

211  
2es



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

SEMINARIO DE PATENTES, MARCAS Y DERECHOS DE AUTOR

PROBLEMÁTICA JURÍDICA DE LOS NOMBRES DE  
DOMINIO. SU REGISTRO COMO MARCA

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
**LICENCIADA EN DERECHO**  
P R E S E N T A :  
**ROSA MARIA GONZALEZ OLIVARES**

MEXICO, D. F.

1999

**TESIS CON  
FALLA LE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

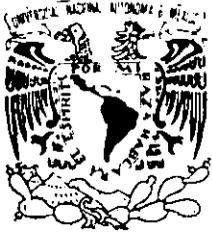


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



FACULTAD DE DERECHO UNAM.

SEMINARIO DE PATENTES, MARCAS Y  
DERECHOS DE AUTOR

LIBERTAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

México, D.F. a 22 de noviembre de 1999.

Señor Director General de  
Servicios Escolares,  
Presente.

La pasante de derecho Rosa María González Olivares ha  
elaborado en este Seminario bajo la dirección del  
Doctor David Rangel Medina, la tesis titulada:

PROBLEMATICA JURIDICA DE LOS NOMBRES DE DOMINIO.  
SU REGISTRO COMO MARCA,

En consecuencia, y cubiertos los requisitos esenciales  
del Reglamento de Exámenes Profesionales, se solicita  
de usted, tenga a bien autorizar los trámites para la  
realización de dicho examen.

A T E N T A M E N T E

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

DR. DAVID RANGEL MEDINA  
DIRECTOR DEL SEMINARIO.

"El interesado deberá iniciar el trámite para su titulación dentro de los seis meses siguientes (contados de día a día) a aquél en que le sea entregado el presente oficio, en el entendido de que transcurrido dicho lapso sin haberlo hecho, caducará la autorización que ahora se le concede para someter su tesis a examen profesional, misma autorización que no podrá otorgarse nuevamente sino en el caso de que el trabajo recepcional conserve su actualidad y siempre que la oportuna iniciación del trámite para la celebración del examen haya sido impedida por circunstancia grave, todo lo cual calificará la Secretaría General de la Facultad."

**A mi Madre, quien me  
ha brindado todo su apoyo**

INDICE

INTRODUCCION.....1

CAPITULO I

EL DERECHO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

1.1 Antecedentes.....4  
A) Derechos de Autor.....4  
B) Derecho de la Propiedad Industrial.....7  
  
1.2 Concepto.....9  
1.3 Fundamento Constitucional.....9  
  
1.4 Clasificación.....9  
A) El Derecho de Autor.....10  
B) El Derecho de la Propiedad Industrial.....32  
  
1.5 Derecho Comparado.....59  
A) Estados Unidos.....59  
B) Europa y Asia.....60  
C) América Latina.....68

CAPITULO II

INTERNET Y LOS NOMBRES DE DOMINIO

2.1 Internet.....78  
A) Antecedentes.....78  
B) Definiciones y manejo de Internet.....82  
C) Características.....85  
D) Servicios prestados por la red.....89  
  
2.2 Los nombres de dominio.....102  
A) Antecedentes.....102  
B) Definiciones.....104

C) Estructura.....	105
D) Clasificación.....	107
E) La asignación.....	109
F) Los nombres de dominio en la Legislación Mexicana y en el resto del Mundo.....	122

### CAPITULO III

#### PROPUESTA DE SOLUCION A LA PROBLEMATICA JURIDICA DE LOS NOMBRES DE DOMINIO

3.1 Internet y sus efectos sociales, políticos, económicos, jurídicos y culturales.....	130
3.2 Los problemas jurídicos de los nombres de dominio. La confusión de los usuarios.....	143
3.3 Los nombres de dominio desde la perspectiva del derecho de la Propiedad Industrial.....	148
A) El derecho de las marcas.....	149
B) Los nombres comerciales.....	179
3.4 Los nombres de dominio desde la perspectiva del Derecho de Autor.....	180
A) Las obras literarias.....	180
B) La reserva de derechos.....	183
3.4 Regulación jurídica de los nombres de dominio. Marca registrada o nombre comercial.....	185
CONCLUSIONES.....	187

#### BIBLIOGRAFIA

## INTRODUCCION

Ante los avances Tecnológicos, el estudioso del Derecho debe aplicarse al estudio de las nuevas tecnologías para anticiparse a los conflictos jurídicos.

Internet es sin duda, un fenómeno que está llamando la atención de los juristas por sus singulares características ya que en él encontramos fusionados los servicios de teléfono, la televisión, el fax, el correo, los cuales tienden a ser sustituidos por la red de redes: Internet.

La regulación de Internet es cada vez más necesaria, pero una regulación total de la red se tornaría complicada, lo que nos lleva a sugerir una reglamentación de sus partes.

Hasta los años 80, Internet sólo se utilizaba con fines de investigación, por lo que los nombres de dominio servían para identificar computadoras en la red; esta situación cambió en 1992, cuando el Congreso de Estados Unidos reconoció a la Fundación Nacional de Ciencia (NSF) la potestad de permitir la realización de actividades comerciales en la red y desde entonces los nombres han adquirido un valor comercial muy importante y actualmente, uno de sus objetos es el de identificar una empresa comercial o industrial, así como los productos y servicios que prestan en la red.

Las direcciones de Protocolo de Internet (IP) se crearon para identificar una computadora con otra; esta dirección está formada por números, pero éstos son muy difíciles de recordar, se creó un sistema en el que se utilizaran nombres.

Con el objeto de facilitar las búsquedas en Internet, se crearon los códigos de país y los códigos genéricos, los primeros formados por dos letras de cada país y los segundos formados por tres letras, por ejemplo edu, mil, net, com, gov y org; actualmente se ha propuesto la creación de los códigos genéricos firm, store, web, arts, rec, info, nom con el objeto de facilitar las búsquedas.

Cada país tiene la facultad de administrar los dominios que se registran bajo su código de país, facultad que se ejerce estableciendo requisitos de registro y mantenimiento, que son similares en uno y otro.

Los nombres de dominio pueden ser analizados desde la perspectiva del derecho de la propiedad industrial como desde el derecho de autor, en el primer caso referido a las marcas y en el segundo a la reserva de derechos.

Los comerciantes e industriales están registrando sus marcas como nombres de dominio con el objeto de dar a conocer los productos y servicios que amparan al público consumidor que utiliza la red y que día tras día va en aumento.

Se han presentado algunos problemas jurídicos en materia de nombres de dominio/marcas en otros países, lo que nos motivó para analizarlos desde la perspectiva del Derecho de la Propiedad Industrial en México, con el fin de proponer una reglamentación de los mismos.

Las controversias que pueden surgir con los nombres de dominio referente al derecho marcario se ha presentado de tres formas: el registro de un nombre de dominio que pertenece a una marca registrada con el objeto de aprovechar el prestigio de la marca para atraer al público consumidor; el segundo caso se refiere al registro de la marca como nombre de dominio con el objeto de forzar al titular de la misma a adquirirla a cambio de una cantidad de dinero; el tercer caso se refiere a que la marca y el nombre de dominio coinciden por casualidad.

La primera relación que se da entre el nombre de dominio y el derecho de autor está referida al derecho moral consistente en el derecho a la paternidad de la obra, derecho que implica que el autor sea reconocido como creador de la obra, es decir que su nombre aparezca en cualquier publicación que se haga de la misma.

La segunda relación entre el nombre de dominio y derecho de autor, se refiere al título de la obra, que está protegido como parte de la obra, por lo que no puede ser modificado o utilizado por un tercero sin la autorización del titular.

La tercera relación, quizá la más importante, se refiere a la reserva de derechos, que es una institución que ha desaparecido en algunos ordenamientos legales extranjeros como Perú y España, pero que en nuestro país sigue vigente y su estudio nos ha llevado a considerar que las normas que la rigen son similares al derecho marcario, de ahí su relación con los nombres de dominio.

Uno de los objetivos del Derecho de la Propiedad Industrial es el de prevenir los actos de competencia desleal, por lo cual ésta se ha planteado como una de las formas de regular la problemática de los nombres de dominio.

Las controversias que se han suscitado en relación con los nombres de dominio, ha generado el estudio de este fenómeno por juristas, así como por organismos internacionales que están proponiendo formas de regulación del fenómeno, como lo es el Memorándum de entendimiento para el espacio de nombres de dominio de nivel superior genéricos del sistema de nombres de dominio de Internet y el RFC 1591 Domain Name System Structure y Delegation.

Los cambios en las tecnologías hacen necesario que la legislación sea actualizada.

## CAPITULO I

### EL DERECHO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

#### 1.1 ANTECEDENTES

##### A) DERECHOS DE AUTOR

##### Antecedentes<sup>1</sup>

El Derecho de Autor aparece con la vida misma del hombre, por lo que se considera que es muy antiguo; los primeros privilegios fueron conferidos en 1470 en forma de privilegios a los impresores.

Hacia 1495 el Senado de Venecia otorga a Aldo el privilegio de editar las obras de Aristóteles.

El 10 de abril de 1710 el Parlamento Inglés dictó un Bill, el Estatuto de la Reina Ana, reconociendo por primera vez los derechos de autor.

En 1716 el Consejo de Estado Francés reconoció derechos a los autores; el 19 de julio de 1793 se reconoce en Francia la propiedad artística y literaria ampliamente.

En Estados Unidos, la Constitución aprobada el 17 de septiembre de 1787, reconoce en el artículo 8, la facultad del Congreso de fomentar el progreso de la ciencia y las artes útiles, asegurando a los autores e inventores, por un tiempo limitado, el derecho exclusivo sobre sus respectivos escritos y descubrimientos. La primera ley americana sobre la materia fue el Copyright Act del 31 de mayo de 1790.

Se reconoce el Derecho de edición en el Código Civil General de los Estados de Prusia de 1794.

En el Derecho Español de la Colonia era un privilegio real, no se daba protección al autor.

---

<sup>1</sup> Loredo Hilll, Adolfo, Derecho Autoral Mexicano, México, Porrúa, 1982, pp. 13-16.

## Antecedentes en México

Epoca Colonial. La Real Orden de 22 de marzo de 1763, concede el privilegio para imprimir algún libro sólo al autor del mismo.

La Real Orden de 20 de octubre de 1764 y la de 14 de junio de 1773, constituyeron las primeras disposiciones legislativas que rigieron los derechos intelectuales sobre obras literarias en el México Colonial.

Hasta antes del siglo XVIII, los derechos de autor fueron un privilegio otorgado por la autoridad.

México Independiente. Durante la guerra de Independencia, el decreto de las Cortes de 10 de junio de 1813 denominado "Reglas para Conservar a los escritores la propiedad de sus obras", es el primer documento que reconoce derechos a los autores sobre sus obras.

La Constitución Federal de 1824, señalaba en su artículo 50, fracción I la facultad del Congreso General consistente en el aseguramiento de los derechos de autor, y en la fracción II, el aseguramiento por tiempo limitado a los derechos de los inventores, perfeccionadores e introductores de algún ramo de industria.

Las Leyes Constitucionales de 30 de diciembre de 1836, establecía en la primera ley, artículo 2, fracción VII, el derecho y obligación de los mexicanos y habitantes de la república de poder imprimir y circular, sin necesidad de previa censura sus ideas políticas.

El primer ordenamiento en materia de derechos de autor es el Decreto sobre Propiedad Literaria de 3 de diciembre de 1846, constituido por 18 artículos.

Por su parte, la Constitución de 1857, reconoció la Libertad de prensa en su artículo 7 y en el 72 establece como facultad del Congreso conceder privilegios por tiempo limitado a los inventores o perfeccionadores de alguna mejora, en este precepto no se hace mención de los autores.

Código Civil de 1870. Estableció que el Derecho de Autor era un derecho de propiedad sobre bienes incorporales, así como perpetuo con excepción del Derecho de Propiedad dramática, estableció la posibilidad de transmisión a los herederos.

Código Civil de 1884. Estableció normas similares al Código de 1870. Este Código consideró al Derecho de Autor como un Derecho de Propiedad.

Constitución de 1917. Al igual que la Constitución de 1824 hace referencia a los derechos intelectuales. En el artículo 28 concede privilegios a los autores por un tiempo determinado.

Código Civil de 1928. Este ordenamiento establece que el derecho Intelectual tiene características especiales, denominándolo Derecho de Autor. El título VIII, denominado "De los Derechos de Autor", regula lo relativo a la materia autoral.

Ley Federal sobre el Derecho de Autor de 31 de diciembre de 1947, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 1948. Las disposiciones autorales formaron parte del Derecho Civil hasta la publicación de esta Ley. Este ordenamiento otorga menos protección a los autores que las anteriores disposiciones.

Ley Federal Sobre el Derecho de Autor de 29 de diciembre de 1956, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1956. Se dio como un intento de corregir las lagunas de la anterior Ley sin lograr este objetivo y resultando un obstáculo para el ejercicio de los derechos. Esta ley fue reformada por decreto de 4 de noviembre de 1963, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 21 de diciembre de 1963.

Convención Interamericana sobre el Derecho de Autor en Obras Literarias, Científicas y Artísticas de 22 de junio de 1946, firmada por México y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de octubre de 1947.

Convención de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas de 26 de junio de 1968, el decreto de promulgación en México de publicó el 20 de diciembre de 1968.

Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, los productores de Fonogramas, y los Organismos de Radiodifusión, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de mayo de 1964, firmada el 26 de octubre de 1961.

Convención Universal sobre Derecho de Autor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 6 de junio de 1957.

Convención sobre Propiedad Literaria y Artística, suscrita en la cuarta Conferencia Internacional Americana, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de abril de 1963.

Acta de París del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de enero de 1975.

Convención Universal sobre Derecho de Autor, revisada en París el 24 de julio de 1971 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 9 de marzo de 1976.

Convenio para la Protección de los Productores de Fonogramas contra la reproducción no autorizada de sus fonogramas, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de febrero de 1974.

La ley vigente en la materia es La Ley Federal del Derecho del Autor publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996, que abrogó a la Ley Federal sobre el Derecho de Autor publicada el 29 de diciembre de 1956 y el Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de mayo de 1998.

## **B) DERECHO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

### **Antecedentes<sup>2</sup>**

Ley dictada por el Senado Veneciano el 18 de marzo de 1474, en ella se consagra la tutela de las creaciones industriales.

Estatuto de Monopolios aprobado por el Parlamento inglés el 5 de mayo de 1624, reconoce los derechos de los inventores; es en la ley de 1823 cuando se reconocen definitivamente los derechos a los inventores.

El 24 de diciembre de 1762 en Inglaterra apareció un edicto que reglamentaba el derecho de los inventores.

El 10 de abril de 1790 se aprobó la primera ley norteamericana de patentes.

---

<sup>2</sup> Rangel Medina, David, "Relaciones entre la Propiedad Industrial y el Derecho de Autor", Revista de la Facultad de Derecho de México, Tomo XLII, septiembre-diciembre de 1992, Nos. 185-186, p. 114.

En Francia, el decreto de 31 de diciembre de 1790, se refiere a los autores de inventos útiles.

El Real Decreto de 29 de noviembre de 1796, reconoce por primera vez el derecho a la propiedad industrial en España.

### **Antecedentes en México**

Decreto de las Cortes Españolas de 2 de octubre de 1820.

Ley de 7 de mayo de 1832 sobre el privilegio exclusivo a los inventores o perfeccionadores de algún ramo de la industria.

Ley de Marcas de fabrica de 28 de noviembre de 1889.

Ley de marcas Industriales y de Comercio de 25 de agosto de 1903, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 2 de septiembre de 1903.

Ley de 7 de junio de 1890 sobre patentes de privilegio a los inventores y perfeccionadores.

Ley de patentes de invención de 25 de agosto de 1903, que incorporó por primera vez las patentes de modelos y dibujos industriales.

Ley de Patentes de 26 de junio de 1928.

Ley de Propiedad industrial de 31 de diciembre de 1942, esta ley regula las patentes de invención, patentes de modelo y de dibujo industrial, marcas, avisos comerciales, nombres comerciales y competencia desleal.

Ley de Invenciones y Marcas de 30 de diciembre de 1975.

Ley de marcas y de Avisos y Nombres Comerciales de 26 de junio de 1928, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de julio 1928.

Actualmente rige la Ley de Propiedad Industrial publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de junio de 1991, reformada el 2 de agosto de 1994, y el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de noviembre de 1994.

## 1.2 CONCEPTO

El Derecho de la Propiedad Intelectual ha sido definido por David Rangel Medina como "El conjunto de normas que regulan las prerrogativas y beneficios que las leyes reconocen y establecen en favor de los autores y de sus causahabientes por la creación de obras artísticas, científicas, industriales y comerciales".<sup>3</sup>

El Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967, y aprobado mediante decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de julio de 1975, señala en el artículo 2, que es propiedad Intelectual "los derechos relativos a las obras literarias, artísticas y científicas; a las interpretaciones de los artistas intérpretes y a las ejecuciones de los artistas ejecutantes, a los fonogramas y a las emisiones de radiodifusión; a las invenciones en todos los campos de la actividad humana; a los descubrimientos científicos; a los dibujos y modelos industriales; a las marcas de fábrica, de comercio y de servicio; a los nombres y denominaciones comerciales, y a la protección contra la competencia desleal, y todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico".

## 1.3 FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL

El fundamento constitucional del Derecho de la Propiedad Intelectual es el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que a la letra dice: "Tampoco constituyen monopolios los privilegios que por determinado tiempo se conceden a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora".

## 1.4 CLASIFICACION

La propiedad Intelectual se clasifica en dos grandes grupos:

- 1.. Derechos de Autor, que integra a las obras del ingenio, y
2. Propiedad Industrial, que está constituido por las producciones que operan en el campo industrial y comercial.

---

<sup>3</sup> Rangel Medina, David, Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual, México, UNAM, 1991, pp. 7, 8.

Para Carlos Mouchet de estos derechos, "unos son los que integran el derecho moral, que consiste, en esencia, en la facultad del autor de exigir el reconocimiento de su carácter de creador; de dar a conocer su obra y de que se respete la integridad de la misma. Los otros son los que integran el derecho pecuniario, relacionado con el disfrute económico de la producción intelectual"<sup>4</sup>.

