

Material Imprimible

Curso Marcas, Patentes, E-Commerce y Mercado Libre

Módulo Registros, Mercado Libre y Meta

**Contenidos:**

- INPI. Registro de marcas, patentes y modelos
- Registro de dominios
- *Brand Protection Program* de Mercado Libre y *Right Manager* de Meta
- ICANN y OMPI

## **INPI. Registración de marcas, patentes y modelos**

El INPI es el Instituto Nacional de Propiedad Industrial, y es un organismo estatal, dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo, responsable de la aplicación de las leyes de protección de la propiedad industrial.

Su función es administrar y proteger los derechos de propiedad intelectual, entendiéndose por tal la rama del derecho que protege ciertos tipos de creaciones de la mente humana, de carácter artístico o industrial, mediante un marco legal adecuado a las necesidades de innovación en los tiempos actuales.

Entre sus objetivos se encuentra el de registrar marcas, modelos y/o diseños industriales y brindar información al público en general acerca de los antecedentes de propiedad industrial, a nivel nacional e internacional, y de las solicitudes de marcas y patentes y sus respectivas concesiones y transferencias, entre otros.

La **registración de una marca** ante el INPI se realiza mediante un trámite administrativo donde se analizan los requisitos necesarios para que una marca pueda ser registrable y, si la marca es única en su clase de productos o servicios, se otorgará el título de marca al solicitante, adquiriendo éste la propiedad exclusiva de ella y la facultad de excluir a terceros en el ejercicio de su derecho.

El análisis previo al registro de una marca, que comúnmente se denomina “análisis de fondo de disponibilidad”, consiste en un “cotejo de semejanzas”, ya que se realiza justamente cotejando marcas registradas o, en su caso, solicitudes de registros, a fin de comprobar que no se vulnera ningún derecho anterior registrado y cuyo legítimo propietario es un tercero; no obstante, no se analiza si la denominación o signo que se intenta registrar ya se encuentra previamente registrado y está siendo utilizado como un nombre de dominio.

El primer requisito que se exige para que una marca sea registrable es el de la novedad, es decir, que la marca no se haya adoptado con anterioridad, y debe tener capacidad distintiva, o sea, capacidad intrínseca para identificar un producto o un servicio.

La Ley de Marcas, en su artículo 1, establece que: “Pueden registrarse como marcas para distinguir productos y servicios: una o más palabras con o sin contenido conceptual; los dibujos; los emblemas; los monogramas; los grabados; los estampados; los sellos; las imágenes; las bandas; las combinaciones de colores aplicadas en un lugar determinado de los productos o de los envases; los envoltorios; los envases; las combinaciones de letras

y de números; las letras y números por su dibujo especial; las frases publicitarias; los relieves con capacidad distintiva y todo otro signo con tal capacidad”.

El segundo requisito exigido es el de la especialidad. El mismo se encuentra previsto en los artículos 3 y 10 de la Ley de Marcas. Los incisos a) y b) del artículo 3 de la mencionada norma establecen que: “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 (...)”.

Es decir, la marca debe ser inconfundible con marcas ya registradas o solicitadas con anterioridad para productos similares.

Asimismo, el artículo 10 del mismo cuerpo normativo dispone que: “Quien desee obtener el registro de una marca, debe presentar una solicitud por cada clase en que se solicite...”. De ello se deduce que las marcas se registran en una clase específica, siendo de su naturaleza que una marca proteja un producto o servicio determinado.

La consecuencia inmediata de ello es que distintos titulares pueden registrar marcas idénticas o iguales en diferentes campos. Sin embargo, este principio no puede desentenderse del principio de no confusión, debiendo buscarse un adecuado balance entre ambos.

Conforme el principio de especialidad que rige en esta materia, la exclusividad que la ley le otorga importa para el titular de una marca el derecho a excluir a todo tercero que utilice marcariamente ese signo, entendiéndose a éstos como palabras, nombres, símbolos o la combinación de ellos, para identificar productos y/o servicios iguales o similares a los cubiertos por su marca.

En otras, palabras, en virtud de este principio, una marca sólo genera un derecho de exclusión a favor de su titular respecto del rubro en el que se registró si se trata de una marca de hecho o no registrada en el rubro en el que se utiliza la misma. Sin embargo, el mismo principio de especialidad cede en casos de notoriedad marcaria.

