

RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS NOMBRES DE DOMINIO

INTRODUCCIÓN.

Los principios rectores que animaron a Internet desde su aparición (cooperación, solidaridad, necesidad de compartir la información) han ido cediendo su lugar y se han visto desplazados por intereses comerciales, que han terminado por ocupar la mayor parte de la Red.

El uso de Internet en forma comercial no es un problema en sí mismo, el problema surge cuando estos intereses se anteponen a otros tan legítimos como ellos. Y esto es lo que ha sucedido en materia de nombres de dominio.

Así, cada vez más, lo que tendría que ser una materia sólo regulada para que no se produzcan colisiones en la Red, se va transformando en una forma más de hacer negocio.

Los Estados no tienen poder ni peso específico en materia de la administración de nombres de dominio. Estos están manejados por organizaciones no gubernamentales dirigidas por grandes compañías multinacionales que responden a intereses económicos (y políticos) concretos.

Sistema de Nombres de Dominio.

Sintéticamente el Sistema de Nombres de Dominio (Domain Name System) es un mecanismo que permite -entre otras cosas-, la traducción de nombres a direcciones IP (y viceversa), en las redes computacionales.

El nombre *de dominio* es ***“una serie alfanumérica que corresponde a una dirección numérica en Internet”***.

El nombre de dominio es un elemento necesario para quien quiera tener una presencia activa en la red mediante una página o sitio, ya que cumple la finalidad que cualquier usuario conectado a la red pueda identificarlo fácilmente sin necesidad de conocer la dirección numérica.

EL CONTROL SOBRE INTERNET.

La Sociedad de Internet.

La Sociedad de Internet es una organización no gubernamental, sin nacionalidad definida ni fines de lucro. Está formada por organizaciones de ciento sesenta y cinco países, que trabajan elaborando políticas y prácticas para ser adoptadas por la red, como asimismo supervisan el trabajo de las organizaciones, grupos de tareas, que trabajan en las decisiones políticas de la red.

En la órbita de la Sociedad de Internet se encuentran una serie de organizaciones entre las que se encuentra ICANN, que es la encargada de la administración del tema de nombres de dominio.

ICANN

Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) es una organización sin fines de lucro que opera a nivel internacional, responsable de asignar espacio de direcciones numéricas de protocolo de Internet (IP), identificadores de protocolo y de las funciones de gestión [o administración] del sistema de nombres de dominio de primer nivel genéricos (gTLD) (General Top-level domain) y de códigos de países (ccTLD) (Country Code Top Level Domains), así como de la administración del sistema de servidores raíz.

ICANN era originalmente un cuerpo de organización técnica, sin embargo, la composición de sus órganos de administración –manejados principalmente por multinacionales–, hace que se dedique también a cuestiones comerciales, jurídicas y políticas, como aprobación de las normas de resolución de conflictos, la creación de nuevos niveles principales de nombres de dominios y de primeros niveles locales, así como la acreditación de los registradores y prestadores de resolución de conflictos.

La **ICANN** adjudica lotes de direcciones numéricas IP a los diferentes registros regionales que existen y que son:

- **RIPE NCC** (Réseaux IP Européens Network Coordination Centre) – Es el registro delegado para Europa, África del Norte y Medio Oriente.
- **APNIC** (Asia Pacific Network Information Center), es el registro delegado para la región de Asia y el Pacífico.
- **ARIN** (American Registry for Internet Numbers), tiene la delegación para América, el Caribe y el África Sub-Sahariana.
- **LACNIC** (Registro de Direcciones de Internet para América Latina y el Caribe). Su creación fue aprobada en la reunión celebrada en Santiago de Chile, el 22 de agosto de 1999. ICANN aprobó en forma definitiva su funcionamiento el 31 de octubre de 2002, en su reunión de Directorio celebrada en Shangai, China. Tiene su sede en la ciudad de Montevideo, República Oriental del Uruguay.

Los registros regionales son quienes, a su vez, otorgan a los proveedores de servicios de Internet, lotes de direcciones numéricas IP de las que les fueron asignadas por ICANN, y estos proveedores asignan nuevamente las direcciones a proveedores más pequeños y finalmente a las páginas o sitios Web.

Los nombres de dominio regionales o correspondientes a países son administrados por entidades públicas o privadas de cada Estado, con facultades delegadas.

La administración del dominio de Nivel Superior de Internet (.ar) correspondiente a la República Argentina la detenta **NIC-ARGENTINA**.

NIC-ARGENTINA

Desde 1987, la Dirección de Informática, Comunicaciones y Seguridad del Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio Internacional y Culto, llamada NIC-ARGENTINA, es la que maneja todos los temas relacionados con los nombres de dominio.