El convenio que establece la OMPI, en su artículo 2 señala que la Propiedad Intelectual se refiere a los derechos relativos a:

- 1) Obras Literarias, artísticas y científicas.
- 2) Las interpretaciones de los artistas, intérpretes y a las ejecuciones de los artistas ejecutantes, a los fonogramas y a las emisiones de radiodifusión.
- 3) Las invenciones en todos los campos de la actividad humana.
- 4) Los descubrimientos científicos.
- 5) Los dibujos y modelos industriales.
- 6) Las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, así como a los nombres y denominaciones comerciales.
- 7) La protección contra la competencia desleal, y todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico.

## **A) EL DERECHO DE AUTOR**

### **a) Definición**

Adolfo Loredo Hill define al derecho autoral como "un conjunto de normas de derecho social, que protegen el privilegio que el Estado otorga por determinado tiempo, a la actividad creadora de autores y artistas, ampliando sus efectos en beneficio de intérpretes y ejecutantes"<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Mouchet Carlos y Sigfrido A. Radaelli, Los Derechos del Escritor y del Artista, Cuadernos de Monografías, Ediciones Cultura Hispánica, Madrid, 1953, p. 28.

<sup>5</sup> Loredo Hill, pp. 66, 67.

Para David Rangel Medina es el "Conjunto de prerrogativas que las leyes reconocen y confieren a los creadores de obras intelectuales externadas mediante la escritura, la imprenta, la palabra hablada, la música, el dibujo, la pintura, la escultura, el grabado, la fotocopia, el cinematógrafo, la radiodifusión, la televisión, el disco, el cassette, el videocassette y por cualquier otro medio de comunicación"<sup>6</sup>.

Señala Rojina Villegas que es "un privilegio para la explotación, es decir, para la publicación, traducción, reproducción y ejecución de una obra"<sup>7</sup>.

La LFDA vigente define en su artículo 111 el Derecho de autor como "el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial".

#### **b) Terminología.**

La materia autoral ha recibido diversas denominaciones, entre las que encontramos: Propiedad Literaria y Artística, Derecho del Arte y de las Letras, Derecho sobre las obras del ingenio, Derecho de la Cultura, Derecho de la Personalidad, Bienes y Derechos Intelectuales, Derechos Intelectuales sobre las obras literarias y artísticas, Derechos Intelectuales, Derecho intelectual, Propiedad Intelectual, Copyright, y Derecho Autoral. La denominación que se ha extendido más es la de Derecho(s) de Autor, misma que se encuentra reconocida en la Convención Universal sobre Derecho de Autor y en nuestra ley.

#### **c) Fundamento Constitucional.**

El fundamento constitucional del Derechos de Autor es el Artículo 28 de la Constitución, que en su noveno párrafo establece: "Tampoco constituyen monopolios los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras".

---

<sup>6</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 88.

<sup>7</sup> Rojina Villegas, Rafael, Derecho Civil, Bienes, Derechos Reales, Posesión, pp. 290, 291, Cit. por Farrell Cubillas, Arsenio, El Sistema Mexicano de Derechos de Autor, México, Ignacio Vado, 1996, p. 20.

#### d) Clasificación de las Obras Protegidas por el Derecho de Autor

Antonio Chaves las clasifica en:<sup>8</sup>

- 1) Protección de la obra y de sus elementos;
- 2) Obras de expresión corporal,
- 3) Obras figurativas;
- 4) Obras que se exteriorizan por la palabra oral o escrita;
- 5) Obras de expresión musical, tengan o no letra.

A su vez, Rangel Medina las clasifica en dos grandes grupos:<sup>9</sup>

- 1) Obras intelectuales en sentido estricto que son a las que se brinda la protección del derecho de autor propiamente dicho, y
- 2) Obras que se protegen por derechos conexos o vecinos al derecho de autor.

La LFDA, en el artículo 4 clasifica a las obras de la siguiente manera:

- 1) Por su autor: conocido, anónimas o seudónimas;
- 2) Por su forma de comunicación: divulgadas, inéditas y publicadas;
- 3) Por su origen: Primigenias y derivadas;
- 4) Por la persona que los crea: individuales, de colaboración y colectivas.

A su vez, el artículo 13 señala las ramas a las que pertenecen las obras:

1. Literaria;
2. Musical;
3. Dramática;

---

<sup>8</sup> Antonio Chaves, Derecho de Autor, pp. VII y VIII. Cit. por Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 93.

<sup>9</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., pp. 94, 95

4. Danza;
5. Pictórica o de dibujo;
6. Escultórica y de carácter plástico;
7. Caricatura e historieta;
8. Arquitectónica;
9. Cinematográfica y demás obras audiovisuales;
10. Programas de radio y televisión;
11. Programas de cómputo;
12. Fotográfica;
13. Obras de arte aplicado;
14. De compilación;

Las obras literarias y artísticas están protegidas independientemente de su forma de difusión.

Una obra puede darse a conocer al público por: divulgación, publicación, comunicación pública, ejecución o representación pública, distribución al público y reproducción.

#### **e) Naturaleza Jurídica del Derecho de Autor**

Se ha considerado que la materia autoral es de carácter federal debido a que se aplica a todo el territorio nacional y corresponde al Ejecutivo Federal su aplicación.

La naturaleza jurídica de la materia autoral ha sido objeto de algunas consideraciones, tanto por quienes consideran que es irrelevante su señalamiento, como por quienes señalan que es importante resolver esta cuestión.

Tanto la Ley de 1947 como la de 1961 establecieron que el derecho intelectual es una materia autónoma.

Para Arsenio Farell Cubillas el Derecho intelectual no ha sido contemplado en su integridad puesto que "ha sido encajada como una de las ramas del Derecho Social"<sup>10</sup>.

Consideramos junto al maestro Rangel Medina, que tiene una "naturaleza jurídica propia"<sup>11</sup>.

Existen diversas teorías en cuanto a la naturaleza jurídica del Derecho de Autor, entre ellas encontramos: Teoría del Privilegio, Teoría de la Obligación ex-delicto, Teoría de la Propiedad Literaria y Artística, Teoría del Derecho de Autor como Derecho de la Personalidad, Teoría de los Bienes Jurídicos Inmateriales, Teoría de la Cuasi-Propiedad, Teoría del Usufructo del Autor, Teoría de la Propiedad Sui Generis, Teoría de la Forma Separable de la Materia, Teoría del Derecho de Autor como Derecho Patrimonial.

#### f) Teoría de Picard

Este tratadista integra bajo el rubro de Derechos Intelectuales a los derechos referentes a las patentes de invención, modelos y dibujos de fábrica; planes de trabajo públicos y privados; producciones artísticas, obras literarias, marcas de fábrica de comercio e insignias. Estos derechos intelectuales forman una categoría paralela a los derechos personales, reales y de obligación.

Señala Picard que los derechos intelectuales "son productos del espíritu, todos versan no sobre la realización material de la idea, sino sobre la idea misma, todos reclaman protección, pero una protección diferente, dentro de su naturaleza y grado de aquella que lo concilie con la propiedad ordinaria"<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> Ferell Cubillas, Arsenio, El Sistema Mexicano de Derechos de Autor, México, Ignacio Vado, 1996, p.74.

<sup>11</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 89.

<sup>12</sup> Picard, Edmond, Embryologie Juridique. "Nouvelle Classification des Droits, Droit International Privé; Droits intellectuels", Journal du Droit International Privé et de la Jurisprudence Comparée, tome 10, 1883, pp. 582, 583. Cit. por Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 90.

### g) Objeto del Derecho de Autor

Para Estanislao Otero el objeto del Derecho de autor "se integra con todas las obras intelectuales que, por reunir las condiciones requeridas por el derecho positivo, están bajo el amparo de la ley sobre Derechos de Autor"<sup>13</sup>.

El objeto del derecho de autor es diferente al derecho de la Propiedad Industrial, pues mientras "en el primero el fin de la obra es comunicar ideas, sentimientos, en el segundo hay una finalidad práctica y transformadora de la materia"<sup>14</sup>.

Tanto las creaciones de la inteligencia como las creaciones resultado de una actividad mental personal pueden ser objeto del Derecho de Autor.

Los elementos de una obra intelectual son el contenido, la forma de expresión, y que sea una creación original y nueva.

La LFDA establece tres clases de protección, la propiamente autoral, la reserva de derechos y los derechos conexos.

Las condiciones de protección de una obra son la creatividad y la originalidad

Rangel Medina señala que se requiere: a) ser acto creado por una persona física; b) que corresponda al ámbito del arte, de la ciencia o de la literatura, y c) que se manifieste por cualquier medio que la haga perceptible a los sentidos. Indica el mismo autor que los derechos afines al derecho de Autor protegen los "trabajos de naturaleza intelectual que aún cuando no puedan considerarse una creación en sentido estricto, se asimilan a ella por revelar un esfuerzo del talento que les imprime una individualidad derivada ya sea del conocimiento científico, de la sensibilidad o de la apreciación artística de quien los realiza"<sup>15</sup>.

La LFDA señala en su artículo 3 que se "otorga protección a las obras de creación original y susceptibles de ser divulgadas o reproducidas en cualquier forma o medio".

---

<sup>13</sup> Valdés Otero Estanislao, Derechos de Autor. Régimen Jurídico Uruguayo, pp. 5, 6. Cit. por Farell Cubillas, p. 75.

<sup>14</sup> Farell, Cubillas, p. 76.

<sup>15</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 92.

La ley otorga protección, en el artículo 5 a las obras desde el momento en que son fijadas en un soporte material y el reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no requiere registro. Por fijación se entiende de acuerdo al artículo 6 de la Ley "la incorporación de letras, números, signos, sonidos, imágenes y demás elementos en que se haya expresado la obra, o de las representaciones digitales de aquellos, que en cualquier forma o soporte material, incluyendo los electrónicos, permita su percepción, reproducción u otra forma de comunicación".

#### **h) La Reserva de Derechos**

La naturaleza jurídica de las reservas de derechos es la de "figuras jurídicas complementarias del derecho de autor"<sup>16</sup>.

El artículo 179 de la LFDA señala que "los Títulos, nombres, denominaciones o características objeto de reservas de derechos, deberán ser utilizadas tal y como fueron otorgadas"

Establece la LFDA en su artículo 173 que es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza, a alguno de los siguientes géneros:

1. Publicaciones Periódicas;
2. Difusiones Periódicas;
3. Personas o grupos dedicados a actividades artísticas, y
4. Promociones publicitarias.

Considera Delia Lipszyc que los títulos de diarios, periódicos y revistas "no son obras en el concepto del derecho de autor"<sup>17</sup>, más bien constituyen marca.

---

<sup>16</sup> Cristiani, Julio Javier, "Las Reservas de Derechos y su regulación en la nueva Ley Federal del Derecho de Autor ¿protección acumulada o conflictos por acumularse?" p. 237, Estudios de Derecho Intelectual en homenaje al profesor David Rangel Medina; Manuel Becerra Ramírez, compilador, UNAM, México, 1998, Serie E. Varios, No. 96, p. 237.

<sup>17</sup> Lipszyc Delia, Derechos de Autor y Derechos Conexos; Ediciones UNESCO/CERLALC/ZAVALIA, Argentina, 1993, p. 933.

El derecho al uso de la reserva surge con el registro ante la autoridad competente. La autoridad competente para expedir los certificados y hacer la inscripción de la reserva es el INDA.

La reserva de derechos será otorgada cuando no exista posibilidad de confusión con otra otorgada.

La reserva de derechos es notoria cuando los títulos, nombres y denominaciones, por su difusión, uso o explotación son identificados por un sector determinado del público.

La cancelación de la reserva de derechos procede:

1. Cuando el solicitante ha actuado de mala fe.
2. Por nulidad de la reserva.
3. Cuando la materia de las reservas no sea utilizada tal y como fueron otorgadas.
4. Por confusión con otra registrada.
5. Por solicitud del titular de la reserva.
6. Por orden de autoridad competente.

La nulidad de la reserva de derechos opera cuando es igual o semejante en grado de confusión con otra previamente otorgada, cuando se hayan declarado datos falsos y cuando haya un mejor derecho por un uso anterior.

La caducidad de la reserva de derechos procede cuando no se solicita la renovación del registro.

Los certificados de reserva sobre títulos de publicaciones o difusiones periódicas duran un año y será de cinco años cuando se otorgue a nombres y características físicas y psicológicas distintivas de personajes, nombres o denominaciones de personas o grupos artísticos, denominaciones y características de operación de promociones publicitarias; estos plazos podrán ser renovados por períodos de la misma duración, con excepción de las promociones publicitarias.

## i) Sujetos del Derecho de Autor

Los sujetos del derecho de autor han sido clasificado atendiendo a diferentes puntos de vista, así tenemos:

Satanowsky los clasifica en plenos o integrales; secundarios, derivados y parciales<sup>18</sup>;

Stolfi los divide en singulares y en coautores y colaboradores<sup>19</sup>;

Farell Cubillas, los clasifica en originarios y derivados. A su vez clasifica los originarios en: el autor; personas morales; obras por comisión; obras publicadas bajo seudónimo; menores de edad; emancipados; obra colectiva; Arreglos, compendios, ampliaciones, traducciones, adaptaciones, compilaciones y transformaciones de obra intelectual o artísticas que contengan por sí mismas alguna originalidad; traductores, intérpretes y ejecutantes. Los derivados son: los que adquieren el derecho y el Estado<sup>20</sup>.

David Rangel clasifica a los sujetos del Derecho de Autor en: a) Titular originario, b) titular derivado, c) los editores o productores, y d) otros sujetos.<sup>21</sup>

El titular originario es el autor de la obra, entendiendo por tal a la persona física que ha creado una obra literaria y artística.

De lo anterior se desprende que las personas morales no pueden ser titulares del Derecho de Autor, puesto que sólo la persona física puede crear una obra.

Es titular derivado "quien en lugar de crear una obra, utiliza una ya realizada, cambiándola en algunos aspectos o maneras"<sup>22</sup>. En esta categoría podemos incluir a las personas morales, como son las compañías editoriales y las de productores.

---

<sup>18</sup> Satanowsky, Derecho Intelectual, Tomo I, Buenos Aires, 1964, pp. 261-263. Cit por Farell Cubillas, p. 89.

<sup>19</sup> Stolfi Nicola, Il Diritto di Autore, T. I. pp. 262-311. Società Editrice Libreria, Milano, 1932, pp. 54. Cit. por Farell Cubillas, p. 89.

<sup>20</sup> Farell Cubillas, pp. 91-111.

<sup>21</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., pp. 97-101.

<sup>22</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., pp. 97, 98.

El editor es el que "bajo su responsabilidad publica y pone a la venta obras personales o de otro, imprimiéndolas o haciéndolas imprimir y reproduciéndolas o mandando reproducirlas bajo todas las formas apropiadas y de los que asegura personalmente la difusión"<sup>23</sup>.

Otros sujetos. Intérpretes y Ejecutantes. El Derecho protege no sólo a los autores de las obras, sino también a aquéllos que realizan actividades que tiene que ver con la obra como son los intérpretes y ejecutante, es decir, aquella persona que interpreta o ejecuta una obra literaria o artística a través de una actividad como narrador, cantante, músico o bailarín.

La LFDA señala en su artículo 26 que "el autor es el titular originario del derecho patrimonial y sus herederos o causahabientes por cualquier título serán considerados titulares derivados".

#### j) Contenido del Derecho de Autor

El derecho de Autor esta formado por dos derechos:

- 1) Derecho moral, son los derechos inherentes a la creación y son morales por tratarse de bienes inmateriales.
- 2) Derecho pecuniario, patrimonial o económico que son los derechos inherentes a la reproducción de la obra.

Ambos derechos son independientes del soporte material que contiene la obra.

El derecho moral. Ha sido definido como "el aspecto del derecho intelectual que concierne a la tutela de la personalidad del autor como creador y a la tutela de la obra como entidad propia"<sup>24</sup>.

El término derecho moral ha sido criticado en el sentido de que tiende a confundir, es engañoso de lo que realmente representa, es decir de la facultad del titular que se le reconozca como tal, es por ello que otros autores han considerado que se trata mas bien de un derecho de la personalidad.

---

<sup>23</sup> Genin, Marie Therese, L'editeur, Paris, Librairies Techniques, 1960, p. 15. Cit. Por Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 99.

<sup>24</sup> Mouchet Carlos..., p. 29.

Las características del derecho moral son que es un derecho personalísimo, perpetuo, inalienable, imprescriptible e irrenunciable e inembargable, la LFDA reconoce las últimas cuatro características en su artículo 19.

Respecto al derecho moral sobre las obras la ley señala en el artículo 18 que el autor es el único, primigenio y perpetuo titular del mismo.

El derecho moral confiere a su titular dos tipos de facultades: exclusivas o positivas y concurrentes, negativas o defensivas; las primeras son intransferibles y son: derecho de crear, derecho de continuar y terminar la obra, derecho de modificar y destruir la propia obra, derecho de inédito, derecho de publicar la obra bajo el nombre del autor, bajo seudónimo o en forma anónima, derecho de elegir a los intérpretes de la obra, y el derecho de retirar la obra del comercio; a su vez, las facultades concurrentes son las que ejerce el autor o en defecto del mismo sus sucesores o derechohabientes y son: derecho de exigir se mantenga la integridad de la obra y su título, derecho de impedir la publicación o reproducción imperfecta de una obra y derecho de impedir que se omita el nombre o el seudónimo, se les utilice indebidamente o no se respete el anónimo.

El contenido del derecho moral está formado para Rangel Medina por<sup>25</sup>:

- 1) Derecho de publicar la obra bajo el propio nombre, o en forma seudónima o anónima;
- 2) Derecho de edición o publicación;
- 3) Derecho a la integridad, conservación y respeto de la obras;
- 4) Derecho de arrepentimiento o de rectificación.

Los derechos morales son para Loredo Hill<sup>26</sup>:

- 1) Que se reconozca la paternidad de la obra,
- 2) Dar a conocer la obra;
- 3) Que se respete la obra en los términos en que fue concebida.

---

<sup>25</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., pp. 103. 104.

<sup>26</sup> Loredo Hill, pp. 67, 68.

El artículo 21 de la LFDA señala que los derechos consisten en:

1. Determinar si su obra ha de ser divulgada y en qué forma;
2. Exigir el reconocimiento de su calidad de autor y la de disponer que su divulgación se efectúe, como obra anónima o seudónima;
3. Exigir respeto a la obra;
4. Modificar su obra;
5. Retirar la obra del comercio, y
6. Oponerse a que se le atribuya al autor una obra que no es de su creación.