Los últimos dos requisitos que se exigen para que un signo pueda ser registrado como marca es que tenga un mínimo de originalidad y que no esté prohibido por alguna disposición de la ley.

Previo a solicitar el registro de una marca es habitual efectuar lo que se denomina una “búsqueda de antecedentes” con el fin de que quien pretenda solicitar un registro marcario pueda establecer si existen marcas que ya se encuentren registradas y que sean semejantes o idénticas a aquella que va a solicitar, toda vez que durante el trámite de registro la marca solicitada puede ser denegada por otra que haya sido registrada previamente por un tercero.

Al respecto, el abogado Pedro Breuer Moreno sostiene que “la similitud general entre dos marcas no depende de los elementos distintos que aparezcan en ellas, sino de los elementos semejantes o de la semejante disposición de esos elementos”.

Por su parte, el INPI, previo a conceder el derecho al solicitante del registro marcario, realiza un “análisis de fondo de disponibilidad” o “cotejo de semejanzas” para verificar que la marca no induzca a error al público consumidor en cuanto al origen empresarial del producto o servicio.

¿Y qué ocurre con la registración de patentes de invención? Hasta tanto no se complete la solicitud y se abone el arancel estipulado, el trámite no se considerará recibido y, por ende, no tendrá fecha de presentación.

El proceso consta de las siguientes etapas:

- Primeramente se realiza un examen preliminar, mediante el que se verifica que la información ingresada esté completa y sea adecuada. También se comprueba que el resumen presentado describa correctamente la invención que se desea patentar.
- Luego se lleva a cabo la publicación de la solicitud, dentro de los dieciocho meses, en el Boletín de Patentes. Si el solicitante deseara que se publique de manera anticipada debe presentar un escrito a través del portal y abonar el arancel correspondiente. A partir de ese momento, cualquier persona puede acceder a su contenido y presentar observaciones dentro de los sesenta días posteriores. Las observaciones realizadas por terceros funcionan como recomendaciones para ser evaluadas por los examinadores, pero no pueden por sí mismas detener el trámite.
- En tercer lugar, se realiza el examen de fondo, en la que el solicitante tiene que pagar un arancel, que puede abonarse al momento de ingresar la solicitud o a través de la presentación de un escrito que requiera el examen de fondo en el

portal de trámites. En el caso de una patente de invención, el plazo para abonarlo es de dieciocho meses contados a partir de la fecha de presentación. Además, los examinadores realizan una búsqueda en bases de datos nacionales e internacionales para determinar si la solicitud cumple con los tres requisitos de patentabilidad.

- Finalmente, se lleva a cabo la resolución de la solicitud. Si los pasos anteriores fueron realizados con éxito, la patente será concedida y luego publicada en el Boletín de Patentes. Una vez concedida la patente, deben pagarse anualidades para su mantenimiento dentro del plazo. En caso contrario, la patente caduca de pleno derecho y pasa a dominio público. En todos los casos, las resoluciones y observaciones serán notificadas a través de los Boletines de Patentes disponibles en el portal y al domicilio legal electrónico declarado en la solicitud, de manera tal que los interesados puedan tomar conocimiento de las novedades.

Continuando con la temática de la registración, ahora vamos a conocer de qué manera registrar un modelo de utilidad. El portal del Gobierno Nacional establece que la presentación de la solicitud se realiza a través del portal de trámites.

El proceso consta de las siguientes etapas:

- Primero se realiza la presentación de la solicitud a través del portal de trámites. Hasta tanto no se complete la solicitud y se abone el arancel estipulado, el trámite no se considerará recibido y, por ende, no tendrá fecha de presentación
- Posteriormente se ejecuta el examen de forma y fondo de la solicitud de modelo de utilidad. Esta etapa requiere del pago de un arancel cuyo plazo, en el caso de un modelo de utilidad, es de tres meses desde la fecha de presentación de la solicitud. Este arancel puede abonarse al momento de ingresar la solicitud o a través de la presentación de un escrito que requiera el examen de fondo en el portal de trámites. Luego, la misma ingresará y aguardará su orden de estudio dependiendo del área técnica a la que corresponda. Se trata de un proceso administrativo donde se verifica que la información ingresada esté completa y la documentación respaldatoria sea adecuada. También se comprueba que el resumen y las figuras presentadas describan en su conjunto y de manera correcta la creación técnica que se desea registrar. Los examinadores realizan una búsqueda en bases de datos nacionales e internacionales para determinar si la solicitud cumple con los requisitos de ser nuevos a nivel mundial y tener

aplicación industrial. En caso de encontrar algún error, se le informará al solicitante mediante la publicación en el Boletín de Notificaciones.

