de Defensa de los Estados Unidos para utilizarla como medio de comunicación entre las diferentes instituciones académicas y estatales.

⁶ La información recolectada proviene del sitio <https://www.internetsociety.org>

⁷ El término “INTERNET” surge de la contracción de “INTER-NETWORKS”, o sea, “Entre redes”.

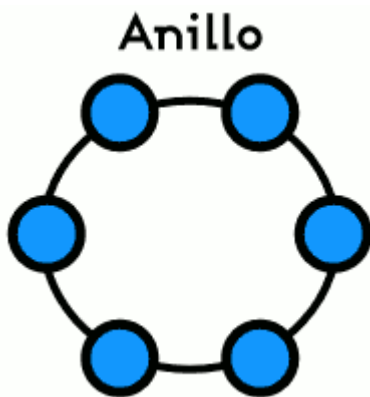
3. Topología de redes

Habiendo definido lo que son los nombres de dominio y luego de desarrollar la plataforma por la cual se van a poder comunicar los sujetos que ingresen a través a ella, llego el momento de entender como está diseñada Internet y para ello usaremos el termino TOPOLOGÍA DE REDES⁸, el mismo hace referencia al patrón de conexión que existe en una red por parte de las distintas maquinas conectadas a ella, para lo cual vamos a encontrar que algunas actúan de servidores y otras de clientes.

La topología se puede encontrar en dos niveles, uno es el físico, que hace referencia a como están dispuestos los cables de los dispositivos que conectan a las distintas máquinas y la segunda se da en un orden lógico, esto está determinado por la forma en que está diseñado el flujo de información a transferir.

Siguiendo con el nivel físico encontramos que tiene tres tipos⁹:

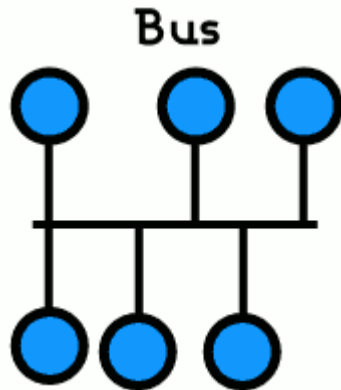
- Topología en anillo: En donde las máquinas están enlazadas una a continuación de otra.



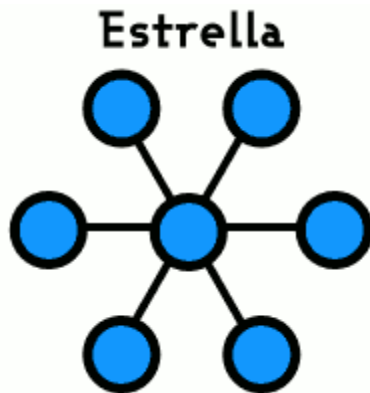
⁸ La topología de red se define como el mapa físico o lógico de una red para intercambiar datos. En otras palabras, es la forma en que está diseñada la red, sea en el plano físico o lógico. El concepto de red puede definirse como "conjunto de nodos interconectados". Un nodo es el punto en el que una curva se intercepta a sí misma.

⁹ La información recolectada proviene del sitio www.bloginformatico.com

- Topología de Bus: Donde las maquinas se unen en un único cable que transfiere la información.



- Topología en estrella: En este caso hay una maquina central y las demás tienen acceso a ella.



A analizar el orden lógico, vemos que el mismo implica una segmentación de la red para aumentar el número de controladores conectados a ella y/o el rendimiento de la misma. Internet se encuentra totalmente segmentado ya que si no fuera así, no habría posibilidad de continuar aumentando la cantidad de máquinas que se conectan a ella diariamente.

Ahora bien, al segmentar la red lo que se está haciendo es crear subredes que se auto gestionan y de esta forma la comunicación entre segmentos se realiza cuando es

necesario, mientras tanto, cada segmento se encuentra trabajando en forma independiente y esto da como resultado que en la red se están produciendo varias comunicaciones entre segmentos en forma simultánea. Veamos un ejemplo de esto: si una persona que vive en Córdoba se comunica por mail con otra que vive en Buenos Aires, vemos que ambos utilizan internet para comunicarse aunque solo están utilizando la subred Argentina, mientras que, al mismo tiempo una persona desde Brasil puede chatear con otra que vive en Chile y estarían utilizando por lo tanto otra subred internacional diferente a la anterior.

Para segmentar una red se pueden utilizar distintos dispositivos inteligentes, decimos inteligentes en orden a la capacidad de los mismos para decidir hacia que segmento debe enviar la información que le ha llegado.

4. El protocolo de red

El protocolo es un tipo de lenguaje que permite la interconexión entre las maquinas ya que es un idioma al que asisten todos los ordenadores, esto sirve para que un BIT tenga exactamente el mismo significado para el servidor de un estado nacional como para el de una empresa multinacional o la computadora de un particular.

De todos los protocolos que existen, el que más auge ha obtenido es el TCP/IP, esta sigla identifica al PROTOCOLO DE CONTROL DE TRANSFERENCIAS/PROTOCOLO DE INTERNET que en ingles puede leerse como “TRANSFER CONTROL PROTOCOL/INTERNET PROTOCOL”. Básicamente funciona como un traductor universal o un idioma común que permite la comunicación entre cada uno de los sistemas informáticos por mas diferentes que fueran unos de otros.

El aspecto más importante del TCP/IP es que constituye la base de la red ya que sirve para analizar a todas las computadoras que utilizan distintos sistemas operativos.

4.1. Las IP

La sigla IP significa “INTERNET PROTOCOL”,¹⁰ la misma consiste en un número que identifica a cualquier servidor o maquina conectada a la red, de forma tal que cada una de las demás maquinas conectadas pueden enviarle información a esa IP especifica.

Veremos que el mismo se conforma por un número compuesto por cuatro pares de tres números respectivamente, los cuales están separados por puntos así por ejemplo: 200.31.1.10, de esta manera cada sección de números cumple una función específica.

La clase de dirección se identifica mediante las primeras secuencias de BITS, existen cuatro clases diferentes de direcciones IP (Clase A, B, C y D). Las direcciones de clase A, corresponden a redes que tienen conectadas muchas maquinas, las de Clase B sirven para redes de tamaño intermedio, las de Clase C son para el local o Host y las de Clase D se utilizan con fines de multifunción, por lo tanto a partir de una dirección de IP la red determinara la forma más eficiente en que se enviaran los datos.

El problema comienza a partir de que una persona normalmente puede recordar una o dos direcciones IP pero no varias, por lo tanto se vuelve necesario llevar esas secuencias de BITS ¹¹a nombres más prácticos de individualizar, es por ello que encontramos el SISTEMA DE NOMBRES DE DOMINIO o DNS cuya sigla en inglés consiste en “DOMAIN NAME SISTEM”, se trata de un programa servidor de nombres

¹⁰ Protocolo de Internet (Internet Protocol), es un sistema de reglas que permiten que dos o más entidades de un sistema de comunicación se comuniquen entre ellas para transmitir información, en este caso, es el protocolo de red para la comunicación de datos a través de paquetes conmutados.

¹¹ Bit es la abreviación de Binary Digit (digito binario), la cual en términos técnicos es la menor unidad de información de una computadora. Un bit tiene solamente un valor (que puede ser 0 o 1). Varios bits combinados entre sí dan origen a otras unidades, como byte, mega, giga y tera.

de dominio que los tiene almacenados y los relaciona con las respectivas IP, haciendo de traductor.

Los nombres de dominios sirven por lo tanto para recordar más fácilmente una dirección web, ahora bien, ninguna maquina conectada a la red es capaz de reconocer un nombre de dominio si no existe una conversión previa del nombre requerido a una IP correspondiente.¹²

II. Conclusión

La era de las comunicaciones ha traído consigo una serie de importantes cambios, la cantidad de personas que acceden a la red ha crecido en forma potenciada y sostenida. Esta nueva era es la de la cultura electrónica, en donde las personas ya no se intercambian los números de teléfono si no, los mails o las páginas web.

Por lo tanto el planeta ha quedado pequeño reducido a una aldea global ya que los nuevos sistemas de comunicación permiten transmitir datos en una millonésima de segundo, y la capacidad de estar en todos lados al mismo tiempo es lo que caracteriza al hombre de la nueva era.

Esta capacidad de interacción global permitió crear un nuevo lenguaje a partir de que la presencia física es ahora reemplazada por símbolos, los cuales nos llevaron poco a poco a crear una cibercultura moderna. Es en este nuevo universo de interacción en donde el hombre moderno busca destacarse, quiere obtener más conocimiento y desea ser reconocido, por lo que las denominaciones en internet se vuelven muy importantes ya que buscan lograr una identidad en el ciberespacio para diferenciarse y posicionarse.

Es en este punto donde el nombre de dominio juega un papel principal dentro de la **WORLD WIDE WEB** ya que como un es identificador técnico, el mismo, permite la

¹² La información recolectada proviene del sitio www.informatica-hoy.com.ar

traducción de una dirección de IP al lenguaje formal a fin de hacer comprensible el contenido de determinado lugar de la red, por lo tanto todos los anfitriones de la red se identifican con una IP y para acceder a ella habrá que conocerla, atento a esto, es que desarrolladores y administradores del sistema han preferido darle nombres ficticios a las máquinas en vez de tener que recordar las odiosas numeraciones.

Capítulo II:

Nombres de dominio. Organismos reguladores

I. Introducción

En sus comienzos el DNS (DOMAIN NAME SYSTEM) brindó la posibilidad de registrar nombres de dominio de manera muy sencilla, sin tantos controles estrictos. Con la gran expansión de internet en el mundo, empezaron a surgir desventajas en este sistema dinámico ya que empresas de gran prestigio sufrían a manos de personas inescrupulosas la registración de nombres y marcas ajenas a ellos.

Teniendo en cuenta este contexto es que los nombres de dominio debieron someterse a un proceso de regulación, debido a que una de las características de la red es que carece de órganos reguladores institucionales capaces de dictar normas de alcance general. Una consecuencia de esto es que no existen normas jurídicas en el sentido pleno de la palabra, es decir, normas de carácter coercible de aplicación para todos los que utilizan el ciberespacio.

Por lo tanto cuando encontramos la necesidad de hablar de organismos reguladores lo hacemos en el sentido de aquellos que sean necesarios para la administración y el desarrollo de la estructura de la red.

1. Introducción al concepto de organismo regulador

Es importante señalar en el comienzo que la mayoría de los organismos reguladores de la materia, nacieron como usinas de ideas técnicas para la resolución de problemas.

La regulación de los nombres de dominio se remonta a la creación de I.A.N.A¹³ que responde a Internet Assignment Number Authority, entidad surgida dentro de los departamentos técnicos de UCLA (University of California, Los Angeles), que se remonta a la antigua ARPANET sobre la que hablo en un comienzo. Su creador Jon Postel¹⁴ llevaba en ella los registros manuales de las escasas IP que existían hasta el momento en 1969, gracias a su labor en ambos lugares logro que I.A.N.A se transformara poco a poco en la autoridad que asignaba los números IP. En noviembre de 1990 surgen los navegadores que soportan el formato WWW o Web pero en 1993 aparece NSI (Network Solution Inc)¹⁵ para la gestión de los dominios a fin de controlar el crecimiento de la red. Esto llevo a que en el año 1996 el gobierno de EEUU los autorizara a cobrar por la registración de los dominios de primer nivel.

Ahora bien, el problema con el nombre de dominio empezó luego de que comenzara a utilizarse la red para dar a conocer marcas o productos, este recurso pronto se expandió por el mundo y lo que paso a ser un recurso de marketing, se convirtió en una carrera por registrar dominios debido a que las marcas que identifican productos diferentes o el mismo producto en el mundo virtual, generaron que el primero que consiguiera registrar su nombre de dominio será quien podrá ofrecer sus productos con presentación o apariencia mundial, el segundo deberá contentarse con tener "la apariencia regional" que le brindan los dominios de segundo nivel y el resto no podrá usar su marca

¹³ I.A.N.A es la entidad que supervisa la asignación global de direcciones IP, sistemas autónomos, servidores raíz de nombres de dominio DNS y otros recursos relativos a los protocolos de Internet. Actualmente es un departamento operado por ICANN.

¹⁴ Realizó contribuciones muy relevantes al desarrollo de la Internet original, especialmente en todo lo relativo a los estándares. Fue conocido principalmente como editor de los RFC, los Request for Comments, una serie de documentos en los cuales se definen los estándares, metodologías e innovaciones relacionadas con Internet– y por administrar la IANA hasta su muerte.

¹⁵ Network Solutions es una empresa de tecnología multinacional fundada en 1979. El negocio de registro de nombres de dominio se ha convertido en la división más importante de la empresa. En enero de 2009, Network Solutions gestionó más de 6,6 millones de nombres de dominio.

en la Web, las mencionadas "apariencias de regionalidad" implican en algunos casos consecuencias extremas. Por ejemplo, existen compañías que han invertido muchos años y dinero en su marca y ahora deben tolerar que un tercero la use como nombre de dominio con apariencia mundial, mientras que el titular debe contentarse con usar su marca como nombre de dominio de apariencia región (Mercuriali, 2000).

Finalmente en 1998 el departamento de comercio de EEUU publica una propuesta para mejorar la gestión técnica de los nombres de dominio conocido como libro verde, pero la oposición que tuvo llevo a que luego de varias tratativas, la UE y los EEUU publicaran el libro blanco el cual propone la creación de una entidad que reemplazaría a IANA y que funcione bajo el control directo de los usuarios de la red, la cual se pasó a llamar ICANN.

2. *ICANN*

La sigla significa INTERNET CORPORATION FOR ASSIGNMENT NAMES AND NUMBERS, cuya traducción seria Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números. En consecuencia ICANN¹⁶ es la institución que determina la forma en que se asignan los nombres de dominio.

Este organismo reemplazo en jerarquía a sus anteriores y posee una misión que es un abanico de funciones, entre ellas se encuentran: ser responsable por la coordinación de los sistemas de nombres, asignación de direcciones y protocolos. “Dentro del ámbito de seguridad este organismo tiene la responsabilidad de coordinar una política basada en la seguridad de todos los que forman parte de la estructura que hace al funcionamiento de los sistemas de nombres de dominio”. (Sarra, 2000, p. 90).

¹⁶ ICANN es una entidad sin fines de lucro responsable de la coordinación global del sistema de identificadores únicos de Internet y de su funcionamiento estable y seguro.

Para complemento de lo anterior hay que mencionar que el gobierno de EEUU, quien era el que tenía bajo su control la asignación de nombres de dominio desde los tiempos de I.A.N.A, delego en ICANN la administración del sistema y si bien este organismo es de origen norteamericano, quienes intervienen en el no son exclusivos de Norteamérica, sino que pertenecen a diferentes regiones del planeta.

Al referirnos a su esquema normativo encontramos que se apoya básicamente en un pilar que es la Política Uniforme de Resolución de Disputas, que va fijando los parámetros que permiten inferir cuando una conducta es contraria al sistema, por lo que todos los registradores acreditados de nombres de dominio están obligados a respetar estos parámetros, o sea que se obligan por contrato a adoptarla y utilizarla para la resolución de sus conflictos permitiendo de esta forma que se alcance una aplicación universal de este procedimiento. En líneas generales, el sistema establece que el registro de un nombre de dominio puede ser expropiado cuando el que lo registro y utilizo, lo hizo de mala fe.

2.1. La estructura interna del ICANN

Como toda institución¹⁷ posee diversos órganos, el órgano ejecutivo se encuentra compuesto por 19 directores donde la mayoría se encuentra elegida entre organizaciones que auxilian a ICANN y la minoría se eligen en forma directa por los usuarios de la red.

Debajo de este órgano se hallan tres subestructuras a las que se conoce como organizaciones colaboradoras. Cada una de ellas responde a una parte de la política en materia de dominios, así aparecen THE ADDRESS SUPPORTING ORGANIZATION, THE DOMAIN NAME SUPPORTING ORGANIZATION y THE PROTOCOLA SUPPORTING ORGANIZATION.