El autor tiene derecho a que se imponga su nombre como autor de la obra, pero también se le reconoce el derecho a dejarla anónima o a remplazar su nombre por un seudónimo.

El seudónimo es "la designación elegida por el autor para ocultar su verdadero nombre"<sup>27</sup>; el autor se identifica con un nombre diferente al verdadero; esta designación sólo puede ser utilizada por el autor que la hizo suya.

Delia Lipszyc define la obra anónima como "la divulgada sin indicar el nombre o el seudónimo de su autor"<sup>28</sup>.

La ley austriaca de 1936 y la italiana de 1941 daban el mismo valor al seudónimo que al nombre del autor.

De la misma manera que el autor puede utilizar un seudónimo, también puede ocultar su personalidad publicando su obra anónima, sin que por ello deje de dársele protección a la obra.

El derecho a la paternidad de la obra es "el derecho del autor a que se reconozca su condición de creador de la obra"<sup>29</sup>, está referido al derecho a que su nombre o seudónimo aparezca como titular de la obra, este derecho que puede ser afectado por:

---

<sup>27</sup> Mouchet Carlos, p. 73.

<sup>28</sup> Lipszyc Delia, p. 134.

<sup>29</sup> Lipszyc Delia, p. 165.

1. Que al publicarse, se omita el nombre o seudónimo del autor.
2. Que al publicarse aparezca bajo otro nombre o seudónimo.
3. Que el nombre sea utilizado como autor de obras que no le pertenezcan.

El derecho a la integridad de la obra impide la modificación de la obra, de donde se desprende que el título como parte de la obra no puede ser modificado.

El título y el contenido de la obra no pueden ser modificados al arbitrio de quien las publica, porque ello implica la violación del derecho moral del autor a mantener íntegra la obra.

Respecto al título de la obra, Piola Caselli señala que su función es la de "identificar la obra, distinguiéndola de las similares, tanto en el campo intelectual como en el tráfico comercial"<sup>30</sup> y Carlos Mouchet señala que tiene "una misión análoga a la que cumple la marca respecto al producto industrial, o el nombre respecto a la persona"<sup>31</sup>.

El título es uno de los elementos que permiten individualizar la obra, la ley no lo protege por sí mismo, sino como parte de la obra.

El derecho que tiene el autor sobre el título está relacionado con el derecho a la paternidad y a la integridad de la obra.

**El derecho pecuniario.** Está estrictamente ligado a la obra, por lo que deben tratarse separadamente los derechos a la explotación económica en cada clase de obra, este derecho está relacionado con el disfrute económico por la producción de la obra.

Rangel Medina define al derecho pecuniario como "la retribución que corresponde al autor por la explotación, ejecución o uso público de su obra con fines lucrativos"<sup>32</sup>. Por su parte, Carlos Mouchet define el derecho pecuniario como "la faz del derecho intelectual que se refiere a la

---

<sup>30</sup> Piola Caselli, Eduardo, Trattato del Diritto di Autore, 2a. ed., Napoli Torino, 1927, p. 18.  
Cit. por Carlos Mouchet, p. 10.

<sup>31</sup> Mouchet, Carlos, p. 89.

<sup>32</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 107.

explotación económica de la obra, de la cual se benefician no sólo el autor, sino también sus herederos y derechohabientes"<sup>33</sup>.

Loredo Hill señala que el Derecho pecuniario "se refiere a la explotación económica de una obra"<sup>34</sup>. Estos derechos pueden transmitirse o cederse en forma total o parcial, onerosa o gratuita e inter vivos o mortis causa.

Las características del derecho pecuniario son que es temporal, transmisible, renunciable y prescriptible.

La ley de 1963 al igual que la vigente protegen la obra sin necesidad de haber registro de la misma.

Señala la LFDA en el artículo 24 que el derecho pecuniario es el derecho que tiene el autor de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación, en cualquier forma.

Pueden ser titulares del derecho patrimonial el autor, el heredero o el adquirente por cualquier otro título.

El derecho pecuniario otorga las siguientes facultades a su titular:

1. Reproducción, publicación, edición o fijación material de una obra en copias o ejemplares, efectuada por cualquier medio;
2. Comunicación pública de su obra;
3. Transmisión pública o radiodifusión de sus obras;
4. Distribución de la obra;
5. Importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin su autorización;
6. Divulgación de obras derivadas, en cualquiera de sus modalidades;
7. Cualquier utilización pública de la obra;

---

<sup>33</sup> Mouchet Carlos, pp. 117, 118.

<sup>34</sup> Loredo Hill, p. 68.

Las facultades que otorga el derecho patrimonial son de carácter temporal y durarán la vida del autor y 75 años después de su muerte; 75 años después de ser divulgadas si se trata de obras póstumas o de obras hechas al servicio oficial de la Federación, las entidades federativas o los municipios. Cumplidos estos términos la obra pasará al dominio público.

El derecho pecuniario puede ejercerse por su titular por medio de los siguientes contratos:

1. Contrato de Edición de Obra Literaria;
2. Contrato de Edición de Obra Musical;
3. Contrato de Representación Escénica;
4. Contrato de Radiodifusión;
5. Contrato de Producción Audiovisual;
6. Contratos Publicitarios.

#### **k) Límites al Derecho de Autor**

Las restricciones al Derecho de Autor tienen como objeto conciliar el interés individual del creador intelectual con el interés colectivo de la sociedad.

Para Farell, las limitaciones pueden ubicarse en dos rubros<sup>35</sup>:

1) Requisitos formales para beneficiarse con la protección legal. Al respecto existen dos corrientes, la de los países de escaso desarrollo intelectual que establecen múltiples formalidades como una forma de incrementar su cultura; y la de los países europeos que pretenden la eliminación de las formalidades y un reconocimiento automático de los derechos de autor al crearse la obra.

2) Protección del interés cultural de la sociedad. Esta limitación se ha manifestado con limitaciones a la duración de los derechos de autor y en especial los de los sucesores o causahabientes.

---

<sup>35</sup> Farell Cubillas, p. 131.

Son consideradas de utilidad pública las obras indispensables para el adelanto de la ciencia, la cultura y la educación nacionales; estas obras pueden ser utilizadas libremente con la sola restricción de respetar los derechos morales de sus autores.

### 1) Los Derechos Conexos

La protección que se otorga a estos derechos no afecta los derechos de autor de las obras literarias y artísticas.

Dentro de estos derechos se encuentran reconocidos los de:

1. Artistas intérpretes y ejecutantes;
2. Editores de libros;
3. Productores de Fonogramas;
4. Productores de videogramas;
5. Organismos de Radiodifusión;

Contrato de Edición de obra literaria. Por medio de este contrato, el autor o titular de los derechos patrimoniales se obliga a entregar al editor una obra y este, se obliga a reproducirla, distribuirla y venderla.

Contrato de Edición de Obra Musical. El autor o titular del derecho patrimonial cede al editor el derecho de reproducción y el editor se obliga a divulgar la obra.

Contrato de Representación Escénica. Es aquél por virtud del cual el autor o titular del derecho patrimonial concede al empresario el derecho de ejecutar una obra literaria, musical, dramática, de danza por una contraprestación pecuniaria.

Contrato de Radiodifusión. Por medio de este contrato el autor o titular del derecho patrimonial autoriza la transmisión de una obra.

Contrato de Producción Audiovisual. Es aquél por el cual el autor o titular del derecho patrimonial cede al productor los derechos patrimoniales de reproducción, distribución, comunicación pública.

Contratos Publicitarios. Son aquellos que tienen por objeto la explotación de obras con fines de promoción en anuncios publicitarios o de propaganda.

#### m) Modalidades de los Derechos de Autor

Para el maestro Rangel Medina las modalidades del derecho de autor son: "Droit de Suite, Droit de Prêt o Derecho de Préstamo Público, Derecho de Arena, Reprografía Lícita, Licencia Legal y Dominio Público Pagante"<sup>36</sup>.

1. Droit de Suite. Es la prerrogativa establecida en beneficio de los autores, consistente en recibir un porcentaje del importe de las ventas sucesivas de sus obras.

Esta modalidad está reconocida en la Convención de Berna y México siendo miembro de esta Convención no la ha reconocido en su ley doméstica.

2. Droit de Prêt o Derecho de préstamo Público. Es una remuneración equitativa que debe ser hecha al autor cuando las reproducciones de su obra son prestadas o alquiladas por establecimientos abiertos al público.

Esta modalidad permite que no disminuya la venta de las obras, en beneficio de los autores.

Para Nordemann Wilhelm se otorga una remuneración si concurren los siguientes requisitos: "1) se presta o alquila con fines lucrativos; 2) se presta o alquila por un organismo de acceso al público, y 3) que el cobro lo haga una sociedad autoral"<sup>37</sup>.

En México esta modalidad no está reconocida.

3. Derecho de Arena. Se conoce como el "derecho que correspondía al deportista de impedir que terceros, sin su autorización, divulguen su imagen mediante transmisiones televisivas o por cinematógrafo, al participar en competencias o juegos en sitios en los que el acceso al público no es gratuito"<sup>38</sup>.

<sup>36</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., pp. 108-118.

<sup>37</sup> Nordemann, Wilhelm, "El Derecho de Préstamo Público en Alemania Federal", Revue Internationale du Droit d'Auteur (RIDA), LXXX, Octubre, 1976, p. 62. Cit. por Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 111.

<sup>38</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 112.

Esta institución se ha extendido a beisbolistas, tenistas, boxeadores, toreros, etc.

Esta modalidad es objeto de crítica puesto que no existe una creación intelectual y por lo tanto su naturaleza es ajena al Derecho de Autor.

El Derecho Mexicano sí reconoce esta figura. El artículo 231 de la LFDA, en su fracción II establece que es una infracción en materia de comercio la utilización de la imagen de una persona sin su autorización.

4. Reprografía Lícita. Esta figura se establece como una restricción al derecho pecuniario y es "la reproducción por fotocopiado de una obra, cuando: se trata de una obra agotada, no existente en el mercado; que su utilización sea con fines de consulta, investigación o estudio en actividades docentes, didácticas o universitarias; que el número de copias se limite a los componentes del grupo escolar de que se trate; que la reproducción del trabajo no sea fuente de lucro para quien la realiza, debiendo hacerse dicha distribución de copias al precio de costo de las mismas"<sup>39</sup>.

Esta figura se encuentra reconocida en la ley mexicana. La LFDA establece en el artículo 148 que pueden ser utilizadas las obras literarias y artísticas sin autorización del titular y sin remuneración cuando se trate de: cita de textos, reproducción parcial para la crítica e investigación, reproducción para uso personal, reproducción de una sola copia en un archivo o biblioteca, etc.

5. La Licencia Legal. Es "la reproducción, sin autorización del autor y bajo determinadas condiciones, de las obras que no han caído aún en el dominio público, teniendo en cuenta el interés general de que las obras intelectuales sean difundidas, pero otorgando al autor una retribución"<sup>40</sup>.

El autor pierde el derecho de autorizar el uso de su obra y de elegir al usuario.

Esta figura se encuentra reconocida por la Ley mexicana. El artículo 149 de la ley señala que puede realizarse sin autorización la utilización de obras literarias y artísticas en tiendas o establecimientos abiertos al público.

---

<sup>39</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 114.

<sup>40</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 115.

6. Dominio Público Pagante. También se le conoce como "dominio público general", "dominio público remunerado" y es "la libre reproducción de las obras intelectuales de dominio público por cualquier miembro de la colectividad, mediante el pago de una retribución a un organismo designado por el Sistema legal respectivo"<sup>41</sup>. Ha sido definido también como "el Sistema que permite la libre explotación económica de las obras de los autores fallecidos, con la contraprestación del pago de un porcentaje legal, por quien comercializa las obras"<sup>42</sup>.

Esta figura es criticable en el sentido de que su ejercicio debe ser gratuito.

En México esta figura está reconocida en la Ley. El artículo 152 establece que pueden ser utilizadas libremente por cualquier persona, las obras del dominio público, respetando los derechos morales del autor.

#### **n) Sociedades de Autores**

Las sociedades de autores son personas morales en términos de la Legislación Civil.

Su creación está ligada a una mayor protección de los derechos de los autores. Tiene como fin la recaudación y distribución de los derechos de ejecución, representación o exhibición de las obras de sus socios. Se forman como un modo de defenderse de las grandes empresas mercantiles, es decir de defender al débil frente al poderoso.

#### **Antecedentes**

El Código Civil de 1870 hace alusión a la Sociedad Filarmónica.

Código Civil de 1884, este ordenamiento no contiene disposiciones en la materia.

---

<sup>41</sup> Mouchet Carlos, El Dominio Público pagante en materia de usos de obras intelectuales, Buenos Aires, Fondo Nacional de las Artes, 1970, p. 30. Cit. por Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 116.

<sup>42</sup> Schroeder, Jorge, "El Régimen Jurídico del Dominio Público Pagante", La Ley, Buenos Aires, 12 de noviembre de 1979, p. 5. Cit. por Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 116.

El Código Civil de 1928 al igual que el de 1884 no contiene disposiciones sobre Sociedades de Autores.

Ley Federal sobre el Derecho de Autor de 1947, contiene disposiciones sobre la Sociedad General Mexicana de Autores y las Sociedades de Autores en general.

Ley Federal sobre el Derecho de Autor de 1956, se refiere a la Sociedad General de Autores y a las Sociedades de Autores en general.

La ley vigente establece en el artículo 192, que la sociedad de gestión colectiva es la persona moral que, sin ánimo de lucro, se constituye con el objeto de proteger a autores y titulares de derechos conexos tanto nacionales como extranjeros, así como recaudar y entregar a los mismos las cantidades que por concepto de derechos de autor o derechos conexos se generen a su favor.

Loredo Hill asimila estas sociedades con los sindicatos de obreros<sup>43</sup>.

Algunas de las Sociedades que se encuentran registradas y constituidas en el Registro Público del Derecho de Autor son<sup>44</sup>:

- 1) Sociedad de Autores y Compositores de Música,
- 2) Asociación Nacional de Intérpretes,
- 3) Sociedad de Autores de Obras Fotográficas,
- 4) Sociedad General de Escritores de México,
- 5) Sociedad Mexicana de Artes Plásticas
- 6) Sociedad Mexicana de Caricaturistas,
- 7) Sociedad Mexicana de Directores,
- 8) Sociedad Mexicana de Ejecutantes de Música.

---

<sup>43</sup> Loredo Hill, p. 106.

<sup>44</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 120.

## o) Instituto Nacional del Derecho de Autor

### **Antecedentes.**

En el Código Civil de 1870 el órgano competente en la materia era el Ministerio de Instrucción Pública.

El Código Civil de 1884 conserva la figura del Ministerio de Instrucción Pública.

Conforme al Código Civil de 1928, se otorgan facultades al Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Educación Pública.

La Ley Federal del Derecho de Autor de 1947, creó el Departamento de Derechos de Autor a cargo de la Secretaría de Educación Pública.

En la ley de 1956, se estableció la Dirección General del Derecho de Autor, como organismo tutelar de los Derechos de Autor de la Secretaría de Educación Pública

El ISBN o International Standard Book Number o Número Internacional Normalizado del Libro (ISBN), o el Número Internacional Normalizado para Publicaciones Periódicas (ISSN), en caso de publicaciones periódicas, son sistemas que operan a nivel mundial para numerar los títulos de la producción editorial de cada País o Región.

Actualmente la autoridad competente en materia autoral es el Instituto Nacional del Derecho de Autor, que es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública; este organismo viene a sustituir a la Dirección General del Derecho de Autor que venía operando bajo la Ley de 1956, reformada en 1963.

Las funciones que ejerce El instituto pueden ser clasificadas de la siguiente manera:

1. Registro de Obras, el Instituto es el encargado de llevar el Registro Público del Derecho de Autor. Esta función registral "implica una certeza de

lo que en ella consta y constituye un medio probatorio privilegiado y no un elemento constitutivo del derecho"<sup>45</sup>.

2. Publicidad;
3. Vigilancia;
4. Tarifas para el pago de Derechos de Ejecución Pública;
5. Vigilar a las Sociedades de autores;
6. Concesión de reservas;
7. Función conciliatoria y arbitral; esta facultad se ejerce en los conflictos que surjan en la materia; se establece por primera vez en las reformas de 1963 y con ella se reduce el número de asuntos en los tribunales.
8. Actividades culturales.
9. Controlar la explotación de las obras del dominio público.
10. Promover las relaciones internacionales. A través de esta facultad, México se proyecta internacionalmente en la materia. Se establecen relaciones con organismos como la UNESCO, la OMPI, la UIT, la OIT, la ALAI, la CITI, y otros.
11. Imponer sanciones administrativas.

#### p) Los Derechos de Autor en el Ambito Internacional

Las obras intelectuales requieren por su misma naturaleza una protección que no puede limitarse a las fronteras del país donde ha nacido. Actualmente la materia autoral está rebasando las fronteras de los países. Los actuales medios de difusión permiten una mejor comunicación de las obras intelectuales a nivel internacional.

---

<sup>45</sup> Oropeza y Segura, Mauricio A., " El Registro Público del Derecho de Autor ", Revista Mexicana de la Propiedad Industrial y Artística, México, Año VIII, Número 15-16, enero-diciembre 1970, p. 208. Cit. por Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 122.

#### q) Sanciones

La Ley vigente establece las infracciones y las sanciones respectivas en materia autoral.

La tutela está dirigida a la personalidad del autor, a la obra intelectual y a los intereses de la cultura.

Se tipifica la falta del consentimiento del autor o sus causahabientes, la falta de derecho y la especulación.

Las infracciones a la Ley que no constituyen delito son sancionados por el Instituto.

Los actos y resoluciones del Instituto podrán impugnarse con el recurso de revisión.

#### r) Competencias y Procedimientos

El fuero federal conoce de los delitos establecidos en este ordenamiento.

Las autoridades judiciales y el M.P. están obligados a dar a conocer a la Dirección la iniciación de cualquier juicio o averiguación en la materia.

El Instituto Nacional del Derecho de Autor es parte en todos los juicios en los que se impugne una constancia, anotación o inscripción en el Registro del Derecho de Autor.

Por daño moral se entiende la omisión del nombre del autor, traductor, compilador, adaptador o arreglista.

### B) DERECHO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

#### a) Definición.

Se le ha considerado como "el privilegio de usar en forma exclusiva y temporal las creaciones y los signos distintivos de productos, establecimientos y servicios"<sup>46</sup>.