- Luego se realiza la publicación de la solicitud en el Boletín de Patentes dentro de los dieciocho meses contados desde la presentación, y siempre que los pasos anteriores se hubiesen completado de manera favorable. A partir de ese momento, el expediente pasa a ser público y cualquier persona puede acceder a su contenido de acuerdo a lo estipulado en la Ley. Los terceros que se sientan afectados por la solicitud poseen treinta días hábiles para presentar observaciones, que serán evaluadas por los examinadores, pero no pueden detener el trámite por sí mismas.
- Finalmente se realiza la resolución de la solicitud. Luego de la publicación, y en función de las observaciones de terceros que pudieran haber ocurrido, se evalúa si corresponde correrle traslado al solicitante para que realice su descargo o si se desestiman. A continuación, en caso de que existieran observaciones, se vuelve a revisar si la solicitud cumple con los requisitos de patentabilidad. En caso de cumplimentarlos y no estar comprendida dentro de las excepciones descritas en la normativa vigente, la solicitud será concedida. En cambio, si no se abonara la tasa de examen de fondo, si no se contestaran las observaciones o si no se cumplieran otros requisitos, la solicitud será desistida o denegada, según corresponda. En todos los casos, las resoluciones y observaciones serán notificadas a través de los Boletines de Patentes disponibles en el portal. Luego, se enviará un mensaje de aviso al correo electrónico declarado en la solicitud.

### **Registro de los dominios**

Desde el año 1998 y hasta la actualidad, la administración de Internet está a cargo de ICANN, una corporación público-privada sin fines de lucro con sede en California, Estados Unidos, que se ocupa de coordinar la arquitectura y la planificación de la red, delegando la administración de cada dominio territorial en diferentes empresas privadas o, en su caso, en los administradores locales que a su vez pueden delegar la gestión en empresas privadas.

En virtud de la política de ICANN, sólo está autorizado a registrar nombres de dominios genéricos de nivel superior “.com”, “.org” y/o “.net”.

Por su parte, y a través de NIC, es decir, *Network Information Center* se procederá a registrar y asignar los dominios de cada territorio. Cabe aclarar que existe un NIC por cada país o territorio en el mundo.

En Argentina, la administración y registro de los nombres de dominio “.ar” surgió a principios de 1990 y fue delegada al Ministerio de Relaciones Exteriores de Argentina.

Desde sus inicios, el NIC.ar basó su regulación exclusivamente en el “Principio de Prioridad”, o sea, “quien primero lo solicita, primero registra”, siendo, al igual que en el derecho marcario, el registro de nombres de dominio de tipo atributivo.

A los fines de solicitar el registro de un nombre de dominio se les exige a las personas físicas o jurídicas, completar el formulario electrónico de la página Web de NIC.ar, con sus datos identificatorios, debiendo declarar bajo juramento que el registro y el uso del nombre de dominio solicitado no interfiere ni afecta derechos de terceros.

Una cuestión a tener en cuenta es que a diferencia de la “búsqueda de antecedentes” que puede realizar quien pretende registrar una marca ante el INPI y del análisis de oficio que realiza este organismo en el ámbito del derecho marcario, NIC.ar no evalúa si el registro o el uso del nombre de dominio puede violar derechos de terceros, evitando, de esta manera, asumir responsabilidades en relación a los derechos de terceros por el registro de un nombre de dominio que haga un solicitante.

Nic Argentina únicamente constata que el nombre de dominio solicitado no haya sido otorgado a otra persona, pero en ningún caso coteja que sea idéntico o similar a una marca ya registrada; es decir, no realiza un estudio de legalidad.

En la asignación de nombres de dominio no hay un estudio previo de similitudes; basta con que haya una sola letra de diferencia para que se le asigne un nombre de dominio a un tercero.

Como dijimos, el registro de nombres de dominio funciona por orden de llegada: “el que llega primero registra el dominio”, es decir, que no se verifica si el registrante tiene derecho a utilizar un determinado nombre de dominio, aunque siempre en la medida que no haya actuado de mala fe, teniendo en cuenta que el acto de obtención de un nombre de dominio debe enmarcarse en la regla de conducta esgrimida por el artículo 1004 del Código Civil y Comercial de la Nación.