En diciembre de 1999 la Secretaría de Comunicaciones dictó una Resolución asignando al Correo Oficial de la República Argentina la administración, altas y bajas del dominio Internet en la Argentina. Se establecía que las tareas encomendadas se podrían efectuar por el Correo o por intermedio de un tercero, lo que implicaba la posibilidad de tercerizar el servicio. También se regulaban detalladamente los procedimientos para el alta, administración y baja de los dominios en el Registro, y se autorizaba el cobro de una tarifa máxima de inscripción de \$ 100, con vigencia por dos años, y una tarifa anual máxima de renovación de \$ 50.

Este traspaso nunca llegó a efectivizarse, ya que, a fines del mismo mes de diciembre del '99, se dispuso la suspensión de la medida.

Hoy se encuentra en el ámbito de la SUBSECRETARÍA TÉCNICA de la SECRETARÍA LEGAL Y TÉCNICA de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN

Funciones

NIC-ARGENTINA es la entidad encargada de la **asignación** y **registración** de los nombres de dominio de nivel superior correspondientes a países (ccTLDs) –en el caso el “.ar”-.

Este trámite se realiza a través de un procedimiento en línea, y bajo uno de los siguientes seis subdominios:

- **.com.ar:** Para **organizaciones comerciales** argentinas o extranjeras. Personas físicas o jurídicas.
- **.org.ar:** Para entidades que sean **organizaciones sin fines de lucro** argentinas o extranjeras. Sólo para personas jurídicas
- **.gov.ar:** Sólo se registrarán cuando identifiquen a dependencias **estatales**, sean estas de carácter **nacional, provincial o municipal**
- **.mil.ar:** Instituciones Militares de Argentina.
- **.net.ar:** Se otorga a quien figura registrado como Proveedor de Servicios de Valor Agregado en Internet.
- **.int.ar:** Organizaciones Internacionales con sede en Argentina.
- **.tur.ar:** Lugares y empresas de turismo

Con relación al subdominio argentino: **.edu.ar**, que corresponde a las Organizaciones Educativas, su registración se efectúa por intermedio de la Red de Interconexión Universitaria (RIU), organismo éste que funciona en la órbita de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación.

Procedimiento.

VER PRESENTACIÓN

- La **información** que se suministra reviste carácter de **DECLARACIÓN JURADA**. NIC-ARGENTINA puede **rechazar** una solicitud de registro de dominio, si verifica que la

misma contiene **datos falsos o erróneos**.

- El **registro** del nombre de dominio tiene una validez de **un año** computado a partir de la fecha de inscripción, y es **renovable**.
- **NIC-ARGENTINA** 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**, a satisfacción de NIC-ARGENTINA, que se encuentra debidamente autorizado por esa persona a efectuar tal solicitud. También puede negar la inscripción de dominios con denominaciones contrarias a la moral y las buenas costumbres.
- NIC-ARGENTINA **no actuará como mediador ni como árbitro**, al momento de la registración. Sólo lo hará en el procedimiento de DISPUTA

En otros países de la región (Ej. Chile, Perú), la solicitud de un nombre de dominio se publica durante un plazo determinado, para dar la posibilidad a que terceros que crean que tienen un mejor derecho sobre ese nombre, puedan oponerse y presentar su propia solicitud de inscripción.

En otros países, como España, para tratar de evitar la aparición de conflictos posteriores referidos a marcas o nombres comerciales, se concede a los titulares de derechos sobre marcas comerciales o denominaciones sociales la oportunidad de una registración preferente, así como la posibilidad de impugnación de registraciones de nombres de dominio coincidentes con esas marcas comerciales o denominaciones sociales.

NOMBRE DE DOMINIO Y MARCAS.

Más allá de conceptualizar a los nombres de dominio como un conjunto de caracteres alfanuméricos que se registra o asigna y forma parte de una dirección de Internet, desde el punto de vista jurídico todavía no se ha logrado llegar a un acuerdo sobre cuál es la naturaleza jurídica del nombre de dominio.

Así algunos lo han tratado de relacionar a un domicilio, otros a un derecho con contenido patrimonial y otros (entre ellos muchos jueces) lo han asimilado a las marcas comerciales.