---

<sup>46</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 9

El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, adoptado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de julio del mismo año, señala que es objeto de la Propiedad Industrial "las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de la competencia desleal".

El Derecho de la Propiedad Industrial, siguiendo al Maestro David Rangel Medina se ha clasificado en cuatro grupos<sup>47</sup>:

- a) Creaciones Industriales Nuevas, dentro de esta categoría también se encuentran comprendidos los secretos industriales y comerciales.
- b) Signos Distintivos, como las marcas, nombres comerciales, denominaciones de origen, anuncios y avisos comerciales
- c) Represión de la Competencia Desleal, y
- d) Variedades Vegetales, conocimientos técnicos o Know-how y Tecnología.

La autoridad competente en materia de Propiedad Industrial es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, órgano descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio, encargado de otorgar patentes de invención y registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas y avisos comerciales; sustanciar los procedimientos de nulidad, caducidad y cancelación de los derechos de propiedad industrial; llevar a cabo las investigaciones sobre presuntas infracciones administrativas; resolver los recursos administrativos, etc.

Para una mejor comprensión de la materia objeto de estudio es ineludible señalar que se entiende por nuevo aquello que no se encuentra en el estado de la técnica, asimismo es estado de la técnica el conjunto de conocimientos técnicos que se han hecho públicos; por actividad inventiva entendemos al proceso creativo y, por aplicación industrial a la posibilidad de que una invención pueda ser utilizada en la rama de actividad económica.

---

<sup>47</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 9.

## b) Invenciones

El artículo 15 de la LPI define la invención como "toda creación humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas".

Para que las invenciones sean patentables se requiere que sean nuevas, resultado de una actividad inventiva y susceptibles de aplicación industrial.

La difusión de las invenciones es independiente para que se le siga considerando nueva.

Los efectos que produce el derecho de la patente no operan contra el tercero que:

- 1) Realice actividades de investigación científica o tecnológica puramente experimentales;
- 2) Haga uso del producto luego de que hubiera sido introducido lícitamente en el comercio;
- 3) Utilice el proceso patentado antes de la fecha de presentación de la solicitud;
- 4) Cuando la invención se utilice en vehículos de transporte de otros países;
- 5) Utilice el producto después que hayan sido introducidos lícitamente en el comercio por el titular de la patente o por quien tenga concedida licencia.

La vigencia de las patentes es de 20 años improrrogables.

Los derechos del titular de la patente son:

- 1) Demandar daños y perjuicios a terceros que hubieren explotado el proceso o producto patentado;

El derecho a la explotación confiere al titular las facultades de:

- 1) Impedir que otras personas fabriquen, usen, vendan, ofrezcan en venta o importen el producto sin su consentimiento;
- 2) Impedir que otras personas utilicen el proceso, usen, vendan, ofrezcan en venta o importen el producto sin su consentimiento.

#### **c) Modelos de Utilidad**

El artículo 20 de la LPI señala que son "los objetos, utensilios, aparatos o herramientas que, como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presentan una función diferente respecto de las partes que lo integran o ventajas en cuanto a su utilidad".

Los requisitos para registrar un modelo de utilidad son: que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial.

El registro tiene una vigencia de 10 años improrrogables.

#### **d) Diseños Industriales**

Los Diseños Industriales se han clasificado por el artículo 32 de la LPI en:

- a) Dibujos Industriales que son toda combinación de figuras, líneas o colores que se incorporen a un producto industrial con fines de ornamentación y que le den un aspecto peculiar y propio.
- b) Modelos Industriales son toda forma tridimensional que sirva de tipo o patrón para la fabricación de un producto industrial, que le dé apariencia especial en cuanto que no implique efectos técnicos.

Su registro requiere que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial. El registro de un diseño industrial tiene una vigencia de 15 años improrrogables.

El derecho a la explotación de las invenciones se ejerce mediante la patente y el de los modelos de utilidad y diseños industriales con el registro.

El trámite de la solicitud de patente o registro deberá hacerse ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Los derechos que confiere la patente o el registro pueden transmitirse o gravarse en forma total o parcial.

La patente o el registro son nulos cuando:

- 1) No se hayan cumplido los requisitos para su otorgamiento;
- 2) Cuando se haya otorgado en contravención de la ley vigente;
- 3) Por abandono de la solicitud;
- 4) Por error o inadvertencia graves.

Asimismo, la patente o el registro caducan:

- 1) Al término de la vigencia;
- 2) Por no cubrir las tarifas correspondientes;
- 3) Por falta de explotación.

#### **e) Secretos Industriales**

El artículo 82 de la LPI, señala que son "toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma"

La información deberá estar referida a la naturaleza, características o finalidades de los productos; a los métodos o procesos de producción; o a los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

La información debe constar en documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros instrumentos similares.

## f) Marcas

### Definición.

Se han establecido cuatro corrientes de definición de la marca:

1. La que le señala un papel de signo indicador del lugar de procedencia de la mercancía; en esta corriente tenemos a Pouillet que la define como el "medio de garantizar el origen o simplemente la procedencia de la mercancía a los terceros que la compran, en cualquier lugar y en cualquier mano que ella se encuentre"<sup>48</sup>.

2. La que considera a la marca como agente individualizador del producto; de esta forma, el Dr. Ladas la define como "un signo, un símbolo o emblema que señala, distingue las mercancías de un productor de las de otro"<sup>49</sup>.

3. La que reúne las dos características anteriores; el maestro César Sepúlveda define la marca como "un signo para distinguir. Se emplea para señalar y caracterizar mercancías o productos de la industria, diferenciándolos de otro"<sup>50</sup>.

4. La que enfoca a la marca en función de la clientela, así se ha definido por Ghirón como "el medio principal para atraer la clientela hacia una o más mercancías de la hacienda, individualizando las mercancías iguales o similares"<sup>51</sup>.

Por su parte, el maestro David Rangel Medina, define la marca como "El signo de que se valen los industriales, comerciantes y prestadores de servicios para diferenciar sus mercancías o servicios de los de sus competidores"<sup>52</sup>.

<sup>48</sup> B. Pouillet, Traité des Marques de Fabrique et de la Concurrence Deloyale, 6a. Edición, Paris, 1912, p. 13. Cit. por Rangel Medina, David, Tratado de Derecho Marcario, las Marcas Industriales y Comerciales en México, México, Ed. Libros de México, 1960, p. 154.

<sup>49</sup> Stephen P. Ladas, The International Protection of Industrial Property, Harvard University Press, Cambridge, 1930, p. 48. Cit por Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 155.

<sup>50</sup> Sepúlveda, César, El Sistema Mexicano de Propiedad Industrial, México 1955, p. 63, Cit. por Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 156.

<sup>51</sup> Mario Ghiron, Corso di Diritto Industriale, Seconda Edizione Roma, 1937, Columa Secondo, p.

5. Cit por Rangel Medina, Tratado de Derecho..., pp. 157. 158.

<sup>52</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 48

El maestro Barrera Graf, define la marca como "el signo exterior, generalmente facultativo, original, nuevo, independiente, lícito, limitado y exclusivo, que siendo distintivo de los productos que fabrica o expende una persona física o moral, o de los servicios que presta dicha persona física o moral, constituye una señal de garantía para el consumidor, una tutela para el empresario y un medio de control para el Estado"<sup>53</sup>.

La LPI define, en su artículo 88 la marca como "todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado".

Para Justo Nava la marca es "todo signo o medio material que permite a cualquier persona física o jurídica distinguir los productos que elabora o expende, así como aquellas actividades consistentes en servicios de otros iguales o similares cuya finalidad inmediata es la de atraer la clientela y después conservarla y aumentarla"<sup>54</sup>.

Hay definiciones que sólo se refieren a las marcas de fábrica y de comercio, otras, incluyen también las marcas de servicio.

#### **Naturaleza Jurídica.**

Existen varias corrientes que se refieren a la naturaleza jurídica de la marca, así, se ha sostenido que su naturaleza es privada, otros sostienen que es de derecho público y algunos más señalan que su naturaleza es mixta.

Se sostuvo durante mucho tiempo que la marca era una manifestación del derecho de propiedad, sin embargo se llegó a la conclusión que la propiedad era relativa puesto que no se disfruta privativamente por el titular.

Para el maestro Justo Nava Negrete, la marca puede considerarse como "un derecho de propiedad pero en su (función social) sobre bienes inmateriales"<sup>55</sup>.

Teoría de la Propiedad Intelectual de Picard. A la división clásica de los derechos, agrega una cuarta categoría referente a los derechos

<sup>53</sup> Barrera Graf, Jorge, Tratado de Derecho Mercantil, Generalidades y Derecho Industrial, Porrúa, 1957, pp. 283, 286 a 295, Cit. por Villamata Pachkes, Carlos, "Algunos apuntes sobre Derecho Mercantil", Respuesta, Año 1, número 02, México, Progreso, octubre 1995, p. 15.

<sup>54</sup> Nava Negrete, Justo, Derecho de las Marcas, México, Porrúa, 1985, p. 147

<sup>55</sup> Nava Negrete, p. 125

intelectuales. A esta teoría ya nos referimos al tratar sobre la naturaleza jurídica del Derecho de Autor.

Teoría del derecho de la Personalidad. Para Kolher, la marca es "un signo distintivo de la persona que fabricó la mercancía, como característica de la personalidad que cubre la mercancía"<sup>56</sup>; sin embargo, si se tratara de un derecho de la personalidad, entonces no sería posible la cesión de la misma, además los derechos personales son irrenunciables, la usurpación de la marca afecta a la economía de su titular y no a su personalidad, estos son algunas de las causas por las cuales la teoría ha sido abandonada.

Teoría de la Propiedad Inmaterial. El derecho se ejerce sobre las ideas, es decir, los pensamientos del autor. La marca tiene una protección independiente de la empresa puesto que la marca está en función de los productos o servicios que distingue.

Teoría de los Derechos Inmateriales. Martín Achard divide los bienes inmateriales en dos grupos: "las creaciones intelectuales, artísticas y técnicas, y los derechos accesorios a una empresa"<sup>57</sup>. El derecho de las marcas pertenece a la categoría de los derechos inmateriales accesorios.

La naturaleza jurídica de la marca es entonces, un derecho real sobre bienes inmateriales.

La marca es autónoma a la empresa y por lo tanto es objeto de un derecho absoluto.

La marca no recae sobre un objeto material sino sobre un bien inmaterial.

Teoría de los Monopolios de Derecho Privado. Los monopolios para Roguin son "compuestos de obligaciones ordinarias de no hacer y no existen contra una o varias personas, sino contra todos"<sup>58</sup>.

Teoría de los Derechos de Monopolios. Para Remo Franceschelli el contenido de los derechos de monopolio se componen de dos elementos:<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> Nava Negrete, p. 129.

<sup>57</sup> Nava Negrete, p. 134.

<sup>58</sup> Nava Negrete, p. 136.

<sup>59</sup> Nava Negrete, p. 137.

1. El derecho de exclusividad del uso de la marca para distinguir determinados productos (función distintiva).

2. El derecho de impedir que los terceros puedan utilizar dicha marca para distinguir productos del mismo género o afines en el ámbito del territorio del Estado.

Actualmente es insostenible que las marcas constituyan un monopolio.

### Clasificación.

Se les ha clasificado de diferentes formas<sup>60</sup>:

a) Desde el punto de vista del objeto a distinguir, las marcas pueden ser marcas de productos y marcas de servicios;

b) Desde el punto de vista del sujeto titular de la marca, pueden ser marcas industriales, marcas de comercio y marcas de agricultura;

c) Contempladas desde su composición, integración o formación, las marcas pueden ser nominativas o denominativas, si consisten en un vocablo, en una palabra o frase; y

d) Mixtas, aquellas que resultan de una combinación o varias combinaciones. La cesión de alguno de los elementos que la integran resulta absurda, puesto que el signo es inalterable.

Carlos Viñamata Pachkers clasifica las marcas de la siguiente manera<sup>61</sup>:

1. Materiales.

2. Inmateriales.

3. Bidimensionales.

4. Tridimensionales.

5. Nominativas.

---

<sup>60</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., pp. 48, 49.

<sup>61</sup> Villamata Pachkes, Carlos, "Algunos apuntes sobre Derecho Mercantil", Respuesta, Año 1, número 02, México, Progreso, octubre 1995, p. 16.

6. Emblemáticas.
7. Mixtas.
8. Marcas para amparar productos.
9. Marcas de servicios.
10. Nacionales.
11. De Fábrica.
12. De comercio.

Benito Sansó las ha clasificado en cinco grupos, a saber:<sup>62</sup>

1. Marcas de fábrica y marcas de comercio.
2. Marcas individuales y marcas colectivas.
3. Marcas generales y marcas especiales.
4. Marcas fuertes y marcas débiles.
5. Marcas principales y marcas de protección.

Armengoud ha agrupado la marca en cuatro grupos<sup>63</sup>:

1. La marca como indicador de la procedencia o lugar de origen de la mercancía o producto que distingue.
2. La marca como individualización del producto o mercancía.
3. La marca con dos finalidades: indicador de procedencia e individualizador del producto.

---

<sup>62</sup> Sansó, Benito y otro, Estudios de Derecho Industrial, Caracas, Facultad de Derecho, 1965, pp. 41-43.

<sup>63</sup> Armengaud Ainé, Traité Pratique des Marques de Fabrique et de Commerce, Paris, 1898, p. 3, Cit por Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 154

4. La marca como protección del consumidor.

Leopoldo Palacios clasifica las marcas en cinco grupos:<sup>64</sup>

1. Por su forma externa o presentación pueden ser nominativas, figurativas, mixtas, plásticas, complejas o asociadas y compuestas.

2. Por su objeto son: de fábrica, de comercio, de agricultura, de servicio, denominaciones comerciales y contramarcas.

3. Por su finalidad son: características, originarias, defensivas y protectoras, y de reserva.

4. Por su origen son: nacionales y extranjeras.

5. Marcas internacionales.

6. Por el título de su propietario.

#### Objeto de la marca

El objeto de la marca puede ser:

a) Denominaciones y figuras visibles;

b) Las formas tridimensionales; dentro de esta categoría tenemos a los envoltorios, los empaques y los envases;

c) Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales; y

d) El nombre propio de una persona física. El nombre de una persona, al ser registrado como signo distintivo, pierde el carácter de derecho personalísimo.

El objeto de la marca para Benito Sansó atiende a su composición<sup>65</sup>, de esta manera, la marca puede ser:

1. Marcas emblemáticas.

<sup>64</sup> Palacios, Leopoldo, Las Marcas Comerciales en Venezuela, Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1968, pp. 34-37.

<sup>65</sup> Sansó, Benito, p. 43.

2. Marcas nominativas.

3. Marcas mixtas.

Individualizar un producto, diferenciándolo de otro igual o similar, para evitar la confusión en el público consumidor, es el objeto de la marca.

Es finalidad de la marca, constituir un elemento diferenciador de productos similares que compitan en un mercado determinado.

Se ha considerado que el objeto de la marca comercial es individualizar los productos de una fábrica de un comercio, de la agricultura o de las industrias extractivas.

### **El Registro de la Marca**

El registro de una marca no surte efectos:

- a) Cuando un tercero ha actuado de buena fe;
- b) Cuando el producto ha sido introducido lícitamente en el comercio; y
- c) Contra una persona que aplique su nombre, denominación o razón social a los productos o servicios a como está acostumbrado a hacerlo.

### **Funciones de la marca.**

Las funciones de la marca han sido clasificadas por el maestro Rangel Medina como <sup>66</sup>:

1. Función de Distinción. La marca da individualidad a la mercancía, lo que hace que sea reconocida entre otras, es decir, la marca puede diferenciarse de otros productos del mismo género.

2. Función de Protección. Tiene una doble vertiente, por un lado proteger al titular de la marca de sus competidores y por el otro proteger al consumidor frente al productor, significa que la marca sigue al producto y por lo tanto el control sobre la misma es mayor. Permite que el consumidor no sea engañado por la calidad de la mercancía.

---

<sup>66</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., pp. 171-182.

3. Función de Indicación de Procedencia. Señala al comprador el origen de los productos, con esta función, se protege contra actos de competencia desleal, de actos de imitación de marcas, etc. La marca indica la empresa de donde proviene, sin embargo, es bien sabido que al consumidor le interesa adquirir la marca y no la empresa que la fabricó.

4. Función Social. La marca tiene una función social, dado que no protege sólo a un sector, sino que se da protección tanto al productor como al consumidor en sus distintas actividades.

Martín Achard señala que esta es una función de garantía de calidad puesto que "sirve para dar garantía de la calidad del producto tanto al productor como al consumidor"<sup>67</sup>. Es la garantía que se otorga al consumidor que un producto procede de un determinado productor o fabricante.

5. Función de Propaganda. Esta función está en relación a la atracción que ejerce la marca sobre el público consumidor, es decir se refiere a la fuerza para persuadir al consumidor de que quiere adquirir el producto. La atracción de la marca atiende a su originalidad y a la impresión que produce. La marca implica la difusión del producto que distingue. La marca funciona para atraer a la clientela hacia la mercancía. Esta función permite no sólo atraer a la mercancía sino conservarla y aumentarla.

Para Isay el poder de reclame de la marca puede deberse a distintas razones:<sup>68</sup>

1. A su originalidad.
2. A la asociación de ideas que crean.
3. Al reclame hecho en su favor.

La marca adquiere fuerza de atracción sobre los consumidores y constituye un elemento primordial de una empresa.

---

<sup>67</sup> Martín Achard, La Cession Libre de la Marque, Librairie de L'Université, Geneve, 1946, pp. 36, 37. Cit. por Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 177.

<sup>68</sup> Martín Achard, La Cession Libre de la Marque, Georg & Cie. S.A., Librairie de L'Université, Geneve, 1946, p. 37. Cit. por Nava, Justo, p. 158.

Función de Garantía de Calidad. Esta función ha decaído en tanto que la empresa utiliza la marca para un mismo producto con diferentes calidades; las licencias de uso han contribuido al desuso de esta función ya que la calidad de un productor a otro varía.

Isay señala que son tres las funciones de la marca:<sup>69</sup>

1. Función de indicación del origen del producto.
2. Función de garantía.
3. Función de publicidad.

La principal función de la marca es la de distinguir los productos, ya que las otras funciones derivan de ella: función de propaganda, función de garantía de calidad, etc.