Y, al igual que sucede con las marcas, el titular de un nombre de dominio también requiere un interés legítimo que no puede existir cuando hay mala fe o ausencia de intención de usar el nombre de dominio a los fines de proceder a su posterior venta.

Finalmente diremos que el trámite de inscripción de un dominio es muy sencillo, ya que puede ser hecho íntegramente por Internet, es prácticamente instantáneo, comúnmente no está sometido a examen ni oposición, y tiene un costo sumamente accesible.

### ***Brand Protection Program de Mercado Libre***

Según el abogado Franco Morel, a fin de combatir las violaciones de los derechos marcarios y de comercio, las diversas plataformas han implementado mecanismos de control, restricción y supresión de publicaciones.

Un claro ejemplo es Mercado Libre, que en el año 2021 ha dado de baja a más de 7.5 millones de publicaciones que incumplían con sus términos y condiciones.

Esto lo ha podido lograr gracias a su control de piratería y falsificación de marcas por medio del Programa de Protección de Marca, a través del cual las empresas pueden proteger sus marcas y productos gracias a la posibilidad de informar y denunciar publicaciones que infrinjan los derechos marcarios.

Así, se implementa el denominado sistema de “*Notice and Take Down*”, es decir, “Notificación y Baja”, o “Notificación y Retiro”, o “Notificación y Eliminación”. Dicha modalidad fue reglamentada por la Ley de Derecho de Autor en los Estados Unidos como herramienta de aviso y de supresión en mano de los titulares de un derecho intelectual para combatir el uso indebido de su creación. Mercado Libre complementa el programa de protección con algoritmos de aprendizaje con parámetros de detención que pueden determinar de oficio si una publicación viola o no un derecho marcario.

Pero... ¿qué es concretamente el ***Brand Protection Program*** de Mercado Libre? Es el programa de Mercado Libre que brinda una herramienta de denuncia de infracciones a derechos de propiedad intelectual.

A través de la misma, la plataforma proporciona acceso gratuito a una herramienta de denuncias que permite detectar publicaciones que infrinjan diferentes tipos de derechos de propiedad intelectual. Además, ofrece capacitaciones y recomendaciones elaboradas directamente por los titulares de propiedad intelectual para que los vendedores puedan publicar sin infringir esos derechos.

Para participar del programa hay que:

- Ser el titular de los derechos que quieres proteger o un apoderado del titular
- Acreditar la titularidad de los derechos con los respectivos títulos de propiedad y constancias emitidas por los registros de propiedad intelectual e industrial
- Registrarse en el *Brand Protection Program* y generar las credenciales de acceso. Para ello, hay que confeccionar una nota de presentación, rubricada por el titular del derecho, y acompañar el DNI de frente y parte trasera y toda otra documentación que permita acreditar la titularidad que se pretende proteger

Una vez completado el registro, y admitido por Mercado Libre dentro del mismo, se puede comenzar a operar.

Es de destacar que Mercado Libre posee un fuerte control, tanto sobre quien ingresa al programa, así como de cada uno de los pasos que se hacen dentro de su plataforma.

Una vez dentro de la plataforma del programa, lo primero que hay que hacer es ir al buscador de publicaciones y colocar el nombre protegido para ver cuántas infracciones existen. Hay que tener presente que si bien el programa puede operar para distintos países, sólo se puede reclamar en los países donde tengamos inscripta nuestra titularidad. Recordemos el principio de territorialidad de las marcas.

Después habrá que refinar los resultados guardando nuestros criterios de búsqueda, y cotejar que efectivamente exista una infracción. Se sugiere hacer captura de pantalla así, al momento de formular la denuncia, se cuentan con todos los datos.

El paso siguiente es denunciar publicaciones de manera individual o masivamente. Allí se permite poner por qué se la está denunciando, en qué está violando la ley de propiedad intelectual y cualquier otro dato de contacto o interés.

Después hay que gestionar todas nuestras denuncias en un solo lugar para darles seguimiento de forma rápida y eficiente. Tengamos presente que hay tiempos para contestar las denuncias y para que el vendedor responda, por lo que hay que estar sumamente atento a los plazos, y denunciar con conciencia y seriedad. En el caso de falsas denuncias, corremos el riesgo de ser denunciados por mala fe y afectación de la imagen del vendedor.