¹⁷ La información recolectada proviene del sitio <https://www.icann.org/es>

Además cuenta con varias comisiones o comités consultivos como son el DNS ROOT SERVER SYSTEM ADVISORY, que trata lo referido al sistema de ruta de los nombres de dominio, el GOVERNMENT ADVISORY, que realiza funciones gubernamentales y el comité que realiza tareas de seguridad y estabilidad de la red llamado SECURITY AND STABILITY ADVISORY.

La distribución de direcciones IP es manejada por el REGIONAL INTERNET REGIDSTRY que divide al mundo en distintas regiones, una de ellas es la ARIN que administra las direcciones IP de América.

Estos organismos regionales son representantes de ICANN y son los que determinan el grado de participación de los NIC nacionales, estos son ARIN que vimos anteriormente, RIPE que es el administrador en Europa, LACNIC para América Latina y el Caribe, APNIC en Asia y cabe destacar por último que África no posee un administrador regional.

3. Organismos nacionales

En cada estado nacional interesado en el acceso a la red, se han organizado NIC nacionales los cuales administran los dominios territoriales que les corresponden.

Esto permitió que cada estado adopte la normativa que considere más justa en la materia pero siempre que no contradigan las que generalmente emanan de ICANN. Por su parte cada estado opto por dejar la administración de su respectivo NIC a los órganos que considero más eficientes ya sean públicos o privados, para citar un ejemplo: En el caso de Chile¹⁸ la asignación de los nombres de dominio está a cargo del Departamento de tecnología de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

¹⁸ La información recolectada proviene del sitio <https://www.nic.cl>

En nuestro país, actualmente la administración de los nombres de dominio está a cargo del NETWORK INFORMATION CENTER ARGENTINA, más conocido como NIC.AR ¹⁹que funciona bajo la órbita del Ministerio de Relaciones Exteriores. La designación de NIC.AR tuvo lugar en el año 1987, fecha en que la dirección de Informática, Comunicaciones y Seguridad del Ministerio de Relaciones Exteriores recibió por delegación de I.A.N.A, la administración de los nombres de dominio de nivel superior de Argentina.

3.1. NIC.AR

Este organismo es el encargado de administrar los nombres de dominio territoriales en la Argentina, es decir aquellos que terminan en .AR precedido de cualquier dominio de primer nivel.

A lo largo de su implementación, este sistema ha tenido varios antecedentes normativos:

A) Las Viejas reglas.

Son las Reglas de Administración de los Nombres de Dominio en Internet, que fijaron las siguientes pautas:

- El registro de un nombre de dominio se otorgaba a la persona física o jurídica que primero lo solicita
- El registro tendría la validez de un año a contar a partir de su inscripción.
- El registro es renovable, la misma se debe solicitar durante el último mes de vigencia del registro.
- No se aceptan solicitudes de registros de denominaciones iguales a otras ya existentes

¹⁹ La información recolectada proviene del sitio <https://nic.ar>

- NIC Argentina no actúa como mediador ni como árbitro en los conflictos que surjan entre registrantes.

Desde el momento en que Internet comenzó a extenderse en el país, los conflictos entre los registrantes no tardaron en aparecer, pero dado a que no existía una norma formal, empezó a ser necesario que la administración de dominios fuera regulada por una normativa específica.

B) La resolución 4536/99

Esta resolución fue dictada por la secretaria de comunicaciones el 7 de diciembre de 1999 sin embargo no llegó a entrar en vigencia ya que el 29 de diciembre de ese año fue derogada por otra resolución (ídem arriba). Aunque no tuvo una implementación en el tiempo, esta resolución no imponía grandes cambios respecto a las Viejas Reglas, de hecho en su anexo II reproducía textualmente el contenido de las anteriores reglas.

C) La resolución 2226/2000.

El 8 de agosto del año 2000 el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, dictó la resolución 2226/00 que dispuso nuevas reglas para el registro de nombres de dominio.

Los cambios más notables fueron la transferencia de NIC.AR a la órbita de la Secretaría para la Ciencia, la Tecnología y la Innovación Productiva, además la resolución consta de solo de cinco artículos mediante los cuales:

- Se aprueban las nuevas reglas
- Se encomienda a las direcciones de Informática y de Asuntos Jurídicos del Ministerio, la actualización periódica de las reglas.
- Se encomienda la elaboración de un mecanismo de resolución de disputas.

- Se decide el estudio de un sistema arancelario.
- Establecen una serie de principios junto con 20 reglas directrices de la actividad.

Respecto a la duración, establece que el registro durara un año desde la fecha de registración siendo renovable, en este aspecto, Argentina ha optado por conferir un derecho por un plazo limitado, en cierta medida en un sistema análogo esto rige en materia de marcas en su artículo 5²⁰, aunque por un plazo mayor (10 años).

Sin embargo en materia de dominios la vigencia del derecho sobre el uso no está condicionada al “uso” como si lo está en las marcas ya que el no uso por un plazo de 5 años puede generar una caducidad en el derecho sobre su marca. En lo que respecta al nombre de dominio y el uso del mismo, vemos que el uso del nombre de dominio impediría a unos cuantos casos de saqueadores, especialmente aquellos en que el usurpador tiene a su nombre cientos de dominios adquiridos ilegítimamente (Mercuriali, 2000).

Además podemos señalar que las normas que regulan el sistema adoptaron el principio de “FIRST TIME, FIRST SERVED”, este principio es seguido por la mayoría de los sistemas de administración de nombres de dominio existentes en el mundo, y de acuerdo a esto, el registrante que solicita primero el nombre es el que lo obtiene (Zorrilla, 2000).

Por otro lado establece que no se aceptaran solicitudes de nombres iguales a las ya existentes. Esto tiene sentido desde el punto de vista técnico ya que como se mencionó anteriormente, la combinación alfanumérica contenida en el nombre de dominio es

²⁰ Artículo 5: El término de duración de la marca registrada será de Diez (10) años. Podrá ser renovada indefinidamente por períodos iguales si la misma fue utilizada, dentro de los Cinco (5) años previos a cada vencimiento, en la comercialización de un producto, en la prestación de un servicio, o como parte de la designación de una actividad.

traducida a una dirección IP, por lo que un determinado nombre de dominio solo puede corresponderle una sola IP.

En cuanto a los recaudos adoptados a la hora de conceder el dominio, se exige los datos personales con número de documento y demás información personal evitando utilizar nombres y datos falsos, aunque un verdadero avance hubiera sido implementar políticas más rigurosas como la exigencia de inscripción en el Registro Público de Comercio o Colegios Profesionales de modo de verificar con más profundidad la autenticidad del solicitante. El incumplimiento de esta obligación de informar es castigado con la revocación del registro, además cualquier persona puede notificar a NIC.AR acerca de la existencia de datos falsos de un determinado nombre de dominio. El organismo puede efectuar una investigación y denegar o revocar un registro cuando el mismo se refiere a una persona físico o jurídica de gran notoriedad pública y el registrante no pueda demostrar que cuenta con la autorización para el registro.

Otro punto interesante es la prohibición de registrar nombres de dominio que puedan confundirse con instituciones o dependencias del Estado y Organismos Internacionales., salvo que sean realizados por ellos mismos. La política de concesión también es restrictiva en cuanto a la designación que contenga palabras, letras o nombres distintivos que deban usar la nación, las Provincias o los Municipios así como aquellas contrarias a la moral y las buenas costumbres.

En cuanto a la resolución de disputas las viejas reglas establecieron que NIC.AR no actuaría como mediador ni arbitro de ninguna otra manera en conflictos que se susciten entre titulares de nombres de dominio y terceros. En la resolución 2226/00 esta norma fue repetida aunque se encomienda a la Dirección de Informática y a la Dirección

de Asuntos Jurídicos la elaboración de una propuesta de un mecanismo de resolución de disputas. Esta iniciativa es impulsada por la OMPI²¹ (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual), que en su informe sobre “Prácticas óptimas sobre prevención y solución de controversias en materia de propiedad intelectual relacionada con los nombres de dominio” aconseja implementar mecanismos de resolución de disputas.

El arancelamiento de los servicios también surgió por una recomendación de la OMPI donde establece que el cobro de una suma de dinero razonable, es un elemento disuasivo de prácticas abusivas tales como la ciberocupación. De lo contrario si el servicio se mantiene en forma gratuita, como lo es el nivel .AR hasta el día de hoy, los actos vandálicos se reproducen.

NIC.AR ha procurado por todos los medios evitar cualquier posible imputación de responsabilidad, actualmente son varias las normas que pretenden excusarlo de todo tipo de planteos en su contra. En ellas se obliga al registrante a asumir el compromiso de no responsabilizar a NIC.AR por los daños que pueda sufrir directa o indirectamente ya sea por el registro o por el uso del nombre de dominio disponiendo que solo se limitara al registro del nombre de dominio indicado por el registrante, siendo él, el único responsable de los daños que dicho registro pueda ocasionar a terceros y además será responsable solidariamente de dichos daños con el registrante (cuando sean personas distintas).

Por otro lado establece que NIC.AR no se responsabilizara por los perjuicios que pueda ocasionar la elección del nombre de dominio además que no acepta

²¹ La OMPI es el foro mundial en lo que atañe a servicios, políticas, cooperación e información en materia de propiedad intelectual (P.I.). Es un organismo de las Naciones Unidas, autofinanciado, que cuenta con 189 Estados miembros.

responsabilidad por conflictos con marcas registradas y otros derechos de propiedad intelectual.

D) La resolución 110/2016

A través de la presente resolución se modificaron algunos puntos, entre ellos que NIC.AR pasara a formar parte de la esfera de la SUBSECRETARÍA TÉCNICA de la SECRETARÍA LEGAL Y TÉCNICA de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN en su carácter de administrador del Dominio de Internet de Nivel Superior Argentina (.AR). Por otro lado NIC. AR pasa a estar facultado para percibir aranceles por todas las gestiones de registro de nombres de dominio, entendiendo como tales: Altas, Renovaciones, Transferencias y Disputas. La falta de pago del arancel pertinente, provocará indefectiblemente la cancelación de los trámites iniciados y, en el caso de las renovaciones, la revocación automática de los registros respectivos. En ningún caso el arancel abonado será reembolsado cuando el trámite de que se trate no prosiga por responsabilidad del Usuario.

Respecto a la responsabilidad, continua desligando en los usuarios la misma al establecer que, no intervendrá en los conflictos que eventualmente se susciten entre Usuarios y/o terceros, relativos al registro o al uso de un nombre de dominio, aunque si establece que podrá rechazar o revocar, sin necesidad de interpelación previa, respectivamente, solicitudes o registros de nombres de dominio que considere agraviantes, discriminatorios o contrarios a la ley, a la moral o a las buenas costumbres, o que puedan prestarse a confusión, engaño o suplantación de identidad.

Por ultimo hace referencia a las disputas estableciendo un procedimiento bastante rudimentario denominado “TAD” (Trámite a Distancia) a partir del momento de su

registración, no procediendo más de un trámite de manera simultánea sobre el mismo registro.

4. Principios que rigen el NIC.AR

4.1. Principio de organización

Se trata de una enumeración general en el cual aclara el origen del organismo y su dependencia. Al respecto de su dependencia, podemos aclarar que la misma tiene una doble instancia, por un lado la relación con el ICANN como superior en cuestiones técnicas por otro lado con una dependencia con respecto al PEN, donde obtiene la autoridad dentro del territorio nacional aclarando que NIC.AR es el único órgano con capacidad para realizar inscripciones de nombres de dominio .AR.

4.2. Principio de registración legal

Lo más importante a tener en cuenta de este principio, es que el registro de un nombre de dominio bajo el dominio territorial se hace según las disposiciones de NIC.AR pero es importante destacar que el registro de dominio bajo la cobertura “.AR” si bien es territorial, puede realizarlo tanto un argentino como un extranjero, de esta manera el principio de territorialidad que mantiene la normativa en el caso de las marcas aquí se desdibuja por completo.

4.3. Principio de publicidad

Este principio establece que la reglamentación de NIC.AR entra en vigencia a partir de la publicación de la misma en el boletín oficial pero las modificaciones que se introduzcan con posterioridad, se consideraran vigentes a partir de su aparición en la página del organismo. Aquí la normativa se vuelve contraria a la tradición histórica en materia de publicidad de las leyes y trae aparejado un problema ante la hipótesis de que

el órgano legislativo tuviera que sancionar una normativa en materia de dominio ya que habría que preguntarse, ¿dónde se publicaría para que tenga efecto?, la respuesta tradicional sería sin duda en el boletín oficial y no en la página de NIC.AR.

4.4. Principio de identidad

En este sentido, la normativa se asemeja a lo propuesto por la ley de marcas en cuanto a las prohibiciones de dominios conocidos. Existe en ella un doble estándar ya que por un lado dada la imposibilidad técnica de que existan dos dominios iguales, se hace poco factible inscribir dominios ya registrados y por otra parte, la prohibición tiene como finalidad evitar las confesiones que pudieran generarse en torno a la oficialidad de los dominios o mejor dicho aquellos que correspondan a un ente público Estatal.

4.5. Principio de moralidad

Aquí encontramos otra similitud con la ley de marcas al establecer que los nombres de dominio no pueden ser contrarios a la moral y las buenas costumbres.

II. Conclusión

Al comenzar con el análisis de los organismos reguladores empezamos un recorrido que nos llevó del órgano máximo hasta llegar al órgano nacional que regula los nombres de dominio en Argentina. Lo más destacado en este análisis es que el órgano más importante a nivel mundial se llama ICANN (Internet Corporation for Assignment Names and Numbers), organismo que asigna los nombres de dominio, y se encarga de coordinar el sistema.

Se podría dudar de este organismo, su estructura y sus finalidades, debido a que fue creado bajo las normas y leyes de los Estados Unidos, postura que no comparto ya

que sostengo la necesidad de la existencia del mismo, independientemente de dónde funcione o bajo qué normas haya sido creado.

Lo que debemos tener en cuenta es la necesidad de su existencia a fin de coordinar un sinnúmero de dominios en el mundo entero, y considerar que su ausencia provocaría un desastre, derivado de la confusión de los usuarios de la red frente a la existencia de dos o más dominios de idéntica denominación, o como jurídicamente se puede denominar, “dominios homónimos” (Mercuriali, 2000).

En síntesis, el funcionamiento perfecto se produciría en la medida de que las normas generales en la materia sean dictadas por el ICANN, y por su parte cada país tenga su NIC Nacional y que de ninguna manera pueda contradecir u oponerse a lo que establece el organismo internacional ICANN, que es el superior técnico en jerarquía.

Capítulo III:

Nombres de dominio. Introducción a la cuestión jurídica

I. Introducción

Al adentrarnos en el presente capítulo empezamos a ahondar en el interés comercial que conlleva la utilización del nombre de dominio, ya que el mismo, paso de ser un identificador IP a un signo que representa en muchos casos una marca o un slogan, por ende, el derecho debe actuar para asegurar su protección.

Abandonaremos entonces el criterio estrictamente informático que venimos exponiendo en los capítulos precedentes, para concentrarnos en determinar donde ubicamos a este derecho que merece protección legal, es decir, debemos ahora decidir cuál es la naturaleza jurídica del mismo y, en su caso, como opera esa protección.

1. Naturaleza jurídica de los nombres de dominio

Para comenzar el desarrollo es necesario destacar que existe una gran relación entre los nombres de dominio y la propiedad intelectual, esta idea arranca en los primeros años del auge de internet, ya que al haberse dado varios casos de lo que llamamos “ciberocupación”²², muchas empresas se vieron obligadas a pagar altos costos para poder utilizar sus marcas como nombres de dominio, lo que llevo a muchos analistas a preguntarse si existe una “propiedad” en el nombre de dominio y si la misma forma pare de los derechos de propiedad intelectual.