#### Caracteres de las marcas

El maestro David Rangel Medina clasifica los caracteres de las marcas en dos rubros: los caracteres esenciales de validez y los caracteres accidentales<sup>70</sup>.

Los caracteres esenciales de la marca son:

#### Carácter Distintivo

La marca "está destinada a especializar el producto y a indicar el origen o procedencia del mismo de manera de evitar toda confusión con los otros productos similares"<sup>71</sup>, es decir la marca debe especializar, individualizar.

El carácter distintivo debe reunir el carácter de novedad y el de especialidad.

El aspecto distintivo se refiere a los productos o mercancías iguales o similares de distinta procedencia.

---

<sup>69</sup> Isay, Die Selbständigkeit des Rechts an der Marke, en Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 1929, Cit. por Sanso Benito, p. 39.

<sup>70</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 184.

<sup>71</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 185.

La marca es distinta a otra cuando no crea confusión en quien pone una atención común.

La marca puede estar formada por varios elementos que formen parte del dominio común, pero cuya unión dé el carácter de original a la marca.

La originalidad de la marca radica en tener capacidad distintiva, la marca puede perder su capacidad distintiva cuando se produce el fenómeno de la vulgarización de la marca, al convertirse en una nombre de uso común.

Para ser distintiva, la marca requiere que no exista posibilidad de confusión entre el público consumidor, tampoco es necesario que los elementos de una y otra sean semejantes, sino que es suficiente que los elementos principales sean parecidos para causar confusión.

La individualización o singularidad de la marca debe ser tal que no se confunda con otras que se emplean para distinguir la misma especie de productos.

### Carácter Especial

La Legislación mexicana en materia de propiedad industrial reconoce el principio de especialidad de la marca, establecido en el artículo 93.

Significa que la marca debe ser original frente a otro, es decir identificable para poder ser reconocida fácilmente.

Para el maestro Rangel Medina significa que la "marca no debe consistir en un signo de una simplicidad tan elemental que malogre su papel de llamar la atención de los consumidores"<sup>72</sup>.

La especialidad se aplica a la categoría de productos para los que ha sido creada.

La marca debe llamar la atención de los eventuales consumidores.

### Novedad

El carácter de la novedad esta destinado a distinguir la marca de las destinadas a diferenciar la misma clase de productos, para el maestro Rangel

---

<sup>72</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 190.

Medina significa que "el signo escogido, para ser idóneo, no debe ser ya comúnmente conocido como signo distintivo de la empresa competidora"<sup>73</sup>.

La marca debe ser nueva, no sólo frente a las marcas ya registradas, sino también a las que se encuentran en uso. Puede ser marca la usada o registrada cuando ha sido abandonado su registro, por la renuncia del titular de la marca y por no haberle dado uso a la marca.

La novedad de la marca radica en que debe ser distinta a otra ya existente en el mercado, que no haya posibilidad de confusión con otras ya registradas.

En torno a la distinción que deben guardar las marcas con otras ya existentes pueden aplicarse los siguientes principios:

1. Deben tomarse en cuanto a las semejanzas y no las diferencias.
2. La marca debe considerarse en su totalidad.
3. Debe apreciarse la impresión que la marca deja en la memoria del público consumidor.
4. Debe considerarse desde el punto de vista de un consumidor de cultura media.

La marca debe ser diferente a otra ya registrada con el objeto de ser inequívoca para el público consumidor; que no se parezca a otra marca ya registrada.

### Licitud

Significa que la marca no debe ser contraria a la moral, a las buenas costumbres, ni a las leyes prohibitivas.

Esta característica atañe a la marca misma, por lo que la marca no debe estar prohibida por la ley.

La marca no debe ser contraria a la lealtad que debe existir entre fabricantes o comerciantes. No debe menoscabar los derechos de terceros. Significa no ser contraria a la ley, al orden público y a las buenas costumbres.

---

<sup>73</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 193.

La marca no debe ser contraria a la ley, la moral, las buenas costumbres y el orden público. La licitud se refiere al signo y no al producto o servicio que distingue.

### Veracidad

La marca no debe ser engañosa en cuanto al origen y la calidad de sus mercancías que la misma protege.

Los caracteres accidentales de la marca son:

### Carácter Facultativo o Potestativo<sup>74</sup>

El titular de la marca puede disponer libremente de ella para dar a conocer sus mercancías.

La excepción a este principio, es el caso de las marcas obligatorias, que son aquellas en que el Estado declara obligatorio su uso por ser necesarios para la economía del país y las necesidades públicas.

### No Adherencia de la Marca

La adherencia de la marca está referida a si la marca debe ser incorporada o no directamente al producto. No es necesario que la marca se aplique directamente en el producto, sino que basta que el envase o la etiqueta la contenga.

### Carácter Aparente

La manifestación de la marca es una cualidad de su función misma, por lo que la marca debe manifestarse y solamente por excepción debe permitirse su uso interno. El uso interno es aceptable cuando la envoltura, caja o envase contenga la marca.

El uso interno de una marca disminuye la función de distinción y de procedencia de la marca.

---

<sup>74</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 199.

## Individuación de la Marca

La marca está destinada a cubrir los productos de un establecimiento determinado y sólo es utilizado por el sujeto a quien corresponda. Este principio tiene por excepción el caso de las marcas comunes.

## Carácter Permanente

La aceptación de la marca entre el público consumidor da el carácter de permanente.

La marca debe ser verídica, no debe confundir al consumidor sobre el origen de la calidad del producto

Debe referirse a una sola clase o grupo de productos.

No debe contravenir el orden público.

## Principio de Territorialidad

Para Dassas Gérard "el principio de la territorialidad implica que el derecho sobre la marca no puede adquirirse y conservarse más que para los actos creadores y conservadores de derecho que fueron cumplidos en el país donde la protección es requerida y según su legislación"<sup>75</sup>.

Existen otros caracteres: relativo de ubicación de la marca y carácter visual de la marca.

## Requisitos de validez

El requisito de validez de la marca consiste en que sea distintiva, es de gran importancia, dado que el objeto de la marca es identificar un producto o un servicio de otros, y con ello se logra que la demanda de dicho producto o servicio aumente o disminuya, es decir, el carácter distintivo de la marca está íntimamente relacionado con el público consumidor, ya que el carácter distinto evitará errores en la elección.

El carácter distintivo de la marca se manifiesta de dos formas: en su originalidad y en su novedad.

---

<sup>75</sup> Dassas, Gérard, L'élargissement de la Protection des marques en droit français, allemand et international, Librairies Techniques, Paris, 1976, p. 9. Cit. por Nava Negrete, p. 190.

El carácter original de la marca significa que "no constituye una vulgaridad total, ni es necesario, genérico, usual; no es original una marca que pertenece al acervo común o al patrimonio lingüístico común"<sup>76</sup>.

La novedad de la marca significa que tenga individualidad, es decir que sea inconfundible con otras marcas existentes. La novedad puede estar referida a otras marcas o a productos iguales o semejantes.

Los principios que rigen las semejanzas entre las marcas son<sup>77</sup>:

1. La marca debe considerarse en su conjunto, pues es importante la primera impresión.
2. La comparación debe recaer en las semejanzas y no en las diferencias.
3. La imitación debe apreciarse por imposición.
4. La posibilidad de confusión debe considerarse desde el punto de vista de una persona medianamente inteligente.

Las semejanzas entre dos marcas pueden ser: fonéticas, gráficas y conceptuales.

La especialidad. Esta regla se refiere a la protección jurídica que se otorga a determinados productos o servicios, es decir, la especialidad radica en que no se confunda con otra, que presenta ciertas particularidades que no da posibilidad de confusión entre los productos o servicios de otro.

Existen algunas excepciones al principio de la especialidad: una marca puede ser empleada por diferentes personas siempre que distinga productos o servicios diferentes.

Los criterios en cuanto a la similitud de los productos o servicios son:

1. Criterio objetivo y jurídico.

---

<sup>76</sup> Nava Negrete, p. 170.

<sup>77</sup> Mascareñas, C.E., Las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, capítulo VIII de la obra de Felipe de Zola Cañizares, intitulada Tratado de Derecho Comercial Comparado, Montaner y Simón, S.A. editor, Barcelona, MCMLXII, p. 427, Cit. por Justo Nava, p. 172.

## 2. Criterio económico.

En cuanto a la afinidad de los productos, debe atenderse primordialmente a la naturaleza de los mismos, pues esto es indispensable para evitar la confusión al adquirir un producto.

Puede utilizarse como marca un signo ya adoptado por un tercero siempre que sea disponible, es decir:

1. Cuando se ha extinguido el registro.
2. Por renuncia (cancelación voluntaria)
3. Por el no uso de la marca.

### **Adquisición del Derecho**

Existen tres sistemas que determinan el momento en que se adquiere el derecho sobre la marca:

1. Sistema declarativo, que establece que el derecho se adquiere por el uso.
2. Sistema constitutivo, que señala que el derecho se adquiere por el registro.
3. Sistema mixto, que en principio reconoce el registro, pero con la posibilidad de impugnación.

El derecho sobre la marca sólo se adquiere con la concesión del registro, si bien puede ser usada antes de registrarse, la protección que tiene es casi nula y por lo tanto el derecho no es absoluto contra terceros.

El sistema venezolano es constitutivo, pues el derecho se adquiere por el registro.

El Sistema Mexicano es en principio constitutivo y así lo establece el artículo 87 de la LPI al señalar que el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto; sin embargo, el artículo 92 reconoce derechos al tercero que hubiere usado la marca con anterioridad a una registrada y por consiguiente nuestro sistema es mixto.

### **Duración del Registro**

El registro tendrá una vigencia de 10 años, mismos que pueden renovarse por periodos de la misma duración.

### **Derechos del Titular del Registro**

El titular adquiere un derecho absoluto y por lo tanto puede hacer valer sus derechos contra un tercero que quiera usar la marca o una similar.

Puede el titular usar la marca para los productos para los que fue concedida, así como para productos similares.

### **Caducidad, nulidad y cancelación de la marca**

Se produce la caducidad cuando transcurridos tres años consecutivos, no se ha hecho uso de la misma y cuando no hay renovación del registro; el uso de la marca se da cuando ha sido empleada para distinguir los productos o servicios para los que se otorgó.

La marca es nula cuando:

1. Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de la ley;
2. Sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra ya usada;
3. Se hubiere otorgado con base en datos falsos;
4. Se haya otorgado por error, inadvertencia o diferencia de apreciación; y
5. Por haberse registrado sin consentimiento del titular.

La cancelación de la marca se produce cuando se convierte en una denominación genérica.

### **Vulgarización de la marca**

Es el fenómeno por virtud del cual una marca registrada se convierte en una denominación genérica. Hay, por lo tanto, una desaparición del derecho del titular de la marca en beneficio de la generalidad.

Se han establecido una serie de requisitos para que se presente el fenómeno de la vulgarización:<sup>78</sup>

1. Que exista una asociación de ideas entre la marca y la generalidad del producto.
2. La vulgarización debe presentarse entre los consumidores del producto, es decir, debe presentarse entre la mayoría de los consumidores y no referirse a un grupo determinado.
3. La vulgarización está circunscrita a un área geográfica, pero cabe la posibilidad de que la marca que se vulgariza en un territorio, se vulgarice internacionalmente.

Existen dos teorías en torno el fenómeno de la vulgarización: la teoría subjetiva y la teoría objetiva; la primera establece que se produce la vulgarización por el abandono del derecho por parte de su titular; la segunda, señala que se presenta independientemente de que exista una defensa del titular o no, la vulgarización se presenta por un cambio en el lenguaje de los consumidores, dado por el uso constante de la marca; hay una tesis intermedia que trata de conciliar ambas teorías, conforme a la cual, la marca empieza haciéndose genérica, pero al mismo tiempo existe pasividad por parte del titular, lo que produce la transformación de manera pacífica.

La marca que se vulgariza, se transforma en un vocablo genérico. "La vulgarización es el resultado de la pérdida de un requisito de la distintividad: la novedad"<sup>79</sup>. La marca queda privada de su carácter distintivo y de su individualidad.

La vulgarización es el fenómeno por el cual la marca pierde su capacidad distintiva, transformándose en una denominación común, transformación que puede ser independiente de la voluntad del titular.

#### Cesión de la Marca

La cesión puede consistir en la transmisión de la propiedad o bien, la concesión del derecho de uso que no excluye el derecho de propiedad, también conocido como licencia.

---

<sup>78</sup> Sanso Benito, pp. 124, 125.

<sup>79</sup> Sanso Benito, p. 131.

Es la transmisión de los derechos que recaen sobre la marca, es decir es el "acto en virtud del cual se otorga a un tercero la totalidad o parte de los derechos sobre un signo distintivo"<sup>80</sup>.

La cesión puede clasificarse de la siguiente manera:

1. Respecto a la voluntad del acto, puede ser: voluntaria y forzosa.
2. En cuanto a los derechos cedidos, se habla de cesión del derecho de propiedad y cesión del uso del signo distintivo.
3. Respecto al momento en que se producen los efectos del acto, hay cesión inter vivos y mortis causa.
4. Formas especiales. Cesión libre y cesión vinculada a la empresa.

La cesión libre es aquella que no está condicionada a la del establecimiento.

La cesión del derecho de propiedad puede ser total o parcial; la primera, es aquella en la cual el propietario se despoja de todo derechos sobre el signo distintivo, el cedente otorga al cesionario todos los derechos que le pertenecían sobre la marca, se despoja del derecho de servirse de la marca, de hacerla gozar a otros y de usarla en cualquier forma. En la cesión parcial, el cedente permanece con el derecho de gozar de la marca. En los sistemas en donde no puede realizarse la cesión de la marca sin el establecimiento, no es concebible la cesión parcial.

La cesión parcial puede realizarse sin que se rompa la unidad del registro; nada impide que el cedente y el cesionario sean conceptuados como copropietarios de la marca.

La Licencia es "el acto en virtud del cual el propietario de la marca concede el derecho de goce sobre la misma a un beneficiario por un tiempo o para un lugar determinado, a cambio de una indemnización"<sup>81</sup>. La licencia permite al titular de la marca, prolongar la conquista de un mercado, mediante la persona del licenciataria; permite ejercer sus derechos en una región en donde no le es posible ejercerlos: El licenciataria no puede impedir al propietario la cesión de su marca.

---

<sup>80</sup> Sanso Benito, p. 144.

<sup>81</sup> Sanso Benito, p. 170.

La licencia obligatoria es la "concesión forzosa de una licencia de explotación impuesta por los órganos estatales al titular de la marca"<sup>82</sup>. Implica una sanción al titular por incumplimiento de su obligación de utilizarla.

### **Marcas Notoriamente conocidas o de alto renombre**

El artículo 90 de la LPI establece que hay marca notoriamente conocida cuando "un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios.

El artículo 6 del Convenio de París establece que no podrán utilizarse o registrarse las marcas que las autoridades competentes de cada país juzguen ser en el propio notoriamente conocidas, para distinguir artículos idénticos o similares.

Las marcas notorias no rebasan el principio de especialidad. "Técnicamente, marca notoriamente conocida es la que aún no registrada en un determinado país, no puede en el mismo ser utilizada o registrada para productos análogos o similares a aquéllos para los cuales se destina. Sustancialmente, es aquella que es conocida ampliamente por el público"<sup>83</sup>.

Mognin señala que "es aquella que por la intensidad del uso y de la publicidad de la cual ha sido objeto, se impone a la atención del público"<sup>84</sup>.

Calamandrei, estableció los caracteres de la notoriedad<sup>85</sup>:

1. Es un concepto relativo.
2. No es el conocimiento efectivo el que produce la notoriedad, sino la normalidad de este conocimiento en un tipo medio de hombre perteneciente a un dado círculo social, dotado de una cierta cultura.

---

<sup>82</sup> Sanso Benito, p. 172.

<sup>83</sup> Sanso Benito, pp. 178, 179

<sup>84</sup> Sanso Benito, p.179.

<sup>85</sup> Calamandrei, Piero, "La Definición del Hecho Notorio", Estudios sobre el Proceso Civil, Editorial Bibliográfica, Argentina, 1945, p. 205, Cit. por Benito Sanso, p. 179.

3. El conocimiento de los hechos notorios no emana de una directa relación individual de cada sujeto con dichos hechos, sino de la pertenencia del individuo al círculo social en que los hechos son conocidos.

Los requisitos de la marca notoria son: que sea única, ya que se refiere a un producto determinado; que posea una elevada capacidad distintiva.

La marca notoriamente conocida es ampliamente conocida por el público que consume los artículos; en cambio, la marca que se ha vulgarizado ha perdido su capacidad distintiva, pasando a ser una denominación genérica.

Se han clasificado a las marcas notoriamente conocidas y a las marcas de alto renombre, bajo el rubro de marcas de amplia protección. La marca de alto renombre rebasa el principio de especialidad. No existe un fundamento unánime de la marca de alto renombre, pero son una realidad que se ha impuesto. Se ha buscado su fundamento en los derechos de la personalidad, en el enriquecimiento sin causa o en la concurrencia desleal, esta última es la que ha tenido mayor aceptación.

En Venezuela no existe una norma que expresamente proteja las marcas de alto renombre, la protección se puede dar a través de interpretaciones y por lo tanto es muy limitada.

#### g) Avisos Comerciales

Para Rangel Medina es "el texto del anuncio publicitario, del slogan comercial con el que se dan a conocer al público para efectos de su propaganda, los tres signos identificadores de mercancías, servicios y establecimientos comerciales"<sup>86</sup>.

El artículo 100 de la LPI señala que son "las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios para distinguirlos de los de su especie".

El objeto de los avisos comerciales puede ser anunciar productos o servicios, anunciar un establecimiento o negociación.

---

<sup>86</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad ..., p. 71.

El registro de un aviso comercial tiene una duración de diez años, que pueden renovarse por periodos de la misma duración.

#### **h) Nombres Comerciales**

David Rangel define el nombre comercial como "el signo distintivo que se utiliza para identificar la empresa de una persona física o jurídica, de las demás que tienen la misma o similar actividad industrial o mercantil"<sup>87</sup>.

La protección del nombre comercial se otorga sin que sea necesario su registro; esta protección abarca la zona geográfica de la clientela del establecimiento o empresa y podrá extenderse a todo el país si hay una difusión extensa.

La publicación de un nombre comercial está sujeta a que no exista una marca o un nombre comercial idéntico o semejante en grado de confusión.

Los efectos de la publicación tienen una vigencia de diez años, mismos que pueden renovarse por periodos de la misma duración.