Si bien la plataforma es sumamente expeditiva, además ayuda a optimizar el trabajo en equipo, crea informes a medida, accediendo a reportes por fecha, denunciante y

vendedor, y, a través de modelos de inteligencia artificial, se hacen más eficientes en la detección proactiva de publicaciones en infracción.

Lo cierto es que, si bien la tecnología y el diseño del programa son sumamente efectivos, la carga de los datos, la búsqueda y constatación de las infracciones, así como las denuncias en sí mismas, es un trabajo totalmente artesanal y debe hacerse con extremo cuidado considerando todos los derechos involucrados.

Y... ¿Qué pueden hacer los vendedores para evitar ser denunciados? La propia página de Mercado Libre emite una serie de recomendaciones tendientes a evitar infringir derechos de Propiedad Intelectual.

Así, nos dice que “Es importante que respetes los derechos de terceros porque reiteradas denuncias pueden causar la suspensión de tu cuenta e incluso su inhabilitación permanente. Te recomendamos revisar tus publicaciones para asegurarte de no estar infringiendo ningún derecho.”

Pero... ¿Qué se debe hacer al recibir una denuncia de propiedad intelectual? Es de destacar que, al recibir una denuncia, la publicación será pausada. El vendedor presunto infractor, tendrá una única instancia para responder y un plazo de 4 días corridos para hacerlo. Si no se responde en ese plazo, la publicación será dada de baja.

Luego de responder, el denunciante tendrá otros 4 días corridos para revisar la respuesta y decidir si retira o confirma su denuncia. Si el denunciante no decide dentro del plazo, la publicación será reactivada, y si el denunciante retira su denuncia, la publicación será reactivada. Si el denunciante confirma su denuncia, la publicación será dada de baja.

En caso de que el vendedor esté en desacuerdo con la decisión, podrá escribirle a su e-mail. Al momento de preparar la respuesta, hay que tener en cuenta los comentarios del denunciante, ya que es probable que se le solicite documentación con criterios específicos.

### ***Right Manager de Meta***

La empresa Meta, que aglomera a las plataformas Facebook e Instagram, ofrece un control y protección de derecho de marcas a través del denominado “*Right Manager*”.

La plataforma permite que el interesado pueda presentar denuncias de uso indebido de marcas por medio de un correo electrónico, denunciando falsificación de productos o la violación de derechos de autor.

Se requiere que el interesado ingrese sus datos, es decir, nombre, apellido, correo y número de teléfono; descripción del contenido o publicación que vulnera su derecho o el derecho de su representado, ya que un representante de una marca puede tramitar la denuncia; información e indicaciones para poder dar con el contenido en violación, o sea, la URL; una declaración de buena fe y, si actúa en representación de una marca, la autorización correspondiente; y por último, la firma electrónica o física del denunciante. Esta denuncia será analizada por un agente designado en virtud de los procedimientos de notificación y contra notificación de la *Digital Millennium Copyright Act* de los Estados Unidos. Dicho agente analizará la denuncia y determinará si la publicación será eliminada o no previa notificación al usuario al que se le elimina el contenido. Mediante esta notificación y eliminación se cumple el propósito de la herramienta de protección de uso indebido de marcas.

Una cuestión esencial a tener en cuenta es que solo se puede acceder a *Rights Manager* a través de *Meta Creator Studio* desde una computadora. No se puede usar *Rights Manager* en celulares.

Además, no es necesario que tu contenido esté publicado o esté disponible públicamente en Facebook o Instagram para poder usar *Rights Manager*. Si se subió como archivo de referencia, la herramienta buscará coincidencias.

Cuando suben un archivo de referencia por primera vez, *Rights Manager* busca de manera retroactiva contenido con coincidencias publicado en las 72 horas previas al momento en que subieron el archivo. Sin embargo, *Rights Manager* también busca de manera retroactiva y periódica contenido con coincidencias compartido en el pasado, independientemente de la fecha en que subieron el archivo de referencia.

Desde el programa, se insta a que no se reclame contenido cuyos derechos no se posea. Asimismo, se deberán excluir las partes del video de las que no poseas los derechos de uso exclusivo.