Cuando hablamos de “propiedad”, podemos definirla como un derecho o facultad de poseer una cosa en beneficio propio y disponer de ella libremente dentro de los límites

²² La cibeocupacion implica el registro de un dominio idéntico, similar o que contiene una marca registrada con la intención de obtener beneficios vendiendo el dominio a su legítimo propietario.

que establece la ley. Por lo tanto, si nos enfocamos en el derecho de propiedad, veremos que el mismo se circunscribe a dos ámbitos claramente diferenciados que son, por un lado los derechos personales y por otro lado los derechos reales. Cuando hablamos de los derechos personales decimos que son aquellos que regulan la relación entre partes o sea acreedor y deudor, por su parte los derechos reales, regulan las relaciones jurídicas entre personas y cosas.

A partir de esta primera aproximación es que se puede determinar que en primer lugar estamos en presencia de un derecho, resulta sin embargo imposible enmarcarlo dentro de la clasificación tradicional de los bienes incorporeales, aunque frecuentemente se habla de el nombre de dominio como un derecho patrimonial, sin comprometerse expresamente con la clasificación tradicional de derechos personales y derechos reales.

Ahora bien, en la actualidad existe otra esfera de derechos patrimoniales que son los derechos intelectuales cuya finalidad es la de servir de base legal para conferir derechos sobre bienes inmateriales o sea de carácter intangible.

Cuando ingresamos a su análisis encontramos varias categorías, en un primer grupo están los derechos de autor “estos derechos constituyen una aportación creadora al mundo de la cultura tutelada por el derecho” (Tullio, 1970, p. 6).

En segundo lugar se encuentra el área inventiva y los descubrimientos cuyo derecho principal es el de patentes de invención, modelos y diseños industriales y por último y como tercera categoría están los signos distintivos como la marca, los nombres comerciales y las denominaciones de origen teniendo como características comunes la individualización de objetos o servicios.

Si nos detenemos en este tercer grupo, encontramos que poseen la característica de ser “signos distintivos” o sea que “su mayor virtud implica una capacidad para distinguir o de ser una “nomenclatura de la realidad” (Tullio, 1970, p. 6).

Aquí se trata nada más ni nada menos, que de un símbolo cuya capacidad distintiva está dirigida exclusivamente a productos o servicios (en el caso de marcas comerciales), a identificar a comerciantes y a empresas (en el caso de nombres comerciales) o bien resaltar la procedencia de mercancías (en el caso de las denominaciones de origen).

El punto sobresaliente de estos signos distintivos está dado por su circulación vinculados a elementos que hacen al mundo del comercio, (mundo en donde nada es estático y todo es dinámico), por lo que se vuelve imperioso que los productos y las personas que los producen cuenten con una designación a fin de lograr su individualización frente al consumidor. Es entonces a partir de esta circulación que se torna de vital importancia los nombres de dominio, ya que un mercado funciona en forma eficiente si los consumidores pueden tomar sus decisiones luego de haber recibido toda la información adecuada. Por ello las empresas tendrán una expectativa a la utilización de ese signo distintivo tanto en el mundo real como así también, en el mundo virtual.

Es a partir de lo expresado anteriormente donde se alcanza a comprender que el valor económico del nombre de dominio depende de la función que ocupe, ya que si reproduce una marca famosa su valor será superior de aquellos que hacen referencia a sujetos desconocido, por lo tanto se puede llegar a la conclusión que el nombre de dominio es un derecho patrimonial dado por su importancia dentro del mercado y por su valor de cambio (es lo que en principio origina su carácter patrimonial aunque también

puede provenir de su valor de uso), por lo que nos encontramos ante un derecho subjetivo, de carácter patrimonial, sobre un bien inmaterial ubicándose dentro de los derechos de propiedad intelectual.

2. *Los nombres de dominio y los derechos de propiedad intelectual*

Para comenzar a determinar si las características de los nombres de dominio son susceptibles de encuadrar dentro de los derechos de propiedad intelectual, analizaremos primero lo que se entiende por derecho de propiedad intelectual, para ello podemos decir que la misma supone el reconocimiento de un derecho particular en favor de un autor u otros titulares de derechos, sobre las obras del intelecto humano.

En los términos de la Declaración Mundial sobre la Propiedad Intelectual, es entendida similarmente como cualquier propiedad que, de común acuerdo, se considere de naturaleza intelectual y merecedora de protección, incluida las invenciones científicas y tecnológicas, las producciones literarias o artísticas, las marcas y los identificadores, los dibujos y modelos industriales y las indicaciones geográficas.

Entendido esto, veremos en segundo lugar que la propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales, y el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas.

Continuando con la idea del párrafo anterior, dentro de la propiedad industrial encontramos la marca la cual ha evolucionado hasta alcanzar cinco funciones diferenciales que podemos caracterizar como: distintiva, identificadora, Publicitaria, diferenciadora de la competencia y para asegurar la calidad del producto. Esto se ve reflejado en la legislación ya que el titular de la marca tiene facultades exclusivas de uso

para diferenciar productos conocida como derecho de exclusión que surge de la interpretación que se realiza del "interés legítimo" que establece el artículo 4²³ de la ley de marcas argentina.

Al detenernos en estas características podemos trazar un paralelismo con los nombres de dominio ya que la facultad de exclusión del titular del derecho de marca surge con plenitud cuando existe una probabilidad de confusión entre su signo protegido y otro igual o semejante para diferenciar productos o servicios idénticos, esto resulta de importancia en cuanto a que en el sistema de nombres de dominio no se permite la coexistencia entre signos idénticos (principio de identidad), independientemente del contenido al cual se pueda acceder posteriormente a través del equipo informático (Rodríguez y Richard, 2000).

Por lo tanto, si consideramos que el derecho que tiene una persona a registrar nombres de dominio en internet ha sido vinculado o relacionado al derecho que todos tenemos a solicitar el registro de una marca o patente, y tomando como base ese paralelismo, podríamos decir que el sistema registral de las marcas en su regulación normativa sería el más adecuado, teniendo como parámetro que el derecho al nombre de dominio es la posibilidad que tiene una persona de registrar un dominio propio en internet para fines personales y comerciales.

3. El nombre de dominio y el derecho de marcas

La marca es ante todo un símbolo distintivo, un identificador que hace visible un producto de entre muchos en un mercado sobrecargado de productos similares. La vinculación entre las marcas y los nombres de dominio nació a raíz de que en la era

²³ Artículo 4: La propiedad de una marca y la exclusividad de uso se obtienen con su registro. Para ser titular de una marca o para ejercer el derecho de oposición a su registro o a su uso se requiere un interés legítimo del solicitante o del oponente.

digital los dominios determinan nuevos canales de venta así como también sirven de publicidad. A partir de esta relación es que se trata de determinar aquí si las normas aplicadas dentro del campo jurídico de los derechos de marcas son aplicables a los nombres de dominio.

Analizando la figura de la marca regulada por ley 22.362 ²⁴se puede arribar a algunas conclusiones:

- La marca es un signo que distingue a un producto de otro.
- Para la adquisición de los derechos exclusivos sobre ella debe registrarse previamente.
- Responde al principio de territorialidad, esto quiere decir que el derecho exclusivo de su registración se circunscribe a un ámbito territorial, por lo tanto la marca la marca registrada aquí no goza de exclusividad en el exterior y viceversa.
- La marca registrada confiere derecho exclusivo de uso, con la posibilidad de excluir a otros.
- Una vez registrada constituye un bien de libre disposición para su titular o propietario.
- Se prohíbe el registro de marcas idénticas a otras ya registradas con anterioridad.
- En defensa de la marca registrada la ley penal prevé la sanción de actos dolosos (Falsificación o imitación fraudulenta) como la civil en aquellos actos que violan el derecho de exclusividad.

Continuando con lo expuesto vemos además que la ley Argentina de marcas exige, a los fines de que pueda inscribirse una denominación identificadora como tal y

²⁴ Ley de Marcas y Designaciones.

gozar su titular de todos los derechos que consagra la legislación, que quien solicite la misma, cuente o acredite “INTERES LEGITIMO”, la necesidad de esto radica en proteger al sistema de especuladores que solo solicitan inscripciones a los fines de asegurar una posterior venta.

Si hacemos una comparación con la figura objeto de la presente investigación, vemos que actualmente para la inscripción del nombre de dominio, no es necesario acreditar las causas o motivos por los cuales se pretende el registro de un nombre ya que simplemente se registra sin más, lo que a mi modo de ver, es una deficiencia del sistema ya que en un estado de derecho toda pretensión debe tener como contrapartida un interés legítimo que merece ser tutelado, y ésta es precisamente, mi primera crítica al sistema “registral” de nombres de dominio.

A modo de ejemplo si lo comparamos con otros países más avanzados, como es el caso de Chile, se exige que todo aquél que pretenda registrar un nombre de dominio, deba previamente acreditar como requisito sine quanon, un verdadero interés legítimo. Por lo tanto vemos que en materia de inscripción de nombre de dominio a diferencia de la marca se sostiene que “el registrante de un nombre de dominio es aquel que pretende colocar el dominio a su nombre, basándose en la norma común de primero en el tiempo primero en el derecho” (Zabale y Arreche, 2006, p. 107).

La crítica que realizo anteriormente se basa en que ante la falta de este requisito fundamental en materia registral, se permite la proliferación de lo que se denomina como Ciberocupación, situación que afecta a infinidad de emprendimientos y que consiste justamente en el registro de nombres de dominio para luego venderlos. Esto es tan grave a nivel mundial un estudio comisionado por la ECTA (European Communities Trade

Mark Association)²⁵ que en Español significa Asociación de Propietarios de Marcas de la Comunidad Europea, encontró que el 85% de los participantes o de sus clientes habían sufrido infracciones de propiedad intelectual en Internet y el 60% habían negociado la compra de sus nombres de dominio por canales informales, a modo de ejemplo de la imperfección de nuestro sistema, vemos que si alguien quisiera registrar un dominio “.gov”, o “.org”, no hay forma de controlar que efectivamente, se destinará a fines gubernamentales, lo que pone de manifiesto la ausencia de organismos de control para esta materia, ya que el NIC.AR, es el organismo que administra las solicitudes de registro, modificaciones, etc., pero no lleva en sí un control real en la materia, más aun, en caso de conflicto, NIC.AR no actuara como mediador ni como árbitro en la solución de controversias.

Otra crítica a este sistema es la relacionada con la validez temporal de estos nombres de dominio, ya que en nuestro sistema se establece que la duración de los mismos es de un año desde la fecha de inscripción, a cuyo vencimiento (en realidad con anterioridad al mismo), el registrante puede solicitar la renovación del mismo por otro período igual, lo que cabe destacar que en los hechos nunca se cumple ni se controla además no se exige el requisito de su uso previo para la renovación, con lo que difiere del artículo 5 de la ley de Marcas, ya que en este caso la duración de la misma es de 10 años renovables por el mismo término siempre y cuando fuese utilizada dentro de los últimos 5 años. Otro tema no menor, es la gratuidad del registro de estos nombres, vale decir, no es necesario abonar ningún canon para inscribirlos en la red aunque posteriormente sea necesario para la renovación.

²⁵ La información recolectada proviene del sitio www.ecta.org

Ahora bien, podemos encontrar también otros temas a favor de esta comparación ya que el dominio en internet constituye, sin más, la denominación de un domicilio o lugar virtual con lo que puede asimilarse a la designación prevista en el artículo 27²⁶ de la ley de marcas. En este sentido, el nombre de dominio penetra en la ley de marcas, confiriendo a su titular un derecho de propiedad sobre la designación, en tanto ésta no sea confundible con otras designaciones utilizadas para los mismos productos y/o servicios o con una marca registrada con anterioridad para tales productos, siempre que la misma sea notoria. Por lo tanto, la marca registrada puede ser utilizada como nombre de dominio con fines publicitarios (Grinenco, 2014).

Como conclusión y a raíz del análisis de la legislación, es que puedo decir en respuesta al problema de investigación, que si bien el nombre de dominio por sus características difiere en su regulación de los demás derechos de propiedad intelectual, no por ello queda afuera de la protección de los mismos asimilándolo principalmente con la marca que es con quien guardaría mayor similitud, y en esa dirección es que coincido con los autores Zabale y Arreche cuando expresan que “a la hora de disputar un nombre de dominio, quien ya detenta la marca puede hacer valer los derechos que surgen de dicha normativa, imponerlos y de esta manera recuperar el dominio, como parte integrante de su marca” (Zabale y Arreche, 2006, p. 140).

Por todo lo expuesto es que me inclino a determinar que estamos frente a un derecho de propiedad intelectual autónomo.

²⁶ Artículo 27: El nombre o signo con que se designa una actividad, con o sin fines de lucro, constituye una propiedad para los efectos de esta ley.

II. Conclusión

En conclusión, el derecho del titular de un dominio nace básicamente de un contrato que celebra una persona con un Ente Registrador Acreditado, tal como se ha sostenido al verificarse la inscripción de un nombre de dominio, celebrando un contrato de prestación de servicios que, además, es un contrato de adhesión con un prestador de servicios monopólico. Esto hace que frente a los terceros ese derecho “acreditado” sea erga omnes debiendo ser protegido su uso y goce, pudiendo además, ser vendido o más exactamente el derecho que sobre él recae, lo que evidencia que puede ser valorado pecuniariamente.

Respecto a la protección de su uso y goce, la misma, la encontramos dentro de los derechos de propiedad intelectual ya que como vimos, el nombre de dominio es algo más que una dirección de internet (dado por la función marcaria del mismo). En conclusión, hay que tener en cuenta que ese dominio actúa como un signo distintivo de un producto o servicio y por lo tanto debe ser equiparado a una marca.

Capítulo IV:

Conflictos sobre nombres de dominio

I. Introducción

Cuando hablamos de conflictos en materia de nombres de dominio, vemos que el derecho de marcas es uno de sus principales protagonistas, esto es así ya que el mismo sistema de regulación de los nombres de dominio surgió como respuesta a los titulares de marcas que buscaban algún sistema de contención para que los aficionados a la red no usurparan sus marcas.

Este tipo de prácticas suele ocurrir porque el nombre de dominio cumple una función muy importante a la hora de vincular a un comerciante o una empresa en internet, por lo tanto, los usuarios que deseen contactar a su sitio web lo harán instintivamente al adicionar al nombre comercial al .COM o el .COM.AR.

Fuera de la red, las empresas pueden compartir el nombre y coexistir siempre que sus actividades comerciales no estén vinculadas y no generen confusión en el cliente. En cambio al tratarse de nombres de dominio aun cuando se trate de empresas dedicadas a actividades que no poseen ninguna vinculación, no pueden usar el mismo dominio.

1. Las diversas conductas que pueden recaer sobre los nombres de dominio y los registros

El gran auge que tomo internet fue de gran impacto en el mundo de las marcas, el crecimiento de la red trajo aparejada grandes oportunidades comerciales a las grandes marcas, efecto que se vio reflejado en la desesperación de las mismas por ingresar y posicionarse en el mercado virtual.

Este auge determino que las empresas y particulares pudieran registrar sus marcas rápidamente a través de procedimientos registrales muy sencillos. Esta flexibilización paso a ser un problema ya que en provecho de esto, alguno habría inscripto nombres de dominio que afectaban a titulares de derechos intelectuales e industriales y empresas multinacionales.

Por lo tanto, una cuestión interesante que se comenzó a advertir es que un tercero, sin consentimiento del titular de la marca, registra un nombre de dominio idéntico para ofrecer en la página productos y/o servicios idénticos o similares a aquellos distinguidos por la marca ajena, o bien, cuando se realiza con fines publicitarios, por lo que paso a constituirse en una utilización a título de marca del nombre de dominio.