Sin embargo, existen **diferencias** que hacen que no puedan equipararse:

- La protección de las marcas comerciales se circunscribe solamente al territorio del país donde de la marca sea ha registrado y se extiende solamente a la utilización del mismo nombre respecto a productos similares o que de alguna manera puedan ser relacionados con la marca protegida. Los nombres de dominio carecen de esta diferenciación: Mientras pueden existir varios negocios llamados “El Gauchito” dentro de un mismo ámbito territorial, (siendo que uno puede dedicarse a la siembra de soja, el otro a la venta de aberturas de aluminio y un tercero a la producción de seguros), el nombre de dominio www.elgauchito.com es único para todo el mundo e impide diferenciar cuales son las actividades realizadas por el titular.
- Las marcas mantienen una identidad iconográfica de la que carecen los nombres de domino. Ej.: la marca Coca Cola mantiene un logotipo y tipografía identificable, propia y

susceptible de defensa jurídica, el nombre de dominio <http://www.cocacola.com> no resulta modificado por la tipografía o características gráficas utilizadas para su inclusión en el navegador.

- Las marcas denotan la existencia de productos en el mercado; los nombres de dominio no necesariamente implican una actividad comercial, pudiendo ser simplemente páginas personales o sin ningún tipo de interés comercial.

Estas diferencias no obstan que entre ambas figuras se produzcan relaciones. Para las empresas, tener un nombre de dominio significa poder usar el prestigio de sus marcas comerciales en la Web. Esta posibilidad puede ser coartada por el mero registro del nombre de dominio por parte de un tercero con la única intención de lucrar con su venta. A esta conducta se la conoce como Cybersquatting (*Squatting* es la práctica consistente la ocupación de inmuebles abandonados por parte de comunidades de jóvenes).

Estos temas ponen al Derecho frente a dos problemas:

1. Determinar cuándo aparece una apropiación ilegal de un nombre de dominio.
2. Encontrar las mejores vías para resolver esos problemas.

CONFLICTOS SOBRE LOS NOMBRE DE DOMINIO

Procedimiento de DISPUTA en Argentina.

En Argentina, la normativa prevé el llamado procedimiento de disputa para la resolución de conflictos sobre la propiedad de un registro de dominio.

La Disputa de dominios permite a un Usuario reclamar para sí la titularidad de un dominio que fue registrado previamente por otro Usuario, en el caso de considerar que tiene un mejor derecho sobre el mismo.

Procedimiento

- Iniciar el trámite en Trámites a Distancia
- Completar el formulario justificando tu solicitud
- Adjuntar la documentación que avale la solicitud
- Abonar el arancel correspondiente

Los motivos por los que se puede realizar un procedimiento de disputa son:

- A) Creer que se tiene un derecho
- B) Nombre del dominio coincide:
 - Con nombre y apellido del reclamante
 - Con una marca registrada a nombre del reclamante.
 - Con un seudónimo por el cual es públicamente conocido el reclamante

Planteo de controversias en el Centro de Arbitraje de la OMPI.

A nivel internacional, en octubre de 1999, ICANN aprobó los documentos de ejecución: *“Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio”* (La Política) y el *“Reglamento Adjunto de la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio”* (El Reglamento), implementando un sistema de solución de controversias que entró en vigencia dos meses después. El sistema implementado por la OMPI, es un sistema de Arbitraje y Mediación.

- Es un **proceso voluntario**: Tanto para el demandado que acepta el mismo en momento del registro como para el demandante, quien lo hace al momento de iniciar el procedimiento.
- Permite un **conocimiento pleno**: Más allá de las características que cada proveedor le otorgue a través de su reglamentación, ambas partes deben ser oídas mediante una demanda y su contestación.
- Es **arbitral**: La cuestión es resuelta mediante laudo fundado emitido por un tribunal unipersonal o colegiado de expertos en la materia.
- Es **obligatorio**: La resolución arribada tiene carácter obligatorio para las partes y abre una instancia de ejecución en el caso de desconocimiento o reticencia por alguna de las partes.

La Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio define claramente cuáles son los extremos que acreditar al momento de la demanda, enunciación que resulta útil a los efectos de entender cuándo se está frente un caso de Cybersquatting:

- Nombre de dominio **registrado debe ser idéntico o similar**, hasta el punto de crear confusión con respecto a las marcas de productos o servicios sobre los que el demandante tiene derechos: A respecto debe tenerse en cuenta que los nombres personales cuando los mismos son lo suficientemente conocidos pueden asimilarse a una marca comercial.
- El **titular** del nombre de dominio **carece de título o interés legítimos** respecto al nombre de dominio en cuestión.
- El nombre de dominio ha sido **registrado de mala fe**: A este respecto se han entendido que constituyen indicios de mala fe:
 - El registro con propósito de venta del nombre de dominio.
 - El registro a los efectos de impedir el uso normal de la marca, cuando esto constituya un patrón de conducta.
 - El registro de marcas de la competencia al solo efecto de entorpecer su giro normal
 - El intento de atraer visitantes con fines comerciales, sacando provecho de la confusión con la marca comercial.