Pero... ¿Cómo funciona *Rights Manager*? Una vez que tengan aprobación para usar *Rights Manager*, deberán agregar el contenido del que tienen derechos exclusivos y que quieren proteger a la biblioteca de referencias. *Rights Manager* comenzará a identificar todo el contenido de Facebook e Instagram que coincida con el de ustedes. Cuando se detecte contenido en una página o perfil, podrán elegir una de las acciones disponibles, según lo que les resulte más conveniente.

A su vez, podemos decir que existen versiones de *Rights Manager*:

- *Facebook Rights Manager* puede satisfacer las necesidades de muchos titulares de derechos de propiedad, según el tipo de contenido del que sean propietarios y que quieran proteger
- *Rights Manager* para videos permite que quienes tienen derechos de propiedad de videos protejan sus videos originales
- *Rights Manager* para imágenes permite que los fotógrafos y las empresas fotográficas protejan sus imágenes originales

En cuanto a Instagram, el programa *Rights Manager* supervisará y bloqueará las acciones en el *feed*, pero no en las historias, así como en las secciones “Explorar” y “En vivo”, tanto para cuentas públicas como privadas de la plataforma. Cuando Instagram esté activado, las reglas de coincidencia nuevas y las existentes se aplicarán automáticamente en esta plataforma y en Facebook.

Asimismo, se pueden crear reglas de coincidencia automatizadas que determinen las acciones que se deseen que realice *Rights Manager* cuando encuentre una coincidencia con el archivo de referencia en Instagram. También se puede autorizar a personas, páginas o cuentas de Instagram específicas, o incluirlas en una lista blanca.

Si se activa Instagram, *Rights Manager* comprobará si hay coincidencias entre el contenido de esta plataforma y alguno de los archivos de referencia existentes, pero no lo supervisará de forma retroactiva. Sin embargo, los nuevos archivos de referencia que agreguen se aplicarán automáticamente tanto en Facebook como en Instagram.

Además se podrá consultar el desglose de coincidencias por plataforma en la sección de coincidencias de “Archivos de referencia”, y por más que se desactiven las coincidencias de Instagram, en la cuenta de *Rights Manager*, las coincidencias existentes seguirán disponibles.

### **Arbitraje nacional e internacional**

Muchas veces surgen discrepancias en cuanto a los derechos de propiedad intelectual que no es tan sencillo poder dirimir, ya sea porque hay dificultad para establecer la prelación, porque hay superposición de fechas, o bien por la cuestión de la territorialidad. En algunos países esto es más sencillo, ya que forman parte de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas, con sede en Ginebra, Suiza.

La OMPI, en su carácter de proveedor acreditado de servicios de solución de controversias neutral, internacional y sin fines de lucro, tuvo oportunidad de resolver muchos conflictos de la índole de los aquí analizados conforme el procedimiento administrativo de ICANN, que es la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números.

Pero vamos por partes... El rol de la ICANN es vital, ya que para ponerse en contacto con otra persona a través de Internet es necesario escribir una dirección en el equipo: ya sea un nombre o un número. Esa dirección debe ser única para que los equipos sepan dónde pueden encontrarse. ICANN coordina estos identificadores únicos en todo el mundo y, sin dicha coordinación, sería imposible tener una Internet a nivel mundial.

ICANN se fundó en 1998 como asociación sin ánimo de lucro y en ella se reúnen personas de todo el mundo cuyo objetivo es asegurar que Internet sea segura, estable e interoperativa.

Esta asociación promueve la competencia y desarrolla políticas de identificadores únicos de Internet. No obstante, no controla el contenido de Internet, no puede detener el correo basura y no gestiona los accesos a Internet; pero, gracias a su función de coordinación del sistema de nombres de Internet, tiene una gran importancia en la expansión y evolución de Internet.

ICANN desempeña un papel administrativo similar con las direcciones IP que utilizan los ordenadores que con los nombres de dominio que utilizan los humanos. De la misma forma que no puede haber dos nombres de dominios iguales, por el mismo motivo no es posible que haya dos direcciones IP iguales.

Entonces, si bien ICANN no gestiona el sistema, ayuda a coordinar la forma en que se suministran las direcciones IP para evitar fallos o repeticiones. Además, ICANN es también el almacén central de direcciones IP, y suministra los rangos a los registros regionales para que éstos los distribuyan a sus proveedores de redes.