Esta circunstancia posibilitaría la facultad de exclusión del titular de la marca por considerar que dicha utilización atenta contra su derecho otorgado por la legislación marcaria. Es por lo tanto en este caso, que al analizar los diferentes fenómenos de este problema, veremos como la ley marcaria viene a poner soluciones a este tipo de conflictos donde veremos que su normativa sirve para dilucidar los diversos casos que derivan de este fenómeno.

Ahora bien, el solo registro de un nombre de dominio idéntico a una marca protegida sin contenido alguno en la página especificada (por ejemplo una "página en construcción"), no podría generar un conflicto de marcas en tanto el nombre de dominio "per se" no es un signo distintivo, por lo que no entraría dentro del ámbito de exclusión correspondiente al titular de la marca.

No obstante ello, en la mayoría de los casos se observa que se han registrado como nombres de dominio, marcas reconocidas sólo a los fines de impedir su utilización

por sus legítimos titulares o para negociar posteriormente con ellos la transferencia de los mismos o su cancelación. Esto es lo que se denomina como cybersquatting o ciberocupación, que ha llevado a negociar en importantes sumas de dinero el nombre de dominio en disputa, por la imposibilidad de ser utilizado por los titulares de las marcas por encontrarse ya ocupado por el ciberpirata, circunstancia que no ha hecho sino incentivar este tipo de prácticas en el ciberespacio.

También es importante resaltar que los conflictos no sólo pueden producirse entre un titular de una marca y un nombre de dominio, sino también entre dos nombres de dominio. El registro de determinados nombres de dominio puede generar actos de confusión por parte de los consumidores, en el supuesto en que se registre un nombre similar a un nombre de dominio notorio. Esta situación produce que los internautas accidentalmente y llevados por la confusión, ingresen por error un nombre que resulta parecido al que se tenía la intención de acceder, siendo redireccionados a una página de contenido diverso de aquel al cual querían ingresar originariamente. Esto lleva a atraer clientela de un modo desleal, circunstancia que puede ser resuelta de manera similar a lo antes expuesto.

Por lo tanto, ante el cada vez mayor número de supuestos conflictivos, el sistema jurídico en su conjunto se encuentra ante la necesidad de ser revisado a la luz de las nuevas tecnologías y por lo tanto, el derecho de marcas es uno de los ámbitos que más evidencia la necesidad de armonizar sus principios en este contexto a fin de poder otorgar protección adecuada a los titulares de los nombres de dominio (Richard, 2000).

2. *Ciberocupación*

La ciberocupacion significa que se registran, trafican o utilizan marcas como nombres de dominio que a su vez está identificada con la marca, negocio o nombre comercial de otro sujeto.

Este fenómeno se fue extendiendo debido a la vinculación que tiene la forma de realizar un registro ya que la inscripción de un dominio en el mencionado registro puede ser de buena o mala fe, será de mala fe cuando se realiza un registro de un nombre de dominio a sabiendas que corresponde a una marca comercial perteneciente a un tercero con la intención de no permitir a su titular registrar su marca bajo un dominio web “será de mala fe toda vez que se haya realizado el registro como nombre de dominio de una marca, persona física o jurídicas sin otro ánimo que ofrecerlo a cambio de dinero” (Palazzi, 2000, p. 95)

También decimos que puede ser de buena fe porque un sujeto puede registrar un dominio y utilizarlo de forma ilegítima pero con un interés de aplicarlo a su marca o que coincide con su nombre comercial sin intención de perjudicar a otros.

Como vimos anteriormente al analizar NIC.AR, se desprende de que en Argentina este tipo de prácticas es habituales ya que existe una falta de control en las asignaciones de dominio por parte de este organismo.

Regresando al tema principal, vemos que lo que se busca con este tipo de acciones es retener un nombre de dominio y privar a su dueño del uso que le correspondería , en la mayoría de estos casos, el usurpador se contacta con el titular de la marca y ofrece transferírsela a cambio de dinero, para lograrlo se suele complementar con la utilización molesta del nombre de dominio en un sitio web en el cual se muestra elementos

diferentes a la marca, en este caso la ley marcaria podría aplicarse ya que estaría más que probada la mala fe del registrante.

Otro caso sería que el ciberocupador se limite a bloquear el nombre de dominio con la intención de que el titular de la marca lo contacte y así poder negociar el precio, aquí sería más difícil la aplicación de la ley marcaria ya que no existen demasiadas pruebas para sostener la mala fe del registrante.

Otro tema controvertido a la hora de aplicar la ley marcaria a estos casos es el la caducidad del dominio por falta de uso, la ley de marcas lo establece en el artículo 23 inc. (c) y 26²⁷ donde establece que a pedido de parte, se declarará la caducidad de la marca que no hubiere sido utilizada, dentro de los cinco (5) años previos a la fecha de la iniciación de la acción. Pero tanto en ICANN como en NIC.AR la caducidad por falta de uso no existe.

Por ultimo NIC.AR se encuentra facultada para denegar o revocar un nombre de dominio en caso de que el mismo, a su criterio, se refiera a una persona física o jurídica de trascendencia y/o notoriedad pública si el registrante y/o solicitante no pudiera demostrar que se encuentra debidamente autorizado por esa persona a efectuar tal solicitud (Estoup, 2001).

A continuación veremos algunas variantes de este fenómeno.

²⁷ Artículo 23: El derecho de propiedad de una marca se extingue:

- a) por renuncia de su titular;
- b) por vencimiento del término de vigencia, sin que se renueve el registro;
- c) por la declaración judicial de nulidad o de caducidad del registro.

Artículo 26: A pedido de parte, se declarará la caducidad de la marca que no hubiere sido utilizada en el país, dentro de los cinco (5) años previos a la fecha de la iniciación de la acción, salvo que mediaren causas de fuerza mayor.

No caduca la marca registrada y no utilizada en una clase si la misma marca fue utilizada en la comercialización de un producto o en la prestación de un servicio incluido en otras clases o si ella forma parte de la designación de una actividad.

2.1. Confusión

Es el registro de nombres de dominio similar a otro con el fin de captar las personas interesadas en ingresar a página a fin de privarlo de acceso de los visitantes a su sitio web.

La ley de marcas busca evitar la utilización de una marca ajena cuando su uso lleva a causar confusión entre los consumidores, como señala un autor “Es obvio que la exclusividad se quiebra en la medida que existan marcas confundibles” (Otamendi, 1999, p. 167).

En la norma podemos citar el artículo 3 Inc. (a) y (b)²⁸ que prohíben el registro de marcas idénticas o similares a otras registradas con anterioridad.

Por lo tanto para determinar si podemos aplicar estos criterios a los nombres de dominio tenemos que hacer una división a la función del nombre de dominio respecto, por un lado, si cumple una función “distintiva” o “localizadora”.

En el primer supuesto habrá que equipararlo a la marca lo que determina la aplicación de la ley marcaria para las confusiones, Ahora bien, si cumple una función localizadora de un sitio web y los productos no son afines a los del titular de la marca, queda excluida la posibilidad de invocar riesgo de confusión.

2.2. Dilución

Es una variante de un dominio conocido que ofrece productos diferentes, en el derecho marcario lo encontramos cuando se refiere a las acciones que tienden a quitarle poder distintivo a una marca. En estos casos se dice que se diluye la marca como

²⁸ Artículo 3: No pueden ser registrados:

- a) una marca idéntica a una registrada o solicitada con anterioridad para distinguir los mismos productos o servicios;
- b) las marcas similares a otras ya registradas o solicitadas para distinguir los mismos productos o servicios;

consecuencia del uso que hace un tercero de ella, ofreciendo productos o servicios de inferior calidad aunque no exista competencia o que no se busque confusión, tampoco es requisito para esto que el tercero actúe de mala fe.

En EEUU la dilución tuvo un gran desarrollo principalmente a partir de la creación del FEDERAL TRADEMARK DILUTION ACT ²⁹(FTDA) cuyo principal objetivo fue la protección de marcas famosas a través de maniobras dilutorias como el “blurring” y el “tarnishment”.

El primer supuesto se da cuando una marca famosa se utiliza asociando bienes y servicios que son comercializados por el titular de la marca (por ejemplo: Pianos “Kodak”), el segundo caso se configura cuando la marca es vinculada con contenidos negativos como sería el caso de los sitio web de contenido para adultos.

2.3. El linking.

La web utiliza enlaces link para que los usuarios puedan ir de un sitio a otro sin importar donde se encuentren esos archivos, un link por lo tanto, es una dirección de internet que aparece en una computadora en forma destacada a través de ciertos recursos gráficos.

El recurso técnico que se brinda a través de linking genera un gran dinamismo en internet ya que facilita el acceso a la información permitiendo que los usuarios puedan conocer contenidos de otras páginas web.

El problema es que no se puede incluir enlaces de una web ajena a menos que su titular esté interesado y se cuente con su autorización al respecto ya que de no ser así, un

²⁹ La Ley Federal de Dilución de Marcas Comerciales (FTDA), crea una causa federal de acción para proteger marcas famosas de uso no autorizado y evitar la dilución de la calidad distintiva de tales marcas. La FTDA tiene la intención de prevenir tanto la dilución real como la probable dilución.

link puede asociar la imagen de una empresa con otros sitios generando una pérdida del valor de la marca facilitando la competencia desleal en perjuicio de los competidores.

2.4. Meta-rotulado

Una página web es desarrollada sobre la base de un lenguaje conocido como HTML³⁰, los cuales determinan como la página debe mostrarse, por lo que cuando los usuarios navegan a través de dispositivos técnicos como “buscadores”, estos encuentran los sitios web a través de palabras claves. Este lenguaje de búsqueda son los meta-rotulados que a su vez están incluidos en los sitios web para facilitar su búsqueda.

Esta técnica puede generar conflictos si se incluyen en la lista de meta-rotulados cualquier tipo de palabra, por lo que el usuario que quiera conectarse con un sitio web a través de un buscador (porque no sabe el nombre del sitio o porque no lo recuerda), al ingresar la palabra en la búsqueda lo llevara a un sitio diferente al que desea.

2.5. Encuadramiento o Framing

Este tipo de recurso es utilizado para que cuando se linkea algún recurso aparezca otra página web con un marco perteneciente a la anterior página web, esto se genera gracias a que existen aplicaciones informáticas que permiten dividir las paginas en diversas ventanas. De esta forma se puede acceder a la nueva página pero manteniendo parte de la ventana de la página anterior.

Generalmente quien realiza el framing es el titular del sitio pero puede suceder que la nueva ventana que aparezca no está autorizada por el titular del sitio y por lo tanto el usuario ve a través de un sitio web, lo que sucede en otro sin que la conexión con el sitio de origen se termine y de esta manera mostrar un sitio producido por terceros.

³⁰ HTML es la sigla en inglés de Hyper Text Markup Language (lenguaje de marcas de hipertexto), la misma hace referencia al lenguaje de marcado para la elaboración de páginas web.

Estas prácticas son interpretadas no solo como una infracción frente a las marcas si no también, como deslealtad comercial o sea, puede ser entendido como una conducta ilícita cuando el aprovechamiento del prestigio ajeno consiste en la aplicación maliciosa a páginas con gran cantidad de visitantes.

3. Resolución de conflictos

Además del sistema tradicional de resolución de conflictos, es decir, a través del sistema judicial, a partir de 1999 existe un sistema de resolución alternativa de disputas llamado Uniform Disputes Resolution Policy ³¹(UDRP). A través de este sistema de solución de conflictos, la acción de restitución del nombre de dominio, se presenta ante un Proveedor de Servicios de Solución de Controversias, el cual designa un árbitro (o bien, un grupo de árbitros, si así lo prefieren las partes) que será el encargado de dictar un laudo para dirimir la controversia. El Proveedor de Servicios de Solución de Controversias con mayor actividad es el Centro de Arbitraje y Mediación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ³²(OMPI), que tiene su sede en Ginebra, Suiza.

La adhesión del registrante al proceso arbitral establecido por la UDRP es ineludible desde que los registrantes se obligan a someterse a dicho sistema al momento de inscribir el nombre de dominio ante la entidad registrante acreditada. Por lo tanto, la jurisdicción arbitral es obligatoria para aquél y una vez que el árbitro lauda, si decide hacer lugar al reclamo, así lo informa a la entidad registrante y ésta efectúa el cambio de titularidad electrónicamente.

³¹ La Política de Resolución de Disputas de Nombres de Dominio Uniformes (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy o UDRP) es un proceso establecido por la ICANN para la resolución de disputas relacionadas con el registro de dominios de Internet.

³² La información recolectada proviene del sitio www.wipo.int/portal/es

Entre las ventajas que se atribuyen al sistema establecido por la UDRP está, en primer lugar, la gran celeridad del proceso de resolución ya que permite que exista un laudo resolutorio dentro de los sesenta días de iniciado el procedimiento, además los recaudos formales son muy pocos, desde que el reclamo se vuelca en formularios que inclusive están disponibles en Internet, por otro lado los costos son relativamente bajos y en general no hay audiencias y la mayor parte del proceso se canaliza por medios electrónicos.

La única desventaja que se podría señalar respecto de este sistema de la UDRP es su alcance limitado, ya que el sistema funciona muy bien en casos de ciberocupación pero generalmente no sirve para otros casos de conflictos (por ej. conflictos sobre usos marcarios mediante nombres de dominio).

El Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI es el único proveedor de servicios de solución alternativa de controversias relacionadas con la propiedad intelectual en el plano internacional. Además de esta función, cumple tareas de asesoramiento y capacitación, involucrando no sólo a las partes sino también a sus letrados. Con ese objetivo, administra una base de datos de más de 1000 destacados especialistas que actúan como mediadores o árbitros en caso de eventuales conflictos.

El Centro prevé tres procedimientos:

A) Mediación

En términos de la OMPI, la mediación es un procedimiento eficaz y económico por el cual un tercero ayuda a las partes para llegar al acuerdo sin adoptar decisión alguna. Al no ser obligatorio el acuerdo, la misma puede ser el presupuesto del inicio de un proceso judicial o arbitral.

Se distinguen dos tipos de mediaciones: una, facultativa, en la cual el mediador contribuye a que las partes comprendan la causa de la controversia y su perspectiva. La otra, denominada "evaluativa", donde el mediador adopta un rol más activo señalando evaluaciones de la controversia que las partes no están obligadas a aceptar. Ambos supuestos están contemplados en el Reglamento de Mediación de la OMPI, y las partes pueden optar por una u otra, atento a la flexibilidad del procedimiento.

B) Arbitraje

Este procedimiento, de carácter consensual, neutral y confidencial, consiste en que las partes someten la controversia a uno o más árbitros cuya decisión es obligatoria para las partes. El arbitraje es una de las instancias jurídicas donde se manifiesta plenamente el ejercicio de la autonomía de la voluntad.

El convenio arbitral o cláusula compromisoria es el instrumento en el que se plasma el derecho de las personas a solucionar las cuestiones litigiosas de su libre disposición y a determinar los derechos aplicables mediante la determinación de la sede y, por ende, del Derecho aplicable. Esa autonomía alcanza a la designación conjunta del o de los árbitros o, de conformidad con el Reglamento de Arbitraje de la OMPI, decidan delegar en el Centro la propuesta del árbitro.

C) Arbitraje acelerado

La OMPI prevé un procedimiento de arbitraje acelerado que se lleva a cabo en plazos reducidos y, por tanto, con menos costos. A tal fin, el Reglamento de Arbitraje Acelerado establece las siguientes características:

- Arbitro único.
- Plazos procesales reducidos.

- Tasas fijas.
- Controversias con montos tope.

La reducción de los plazos se logra por la presentación de carácter obligatorio del escrito de demanda juntamente con la solicitud. Dentro de los veinte días siguientes, y en un plazo de 90 días, se sustancian todos los actos procesales, siendo de un mes el plazo para el dictado del laudo definitivo a partir del cierre de las actuaciones.

A nivel local los diferentes NIC locales han ido implementando sistemas alternativos de resolución de disputas, muchos países directamente optaron por adherirse al sistema de la UDRP y delegar en el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI el diferendo de los reclamos.