#### **i) Denominación de Origen**

El artículo 156 de la LPI señala que es el "nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y humanos."

Señala Rangel Medina que es "el signo distintivo consistente en el nombre de un lugar geográfico con el que se identifican las mercancías que tienen similares propiedades, derivadas de los elementos naturales propios de dicha región geográfica, como clima, tierra y agua, así como de la técnica, destreza, habilidad y tradición artesanal de quienes habitan la propia región, para producirlas"<sup>88</sup>.

El titular de las denominaciones de origen es el Estado Mexicano, pero podrá autorizarse su uso por medio del Instituto.

La vigencia de su protección estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron.

---

<sup>87</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 62

<sup>88</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 68.

El uso de una denominación de origen estará sujeto a autorizaciones, mismas que otorgará el Instituto mediante un examen de los requisitos; dicha autorización tendrá una vigencia de diez años y dejará de surtir efectos por nulidad, cancelación y terminación de su vigencia.

#### **j) Esquemas de Trazado de Circuitos Integrados**

Son protegidos los esquemas de trazado que sean originales, entendiéndose por tales aquellos que son el resultado de un esfuerzo intelectual y no sea común entre los creadores de esquemas de trazado.

El registro de los esquemas de trazado tendrá una duración de diez años improrrogables.

#### **k) Represión de la Competencia Desleal**

La competencia desleal ha sido definida por el maestro David Rangel Medina como "la violación de derechos que no están protegidos de un modo expreso, concreto y específico, conforme a las reglas de los signos distintivos y de las creaciones industriales nuevas"<sup>89</sup> es decir, es la conducta de un competidor que utilizando cualquier procedimiento en contra de las buenas costumbres o de alguna disposición legal, sustraiga, utilice o explote un derecho comercial o industrial de otro recurrente, con el fin de obtener ventajas para sí, para varias personas o para causarle daño a aquél.

Para que haya competencia desleal tiene que existir una competencia entre los comerciantes, una conducta deshonesta activa o pasiva del comerciante desleal y que se induzca a confusión al público consumidor.

La competencia desleal es el acto contrario a los usos, costumbres y leyes que rigen la industria o el comercio, que menoscaba la libre competencia y causa confusión en el público consumidor.

El convenio de la Unión de París, en su artículo 10 señala que es todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial.

El fundamento constitucional de la prohibición de la competencia desleal es el artículo 28 de la Carta Magna.

---

<sup>89</sup> Rangel Medina, Derecho de la Propiedad..., p. 80.

El acto de competencia desleal no sólo afecta al tercero que obtiene el beneficio, sino al desarrollo del comercio y la industria.

## 1.5 DERECHO COMPARADO

### A) ESTADOS UNIDOS.

La Constitución de los Estados Unidos de América, aprobada por la Convención el 17 de septiembre de 1787, señala en su sección 8 que es facultad del Congreso "fomentar el progreso de la ciencia y las artes útiles, asegurando a los autores e inventores, por un tiempo limitado, el derecho exclusivo sobre sus respectivos escritos y descubrimientos", con esto, la Constitución reconoció un régimen nacional de copyright. Antes del establecimiento de este precepto, la propiedad literaria era materia de cada uno de los Estados.

La primera ley estadounidense de Derechos de Autor, adoptó un enfoque estrecho de los derechos, sugirió el intento del Congreso de emplear el copyright como un medio de apoyar la educación pública, las primeras obras protegidas fueron de carácter instructivo y de orientación cívica.

Los primeros exponentes del copyright daban mayor importancia al progreso del conocimiento, esto sin dejar de reconocer el trabajo de los autores.

En Estados Unidos rige la Ley sobre Propiedad Intelectual de 1976.

Estados Unidos es uno de los países en donde rige el common law, por lo que la protección que se otorga no se aleja del sistema de privilegios; centra su atención en el titular del copyright a diferencia de los países en donde se aplica el Derecho de Autor, en el cual la atención se dirige al creador individual.

El Derecho norteamericano ha tratado de garantizar los derechos morales de los creadores a través del ejercicio de otros derechos como son: "el cumplimiento del contrato, protección por competencia desleal y el derecho a la intimidad"<sup>90</sup>.

---

<sup>90</sup> Pitta, Laura, "Los derechos patrimoniales y morales que ampara la Ley sobre la Propiedad Intelectual (Copyright) de los Estados Unidos de América para la Protección de los autores y productores de la industria cinematográfica", Boletín de Derecho de Autor, Vol. XXIX, No. 3, julio-septiembre 1995, ediciones UNESCO, pp. 7-10.

El derecho americano no ha reconocido los derechos conexos.

La legislación norteamericana no ha reconocido a los artistas-intérpretes un derecho particular, sino que gozan de derechos dependiendo de la actividad que realicen, es decir, se encuentran protegidos por los derechos de la personalidad; de esta forma, se reconocen a los artistas-intérpretes derechos similares al derecho moral como son: "derecho de paternidad, derecho a la integridad y derecho de divulgación por la vía del contrato firmado con el productor del fonograma"<sup>91</sup>.

## B) EUROPA Y ASIA

### a) Inglaterra.

El Estatuto de Ana fue el primer régimen legal puesto en vigor en 1710 que estableció un régimen de favor real.

En el Reino Unido, rige la Ley de 1988 sobre Derecho de Autor, Dibujos y Modelos y Patentes. El derecho inglés tiene más similitudes con los países de derecho civil que con el derecho norteamericano.

Se reconoce como un derecho similar al derecho moral la facultad del artista-interprete de "impedir la fijación de sus prestaciones o la radiodifusión de sus interpretaciones sin su autorización"<sup>92</sup>.

### b) Francia.

Bajo los edictos de 1777/78, la corona otorgó privilegios de imprenta tanto a autores como a impresores.

En las leyes de 1791 y 1793 no se contempló al autor como el meollo del nuevo régimen de propiedad literaria, más bien las preocupaciones eran de carácter público; el reconocimiento de los derechos de los autores constituyó un medio para terminar con el monopolio de la Comedie Française; de esta manera, para 1793 el régimen de copyright formaba parte de un esquema de educación pública. Estas afirmaciones nos llevan a concluir que

---

<sup>91</sup> Bertrand, André, "El derecho de los artistas intérpretes en el derecho inglés y en el derecho americano", Derecho de la Alta Tecnología, Año VIII, No. 87, noviembre 1995, Argentina, pp. 16, 17.

<sup>92</sup> Bertrand, André, "El derecho de los...", p. 16.

en las primeras leyes en la materia, existía gran similitud con los postulados norteamericanos de propiedad intelectual, sin dejar de señalar que "la simpatía por las reclamaciones de los autores acerca de un título moral al derecho sobre sus obras seguramente influyeron también el dictado de los decretos de 1791 y 1793; las leyes revolucionarias sobre derechos de autor fueron redactadas y votadas en un clima general que reconocía formalmente los derechos naturales incluyendo el sagrado derecho de la propiedad"<sup>93</sup>

El derecho moral de los autores en Francia reconoció, en principio, el derecho a la integridad y a la autenticidad y fue con el correr del tiempo que el concepto fue incorporando nuevos derechos como el de divulgación y el de arrepentimiento.

Es en 1957, cuando el derecho francés reconoce al derecho moral, el derecho a la paternidad y a la integridad y el derecho de divulgación y de retracto, de los cuales sólo los primeros son perpetuos, inalienables e imprescriptibles.

Señala Bertrand que "si en el siglo XIX la creación era el fruto íntimo del pensamiento de un autor, actualmente esta concepción ha cambiado, puesto que las creaciones:<sup>94</sup>

1. Proviene de las artes aplicadas;
2. Son obras por encargo u obras realizadas por empleados;
3. Son obras plurales o colectivas;
4. Son obras en constante evolución;
5. Integra una amplia variedad de obras preexistentes, y
6. Puede tener cuatro destinos diferentes: la cultura y educación, la información, la distracción y la industria.

---

<sup>93</sup> Ginsburg, Jane C., "Historia de dos derechos: La Propiedad Literaria en la Francia revolucionaria y en América del Norte"; Derecho de la Alta Tecnología, Año IX, No. 104, abril 1997, Argentina, p. 8.

<sup>94</sup> Bertrand, André, "El Derechos Moral de los Autores en el Derecho Francés", Derecho de la Alta Tecnología, Año VIII, No. 91, marzo 1996, p. 11.

En el derecho francés los límites entre el derecho moral y el patrimonial son difíciles de establecer.

El sistema francés de Droit d'Auter ha sido considerado como opuesto al copyright estadounidense, se considera que en el derecho francés hay una sacralización del autor y en el derecho americano el interés público es igual o superior al del autor.

Mientras más esté centrado el sistema en el autor, será mayor la protección que se otorgue.

Hoy, el sistema francés del derecho de autor procede del principio de que el autor es el verdadero creador físico de la obra.

### c) España.

Propiedad Intelectual. El Real Decreto Legislativo 1/1996 de 12 de abril aprobó el texto de la Ley de Propiedad Intelectual de España, misma que puede consultarse en <http://ccdis.dis.ulpgc.es/ccdis/legisla/lpi> (Consultado el 6 de octubre de 1998)

Las obras literarias, artísticas o científicas están protegidas por el sólo hecho de su creación, otorgando sobre ellas derechos personales y patrimoniales.

La protección se otorga a las creaciones originales, literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro; se protege el título de una obra cuando sea original y forme parte de la misma.

Entre las obras derivadas encontramos las traducciones y adaptaciones; revisiones, actualizaciones y anotaciones; compendios, resúmenes y extractos; los arreglos musicales y, cualquier transformación de una obra.

El derecho moral es irrenunciable e inalienable y comprende las facultades de divulgar la obra, que se le reconozca como autor, que se respete la integridad de la obra, modificar la obra, retirar la obra del comercio.

El derecho pecuniario del autor comprende el derecho exclusivo de explotación y en especial los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación.

Una referencia especial en la Ley Española, lo constituye la duración de los derechos de explotación, pues establece que durarán toda la vida del autor y setenta años después de su muerte.

Además de los derechos mencionados, se reconoce el derecho de participación, derecho de remuneración por copia privada.

Se regulan los contratos de edición, de representación teatral y el de ejecución musical. Se establecen disposiciones referentes a obras cinematográficas, obras audiovisuales y obras de ordenador.

Señala la ley que es objeto de la propiedad intelectual, el título de la obra cuando sea original y se protege como parte de ella.

En cuanto a la protección del seudónimo, reconoce como derecho del autor el de usarlo en la divulgación de la obra; los derechos de explotación de la obra seudónima durará 70 años.

Propiedad Industrial. La Ley 32/1988, Ley de Marcas, de 10 de noviembre de 1988 rige en materia de signos distintivos y puede consultarse en [http://www.ipamark.com/ley\\_de\\_marcas.htm](http://www.ipamark.com/ley_de_marcas.htm), (Consultado el 12 de octubre de 1998)

La marca ha sido definida como el signo o medio que distingue o sirve para distinguir en el mercado productos o servicios de una persona, de productos o servicios idénticos o similares de otra persona.

Se ha considerado que constituyen marcas:

1. Las palabras o combinaciones de palabras,
2. Las imágenes, figuras, símbolos y gráficos,
3. Las letras, cifras y sus combinaciones,
4. Las formas tridimensionales,
5. La combinación de los anteriores.

Conforme a la ley pueden registrarse como marca: el nombre, apellido, seudónimo u otro medio con el que se identifique una persona, con su autorización; las que reproduzcan la denominación, el escudo, bandera, condecoraciones de España, sus comunidades autónomas, sus municipios, provincias con su autorización; los que reproduzcan o imiten signos y punzones oficiales de contraste y garantía con autorización de la autoridad; puede registrarse una marca semejante a otra marca o nombre comercial anteriormente solicitado o registrado para productos, servicios o actividades idénticas o similares, cuando el solicitante presente por escrito autorización del titular de esos derechos; los signos protegidos por el derecho de la propiedad intelectual o industrial con la autorización del respectivo titular.

No se reconoce el registro como marca de los signos genéricos para los productos o servicios que pretenda distinguir; los signos que se hayan convertido en usuales o habituales; los signos que designen la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor del producto o servicio; los signos contrarios a la ley, al orden público o a las buenas costumbres; las que induzcan a error sobre la naturaleza del producto o servicio; los signos que supongan un aprovechamiento indebido de la reputación de otros signos.

Marca Colectiva, es la que sirve para diferenciar en el mercado productos o servicios de los miembros de las asociaciones de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, de los productos o servicios de quienes no forman parte de esas asociaciones.

Marca de Garantía, es el signo o medio que certifica las características comunes, en particular la calidad, los componentes y el origen de los productos o servicios elaborados o distribuidos por personas debidamente autorizadas y controladas por el titular de la marca.

El nombre comercial es el signo o denominación que sirve para identificar a una persona física o jurídica en el ejercicio de su actividad de actividades idénticas o similares. Constituyen nombre comercial: los nombres patronímicos, razones sociales y las denominaciones de las personas jurídicas; las denominaciones de fantasía; denominaciones alusivas al objeto de la actividad empresarial; los anagramas.

Rótulo de Establecimiento. Es el signo o denominación que sirve para dar a conocer al público un establecimiento y para distinguirlo de otros destinados a actividades idénticas o similares. Constituyen rótulos de

establecimiento: los nombres patronímicos, razones sociales y las denominaciones de las personas jurídicas; las denominaciones de fantasía; denominaciones alusivas a la actividad del establecimiento; los anagramas.

#### **d) Alemania**

Propiedad Industrial. Antes del 19 de noviembre de 1989, fecha de la caída del muro de Berlín, las marcas podían y debían ser depositadas en las dos Alemanias ante la Oficina de Patentes de Munich y ante la Oficina de los Inventos de Berlín Este. Con la unificación se estableció, que a partir del 3 de octubre de 1990 todas las leyes de Alemania del Oeste deben aplicarse en Alemania del Este, con lo cual quedó abolida la Oficina de Patentes de Berlín Este, convirtiéndose en una sucursal de la Oficina de Munich.

En Alemania del Este, el carácter distintivo de una marca era juzgado de una manera rígida y no existía la obligación de uso para las marcas registradas; tampoco existían Tribunales especializados en propiedad industrial.

El Tratado de Unificación estableció que la solicitud de registro de una marca que se encuentre registrada en una sola de las Alemanias, es considerada de mala fe si la solicitud se hace después del 10. de julio de 1990. El artículo 13 del Tratado, señala que habrá una extensión de los derechos de propiedad industrial, que operará a través de una ley.

El problema se presentó cuando había dos marcas iguales o similares en las dos partes de Alemania y que se encontraban en manos de propietarios diferentes, este problema se solucionó por el Gobierno Federal al establecer que sólo el principio de exclusividad puede garantizar el goce total de los derechos marcarios; esta misma regla se hizo aplicable para los nombres comerciales y las razones sociales.

#### **e) República de Moldova.**

Derechos de Autor. La república de Moldova formó parte de la Unión Soviética hasta el año de 1991, en que se hace independiente.

La ley vigente en materia de Derechos de Autor es la Ley sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos, aprobada por el Parlamento de la República de Moldova el 23 de noviembre de 1994, asimismo, se aprobó su ley de aplicación. Antes de la aparición de esta Ley, la materia se regía por el Código Civil, que aún sigue vigente.

La ley contiene derechos que no se protegían en el Código Civil. algunos de estos derechos, señala Mikhail I. Cius son<sup>95</sup>:

1. Se reconoce al creador independiente como la persona que tiene una formación profesional y experiencia de trabajo en el ámbito dado de la creación y ejerce una actividad intelectual independiente, como son los compositores, escritores, pintores.

2. Por primera vez se protegen los derechos conexos, es decir los derechos de artistas intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión.

3. Se establece la responsabilidad civil, administrativa y penal de los autores por infracciones al derecho de autor y derechos conexos.

La República de Moldova está adherida al convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas y a la Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonograma y los Organismos de Radiodifusión.

#### f) Rumania

Derechos de Autor. La Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos de Rumania, fue publicada el 26 de marzo de 1996 en el Buletinul Oficial. Esta ley está inspirada en las leyes que sobre la materia se han expedido en los países europeos, con algunas diferencias, que la hacen original.

Señala la ley, que el derecho de Autor es exclusivo y está vinculado a la persona pero no es un derecho de propiedad.

La Ley establece que la originalidad es una condición legal de protección, lo que no ocurre en países como Francia.

No es condición que la obra se fije en un soporte material para que se otorgue protección.

---

<sup>95</sup> Cius I. Mikhail, "La ley sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos de la República de Moldova", Boletín de Derecho de Autor, volumen XXI, No. 4., octubre-diciembre de 1996, pp. 63, 64.

De igual forma, se establecen disposiciones referentes al derecho de reproducción, representación, ejecución, radiodifusión, traducción, de participación, entre otros.

Las disposiciones relativas a programas de computación se basan en la Directiva Europea 91/250/CEE, no corriendo la misma suerte la directiva referente a Bases de Datos.

El organismo encargado de vigilar el cumplimiento de la ley es la Oficina Rumana de Derecho de Autor.

#### **g) Rusia**

En diciembre de 1991, la Unión Soviética se desintegró en Estados Independientes. Las obras que se publicaron antes de la fecha mencionada siguieron protegidas.

El 3 de agosto de 1993 fue publicada la Ley de la Federación de Rusia sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos.

La ley reconoce los principios internacionales sobre derechos de autor. Rusia ha establecido, en contraposición con otros países, que el derecho de autor es una parte integrante del derecho civil.

Rusia, al pasar de una economía de mercado, tuvo que examinar sus postulados en materia autoral, Gvrilov destaca tres principios del antiguo derecho de autor soviético:<sup>96</sup>

1. Inalienabilidad de los derechos patrimoniales;
2. Reglamentación excesiva del contenido de los contratos de autor y especialmente, la remuneración de los autores;
3. libertad excesiva en la utilización de las obras y a las licencias obligatorias.

Estos principios fueron modificados y actualmente ya no se encuentran en vigor.

---

<sup>96</sup> Gavrilov E. P., "El Derecho de Autor en Rusia en el periodo de transición actual", Boletín de Derecho de Autor, volumen XXIX, No. 2, abril-junio de 1995, p. 17.

## h) Túnez

Derechos de Autor. En materia autoral, se creó la Ley Sobre el Derecho de Autor de 24 de febrero de 1994 y publicada el 10. de marzo de 1994, tomando en cuenta los principios de la Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas y la Convención Universal sobre Derechos de Autor.