Aclarado ello, volvemos a la OMPI para decir que las personas que integran el listado de sus expertos para la solución de controversias en materia de nombres de dominio conforman más de 120 especialistas provenientes de diversos países del mundo. El éxito de estos procedimientos depende, en gran medida, de la calidad de los árbitros y mediadores que deben tener conocimientos especializados en la materia objeto de la controversia.

Este tipo de resolución de conflictos ofrece ventajas en relación con los métodos convencionales interjurisdiccionales, al aportar una vía de solución rápida y eficaz en

función de los costos para la solución de controversias sin recurrir a la vía judicial, y de mayor autonomía de las partes, si consideramos que estas pueden ejercer un mayor control sobre el modo en que se soluciona su controversia y elegir libremente a los árbitros, e incluso el derecho aplicable y el lugar donde se dirimirá el conflicto.

Otras dos características positivas de este tipo de procedimientos son la irrevocabilidad del laudo arbitral que se dicta, y su fuerza ejecutiva.

Además, tanto la OMPI como los procedimientos que rigen su funcionamiento están volcados en el Convenio de la OMPI por el que esta se estableció en 1967.

Ahora bien. Se prevén los siguientes procedimientos:

- Primeramente, la mediación, que es un procedimiento de resolución de disputas eficaz y económico, no obligatorio para las partes, pero sujeto a su control, y de carácter confidencial, por el que un tercero neutral, el mediador, colabora con las partes a fin de que estas lleguen a un acuerdo, aunque sin adoptar ninguna decisión. Al no ser obligatorio el cumplimiento del mencionado acuerdo, este procedimiento puede ser el inicio de un proceso judicial o arbitral. Igualmente, la experiencia muestra que este tipo de litigios suelen culminar en un acuerdo beneficioso para ambas partes.
- En segundo lugar encontramos el arbitraje, que es un procedimiento privado de resolución de disputas de carácter consensual, neutral y confidencial, y consiste en someter la controversia a uno o más árbitros. Además, la decisión a la que se arribe es obligatoria para las partes. En este tipo de procedimientos se manifiesta plenamente el ejercicio de la autonomía de la voluntad por cuanto, 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. El procedimiento se inicia con la solicitud de arbitraje. Dentro de los treinta días siguientes, la OMPI debe dar respuesta a la solicitud designando al árbitro que entenderá en el tema. A partir de la notificación de esa instancia y por un plazo de noventa días se sustanciarán los distintos actos procesales, es decir, presentación del escrito de demanda y su contestación y la etapa probatoria. Dentro de los tres meses siguientes al cierre de las actuaciones se deberá dictar el laudo arbitral. En virtud del Reglamento de Arbitraje de la OMPI, la decisión del tribunal arbitral es vinculante y definitiva.

Asimismo, el laudo podrá ser ejecutado ante los tribunales nacionales, aplicándose las normas de la Convención de Nueva York.

- Finalmente, en el arbitraje acelerado se cuenta con plazos más reducidos que en el arbitraje común, resultando por consiguiente menos costoso. Esta reducción de plazos se logra por la presentación obligatoria del escrito de demanda conjuntamente con la solicitud dentro de los veinte días siguientes, con un plazo máximo de noventa. En caso del arbitraje común, la presentación del escrito es optativa.

En Argentina no existe un sistema de resolución alternativa de disputas para conflictos sobre nombres de dominios “.ar” equivalentes a la Política de Resolución de Disputas de Nombres de Dominio Uniformes; solamente hay un mecanismo administrativo de solución de controversias que, incluso, en caso de que alguna de las partes desee recurrir la resolución dictada, deberá hacerlo conforme el procedimiento administrativo.

La disputa de un dominio es un procedimiento que 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 o interés legítimo sobre el mismo.

Para resolver disputas, NIC Argentina podrá aplicar alguno/s de los Criterios Orientativos propios del reglamento para la Administración de Dominios.

Pero... ¿Qué se necesita para comenzar una disputa por dominio?

- N° de CUIT/CUIL
- Clave Fiscal Nivel 2 o superior
- Iniciar el trámite en Trámites a Distancia
- Completar el formulario justificando su solicitud y adjuntar la documentación que consideren avala su mejor derecho o interés legítimo sobre el dominio
- Adjuntar la documentación que avale la solicitud
- Abonar el arancel correspondiente

El disputado tendrá diez días hábiles administrativos para realizar su descargo únicamente a través de Trámites a Distancia. Este plazo comenzará a correr a partir del primer día hábil posterior al de la notificación de inicio del trámite de Disputa. El mismo podrá ser prorrogado por única vez y de forma excepcional por 10 días más, siempre que existan circunstancias que lo justifiquen. Vencido el plazo, se procederá a resolver la cuestión.