En consecuencia, la OMPI ha establecido políticas tendientes a implementar prácticas adecuadas en materia de registro de nombres de dominios y encaminadas a prevenir en este nivel los conflictos suscitados entre los mismos y los derechos de propiedad intelectual (Toscano, 2007).

Con ese propósito, recomienda que en los contratos de registro de dominios que se suscriban entre el registrador y el solicitante del registro se inserte una cláusula donde el solicitante del registro de dominio se obligue a someterse al procedimiento alternativo para la solución de controversias en relación con cualquier derecho de propiedad intelectual que se plantee en torno a la inscripción de un dominio.

En nuestro país por el momento no existen sistemas de resolución alternativa de disputas para conflictos sobre nombres de dominio ".ar" equivalentes a la UDRP. Por lo tanto, salvo que el requirente acepte la jurisdicción arbitral voluntariamente, la única vía es la judicial. Más aun, tras la reforma introducida por la Resolución 2226/00, se

encomendó a la Dirección de Asuntos Jurídicos de la Cancillería la elaboración de una propuesta de mecanismo de resolución de disputas haciéndose eco de la presión de la OMPI en este sentido, la cual nunca se implementó con estas características.

II. Conclusión

En virtud de lo que se vino analizando, vemos como el auge alcanzado por Internet en esta nueva "era digital" en la cual nos vemos inmersos, acarrea nuevos conflictos que de ningún modo deben quedar al margen de la ley, siendo por el momento plenamente aplicable (ante la falta de legislación específica), el marco normativo vigente.

La regulación relativa a los nombres de dominio en nuestro país es sumamente escasa y no prevé, por el momento, un sistema alternativo de resolución de conflictos como sucede en otros países del mundo, razón por la cual, la instancia judicial se presenta como una alternativa eficaz tendiente a proteger en Internet los legítimos derechos de los titulares de signos distintivos. Tal vez sería una buena medida que NIC.AR, en su carácter de entidad administradora de nombres de dominio, adhiera obligatoriamente a las reglas de ICANN-OMPI.

El panorama descrito puede cambiar si se implementa el sistema de resolución alternativa de conflictos para el nivel "ar" en el cual, los sujetos afectados por conflictos de este tipo tendrán una nueva vía para canalizar sus reclamos, por lo que un sistema de resolución alternativa de conflictos administrado localmente sería preferible a una eventual delegación en otros Proveedores de Servicios de Resolución de Controversias como el Centro de OMPI (Laurini, 2002).

La regulación de los nombres de dominio ha demostrado una clara evolución, tanto en lo que se refiere al nivel genérico como en lo que respecta a los niveles locales.

A nivel internacional se percibe que sobre todo a partir de la adopción de las normas de la UDRP de ICANN, se ha conseguido implementar un sistema de resolución de conflictos ágil y que se presenta ante el afectado como un mecanismo bastante efectivo, principalmente en casos de ciberocupación.

Por último, si se implementara un sistema de resolución alternativa de conflictos extra-judicial, el mismo sería más eficiente para los casos tradicionales de "ciberocupación" en los cuales con la simple aplicación del "Principio de Prioridad" y el "Principio de Registro de Buena Fe", más una sumaria acreditación de los derechos invocados por las partes, se puede llegar a una solución en un lapso de tiempo breve y a un costo razonable. En todo caso, que los conflictos más complejos (por ej. donde incidan el "Principio de Territorialidad" y el "Principio de Especialidad" propios del Derecho de Marcas) se resuelvan en tribunales (Vibes, 2007).

Capítulo V:

La defensa del dominio

I. Introducción

Durante años se ha hablado de la piratería en los nombres de dominio por parte de sujetos que querían sacar partido de notoriedades ajenas, de forma que muchos titulares de nombres de dominio se ven acosados, dentro y fuera de los tribunales, para que acaben cediendo los dominios de los que son titulares. Concretamente encontramos que el nombre de dominio está expuesto a múltiples ataques, entendiéndose por estos aquellas conductas que vulneran los dominios, es decir, aquellos comportamientos que pueden ser considerados lesivos de parte del titular de los derechos, en particular de aquel cuyo nombre de dominio desempeña funciones de identificador comercial. Estas conductas apuntan al aprovechamiento de la fama o renombre adquirido por un determinado nombre de dominio, a su desprestigio, dilución o desviación de clientela, etc.

Ello en la medida en que es posible que un tercero no autorizado, pueda usarlo como signo distintivo tanto dentro como fuera de la red, por lo tanto, el titular de un dominio que hubiese adquirido una distintividad sobrevenida a título de marca o nombre comercial debería poder exigir la protección del dominio frente a posibles usurpaciones de terceros dentro y fuera de Internet.

1. Legislación comparada

- Estados Unidos.

Los diferentes casos de ciberocupacion que generaron graves inconvenientes a grandes marcas como Coca-Cola, Mc-Donalds, Ford, Etc, fueron resueltos a través de la

Ley Laham o Laham Act ³³ la cual establece que el titular de una marca puede denunciar una infracción marcaria o competencia desleal, si un tercero utiliza una marca idéntica o que lleve a la confusión en un producto o servicio del mismo rubro, además no solo el daño que provoca es para el titular de la marca, sino también, perjudica a los consumidores ante la imposibilidad de determinar el responsable de un producto o servicio.

Por otro lado también encontramos la Ley anti-dilución denominada Federal Trademark Dilution Act (FTDA), la cual permite que el titular de una marca que es notoria pueda ser defendido de terceros que la utilicen provocando un desgaste a su potencial distintivo. El problema surgió a partir de una gran cantidad de casos en donde la FTDA no podía aplicarse ya que el accionante no podía cumplir con el requisito de “notoriedad” de su marca, mientras que en los casos que se probó notoriedad la acción no avanzaba ya que el denunciado no ejercía un uso comercial del nombre de dominio registrado ilegítimamente.

Luego de una serie de fallos controvertidos, se demostró que los instrumentos legales de defensa de las marcas no eran suficientes para la protección del nombre de dominio por lo tanto, el congreso Norteamericano sanciono la Anticybersquatting Consumer Protection Act³⁴ (ACPA).

Esta normativa creo una base legal contra la ciberocupacion que llevo a castigar las prácticas desleales pero que a su vez no freno el crecimiento de la red.

³³ La Ley de Laham es el principal estatuto de marca federal de En los Estados Unidos. La ley prohíbe una serie de actividades, incluyendo la infracción de marcas comerciales, la dilución de marcas comerciales y la publicidad falsa.

³⁴ La ACPA fue diseñada para frustrar "cybersquatters" que registran nombres de dominio en Internet, los cuales contienen marcas registradas sin la intención de crear un sitio web legítimo, sino que planean venderlo al dueño de la marca registrada o a un tercero.

Lo más destacado de esta normativa es que el titular de la marca que aplica a un nombre de dominio, obtiene protección con total independencia de que la misma sea o no sea “notoria” exigiéndose solamente que la misma sea distintiva. Además no se exige la proximidad entre los bienes marcarios ya que se permite la confrontación de la marca con el nombre de dominio sin necesidad que sean bienes similares. Por lo tanto el ciberocupador que guarda el nombre de dominio sin usarlo, venderlo o darlo a publicidad y que sirve para distinguir una marca afectada, es igualmente responsable.

La ACPA dispone que sin perjuicio de los productos o servicios involucrados, una persona puede ser responsable de una acción civil si:

- Ha obtenido de mala fe y con ánimo de lucrar, una marca o nombre de dominio protegido como marca.
- Ha comercializado, registrado o utilizado un nombre de dominio que atente contra una marca distintiva y su registro lleve a la confusión o dilución respecto de aquella marca.
- Europa.

Los distintos países que conforman la UE aplican básicamente dos sistemas de registración. Uno de carácter libre rigiéndose por el principio First Time- First- Served permitiéndole a cualquier persona de cualquier país registrar un nombre de dominio (Ej. Gran Bretaña), y en otro sistema que es más restringido que requiere de una personería local, una marca registrada en el país de origen, pagar los impuestos correspondientes y tener sede comercial en dicha localidad (Ej. Francia).

Ahora bien, más allá de estos dos tipos de sistema, es de destacar que en la UE los nombres de dominio no son considerados objetos de propiedad intelectual. Son, por lo

tanto, un derecho de uso otorgado por la autoridad registral al titular del nombre de dominio a través de un contrato, el cual no genera de ningún modo derechos y deberes propios del derecho marcario. En este caso los registradores se encuentran facultados para advertir a los registrados sobre posibles conflictos con otros nombres de dominio o marcas registradas.

En los últimos años ante casos de ciberocupacion, los juzgados han aplicado leyes existentes, entre ellas encontramos la directiva 89/104/EEC³⁵ que se caracteriza por armonizar la definición de marca y cuáles son los diferentes casos de violación de la misma. A través de ella se ha podido resolver que el titular de un nombre de dominio que sea idéntico o similar a una marca constituye una violación a la misma, ello siempre y cuando, el titular del dominio la haya inscripto de mala fe u obtenga un lucro con su registración. En este caso el titular de la marca podrá solicitar mediante orden judicial la transferencia de dicho dominio o el cese en el uso del mismo.

- Convenio de París

El artículo 6 bis del Convenio de París³⁶ prohíbe "el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear confusión, de una marca que la autoridad competente del país del registro o del uso estimare ser allí notoriamente conocida como siendo ya marca de una persona que pueda beneficiarse del presente Convenio y utilizada para productos idénticos o similares. Ocurrirá lo mismo cuando la parte esencial de la marca constituya la reproducción de tal marca notoriamente conocida o una imitación susceptible de crear confusión con esta".

³⁵ Primera Directiva del Consejo del 21 de diciembre de 1988 relativa a la Aproximación de las Legislaciones de los Estados Miembros en materia de Marcas.

³⁶ El Convenio de París se creó para la Protección de la Propiedad Industrial.

El artículo 8 del Convenio de París señala que "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".

El artículo 9 del mismo Convenio permite el embargo de todo producto que lleve ilícitamente una marca de fábrica o de comercio o un nombre comercial, de modo que no se aplica este tipo de sanción a la situación de los dominios, en que el uso ilícito de una marca o nombre comercial no se produce en los productos, sino en forma digital. Este caso es asimilable a lo que sucede en las infracciones marcarais que se producen a través de la televisión satelital.

En materia de competencia desleal, el artículo 10 bis del Convenio de París es perfectamente aplicable al campo de la Internet:

1) Los países de la Unión están obligados a asegurar a los nacionales de los países de la Unión una protección eficaz contra la competencia desleal.

2) Constituye acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial y comercial.

3) En particular deberán prohibirse:

I- cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;

II- las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;

III - las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos".

- Acuerdo GATT-TRIPS

Por su parte, el acuerdo GATT-TRIPS ³⁷ tampoco está ajeno a esta materia.

En su artículo 16 establece:

"inc. 1. El titular de una marca de fábrica o de comercio registrada gozará del derecho exclusivo de impedir que cualesquiera terceros, sin su consentimiento, utilicen en el curso de operaciones comerciales signos idénticos o similares para bienes o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los que se ha registrado la marca, cuando ese uso dé lugar a probabilidad de confusión. En el caso de que se use un signo idéntico para bienes o servicios idénticos, se presumirá que existe probabilidad de confusión. Los derechos antes mencionados se entenderán sin perjuicio de ninguno de los derechos existentes con anterioridad y o afectarán a la posibilidad de los Miembros de reconocer derechos basados en el uso".

De acuerdo con esta norma, el titular de una marca tiene el derecho de impedir que terceros, sin su consentimiento y en el curso de operaciones comerciales, la utilicen como nombre de dominio en los siguientes casos:

a) si el nombre de dominio fuera idéntico o similar, a la marca registrada;

³⁷ El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) es un acuerdo jurídico internacional entre todos los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Establece normas mínimas para la regulación por los gobiernos nacionales de muchas formas de propiedad intelectual aplicadas a los nacionales de otros países miembros de la OMC. El Acuerdo sobre los ADPIC fue negociado al final de la Ronda Uruguay del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) en 1994 y es administrado por la OMC.

b) si el nombre de dominio se utiliza para bienes o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los que se ha registrado la marca;

c) cuando ese uso dé lugar a confusión.

El inc. 3 del TRIPS amplió la protección de las marcas notorias a bienes o servicios que no sean similares a aquellos para los cuales se registró la marca.

Asimismo, el artículo 41 del TRIPS obliga a los países firmantes a contemplar medidas eficaces contra la adopción del nombre de dominio que inflijan derechos de propiedad intelectual (Mercuriali, 2000).

2. *Jurisprudencia*

Corriéndonos del análisis legislativo y adentrándonos en el jurisprudencial, arrancamos diciendo que “los nombres de dominio pueden ser en internet víctimas de múltiples ataques, entre los que encontramos: confusión, desprestigio, dilución, etc”. (Palazzi, 2000, p. 77).

Ante esta posibilidad una solución sería la de interponer una medida cautelar, pero en el derecho procesal Argentino no existen las medidas cautelares autónomas si no que solo se otorgan como paso previo a un juicio de conocimiento definitivo. Además, quien intente la cautelar debe acreditar, verosimilitud en el derecho, peligro en la demora y prestar contracautela para enfrentar los posibles daños que deriven de su accionar.

Tradicionalmente las medidas cautelares específicas del ámbito de los derechos de propiedad industrial no participaban de las características generales del instituto, y específicamente no requerían de la doble exigencia de verosimilitud del derecho y peligro

en la demora (aunque sí la contracautela). En todos los casos se estructuraban sobre la base de la dicotomía de una medida preliminar y el incidente de explotación.

La primera tenía lugar antes del juicio que perseguía el cese de la infracción y estaba dirigida básicamente a obtener el secuestro, embargo, inventario y descripción de los productos o procedimientos en presunta infracción. La segunda, en cambio, se promovía ya iniciado el pleito y estaba dirigida a que, durante su sustanciación, cesara la actividad supuestamente infractora, y se estructuraba sobre la base de la prestación de contracautelas. En ningún caso se exijan los requisitos clásicos de verosimilitud en el derecho y peligro en la demora de la cautelares genéricas, y en ocasiones la contracautela estaba contemplada únicamente como facultativa.

En el caso del nombre de dominio respecto a la verosimilitud del derecho, el tribunal encuentra satisfecho el requisito con la acreditación del giro comercial en su rubro sin necesidad de acreditar una marca. De esta manera también se encuentra saciado el peligro de demora al hacer notar la desventaja en que se encuentra el peticionante respecto a otras empresas del rubro que pudieron acceder a la red mientras dura el proceso de conocimiento.

En los artículos 38 a 41 ³⁸de la ley 22.362, se regulan las medidas precautorias, estableciéndose el derecho del titular de la marca registrada a pedir el embargo de los

³⁸ Artículo 38: Todo propietario de una marca registrada a cuyo conocimiento llegue la noticia de la existencia de objetos con marca de infracción conforme a lo establecido en el artículo 31, puede solicitar ante el juez competente:

- a) el embargo de los objetos;
- b) su inventario y descripción;
- c) el secuestro de uno de los objetos en infracción.

Sin perjuicio de la facultad del juez de ordenar estas medidas de oficio, podrá requerir caución suficiente al peticionario cuando estime que éste carezca de responsabilidad patrimonial para responder en el supuesto de haberse pedido el embargo sin derecho.

objetos en infracción, su inventario, descripción y el secuestro de uno de los ejemplares, y el concomitante deber del tenedor de esa mercadería de dar informaciones y explicaciones acerca de su origen y existencias.

Por su parte, el artículo 35³⁹ del mismo cuerpo legal regula el incidente de explotación, se trata de un procedimiento mediante el cual el demandado, ante la intimación del actor, tiene derecho a optar entre seguir con el uso de la marca depositando una caución suficiente o cesar en su uso, en cuyo caso éste puede requerir al accionante el depósito de dicha caución, este último procedimiento presupone la existencia de un juicio por cese de uso de marca, en el que pueden haberse ordenado o no la traba de las medidas cautelares mencionadas más arriba (Flanzbaum, 2013).