La Ley reconoce el derecho moral y el derecho patrimonial, éste se manifiesta en derechos de reproducción y representación. Establece las sanciones en caso de violación del derecho de autor. Se reconocen como titulares de los derechos de autor a las personas físicas y en algunos casos, a las personas morales.

Las obras que protege la Ley pueden clasificarse, siguiendo a Nébila Mezghani, en tres categorías:<sup>97</sup>

1. Obras que figuran habitualmente en la determinación del objeto del derecho de autor;
2. Las que corresponden al contexto tradicional tunecino, y
3. Aquellas, recientemente incorporadas, que son resultado de la evolución de la tecnología moderna (programas informáticos) .

## C) AMERICA LATINA

### a) Argentina.

La Constitución de la República de Argentina de 22 de agosto de 1994, que puede consultarse en <http://colegio.netchile.com/>. (Consultado el 7 de diciembre de 1998) reglamenta la propiedad intelectual en sus artículos 17 y 75; el primero establece que el autor o inventor es el propietario exclusivo de su obra, invento o descubrimiento; el segundo, señala que es facultad del Congreso, dictar leyes que protejan la libre creación y circulación de las obras del autor.

Derechos de Autor. En materia de derechos de autor, rige en Argentina la Ley de Propiedad Intelectual 11.723 (235) promulgada el 28 de septiembre de

---

<sup>97</sup> Mezghani, Nébila, "Túnez: una nueva ley relativa a la propiedad literaria y artística", Boletín de Derechode Autor, volumen XXIX, no. 3. julio-septiembre 1995. p. 34.

1933, consultada en <http://www.secyt.gov.ar/11723.htm>. (Consultado el 17 de noviembre de 1998).

Esta ley contiene 89 artículos en los cuales establece los principios que rigen la materia en ese país.

Las obras, objeto de protección, son de carácter científico, artístico y literario; el titular de dichas obras tiene la facultad de disponer de ella, de publicarla, ejecutarla, representarla, exponerla en público, traducirla, adaptarla y reproducirla.

La ley reconoce como titulares del derecho de propiedad intelectual al autor de la obra, a los herederos o derechohabientes, y a los que la traducen, refunden, adaptan, modifican o transportan.

La ley contiene disposiciones sobre: plazos de protección de las obras, reglamentación de las obras póstumas, analiza los casos de obras extranjeras; las obras en colaboración, el caso de los productores de películas cinematográficas, compositores, traductores, retratos fotográficos, publicación de cartas, el contrato de edición, el contrato de representación, el caso de los intérpretes y ejecutantes.

La ley reconoce el derecho de registrar los seudónimos de los autores otorgándoles la propiedad.

El artículo 52 reconoce el derecho para el autor de exigir la fidelidad del título de la obra en las reproducciones que se hagan de ella, asimismo, el derecho a la mención de su nombre o seudónimo como autor.

El artículo 72 establece que hay defraudación cuando se suprime o cambie el nombre del autor, el título de la obra o el texto de la misma.

El Registro Nacional de la Propiedad Intelectual es el organismo encargado de la inscripción de las obras.

Propiedad Industrial. Esta materia esta regulada por la Ley 24.481 llamada Ley de Patentes de Invención y Modelos de Utilidad publicada en el Periódico Oficial el 22 de marzo de 1996, que puede consultarse en <http://www.unikey.com.br/users/denis/denis10.htm> (consultada el 12 de octubre de 1998). Esta ley no regula toda la materia de propiedad

industrial, puesto que los signos distintivos se rigen por otro ordenamiento.

#### **b) Bolivia**

La Constitución de Bolivia de 1995, consultada en <http://colegio.netchile.com/>. el 7 de diciembre de 1998, ha establecido en su artículo 192 que las manifestaciones del arte e industrias populares son factores de la cultura nacional y gozan de especial protección del Estado, con el fin de conservar su autenticidad e incrementar su producción.

#### **c) Brasil**

La Constitución de Brasil, establece en su artículo 5 que se reconoce a los individuos, en materia autoral, el derecho exclusivo de utilización, publicación o reproducción de sus obras, siendo transmisible a los herederos; se reconocen los derechos de los intérpretes, de las representaciones sindicales y asociativas; en materia industrial, se reconoce el privilegio temporal de utilización para los inventos industriales, así como protección de las creaciones industriales, de la propiedad de marcas, de los nombres de empresas y de otros signos distintivos, tomando en cuenta el interés social y el desarrollo económico del país.

#### **d) Colombia**

La Constitución política de Colombia de 1991, consultada en <http://colegio.netchile.com/>. el 8 de diciembre de 1998 establece los principios básicos en materia intelectual. El artículo 61 de la ley fundamental establece que es obligación del Estado proteger la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley; el artículo 150, señala que es obligación del Congreso regular el régimen de propiedad industrial, patentes y marcas y las otras formas de propiedad intelectual.

#### **e) Costa Rica**

La Constitución Política de Costa Rica de 7 de noviembre de 1949, consultada en <http://colegio.netchile.com/>. el 8 de diciembre de 1998, regula la materia intelectual. En su artículo 47 establece que "todo autor, inventor, productor o comerciante gozará temporalmente de la propiedad exclusiva de su

obra, invención, marca o nombre comercial. El Artículo 121 señala como facultad de la Asamblea Legislativa promover el progreso de las ciencias y de las artes y asegurar por tiempo limitado a los autores e inventores la propiedad de sus respectivas obras e invenciones.

#### f) Chile

La Constitución Política de la República de Chile fue publicada en el Diario Oficial el 24 de octubre de 1986, fue consultada en <http://colegio.netchile.com/>. el 7 de diciembre de 1998, en ella se establece el fundamento del Derecho de la Propiedad Intelectual; el artículo 19 consagra que la constitución asegura el derecho de autor sobre sus creaciones intelectuales y artísticas de cualquier especie por el tiempo que señale la ley y que no será inferior al de la vida del titular; señala que el derecho de autor comprende la propiedad de las obras y otros derechos, como la paternidad, la edición y la integridad de la obra; garantiza la propiedad industrial sobre patentes de invención, marcas comerciales, modelos, procesos tecnológicos u otras creaciones análogas.

Derechos de Autor. La materia autoral, está reglada por la Ley de Propiedad Intelectual No. 27.761 del 2 de octubre de 1970, consultada en <http://colegio.netchile.com/leyes/propiedadintelectual.htm>. el 17 de noviembre de 1998.

La ley otorga protección a las obras literarias, artísticas y científicas, así como a los derechos conexos. Se otorga protección al título de la obra como parte de ella.

El derecho de autor esta compuesto por el derecho patrimonial y el derecho moral.

El titular del derecho de autor puede ser original o derivado, el primero es el autor de la obra y el segundo es quien adquiere el derecho del autor por cualquier título, como el traductor, el que adapta y el que transforma la obra.

El derecho moral comprende las facultades de: reivindicar la paternidad de la obra; oponerse a la modificación de la obra; mantener la obra inédita; autorizar la conclusión de la obra; mantener la obra anónima o seudónima.

El derecho moral es transmisible por causa de muerte al cónyuge sobreviviente.

El derecho patrimonial confiere a su titular la facultad de utilizar directa y personalmente la obra, de transferir total o parcialmente sus derechos sobre ella y de autorizar su utilización, estos derechos se manifiestan en la publicación, reproducción, adaptación y ejecución.

El título se considera como parte de la obra y por lo tanto goza de la misma protección que ella; el título no puede ser utilizado cuando cause confusión con otras obras.

El derecho a utilizar seudónimo está reconocido, las obras seudónimas tienen un plazo de protección de 50 años.

Es considerado como delito contra la propiedad intelectual, la supresión o cambio del nombre del autor o del título de la obra.

Se reglamenta el contrato de edición y el de representación. Los derechos conexos de los artistas, intérpretes y ejecutantes están reglamentados en la ley. El Departamento de Derechos Intelectuales es el órgano encargado de llevar el Registro de Propiedad Intelectual.

### Propiedad Industrial.

Las Normas aplicables a los Privilegios Industriales y Protección de los Derechos de Propiedad Industrial, publicadas en el Diario Oficial de Chile el 25 de enero de 1991, establecen las normas que aplicables a la materia industrial, fueron consultadas en <http://colegio.netchile.com/leyes/privilegiosindustriales.htm> el 17 de noviembre de 1998.

La protección se otorga a las marcas comerciales, las patentes de invención, los modelos de utilidad, los diseños industriales.

La marca comercial es todo signo visible, novedoso y característico que sirva para distinguir productos, servicios o establecimientos industriales o comerciales.

La ley no establece una descripción de los signos que pueden constituir marcas, sin embargo pueden derivarse de los artículos referente a lo que no

puede constituir una marca. Puede registrarse el nombre, el seudónimo de una persona con su autorización o la de sus herederos; no puede registrarse aquello que induzca a error o engaño sobre los productos, servicios o establecimientos; pueden inscribirse las marcas que no sean iguales o que fonéticamente se asemejen de tal manera que se confundan con otras ya registradas; las contrarias al orden público, a la moral y a las buenas costumbres no son objeto de protección.

El registro de la marca tiene una duración de 10 años, que podrán renovarse por períodos iguales.

Se considera invención toda solución a un problema de la técnica que origine un quehacer industrial. Se entiende por patente el derecho exclusivo que concede el Estado para la protección de una invención. Una invención es patentable cuando sea nueva, tenga nivel inventivo y sea susceptible de aplicación industrial.

Los Modelos de Utilidad son los instrumentos, aparatos, herramientas, dispositivos y objetos o partes de los mismos, en los que la forma sea reivindicable tanto en su aspecto externo como en su funcionamiento y siempre que produzca una utilidad. El modelo de utilidad es patentable cuando sea nuevo y susceptible de aplicación industrial.

Diseño Industrial es toda forma tridimensional asociada o no con colores y cualquier artículo industrial o artesanal que sirva de patrón para la fabricación de otras unidades y que se distinga de sus similares, sea por su forma, configuración geométrica, ornamentación, o una combinación de éstas, siempre que dichas características le den una apariencia especial perceptible por medio de la vista, de tal manera que resulte una fisonomía original, nueva y diferente.

g) Perú.

Propiedad Industrial. La Ley de Propiedad Industrial promulgada el 23 de abril de 1996 es el ordenamiento aplicable a la materia, y fue consultado en <http://www.asesor.com.pe/teleley/bull454.htm>. el 07 de octubre de 1998.

La propiedad industrial otorga protección a:

1. Patentes de Invención.

2. Certificados de Protección.
3. Modelos de Utilidad.
4. Diseños Industriales.
5. Secretos Industriales.
6. Marcas de Productos y de Servicios.
7. Marcas Colectivas.
8. Marcas de Certificación.
9. Nombres comerciales.
10. Lemas Comerciales.
11. Denominaciones de Origen.

De los cinco primeros es competente la Oficina de Invenciones y Nuevas Tecnologías del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual; de los siguientes, es competente la Oficina de Signos Distintivos del mismo Instituto.

La Patente se otorga para las invenciones de productos o procedimientos nuevos, de nivel inventivo y susceptibles de aplicación Industrial.

El Certificado de Protección, se otorga para los proyectos de invención que requieren ser experimentados mediante un mecanismo que haga pública la idea.

Modelo de Utilidad es toda nueva forma, configuración o disposición de elementos de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto o de alguna parte del mismo, que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que lo incorpora o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico que antes no tenía.

El Diseño Industrial es la reunión de líneas o combinación de colores o cualquier forma externa bidimensional o tridimensional, que se incorpore a un producto industrial o de artesanía para darle una apariencia especial,

sin que cambie el destino o finalidad de dicho producto y sirva de tipo o patrón para su fabricación.

Secretos Industriales. La protección se otorga contra la revelación, adquisición o uso sin consentimiento; para ello es necesario que la información sea secreta, que tenga un valor comercial efectivo o potencial y que se hayan tomado las medidas pertinentes para mantenerla en secreto.

Marca. Es todo signo que sirva para diferenciar en el mercado los productos y servicios de una persona de los productos o servicios de otra persona. La marca puede estar constituida por palabras reales o forjadas o por la combinación de palabras incluyendo a las que identifican a la persona, es decir el nombre completo, apellido o seudónimo con autorización de la persona; las letras; los números; la reproducción o imitación del nombre, siglas, denominaciones o abreviación de denominaciones del cualquier Estado u organización internacional reconocidos oficialmente con autorización; los títulos de las obras literarias, artísticas, científicas pueden constituir marca cuando medie el consentimiento del titular.

No constituyen marca las que indiquen la descripción de la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, el lugar de origen, la época de producción; la designación usual o común del producto o servicio; las que sean contrarias a la moral, a la ley, al orden público o a las buenas costumbres; los signos engañosos sobre la procedencia, naturaleza, modo de fabricación; las que reproduzcan o imiten una denominación de origen protegida; la denominación de una variedad vegetal protegida.

No son objeto de protección las marcas que sean idénticas o semejantes a un nombre comercial o lema comercial protegido cuando pueda inducir a error o que sean semejante a un signo notoriamente conocido.

Derechos de Autor. La Ley Sobre el Derecho de Autor de Perú fue promulgada el 23 de abril de 1996, consultada en <http://www.asesor.com.pe/teleley/bull660.htm>. el 07 de octubre de 1998, esta ley establece que el derecho de autor tiene por objeto todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico.

El título de una obra está protegido por la ley cuando es original. En la segunda de las disposiciones transitorias del ordenamiento que se analiza, establece que "los títulos de los diarios, revistas, programas, espacios radiales y televisuales, noticieros cinematográficos, a que hacía referencia

la ley que deroga, son excluidos del ámbito de la ley que se publica pero siguen gozando de protección por un año a partir de la entrada en vigor de la ley.

Es obra originaria la primigeniamente creada; y es derivada, la basada en una existente cuya originalidad radica en el arreglo, adaptación o transformación. De la misma manera, es autor originario el titular de los derechos exclusivos sobre la obra, y es autor derivado, el titular de los derechos sobre su aporte.

El derecho de Autor de Chile esta formado por derechos morales y derechos patrimoniales. Los derechos morales son perpetuos, inalienables, inembargables, irrenunciables e imprescriptibles y son el derecho de divulgación, el derecho de paternidad, el derecho de integridad, entre otros. El derecho patrimonial es la facultad de explotar la obra bajo cualquier procedimiento y comprende el derecho de realizar, de autorizar, la reproducción de la obra, la distribución al público, la traducción, la adaptación, entre otros.

La Oficina de Derechos de Autor del INDECOPI es la autoridad competente en materia de derechos de autor y derechos conexos.

#### h) Venezuela

La ley vigente en materia de Propiedad Industrial es la Ley de Propiedad Industrial de 2 de septiembre de 1955, publicada en la Gaceta Oficial el 14 de octubre de 1955 y el 10 de diciembre de 1956<sup>98</sup>, que derogó la Ley de Patentes de invención de 9 de julio de 1927 y la Ley de Marcas de Fábrica, de Comercio y de Agricultura de 23 de julio de 1930.

Esta ley rige los derechos de los inventores, descubridores e introductores sobre las creaciones, inventos o descubrimientos relacionados con la industria, así como los de productores, fabricantes o comerciantes sobre las frases o signos especiales que adopten para distinguir de los similares los resultados de su trabajo o actividad.

El artículo 27 de la ley define la marca como "todo signo, figura, dibujo, palabra o combinación de palabras, leyenda y cualquiera otra señal que revista novedad, para distinguir los artículos que produce, ) o con los que

---

<sup>98</sup> Sanso, Benito, pp. 219-244.

comercia", en este sentido, la marca tiene por objeto distinguir una empresa, negocio, establecimiento mercantil, industrial, agrícola o minero.

El derecho sobre la marca tiene una duración de 15 años, mismo que podrá ser renovado por periodos de la misma duración.

## CAPÍTULO II

### INTERNET Y LOS NOMBRES DE DOMINIO

#### 2.1. INTERNET

##### A) ANTECEDENTES

A fines de los años 60, específicamente en septiembre de 1969, cuando la guerra fría y el aumento de la carrera armamentista con la Unión Soviética estaba en su apogeo, el gobierno de Estados Unidos decide secretamente construir un sistema de comunicaciones que esté a prueba de un ataque atómico, por lo que interconecta cuatro Supercomputers en diferentes partes de la nación: Instituto de Investigaciones de la Universidad de Standford in California, la Universidad de Utah, y las Universidades de California en los Angeles y Santa Barbara; de esta forma se evita que un ataque nuclear pudiera dejar aisladas a las instituciones militares y universidades.

El sistema de comunicaciones se establece como una red del US Department of Defense (Departamento de Defensa de los Estados Unidos) a través del Advance Research Projects Agency (Agencia de Desarrollo de Proyectos Avanzados) denominada ARPAnet, que fue una red experimental creada para investigaciones militares y en particular para investigaciones sobre como construir redes que pudieran resistir daños parciales, además se pretendía que cada computadora en la red pudiera comunicarse con otra en iguales condiciones, y sin que importaran las diferencias entre ambas. Este proyecto permitió a los científicos y al personal militar comunicarse desde diversos lugares utilizando el correo electrónico.

La ARPA (Advanced Research Projects Agency) creó una pequeña red experimental de conmutación de paquetes, el objetivo era economizar el uso de las líneas telefónicas de larga distancia; fundamentalmente estuvo interesada en como usar una red para una vasta gama de actividades. Esta red se transformó en ARPAnet y se creó para correr en computadoras de Honeywell.

Las cuatro supercomputers conectadas intercambian paquetes con cada uno y, de esta manera, la red ARPAnet y los principios de Internet, se establecieron.

La red crecía despacio al principio, pero durante una década, ARPAnet creció a un promedio de una computadora cada 20 días. En el año de 1973 la red se extiende a nivel internacional con conexiones en Noruega e Inglaterra.

En 1975, ARPAnet pasó al control de la Agencia de Comunicaciones de Defensa (DCA), del Departamento de Defensa de los Estados Unidos de Norteamérica. Desde esta fecha, la tecnología de ARPAnet se transformó en la base para el programa de redes de datos de defensa.

Al principio la idea era garantizar mediante este sistema la comunicación entre lugares alejados en caso de ataque nuclear; para 1975, ARPAnet comenzó a funcionar como red, sirviendo como base para unir centros de investigación tanto militares como universitarios.