De acuerdo a lo que establece el Reglamento de Procedimientos Administrativos, Decreto 1759/72, quien no esté conforme con el fallo, podrá presentar un Recurso de reconsideración y un Recurso jerárquico, dentro de los plazos improrrogables dispuestos. Todas las novedades y movimientos dentro del expediente serán informadas a través de las Notificaciones del menú principal de Trámites a Distancia.

Además, es de destacar que, tal como lo indica el Reglamento para la Administración de Dominios, NIC.ar no intervendrá en los conflictos que pudieren generarse entre quienes registren nombres de dominio y/o terceros, relativos al registro o al uso de un nombre de dominio.

Pero entonces... ¿Qué dice este reglamento si no permite que NIC tome parte? En Argentina, este Reglamento es una guía rectora. El mismo fue sancionado mediante la Resolución 20/2014, de la Dirección Nacional Del Registro De Dominios De Internet, y servirá como manual de Registro de Dominios de Internet y Glosario de términos.

El artículo 1º de este reglamento expone que “NIC Argentina es la denominación que, siguiendo las prácticas internacionales en la materia, identifica a la Dirección Nacional del Registro de Dominios de Internet de la Subsecretaría Técnica de la Secretaría Legal y Técnica de la Presidencia de la Nación en su carácter de administrador del Dominio de Nivel Superior Argentina (.AR).”

Por su parte, el artículo 2º sostiene que “NIC Argentina efectuará el registro de los nombres de dominio de internet, en adelante nombres de dominio, solicitados de acuerdo con las normas, reglas, procedimientos y glosario de términos vigentes. Podrán registrarse nombres de dominio bajo las zonas COM.AR, ORG.AR, NET.AR, TUR.AR, INT.AR, GOB.AR, MIL.AR y.AR. Este último sólo podrán registrarlos entidades gubernamentales, y todos en las formas y condiciones establecidas en el presente cuerpo normativo.”

El artículo 3º manifiesta lo siguiente: “El registro de un determinado dominio se otorgará a la persona física o jurídica que primero lo solicite, y se encuentre debidamente registrada en el sistema como Usuario, con las excepciones señaladas en la presente normativa. Esta persona revestirá la calidad de Titular del nombre de dominio. Las personas jurídicas nacionales o extranjeras que hubieran presentado copia simple de la documentación requerida revisten el carácter de Usuarios Transitorios, no pudiendo transferir ni dar de baja dominios.”

El artículo 4º, por su lado, expone que “Todo Titular puede crear uno o más Alias asociados a su Usuario, otorgándoles permisos para que opere sobre sus dominios.”

En cambio, el artículo 5º sentencia que “Todo Titular que registre un nombre de dominio a través de la página web de NIC Argentina, sea una persona física o jurídica, manifiesta conocer y aceptar inexcusablemente las normas, reglas, procedimientos y glosario de términos vigentes de NIC Argentina establecidos en el presente cuerpo normativo.”

¿Y el artículo 6º? Manifiesta que “La información suministrada a NIC Argentina tendrá carácter de declaración jurada.”

El artículo 7º reza que “NIC Argentina podrá modificar cuando lo estime pertinente este Reglamento, el que será publicado en el sitio nic.ar, con una anticipación de treinta días corridos antes de su entrada en vigencia.”

A continuación, el artículo 8º expone que “NIC Argentina podrá modificar en cualquier momento sin previo aviso su página web y estará exento de cualquier responsabilidad por daños directos o indirectos que puedan derivarse del uso o acceso a la misma.”

En el artículo 10 se establece que “todas las solicitudes de nuevos registros de nombres de dominio y las transferencias serán publicadas en la edición impresa y en la versión web del Boletín Oficial De La República Argentina, por el término de dos días”.

Finalmente, el artículo 11 prescribe que “NIC Argentina rechazará, sin necesidad de interpelación previa, solicitudes de registro de nombres de dominio ya registrados; o 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 suplanten la identidad de instituciones, organismos o dependencias públicas nacionales, provinciales, municipales, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, o de organismos internacionales”.