Artículo 39: Aquel en cuyo poder se encuentran objetos en infracción, debe acreditar e informar sobre:

- a) el nombre y dirección de quien se las vendió o procuró y la fecha en que ello ocurrió, con exhibición de la factura o boleta de compra respectiva;
- b) la cantidad de unidades fabricadas o vendidas y su precio, con exhibición de la factura o boleta de venta respectiva.
- c) la identidad de las personas a quienes les vendió o entregó los objetos en infracción.

Todo ello deberá constar en el acta que se levantará al realizarse las medidas previstas en el artículo 38. La negativa a suministrar los informes previstos en este artículo, así como también la carencia de la documentación que sirva de respaldo comercial a los objetos en infracción, autorizará a presumir que su tenedor es partícipe en la falsificación, o imitación, fraudulenta. Esos informes podrán ampliarse o completarse en sede judicial tanto a iniciativa del propio interesado como por solicitud del juez, que podrá intimar a ese efecto por un plazo determinado.

Artículo 40: El titular de una marca registrada podrá solicitar las medidas cautelares previstas en el Artículo 38, aun cuando no mediare delito ante una marca similar o ilegalmente empleada. Si no dedujera la acción correspondiente dentro de los Quince (15) días hábiles de practicado el embargo o secuestro éste podrá dejarse sin efecto a petición del dueño de los objetos embargados o secuestrados.

Artículo 41: El titular de una marca registrada constituida por una frase publicitaria, puede solicitar las medidas previstas en el artículo 38 sólo con respecto a los objetos que lleven aplicada la frase publicitaria en infracción.

³⁹ Artículo 35: En los juicios civiles que se inicien para obtener la cesación del uso de una marca o de una designación, el demandante puede exigir al demandado caución real, en caso de que éste no interrumpa el uso cuestionado. El juez fijará esta caución de acuerdo con el derecho aparente de las partes y podrá exigir contracautelas.

Si no se presta caución real, el demandante podrá pedir la suspensión de la explotación y el embargo de los objetos en infracción, otorgando, si fuera solicitada, caución suficiente.

A continuación, se puede observar que en ninguno de los siguientes casos se ha resuelto aún la cuestión de fondo, sino solamente se han otorgado las medidas cautelares solicitadas tendientes a ordenarle a NIC.AR, la suspensión del nombre de dominio registrado por un tercero y así permitirle al titular de la marca inscribirlo a su nombre como por ej.

- Pugliese, Francisco Nicolas c/ Perez Carlos Enrique s/ Medidas Cautelares (PSA).⁴⁰

En este caso, Pugliese solicitó una medida cautelar para que se suspendiera preventivamente el nombre de dominio psa.com.ar, inscripto por el demandado, la Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial de la Capital Federal, confirmó la sentencia de primera instancia y en sus fundamentos expuso que la empresa demandante utilizaba la denominación “PSA” para referirse a sus productos en el mercado y que de otra manera se estaría protegiendo a quien no es titular del derecho marcario. Por lo tanto la verosimilitud del derecho que exigía la medida cautelar se encontraba acreditada en la titularidad de la marca por parte de la actora y su mayor antigüedad respecto del nombre de dominio registrado. Por lo tanto, se ordenó conjuntamente el cese del nombre de dominio y la cancelación provisoria del registro para otorgárselo a la actora.

- Hoffmann La roche AG c/ SAF S.A y otros s/ Incidente de Medidas Cautelares.⁴¹

Aquí se hace lugar a la cautelar a pedido de la parte actora del registro de la marca “XENICAL” y su nombre de dominio “XENICAL.COM”, disponiendo la cancelación provisional del registro y su otorgamiento al demandante previa caución.

⁴⁰ Cámara de Apelaciones en lo Civil Y Comercial de la Capital Federal, Pugliese, Francisco Nicolás c/ Pérez Carlos Enrique s/ Medidas Cautelares.

⁴¹ Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercia de la Capital Federal, Hoffmann La roche AG c/ SAF S.A y otros s/ Incidente de Medidas Cautelares.

La sentencia apelada pasó a Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial de la Capital Federal en donde se consideró que se encontraban acreditados en autos que la actora era la titular de la marca “XENICAL”, además acompañaba documentación en donde se acreditaba que el titular la había registrado en más de 100 países. Por lo expuesto y sin dejar de mencionar lo referente al peligro de la demora y la importancia del crecimiento comercial, es que resolvió confirmar la sentencia de primera instancia.

- Bacardi and Company s/ Medidas Cautelares.⁴²

El Juez de Primera Instancia dio lugar a la cautelar solicitada aduciendo que el peligro en la demora era fundamental, pues el accionante estaba imposibilitado de emplear en internet su marca siendo que se encuentra en un rubro muy competitivo, y que además quien estaba utilizando el dominio (titular además de otros sesenta nombres de dominio), no logro acreditar su interés legítimo respecto al dominio en cuestión.

- Camuzzi de Argentina S.A. c/ Arnedo, Juan Pablo s/ Medidas Cautelares.⁴³

La actora, una conocida empresa concesionaria del servicio público de transporte y provisión de gas, solicito la suspensión del registro de un nombre de dominio “camuzzi.com.ar” y la correspondiente autorización para usar el dominio respectivo hasta el dictado de la sentencia definitiva.

Se hizo lugar a lo solicitado, previa caución, aduciendo que la utilización de un nombre de dominio igual a una marca registrada por un tercero, es suficiente para tener por acreditado el derecho de su titular.

⁴² Juzgado Nacional de primera Instancia en lo Civil Y Comercial de la Capital Federal, Bacardi and Company Limited s/ Medidas Cautelares.

⁴³ Juzgado Nacional de primera Instancia en lo Civil Y Comomercial de la Capital Fedederal, Camuzzi de Argentina S.A. c/ Arnedo, Juan Pablo s/ Medidas Cautelares.

- Tinelli, Marcelo Hugo c/ Salama Walter s/ Medidas cautelares.⁴⁴

La peculiaridad del presente fallo es que en tribunales se hizo lugar al reclamo que efectuó el demandante el cual esta domiciliado en nuestro país, respecto de un nombre de dominio que se realizó en EEUU. Esta acción se originó cuando el titular del registro marcario Marcelo Tinelli pudo verificar que el dominio marcelotinelli.com fue inscripto por un tercero, por lo que el juez luego de verificar la importancia del comercio electrónico que generaba ese dominio en nuestro país, sostuvo que se encontraba en juego la protección de una marca reconocida independientemente que el nombre de dominio sea o no considerado una marca. En orden a lo expuesto, dispuso la cancelación preventiva del nombre de dominio cuestionada, previa caución y su anotación provisoria a nombre del actor.

- Heladerías FREDDO S.A. c/ Spot Network s/ Apropiación indebida de nombre FREDDO.⁴⁵

En el fallo Heladerías FREDDO S.A. c/ Spot Network s/ Apropiación indebida de nombre Freddo para internet, la actora es una reconocida cadena de heladerías quien promueve una medida cautelar genérica solicitando se suspenda el registro del nombre de dominio

Freddo.com.ar efectuado a nombre de Spot Network que era una empresa prestadora de servicios de internet. El juez hizo lugar a lo solicitado fundándose en que “Un nombre de dominio que sea idéntico a marcas existentes podrá ser utilizado por el titular de esos derechos de propiedad intelectual demostrables o con su autorización”, por

⁴⁴ Juzgado Nacional de primera Instancia en lo Civil Y Comercial de la Capital Federal, Tinelli, Marcelo Hugo c/ Salama Walter s/ Medidas cautelares.

⁴⁵ Juzgado Nacional de primera Instancia en lo Civil Y Comercial de la Capital Federal, Heladerías FREDDO S.A. c/ Spot Network s/ Apropiación indebida de nombre FREDDO.

lo tanto quedo así constituida la verosimilitud del derecho. Se analizó que “la prolongación en el tiempo de aquellas circunstancias es susceptible de provocar un perjuicio cierto e irreparable en el titular marcario precisamente a consecuencia de la exclusión absoluta ya analizada”. Indicando además que si el nombre de dominio coincidía con la marca registrada esto implicaba un uso indebido de marca ajena, de aplicación aquí, el procedimiento establecido en el artículo 35 de la ley 22.362.

Aun así, existe confusión en la mayoría de los tribunales ante una falta de conocimiento sobre el funcionamiento de la red y del real peligro de abuso del nombre como nombre de dominio. Es más si tomamos en cuenta la normativa de NIC.AR, veremos que el cesionario de un dominio se convierte en tercero adquirente de buen fe, en otras palabras, si existe un registro abusivo y dicho nombre es transferido a un tercero de buena fe, este deberá quedar protegido según las reglas de registración perjudicándose a aquel que sufrió el registro abusivo. Las resolución 2226/00 no introduce el "Principio de Registro de Buena Fe", con lo cual, la mala fe del registrante debe ser declarada y eventualmente sancionada por los tribunales judiciales. Esto implica que en nuestro país sólo se aplica el "Principio de Prioridad" y todo conflicto debe resolverse en los tribunales judiciales.

3. Ley de Marcas y el Derecho Penal

El auge de la informática determinó que el crimen encontrara una nueva forma de comisión de delitos, para ello empezó a utilizarse el nombre de delitos informáticos. Este nuevo tipo delictivo encuentra limitaciones a la hora de ser castigado ya que no cuenta con una normativa específica y, más aun, encontrando una valla infranqueable en el derecho penal a partir del principio de legalidad (nullum Crimen, Nullum poena sine

lege), este postulado prohíbe que una persona sea castigada penalmente si la ley no ha previsto un tipo penal que se ajuste a la conducta reprochada, "la legislación no acuña figuras especiales para conductas delictivas desplegadas en medios informáticos, tampoco la informática aparece como un bien jurídico protegido" (Purichelli, 1997, p. 185).

Al analizar la defensa del nombre de dominio encontramos que dentro de la ley de marcas existen artículos específicos dedicados a los ilícitos, los mismos se encuentran en la Sección Primera del Capítulo Tres. El artículo 31⁴⁶ establece diversas conductas tipificadas las cuales requieren dolo por parte del imputado, mientras que el sujeto pasivo es el titular registral de la marca (También podría ser considerado sujeto pasivo el licenciataria), por otro lado podrían intervenir en los distintos grados de participación criminal como sujetos activos los titulares del dominio así como también, los editores o responsables del sitio web al cual aplica ese dominio.

A partir del análisis del citado artículo se desprende que la inclusión de una marca registrada en un nombre de dominio no constituye una infracción criminal aunque bajo determinadas circunstancias, que van más allá de la sola ocupación, puede configurarse delito. Puntualmente si analizamos los cuatro incisos del artículo, veremos que ni el (a) ni

⁴⁶ Artículo 31: Será reprimido con prisión de tres (3) meses a dos (2) años pudiendo aplicarse además una multa de pesos cuatro mil (\$ 4.000) a pesos cien mil (\$ 100.000) a:

- a) El que falsifique o imite fraudulentamente una marca registrada o una designación;
- b) El que use una marca registrada o una designación falsificada, fraudulentamente imitada o perteneciente a un tercero sin su autorización;
- c) El que ponga en venta o venda una marca registrada o una designación falsificada, fraudulentamente imitada o perteneciente a un tercero sin su autorización;
- d) El que ponga en venta, venda o de otra manera comercialice productos o servicios con marca registrada falsificada o fraudulentamente imitada.

El Poder Ejecutivo nacional podrá actualizar el monto de la multa prevista, cuando las circunstancias así lo aconsejen.

el (c) son aplicables a esta figura, en cambio los incisos (b) y (d) pueden configurar delito bajo ciertos supuestos.

Estos últimos incisos mencionados, hacen referencia a la falsificación como elemento central en la tipificación de las infracciones penales, en relación al inciso (b), vemos que el ilícito podría configurarse a través de la inclusión de la marca registrada ajena dentro de un nombre de dominio sin autorización de su titular.

De lo expresado se desprende que el delito se podría llegar a configurar siempre que tengamos en cuenta el contenido y la actividad desarrollada en el sitio web correspondiente, fundamentalmente con las dos formas clásicas de utilización de la marca en un nombre de dominio, o sea, la publicidad y la venta.

Respecto de la publicidad, un caso posible podría ser cuando una persona registra ilegalmente un nombre de dominio con la finalidad de abrir un sitio web con publicidad falsa respecto a la marca original, por lo tanto este accionar caería dentro del inciso (b) del cual se ha señalado, que sanciona tanto "la simple aplicación de una marca falsificada como cualquier empleo que se haga de ella, arrancando desde la tenencia de etiquetas sueltas hasta el hecho de hacerla figurar en anuncios, afiches, circulares, volantes y listas de precios así como su utilización en carteles de propaganda, papeles de carta o facturas" (Ledesma, 1987, p. 56).

Respecto a la venta, cabe tener en cuenta los distintos supuestos en donde se realizan ventas a través de sitios web en el cual se ha aplicado el nombre de dominio registrado ilegalmente configurándose de esta manera el tipo establecido en el inciso (d).

Sin perjuicio de lo expresado, es posible distinguir algunos elementos que de no darse, determinarían la ausencia de delito. Ellos son el uso "confusionista" y el dolo,

respecto al primero de ellos, hay que destacar que el uso de la marca en el dominio debe ser capaz de generar confusión. Este punto es central en la aplicación de tipos penales en materia marcaria y entiendo que de configurarse, también puede ser trasladado a los nombres de dominio, o sea, que el contenido del sitio web identificado con el nombre de dominio que incluye la marca, debe generar riesgo de confusión. Por esta razón es que el registro de un nombre de dominio solamente, no es razón suficiente para imputar un delito ya que no puede existir confusión si no hay contenido (sitio web) con el cual confundirse. En segundo lugar, un elemento que debe probarse para este tipo de delitos es que la maniobra haya sido dolosa ya que de lo contrario, no existirá un aprovechamiento comercial del prestigio ajeno y por lo tanto no configuraría ningún ilícito penal.

Por ultimo analizamos el artículo 34⁴⁷, en el mismo, el damnificado puede solicitar diferentes vías para subsanar el ilícito, si llevamos esto a los nombres de dominio, vemos que el inciso (b) podría ser de aplicación en la materia ya que el juez puede solicitar a NIC.AR que cancele la inscripción en clara infracción a la marca ya que no puede pedir su destrucción.

4. Jurisdicción y Competencia

El problema que genera los conflictos sobre nombres de dominio es complejo no solo porque hay que resolver el derecho que debe prevalecer (el del titular del nombre de dominio o el de su contrincante), sino, que también hay que adicionar a esto la posibilidad de que las partes enfrentadas no estén sujetas al mismo ordenamiento jurídico.

⁴⁷ Artículo 34: El damnificado, cualquiera sea la vía elegida, puede solicitar:

- a) el comiso y venta de las mercaderías y otros elementos con marca en infracción;
- b) la destrucción de las marcas y designaciones en infracción y de todos los elementos que las lleven, si no se pueden separar de éstos.

El Juez, a pedido de parte, deberá ordenar la publicación de la sentencia a costa del infractor si éste fuere condenado o vencido en juicio.

La falta de pertenencia territorial es la que dictamina el origen de este entramado ya que es internet el que determina ese choque competencias.

Desde el punto de vista de la propiedad intelectual, es necesario tener presente el principio de territorialidad, lo que implica que cada Estado puede decidir qué derechos intelectuales concede a cada uno de sus nacionales, ahora bien, este principio tiende a ser flexible en la medida que existen tratados internacionales que establezcan pautas que tienden a armonizar los distintos ordenamientos nacionales. Actualmente no existen tratados de este tipo aunque a nivel internacional algunos territorios están más avanzados en estos temas, tal puede ser el caso de la Unión Europea que gracias a la Convención de Bruselas, en ella existen temas específicos sobre nombres de dominio por lo que ante un incidente sobre jurisdicción, la Convención estableció que se permite la interposición de la demanda en el lugar donde se realizó el daño.

La mayor evolución sobre el tema se ha dado (hasta el momento) en los EEUU, donde el derecho común vigente en él, cambia de Estado a Estado, esta situación nos permite además, configurar una analogía con lo que podría suceder entre diferentes Naciones.

Partiendo de la base expresada anteriormente, vemos que para que un tribunal Norteamericano entienda en estos casos en primer lugar debe tener “Competencia en razón de la materia”, en segundo lugar para que pueda obligar al demandado a estar a derecho debe tener “Jurisdicción sobre la persona del demandado”. La jurisdicción personal es el poder que tiene el tribunal para ejercer sobre el demandado la autoridad a fin de que se apersona y de esa manera el demandante pueda ventilar su pretensión, este

tipo de jurisdicción puede adjudicarse siempre que el demandado tenga mínimos contactos con el estado donde se encuentra el tribunal.

Por ultimo si el conflicto versa sobre derechos de propiedad, el tribunal deberá tener jurisdicción sobre la “Cosa” en disputa lo que se llama Jurisdicción “IN REM” o bien, sobre el demandado ya que el mismo puede tener propiedades dentro del Estado donde se asienta el tribunal denominado jurisdicción “CUASI IN REM”.

La jurisdicción personal es el poder que tiene el tribunal para ejercer sobre el demandado la autoridad a fin de que se apersona y de esa manera el demandante pueda ventilar su pretensión, este tipo de jurisdicción puede adjudicarse siempre que el demandado tenga mínimos contactos con el estado donde se encuentra el tribunal.

La jurisdicción IN REM según los autores, “se aplica como una vía procesal para que un tribunal pueda adjudicarse jurisdicción sobre un caso sin necesidad de adjudicarse jurisdicción personal sobre el demandado, por lo tanto en vez de tenerla sobre la persona, la tendrá sobre la cosa que esté sometida a controversia. Este tipo de jurisdicción es siempre invocada en aquellos casos en donde hay más de un damnificado con acciones sobre la cosa y no sean residentes de ese Estado o no se puede obtener jurisdicción sobre personas” (Vibes, 2003, p. 285).

Para finalizar si vamos a nuestro derecho interno, es necesario plantear cual será el tribunal competente para resolverlos. En los casos judiciales citados anteriormente, vemos que los mismos se han interpuesto ante el juez del lugar del hecho ilícito o del domicilio del demandado, según lo dispone el artículo 5 inc. 4⁴⁸ del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación.

⁴⁸ Artículo 5: La competencia se determinará por la naturaleza de las pretensiones deducidas en la demanda y no por las defensas opuestas por el demandado. Con excepción de los casos de prórroga

Es habitual que un juez se declare competente cuando la misma está regida por el domicilio del demandado. Por el contrario, intentar probar que el hecho ilícito se ha producido en el ámbito de competencia territorial de dichos jueces es más difícil. No obstante, se ha argumentado con éxito que el hecho ilícito se ha cometido en el lugar de competencia territorial del juez, pues el hecho de la usurpación del dominio se produce concretamente mediante la solicitud y concesión del nombre de dominio por parte de NIC.AR.

Finalmente, deseamos introducir el tema referido a la competencia que puede traer aparejado la aplicación de la ley 25.156⁴⁹, en tales casos parece que la solución sería distinta. En efecto, la ley de defensa de la competencia establece que la autoridad de aplicación es el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia y el Tribunal de Alzada la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial o la Cámara Federal que corresponda en el interior del país circunstancias éstas que deben ser consideradas.

Aún no existen pronunciamientos sobre conflictos "internacionales" en Argentina, pero distintos países se han manifestado competentes en casos que involucran puntos de contacto locales y extranjeros.

II. Conclusión

Actualmente la experiencia argentina relativa a los conflictos por nombres de dominio es escasa. Existen algunos fallos sobre medidas cautelares pero aún no hay pronunciamientos sobre el problema de fondo, por lo pronto los jueces argentinos han

expresa o tácita, cuando procediere, y sin perjuicio de las reglas especiales contenidas en este Código y en otras leyes, será juez competente:

Inc. 4: En las acciones personales derivadas de delitos o cuasidelitos, el lugar del hecho o el del domicilio del demandado, a elección del actor.

⁴⁹ Ley de Defensa de la Competencia

hecho lugar a medidas precautorias basándose en la aplicación del Código de Procesal Civil y Comercial de la Nación y/o el Acuerdo de TRIP's, y/o la ley de marcas.

Estamos recién en el inicio del problema que cada vez será más complejo al involucrar nuevos factores, es por esto que creemos existe la necesidad de instrumentar regulaciones específicas que resuelvan los conflictos sobre nombres de dominio a nivel nacional e internacional (Zorrilla, 2000).

Conclusiones finales:

Al llegar al final del presente trabajo, nos queda empezar a depurar algunas ideas a fin de determinar el universo en que están inmersos los nombres de dominio, como desarrollamos en los primeros capítulos entendemos finalmente lo que técnicamente aprendimos de este fenómeno y a fin de dar un panorama claro vemos que el mismo nació como un elemento técnico que permitía la comunicación por internet, es por ello que comúnmente se lo llamo “direcciones de internet”. Estas direcciones son un signo alfanumérico que permite la localización de algo o alguien dentro de la Web.

A estas direcciones se las llama tradicionalmente “Nombres de Dominio”, en este caso el “nombre” es algo que podemos definir como “signo identificatorio” y sirve para poder identificarse frente a las personas o para individualizar seres inanimados, desde el punto de vista de los nombres de dominio, al comprobar sus características y funciones, vemos que sirven para identificar diferentes sistemas en el mundo siempre que se encuentren en la red. Cuando nos detenemos en el “Dominio” observamos que lo que identifica es un lugar virtual, donde si bien existe algo que no es palpable, es posible apreciarlo a través de los sentidos. Este espacio es un sitio Web y está desarrollado por un lenguaje que determina como la página es localizada y mostrada.

Vimos que estos nombres empezaron a ser utilizados en el mundo del comercio ya que las principales marca comenzaron a expandir sus fronteras y por lo tanto ofrecieron sus productos y/o servicios en el mundo virtual generando diversos conflictos entre estas y otras designaciones tales como las marcas o los nombres comerciales, es por ello que en el ámbito del derecho, Internet ha generado una modificación en el análisis jurídico de un cada vez mayor número de supuestos conflictivos. Por lo tanto si el sistema jurídico en su

conjunto se encuentra ante la necesidad de ser revisado a la luz de las nuevas tecnologías, el derecho de marcas es uno de los ámbitos que más evidencia la necesidad de armonizar sus principios en este contexto.

Siguiendo con el tema, en la parte introductoria realizamos varios cuestionamientos que fuimos desarrollando a lo largo del presente trabajo, estos fueron. ¿Son suficientes las características del nombre de dominio para ser considerado un derecho de propiedad intelectual? Por otro lado, ¿Es un derecho autónomo o forma parte de otros derechos de propiedad intelectual?, ¿En el caso de su violación, cual serían los mecanismos con los que contamos para su defensa?, ¿Cómo se realiza si registración?, ¿Qué organismo es el encargado de regularlo?

Los nombres de dominio tienen una estrecha vinculación con las marcas y es a partir de esto que se pueden diferenciar tres posiciones que hacen a la naturaleza jurídica, la primer categoría que ven en el nombre de dominio solo un “uso y goce” señalan que “tanto el vencimiento del plazo como la falta de pago de un canon para la registración hacen que el nombre de dominio este situado en una categoría inferior a un derecho de propiedad, ya que para el registrante puede implicar una pérdida de su nombre”. (Otamendi, 1999, p. 56).

En la segunda posición encontramos a los que si le asignan un derecho de propiedad a los nombres de dominio, para basarse en esto nos referimos al fallo Pugliese, Francisco Nicolas c/ Perez Carlos Enrique al resolver una medida cautelar en favor del titular marcario, estableciendo que el bloqueo de un nombre de dominio incide de manera negativa en el comercio electrónico, pues le impide a su titular acceder al mercado de internet con su propia marca y de esta forma poder distribuir sus productos allí. Por

ultimo pasamos a la tercera posición que establece que el nombre de dominio es un derecho “sui generis” o sea que está dentro de la categoría de derechos intelectuales pero es de carácter autónomo.

Por lo expresado determinamos que el nombre de dominio es entonces, un signo que identifica una página o a un sitio web y es por lo tanto un elemento que va a permitir diferenciar en el fondo a productos o servicios de otros, otorgándole de esta manera una función marcaría.

Aquí arribamos a la idea de que si bien, forma parte de los derechos de propiedad intelectual, los mismos son un derecho autónomo, no regulado actualmente por el derecho y ante la necesidad de ser protegidos deben en (lo que a su defensa respecta), ser equiparados a las marcas.

Así se sostiene que se trata de bienes inmateriales o incorporeales, de carácter patrimonial pues, aunque no necesariamente tienen que satisfacer un interés económico de la persona, tienen un valor económico: el valor de uso cuando el titular lo utiliza directamente o el valor de cambio si decide venderlo (Schmitz, 2003).

La entidad encargada de la administración del registro de nombres de dominio de nivel superior bajo el código geográfico ".ar" en Argentina es la Dirección de Informática, Comunicaciones y Seguridad del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, conocida como NIC-Argentina o NIC.AR y con fecha 30 de agosto de 2000 entró en vigencia la resolución 2226/2000 relacionada con el Registro de nombres de dominio en Internet, en virtud de ella, NIC.AR asigna actualmente en forma gratuita los nombres de dominio conforme la regla imperante en la materia "first come, first served", es decir, dar prioridad sobre el nombre de dominio al

primer solicitante. De ese modo dispone que el registro de un determinado nombre de dominio se otorgue a la persona física o jurídica registrante que primero lo solicite.

A diferencia de lo que sucedía anteriormente, a los fines de solicitar el registro de un nombre de dominio bajo los dominios genéricos ".com.ar", ".org.ar" y/o ".net.ar", se exige ahora a las personas físicas informar a dicha repartición el número de D.N.I., C.U.I.T. o C.U.I.L., mientras que las personas jurídicas deben suministrar su número de C.U.I.L.

Por otro lado, si se trata de solicitudes efectuadas por personas físicas o jurídicas que no residan en la República Argentina, se les solicita informar el número de su documento de identidad o de identificación tributaria del país de residencia, lo que se intenta de ese modo es evitar el anonimato, procurando impedir el registro de nombres de dominio cuyos titulares sean inexistentes, tal como venía sucediendo.

Por lo tanto, vemos cómo la falta de legislación específica en materia de nombres de dominio en nuestro país y el deslinde de responsabilidades resultante de la respectiva resolución, sumados al principio que impera en la materia en virtud del cual sin mayores controles formales se otorga el registro de un nombre de dominio al primer solicitante, hacen posible que "terceras personas" distintas de quienes ostentan legítimos derechos sobre las denominaciones en cuestión, registren como nombres de dominio signos distintivos como marcas, nombres comerciales y/o nombres sociales con un fin puramente especulativo.

Conforme esto último y a diferencia de lo que sucede en otros ámbitos del mundo en donde existen sistemas de arbitraje aplicables a dichos conflictos, en Argentina las

únicas vías posibles para obtener un nombre de dominio registrado indebidamente por un "tercero", continúan siendo la negociación o la acción judicial.

Asimismo, con respecto a los conflictos relacionados con el registro de nombres de dominio, se dispone encomendar a la Dirección de Informática, Comunicaciones y Seguridad para que, con el apoyo de la Dirección General de Asuntos Jurídicos, elabore una propuesta de mecanismos de resolución de controversias, la cual como mencionamos anteriormente en el respectivo capítulo, se trató de un procedimiento denominado "TAD" (tramite a distancia) que solo se aplica al momento del registro siendo bastante limitado a la hora de resolver disputas, teniendo en cuenta además que la propia normativa establece que "NIC.AR no actuará como mediador ni como árbitro, ni intervendrá de ninguna manera en los conflictos que eventualmente se susciten entre los registrantes, solicitantes o terceros relativos al registro o uso de un nombre de dominio, así como también no resultará responsable por los conflictos que pudieran derivarse del registro de un nombre de dominio y que se relacionen con marcas registradas y/o derechos de la propiedad intelectual.

De lo expuesto y a la luz de los fallos habidos en materia de conflictos suscitados con nombres de dominio analizados en los capítulos anteriores, y ante la falta de legislación específica al respecto, considero que sería de aplicación la normativa el ADPIC y el Convenio de París.

El artículo 50.1 del Tratado sobre los ADPIC faculta a las autoridades judiciales para ordenar la adopción de medidas provisionales rápidas y eficaces destinadas a "evitar que se produzca la infracción de cualquier derecho de propiedad intelectual".

Asimismo su inc. 2 otorga plenas facultades a dichas autoridades para adoptar las medidas antes señaladas, cuando ello sea conveniente, sin haber oído a la otra parte, en particular cuando exista la probabilidad de que cualquier retraso cause daño irreparable al titular de los derechos, o cuando haya un riesgo demostrable de destrucción de pruebas, deberían tenerse en cuenta además los artículos 16 del ADPIC y 6 bis del Convenio de París analizados en los capítulos anteriores, que hace referencia a la legislación comparada respecto al conflicto de los nombres de dominio.

Por su parte, el artículo 16.2 del ADPIC establece que al determinar si una marca de fábrica o de comercio es notoriamente conocida, se tomará en cuenta si la misma se conoce en el sector pertinente del público, inclusive si se conoce en el miembro de que se trate a consecuencia de su promoción.

Finalmente, el artículo 16.3 amplía la protección de la marca notoria, ya que posibilita aplicar el mencionado artículo 6 bis del Convenio de París a "bienes y servicios que no sean similares a aquellos para los cuales una marca de fábrica o de comercio ha sido registrada, a condición de que el uso de esa marca en relación con esos bienes o servicios indique una conexión entre dichos bienes o servicios y el titular de la marca registrada y a condición de que sea probable que ese uso lesione los intereses del titular de la marca registrada".

En cuanto a nuestro ordenamiento interno, considero de aplicación lo dispuesto por el artículo 232⁵⁰ del Cód. Procesal Civil y Comercial de la Nación, que hace alusión a las "medidas cautelares genéricas" y autoriza al titular de un derecho a solicitar "las

⁵⁰ Artículo 232: Fuera de los casos previstos en los artículos precedentes, quien tuviere fundado motivo para temer que durante el tiempo anterior al reconocimiento judicial de su derecho, éste pudiese sufrir un perjuicio inminente o irreparable podrá solicitar las medidas urgentes que, según las circunstancias, fueren más aptas para asegurar provisionalmente el cumplimiento de la sentencia.

medidas urgentes que, según las circunstancias, fueren más aptas para asegurar provisionalmente el cumplimiento de la sentencia" cuando "tuviere fundado motivo para temer que durante el tiempo anterior al reconocimiento judicial de su derecho, éste pudiese sufrir un perjuicio inminente o irreparable".

Deberían ser considerados además los artículos 4 y 24 incs. b) y c) ⁵¹de la ley de marcas 22.362, según el artículo 4 de la ley "la propiedad de una marca y la exclusividad de uso se obtienen con su registro". El art. 24 inc. b) del mismo cuerpo normativo menciona que son nulas las marcas registradas por quien al solicitarlas "conocía o debía conocer que ellas pertenecían a un tercero" y su inc. c) aplica igual sanción a aquellas registradas "para su comercialización por quien desarrolla como actividad habitual el registro de marcas a tal efecto".

A pesar de lo mencionado vemos que la regulación relativa a los nombres de dominio en nuestro país es sumamente escasa y no prevé, por el momento, un sistema alternativo de resolución de conflictos como sucede en otros países del mundo, razón por la cual, la instancia judicial se presenta como una alternativa eficaz tendiente a proteger en Internet los legítimos derechos de los titulares de signos distintivos.

Ante este panorama se podría tomar entonces como base, el código de procedimiento para resolver controversias establecido en el UDRP (the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy), referido en capítulos anteriores, al cual consta de un

⁵¹ Artículo 4: La propiedad de una marca y la exclusividad de uso se obtienen con su registro. Para ser titular de una marca o para ejercer el derecho de oposición a su registro o a su uso se requiere un interés legítimo del solicitante o del oponente.

Artículo 24: Son nulas las marcas registradas:

- a) en contravención a lo dispuesto en esta ley;
- b) por quien, al solicitar el registro, conocía o debía conocer que ellas pertenecían a un tercero;
- c) para su comercialización, por quien desarrolla como actividad habitual el registro de marcas a tal efecto.

procedimiento rápido, económico, informal y sencillo, que comenzó a ser aplicado e incorporado a partir del 24 de Octubre de 1999 en los contratos de registración de los dominios genéricos de primer nivel, tanto viejos como nuevos y también en algunos de los dominios territoriales.

Es por ello que sería una buena medida que NIC.AR, en su carácter de entidad administradora de nombres de dominio, adhiere obligatoriamente a las reglas de ICANN ya que ha adoptado una política uniforme de resolución de disputas de Nombre de dominio dando como resultado laudos satisfactorios en este plano. Vemos que en la actualidad ya existen tres centros de Resolución de Disputas sobre nombres de dominio: O.M.PI. (Suiza), National Arbitration Forum (U.S.A) y Disputes.Com (Canadá). Ahora bien, más allá de la existencia de ese código de resolución de controversias creo, tal como lo expresa Federico Vibes, que existe otro tipo de control que es meramente "local", por ello la necesidad de contar con una normativa dentro de nuestro ordenamiento.

Al respecto, y a los fines de comparar la evolución de este sistema registral, considero apropiado hacer una breve alusión al sistema de "publicidad de solicitudes" que rige para el registro de nombres de dominio en Chile, contribuyendo en gran medida a disminuir los conflictos aquí analizados.

El artículo 10 de la "Reglamentación para el funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio CL" dispone que una vez que la solicitud es recibida por NIC.CL, debe ser publicada dentro "del plazo más breve que sea técnicamente factible, y en todo caso dentro de los siguientes tres días hábiles, en una lista de solicitudes en trámite". Dicha solicitud debe mantenerse en la lista mencionada por el plazo de treinta días corridos a contar desde la publicación, con el objeto de que eventuales interesados

puedan tomar conocimiento y, si se consideran "afectados", puedan presentar sus propias solicitudes para ese nombre de dominio.

Durante ese período NIC.CL se reserva el derecho de habilitar temporalmente el funcionamiento técnico del nombre de dominio solicitado, a fin de que el solicitante pueda realizar pruebas técnicas de funcionamiento, sin que dicha circunstancia constituya un "compromiso" de aceptar la solicitud presentada. Por otra parte, si hubiera más de una solicitud de inscripción en trámite para el nombre de dominio en cuestión, la habilitación aludida solamente podrá autorizarse respecto de aquella solicitud que haya sido recibida en primer lugar.

Una vez vencido el plazo de treinta días sin que el solicitante haya pagado la tarifa respectiva, NIC.CL está facultado para "deshabilitar" el dominio y "eliminarlo" posteriormente.

Luego de transcurrido el plazo de publicidad y recibido el pago, la entidad mencionada asigna el dominio, "salvo que existan en ese momento dos o más solicitudes en trámite para ese nombre".

El sistema aludido prevé también la posibilidad de iniciar un "Procedimiento de Mediación y Arbitraje" si al cabo del período de treinta días corridos a contar desde la publicación de la primera solicitud para un nombre de dominio, se encontraran en trámite dos o más solicitudes de inscripción para el mismo nombre de dominio. Una vez iniciado el mismo no se aceptan nuevas solicitudes de inscripción para el nombre de dominio en disputa.

Volviendo a nuestra legislación y tras el análisis de lo detallado anteriormente, es que sostengo la necesidad del dictado de una norma que regule específicamente un

sistema registral propio de estos derechos que sea similar al establecido para las marcas y las patentes, donde se exija un interés legítimo expresamente manifestado por su titular, además se debe implementar un mecanismo de oposición, por último considero necesaria la implementación de un adecuado procedimiento para el registro de nombres de dominio, a cuyos efectos podría tenerse particularmente en cuenta el que rige en Chile e incluso aquél vigente para el registro de marcas en nuestro país, que incluya su consecuente arancelamiento el cual, si bien afectaría en cierto modo la "velocidad" que caracteriza a Internet, contribuiría en gran medida a dar una solución a la situación existente.

En último lugar veremos la cuestión vinculada con el tema de la jurisdicción, la cual vimos que en materia de nombres de dominio, la normativa es determinada por cada Estado para lo cual analizamos la situación en EEUU como icono para comparar con lo que debería suceder entre estados.

Al analizar nuestra legislación y ante un vacío legal, se propuso que la misma debería adherirse al procedimiento para resolver controversias establecido en el UDRP, por lo tanto de esta manera la jurisdicción dejaría de tener carácter local y pasaría a calificarse de universal dejando, por lo tanto, de concentrarse en el titular de los derechos para pasar a tener en cuenta los derechos del afectado y de esa manera la acción que afecta a esa persona tendrá efectos en un lugar determinado, como consecuencia de esto, la jurisdicción no la abriría el dominio si no el derecho afectado, que por lo general pasaría a tener un carácter territorial similar al de las marcas.

Respecto a la ejecución del fallo (en caso de que sea contrario al titular del nombre de dominio), y el registrador no está en el mismo territorio del tribunal, se deberá

estar a lo que establezca cada país respecto a la ejecución de sentencias judiciales extranjeras, más allá, de que existen otras alternativas como la conciliación por la que se puede llegar a un arreglo con el dueño del dominio para que luego de que la sentencia está firme, este transfiera voluntariamente el dominio al vencedor o también, la posibilidad de la obtención de una orden judicial en la que se intime al demandado a transferir la titularidad del dominio dentro de un plazo bajo pena de aplicar astreintes.

Bibliografía:

Doctrina

- Ascarelli, Tullio. (1970). Teoría de la Concurrencia y los Bienes Inmateriales. Barcelona: Bosh
- Dreon, M. (2003). El nombre de dominio de internet como derecho autónomo [www.laleyonline.com.ar], La divisora de aguas entre los nombres de dominio de internet y marcas, JA 2007-I-343.
- Estoup, L. (2001). El "Cybersquatting" como parasitismo empresaria [www.laleyonline.com.ar], El "cybersquatting", AR/DOC/10147/2001.
- Flanzbaum, R. (2013). [www.laleyonline.com.ar], Evolución de la jurisprudencia sobre medidas cautelares, AP/DOC/1276/2013.
- Grinenco, N. (2014). Los dominios de internet y el derecho marcario [www.laleyonline.com.ar], La prevalencia del derecho marcario sobre los dominios de internet, AR/DOC/1712/2014
- Hernandez Sampieri, Fernandez Collado y Baptista Lucio. (2006). Metodología de la Investigación. (5ta Ed.). México: Mc Graw Hill
- Iturrealde, M. P. (2000). Concepto y funcionamiento del nombre de dominio [www.laleyonline.com.ar], Conceptos tradicionales en el ambiente virtual, 2000-D, 1.
- Massaguer, Jose. (1999). Seminario Regional de la OMPI sobre Comercio Electrónico y Propiedad Intelectual. Buenos Aires.
- Mercuriali, C. E. (2000). Conflicto de las marcas y nombre de dominio [www.laleyonline.com.ar], El desafío de las marcas en internet, 2000-C, 1351.

- Mercuriali, C. E. (2000). Registro de nombres de dominio [www.laleyonline.com.ar], El desafío de las marcas en internet, 2000-C, 1351.
- Mercuriali, C. E. (2000). La historia de internet [www.laleyonline.com.ar], El desafío de las marcas en internet, 2000-C, 1351.
- Mercuriali, C. E. (2000). Conflictos basados en legítimos derechos [www.laleyonline.com.ar], El desafío de las marcas en internet, 2000-C, 1351.
- Mercuriali, C. E. (2000). Marco jurídico para la protección marcaria de los derechos [www.laleyonline.com.ar], El desafío de las marcas en internet, 2000-C, 1351.
- Laurini, D. (2002). La situación en la Argentina [www.laleyonline.com.ar], Nombres de dominio y marcas en internet, AR/DOC/3670/2001.
- Ledesma, Julio. (1987). Derecho Penal Industrial. Buenos Aires: Depalma
- Lorenzetti, Ricardo. (2001). Comercio Electrónico. Buenos Aires: Abeledo-Perrot
- Otamendi, Jorge. (1999). Derecho de Marcas. Buenos Aires: Abeledo Perrot
- Palazzi, Pablo Andrés. (2000). Delitos Informáticos. Buenos Aires: Ad-Hoc
- Pardini Aníbal. (2002). Derecho de internet, Buenos Aires: La Rocca
- Purichelli, Jose Luis. (1997). Informática y Delito. Buenos Aires: Abeledo Perrot
- Richard, S. (2000). Los conflictos entre el Sistema de Marcas y el Sistema de Nombres de Dominio en Argentina. Distintos supuestos [www.laleyonline.com.ar], Conflictos entre el sistema de marcas y el sistema de nombres de dominio de Internet en Argentina, AR/DOC/6238/2001
- Rodríguez, P. J., Richard, S. (2000). Los conflictos entre el Sistema de Marcas y el Sistema de Nombres de Dominio en Argentina [www.laleyonline.com.ar],

Conflictos entre el sistema de marcas y el sistema de nombres de dominio de internet en Argentina, 2000-F , 1255.

- Sarra, Andrea Viviana. (2000). Comercio Electronico y Derecho. Buenos Aires: Astrea
- Schmitz, V. (2003). Marcas Comerciales y Nombres de Dominio en Internet [www.laleyonline.com.ar], Naturaleza de los nombres de dominio, RDCO 2003-377.
- Toscano, S. (2007). Procedimiento para la solución alternativa de conflictos de la OMPI [www.laleyonline.com.ar], El arbitraje como instrumento de solución de conflictos en internet, JA 2007-I-1291.
- Vibes, F. P. (2002). El impacto de las nuevas tecnologías en el campo jurídico [www.laleyonline.com.ar], El impacto de internet en la propiedad intelectual, 2002-D, 1106.
- Vibes, F. P. (2005). Regulación de la World Wide Web, [www.laleyonline.com.ar], ¿Qué ley gobierna en internet? JA 2005-II-1386.
- Vibes, F, P. (2007). Solución de conflictos en materia de nombres de dominio, [www.laleyonline.com.ar], Resolución de conflictos en materia de nombres de dominio, AR/DOC/2883/2007.
- Vibes, Federico Pablo. (2000). El nombre de dominio en internet. Buenos Aires: La Ley
- Zabale, Ezequiel María y Arrache, María Karina. (2006). Nombres de dominio. Santa Fe: Nova Tesis

- Zorrilla, G. (2000). Administración de nombres de dominio en Argentina, [www.laleyonline.com.ar], Nombres de dominio en internet, AR/DOC/20820/2001
- Zorrilla, G. (2000). Problemas en la aplicación de la ley de fondo para casos locales [www.laleyonline.com.ar], Nombres de dominio en internet. Todos quieren uno, AR/DOC/20820/2001.
- Wikipedia, Enciclopedia Libre. <https://es.wikipedia.org>

Legislación

- Infoleg. Instituto nacional de la propiedad intelectual. <http://www.inpi.gov.ar>
- Infoleg. Ley de Marcas y Designaciones ley 22.362. <http://www.infoleg.gov.ar>
- Infoleg. Ley de Patentes de Invención y Modelos de Utilidad ley 24.481. <http://www.infoleg.gov.ar>
- Infoleg. Constitución de la Nación Argentina. <http://www.infoleg.gov.ar>
- Infoleg. Ley de Defensa de la Competencia ley 25.156. <http://www.infoleg.gov.ar>
- Infoleg. NIC-Argentina. <https://www.nic.ar>
- Infoleg. Régimen legal de la propiedad intelectual ley 11.727. <http://www.infoleg.gov.ar>
- Infoleg. Resolución 2226/00. Reglas para el Registro de Nombres de Dominio. <http://www.infoleg.gov.ar>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). <http://www.wipo.int>
- ICANN. INTERNET CORPORATION FOR ASSIGNMENT NAMES AND NUMBERS. <https://www.icann.org/es>

- Infoleg. Código Procesal Civil y Comercial de la Nación.
<http://www.infoleg.gov.ar>
- Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC). <https://www.wto.org>
- El Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS).
<https://www.wto.org>
- Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industria.
<https://www.wto.org>
- WTO. Organización Mundial de Comercio. <https://www.wto.org>
- Procedimientos relativos a la Política UDRP para los dominios genéricos de nivel superior (gTLD). <https://www.wto.org>

Jurisprudencia

- Cam de Ap. Civ Y Com, Cap. Fed, Pugliese, Francisco Nicolas c/ Perez Carlos Enrique s/ Medidas Cautelares
- Cam de Ap. Civ y Com. Cap Fed, Hoffmann La roche AG c/ SAF S.A y otros s/ Incidente de Medidas Cautelares
- Juzg. Nac. 1 Inst. Civ. Y Com. Cap. Fed, Tinelli, Marcelo Hugo c/ Salama Walter s/ Medidas Cautelares
- Juzg. Nac. 1 Inst. Civ. Y Com. Cap. Fed, Bacardi and Company s/ Medidas Cautelares
- Juzg. Nac. 1 Inst. Civ. Y Com. Cap. Fed, Camuzzi de Argentina S.A. c/ Arnedo, Juan Pablo s/ Medidas Cautelares

- Juzg. Nac. 1 Inst. Civ. Y Com. Cap. Fed, Heladerías FREDDO S.A. c/ Spot Network s/ Apropiación indebida de nombre FREDDO.
- Juzg. Fed. 1. Ros, Hotel Ava Miriva S.R.L. s/ Medida Cautelar
- Juzg. Fed. 2. Ros, La gallega Supermercados c/Ortiz, Guillermo s/ Medida Cautelar

CURRICULUM VITAE



Jorge Nicolás Magnaghi

0261-5698354

jorgemagnaghi@hotmail.com

INFORMACIÓN PERSONAL

Nacionalidad: Argentina **Edad:** 36 años

Fecha de nacimiento: 14/05/1980

Estado civil: Casado con un hijo.

CUIL: 20-28159446-0

HABILIDADES

He desarrollado en mi carrera profesional habilidades de planificación, negociación, liderazgo de equipo y buen manejo de relaciones interpersonales.

ESTUDIOS

- 2012-2017. **Abogacia. Tesis en Curso.** Cordoba. Argentina.
- 1991-1996. **Bachiller y Perito Mercantil. Sub-Teniente de Infantería.** Liceo Militar General Espejo. Mendoza. Argentina.

EXPERIENCIA LABORAL

- **Gerente de legales en Medios de Comunicaciones en Medios de Cuyo S.A,** De 2009 hasta la actualidad.
- **Miembro Integrante de la gerencia de legales en asuntos corporativos en La Cooperativa Empresa Eléctrica de Godoy Cruz LTDA,** De 2006 hasta 2009.
- **Integrante del equipo jurídico en Marvell, O´farrel y Mairal Estudio Jurídico.** De 2004 hasta 2006.

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

IDIOMAS:

- **ITALIANO**-Instituto de Idiomas Modernos. **1997-2002**
- **INGLÉS**-A.M.I.C.A.N.A. **2002-2007.**

COMPUTACIÓN:

Fluido manejo de Sistema Operativo “Windows”, Office (Word; Excel; PowerPoint), Internet Explorer; Outlook.