El primer protocolo utilizado por ARPAnet y DDN (Defense Data Network), fue el denominado NCP (Network Control Protocol); posteriormente, DARPA patrocinó el desarrollo de un nuevo protocolo llamado "Transmisión Control Protocol/Internetworking Protocol" TCP/IP, que se empleó en la red hasta 1982 (1983), año en el que se adoptó como estándar principal para la interconexión de redes heterogéneas procedente de los sistemas Unix que empezaban a ejercer un silencioso dominio dentro de ARPAnet.

Poco a poco se van conectando a ARPAnet otras redes, así en la década de los 80 las redes que se van uniendo crece. En 1982 ARPAnet se une con MILNet, de esta manera Internet nace de la coalición de redes lo que hizo que el papel de ARPAnet terminara. En los años 80 fueron las Universidades y las grandes Corporaciones las que comienzan a adquirir Computadoras; en los años 70 Internet era usada exclusivamente por Militares, Científicos e Ingenieros.

En la década de los 80, las redes LAN y las estaciones de trabajo (workstations) hicieron su aparición. Muchas de estas estaciones de trabajo tenían instalado el "SO Berkeley Unix, que incorporaban por defecto los módulos para interconexión IP. Esto creó una nueva demanda; más que interconectar un simple grupo de computadores, las organizaciones querían interconectar al ARPAnet una red local entera a la red ARPAnet, de forma que todas las máquinas en la red local tuvieran acceso a las facilidades de ARPAnet y no fueran únicamente máquinas individuales las que se conectasen. Esto permitiría a todas las computadores de las redes LAN acceder a las facilidades de la red ARPAnet.

Al mismo tiempo otras organizaciones comenzaron a construir sus propias redes usando los mismos protocolos que ARPAnet (TCP/IP). Es el caso por ejemplo de NSFnet. A finales de los 80, una agencia del estado norteamericano, la NSF (National Science Foundation) creó cinco centros equipados con supercomputadores (supercomputer centers). Hasta ese momento, las computadoras más rápidas en el mundo estaban disponibles solo para que estos recursos estuvieran al alcance de cualquier investigador académico. Solo cinco centros de cómputo fueron creados debido a sus altos costos de mantenimiento, sin embargo el mantenerlos interconectados creaba un problema de comunicación. Se necesitaba una forma de interconectar estos centros y permitir el acceso de otras computadoras. En un primer momento se trató de utilizar la infraestructura de comunicaciones del ARPAnet, pero esta estrategia fracasó por los problemas burocráticos propios de entidades gubernamentales.

Es así como la NSF decide construir su propia red, basada en la tecnología IP del ARPAnet. Esta red interconectó los cinco centros de la NSF con líneas telefónicas de 56Kbps. Se decide crear adicionalmente redes regionales, donde las instituciones interconectadas se unirían a algunos de los cinco centros de cómputo de la NSF en un solo punto. Con esta configuración, cualquier computador podría eventualmente comunicarse con cualquier otro redireccionando la conversación a través de los computadores vecinos interconectados.

Las supercomputadoras distribuidas en estos cinco centros de la NSF permitieron a los sitios interconectados, compartir una gran cantidad de información no relacionada al centro precisamente. El tráfico de la red se incrementó, sobrecargando los computadores que los interconectaban. En 1987, un contrato para administrar y renovar la red fue realizado con la empresa Merit Network Inc., que implementó la red educativa de Michigan conjuntamente con IBM y MCI. La antigua red fue reemplazada con líneas telefónicas más veloces (20 veces más veloces que las anteriores), y con computadoras más rápidas para controlarla. Este crecimiento y renovación de la NSFnet continua hasta nuestro días.

En la década de los 80', la red, comienza a ser accesible a muchas otras instituciones. "Internet" cobra vida en esta década, específicamente en 1989 cuando desaparece ARPAnet. En esta década los estudios sobre las nuevas comunicaciones comienzan a aparecer, surgen conceptos como el de "Ciberespacio", que es un término acuñado por William Gibson en su novela de ciencia ficción "Neuromante" (1984) para describir un mundo de redes de

información; el termino "Autopista de la Información" (Information Highway) fue acuñado por Al Gore, vicepresidente de los Estados Unidos, hacia 1991, para definir una estructura de comunicación del futuro.

Hacia 1990 ARPAnet ha desaparecido y ha dado paso junto a otras redes TCP/IP a Internet.

Ya en los primeros años de los 90, el (PC) personal computer u ordenador personal, es producido por montones de manera que la "colonización del Cyberspace estaba en marcha"<sup>99</sup>. La expansión de Internet es mayor hacia 1991 con la creación del Gopher que constituye un sistema sencillo de acceso a la red. Si bien la aparición de Internet data de los años setenta, es hasta 1992 cuando su uso se incrementó notablemente gracias a la aparición de la Word Wide Web.

Los fabricantes de productos para Internet comenzaron a desarrollarlos para distintos tipos de máquinas, lo que fue atractivo no solo para instituciones como centros de investigación y universidades en las que no se exigía que todas las computadoras fueran del mismo fabricante, sino también para la industria y el comercio.

Hoy en día Internet comprende gran cantidad de redes a nivel mundial; comprende redes de casi todos los países, las redes de cada país a su vez, forman un conjunto de redes regionales, y así hay sucesivas subdivisiones. Una computadora conectada a Internet o a cualquiera de sus subredes, es capaz de comunicarse con cualquier otra conectada a cualquier subred de Internet. Los equipos pueden estar en cualquier parte del mundo, y pueden ser desde grandes estaciones multiusuario hasta un ordenador personal.

La comunicación en ARPAnet, iba siempre de un computador origen y otro destino y para enviar un mensaje por la red, se necesitaba encapsular sus datos en un paquete llamado "Internet Protocol (IP) packet", y dirigirlo correctamente. La ISO (Organization for International Standardization) estuvo dedicada varios años al diseño de un stantard para redes de computadores. Los responsables del desarrollo del Internet, respondiendo a las presiones del mercado, empezaron a colocar sus softwares (IP Software) en cada tipo de computador existente.

En la actualidad, el Internet no solo está conformada por redes interconectadas usando el protocolo IP, sino recientemente redes basadas en

---

<sup>99</sup> <http://www.pronet.net.gt/menu/usando.htm>

protocolos diferentes al IP han desarrollado módulos que las integran con las redes IP tradicionales.

Los que establecieron la red eran responsables de la conexión, pero poco a poco se van conectando nuevas redes hasta que aparecen las compañías con servicio de acceso a Internet, lo que permitió el acceso no sólo a las grandes instituciones sino también a los particulares, con un costo no muy elevado.

## **B) DEFINICIONES Y MANEJO DE INTERNET**

Internet. Con la adopción de TCP/IP la interconexión de redes terminó convirtiéndose en una "red de redes". El término técnico para conectar redes se llama "internetworking" y para una red de redes, "internetwork" o "Internet", por lo que este nuevo uso de conexiones de redes, fue llamado Internet con "I" mayúscula para diferenciarla de una red convencional, que simplemente une varias redes; a menudo ha sido referida por sus usuarios informalmente como "the net" (la red) como si fuera una sola, tal y como muchos usuarios de Internet lo sienten.

La denominación completa de Internet es internetwork system y lo que se transporta es la Información. Internet es el nombre para un grupo mundial de recursos de información. La raíz de Internet cae en una colección de redes de computadoras que fueron desarrolladas en 1970.

Actualmente, Internet es una entidad internacional, puesto que ha rebasado las fronteras de los países; desde el punto de vista de una definición técnica, Internet es el conjunto de todas las redes IP interconectadas en tiempo real, vía protocolos de interconexión TCP/IP.

La red original principió con cuatro máquinas conectadas; esta red se ha ido extendiendo y reemplazando y hoy sus descendientes forman la espina dorsal global que se conoce como Internet. La NSF (National Science Fundation) es la red más importante de Internet.

Existen varias razones para conectar computadoras dentro de las redes, pero las más importantes son:

- a. Permitir a las personas comunicarse;
- b. Compartir recursos.

Internet es una red internacional de ordenadores que surgió de una sola red de ordenadores llamada ARPAnet, creada experimentalmente por el Departamento de Defensa Americano para unir sus centros de investigación militar. Las normas o protocolos que estos ordenadores utilizaban para comunicarse se conocen como protocolos TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol).

Es un sistema de líneas telefónicas, conectadas a supercomputadoras, minicomputadoras y computadoras, este sistema seguirá conectado entre sí, sin importar las líneas de comunicaciones que se destruyan o dejen de funcionar

Internet es, sencillamente, un nuevo medio de comunicación, solo que el de mayor crecimiento de la historia y el que revolucionará por completo el futuro de las comunicaciones. Más que nada, Internet es un nuevo medio de comunicación, que nos permite observar el mundo desde un ángulo diferente del que nos ofrecen los medios tradicionales y además participar en ese mundo.

Internet constituye una fuente de recursos de información y conocimiento compartidos a escala mundial.

Internet es el mayor conjunto que existe de información, personas, ordenadores y software funcionando de forma cooperativa, publicando y organizando información, e interactuando a nivel global.

Los Host son máquinas servidoras, es decir, computadoras con una dirección en Internet a las que se pueden enlazar otras. Son Máquinas conectadas a Internet y que ofrecen acceso o algún tipo de servicios. En Internet, las comunicaciones concretas se establecen entre dos puntos: uno es el ordenador personal desde el que usted accede y el otro es cualquiera de los servidores que hay en la Red y facilitan información.

Los protocolos son un conjunto de reglas que las computadoras tendrán que usar para intercambiar información e intercambiar señales respecto de lo que ellas hacen.

Un protocolo es un conjunto de reglas que describen en términos técnicos, como deberían ser hechas algunas cosas. TCP/IP es el nombre común para una

colección de alrededor de 100 protocolos que son usados para conectar computadoras y redes.

El nombre actual de "TCP/IP" viene de los dos más importantes protocolos TCP (Transmission Control Protocol - Protocolo de control de la transmisión) e IP (Internet Protocol -protocolo de Internet). Aunque no es necesario conocerlos en detalle, es de mucha utilidad tener una apreciación de que son estos protocolos y como trabajan para mantener a Internet unificada o estandarizada.

El fundamento de Internet es el IP (Internet Protocol, Protocolo Internet), un protocolo de transmisión que asigna a cada máquina que se conecta un número específico, llamado "número IP", que actúa a modo de número telefónico único; permite asignar un identificador numérico de cuatro números (del 0 al 255) a cualquier ordenador conectado a la red como por ejemplo 192.555.26.11. El IP es la forma de comunicación básica de Internet.

Internet es una red mundial de ordenadores que se comunican entre sí mediante un protocolo o "lenguaje" común. El TCP/IP provee un lenguaje común para hacer posible que las distintas redes que usan distintos protocolos (NetWare, AppleTalk, DECnet,...) puedan comunicarse entre ellas.

Dentro de Internet, la información no es transmitida como una corriente constante de datos, más bien, los datos son partidos en pedazos pequeños llamados paquetes. Por ejemplo, si se manda un gran mensaje de correo a un amigo en otro país, TCP dividirá el mensaje en paquetes. Cada paquete es marcado con un número secuencial y una dirección del destinatario, además, TCP inserta alguna información de controles de errores.

El paquete es enviado sobre la red, en donde es trabajo de IP transportarlo al host remoto. En el otro lado, TCP recibe el paquete y revisa posibles errores. Si ocurrió un error, el TCP hace que este paquete en particular sea retransmitido. Una vez que todos los paquetes sean correctamente recibidos, TCP utiliza el número de secuencia, para reconstruir el mensaje. En otras palabras, el trabajo de IP es asegurarse de que los datos (paquetes) lleguen de una computadora a otra. El trabajo de TCP es mantener el flujo y asegurarse de que los datos estén correctos. Dividir el flujo de datos en paquetes tiene sus ventajas. Primero, permite que Internet utilice las mismas líneas de comunicación para muchos usuarios diferentes al mismo tiempo.

Debido a que los paquetes no tienen que viajar juntos, las líneas de comunicación pueden llevar paquetes de acuerdo a como ellas encuentren el camino de un lugar a otro. Un paquete que viaja, puede ser ruteado de un host a otro, hasta que este alcanza su destino final. Esto significa que Internet tiene una gran flexibilidad. Cuando una conexión particular es interrumpida, la computadora que toma el control de los datos transferencia de datos, varios paquetes puedan seguir diferentes rutas. Esto también significa que, en un cambio de condición, la red puede usar la mejor conexión disponible. Por ejemplo, cuando una parte de la red está congestionada, los paquetes pueden ser ruteados sobre otras líneas menos congestionadas.

Otra ventaja de usar paquetes es que, cuando el mensaje está incorrecto, solamente un paquete simple puede tener la necesidad de ser retransmitido, en lugar de todo el mensaje. Esto incrementa en alto grado la velocidad de Internet. Toda esta flexibilidad permite una alta confiabilidad; de una vía a otra, TCP/IP se asegura de que los datos viajen bien. En realidad, Internet corre tan bien, que generalmente toma unos pocos segundos enviar un archivo de un host a otro.

### **C) CARACTERISTICAS**

Por los servicios que presta Internet, se puede establecer que engloba funcionalmente las características de todos los medios de comunicación existentes en la actualidad, como el radio, la televisión, el teléfono, el correo, fax, entre otros, aunque no está limitada a ellos; con estas características está cambiando las formas de comunicación. Sus características son:

1. De naturaleza intangible, nadie y todos la "poseen";
2. Libertad de uso e inexistencia de regulaciones "oficiales";
3. Es accesible a todos, y no existen requisitos especiales para conectarse;
4. En la actualidad se plantea un sinnúmero de intereses contrapuestos a su alrededor.

Por su manera de funcionar, el maestro Manuel Becerra<sup>100</sup>, ha advertido que son características de Internet: la descentralización, autofinanciamiento, globalidad, manejo local y expansión.

**Descentralización.** Una característica fundamental de Internet es que no pertenece a nadie y no existe ninguna autoridad que la controle por completo. Sin embargo hay grandes compañías que la administran uniendo sus partes, pero no hay ningún gobierno que controle todo lo que pasa. Las redes en los distintos países se rigen por las respectivas leyes de cada país en particular.

Existen algunas organizaciones de voluntarios como los ISOC (La sociedad de Internet) y la IETF (Internet Engineering Task Force) que son los encargados de estandarizar la tecnología utilizada y de resolver los problemas técnicos que se presentan en la red.

Internet como se ha visto, es en realidad una red de redes, y es así como debemos entenderla; a diferencia de otras redes privadas, no hay un organismo único al que todos los usuarios o redes pagan por estar conectados, sino que cada organización gestiona su parte. Los administradores de las redes se reúnen y deciden como conectar sus redes fundando así interconexiones entre redes; de esta forma, una organización local, paga o adopta acuerdos para conectarse a través de una red regional, y esta a su vez se integrará en la red nacional.

Internet es un conjunto de redes, redes de ordenadores y equipos físicamente unidos mediante cables que conectan puntos de todo el mundo. En cierto modo, no hay mucha diferencia entre Internet y la red telefónica que todos conocemos, dado que sus fundamentos son parecidos. En cuanto a organización, Internet no tiene en realidad una cabeza central, ni un único organismo que la regule o al que pedirle cuentas si funciona mal. Gran parte de la infraestructura es pública, de los gobiernos mundiales, organismos y universidades.

Se ha considerado que la red aun no es confiable para uso comercial. Según los expertos en seguridad, existe un riesgo real conocido al usar Internet, aunque este riesgo es manejable. "La seguridad en el comercio electrónico, es un problema en extremo a extremo y el software usado necesita ser seguro y confiable", afirma John Pescarote, un analista de seguridad de información

---

<sup>100</sup> Becerra Ramírez, Manuel, "El Internet y su problemática jurídica", Revista de Derecho Privado, Año 8, No. 22, Enero-Abril 1997, México, UNAM-Mc Graw-Hill, pp. 6, 7.

de Infovision International en Falls Church, Va. John S. Swanteck, administrador de Sistemas Unix y PCs en The Capital Marquets Group en el First Union Corp. En Charlotte, N.C., sostiene que la red Internet es un lugar peligroso, pero el peligro puede ser superado sostiene que este es un problema administrativo, no uno técnico.

Para esta vulnerabilidad los expertos recomiendan: usar contraseñas, usar contraseñas largas no encontradas en los diccionarios y cambiarlas constantemente, no enviar contraseñas sin encriptar sobre redes seguras, usar firmas basadas en criptografía.

Desde los primeros pasos de ARPAnet hasta hoy en día, la red ha sufrido pocos cambios; los cambios más drásticos se han producido en la infraestructura de la red, aumentando la velocidad de transmisión hasta permitir el funcionamiento de aplicaciones multimedia y la transmisión de vídeo o sonido en tiempo real. Uno de los cambios más espectaculares que ha sufrido Internet es el del número de usuarios. Según estimaciones, en el año 2000 el número de personas conectadas a la Red podría superar los trescientos millones. Estas cifras indican, por ejemplo, que en el siglo XXI los usuarios de Internet podrían alcanzar en número a los que ven televisión actualmente.

**Manejo Local.** A Internet se le ha conocido como una red de redes, la cual inmiscuye a redes de todo el mundo. Por medio de Internet se puede establecer comunicación en cualquiera de las redes que estén integradas, excepto aquellas que son privadas.

Una red "es un medio de comunicación entre computadoras, dependiendo de la distancia a la que se encuentren"<sup>101</sup>. Existen dos tipos principales de redes, las locales (LAN, por sus siglas en inglés) y las de área extensa (WAN). Una LAN es un conjunto de computadoras unidas entre sí por un solo cable y que se encuentran concentradas en un espacio relativamente pequeño, como un cuarto, un edificio o un conjunto de edificios. Una WAN es un conjunto de computadoras dispersas en un área muy extensa, que puede abarcar hasta varios países o continentes. Un segmento de la red se une a los demás mediante líneas telefónicas, enlaces satelitales, fibra óptica o microondas celulares. Internet es una gigantesca red de computadoras que utilizan un mismo protocolo de comunicación.

---

<sup>101</sup> [http://cerebro.cem.itesm.mx/tutoriales/intgral/tutor\\_que.html](http://cerebro.cem.itesm.mx/tutoriales/intgral/tutor_que.html)

**Supranacional.** La supranacionalidad de la infraestructura tecnológica de las autopistas de la información "implica la creación de una legislación internacional que ampare los derechos y deberes fundamentales derivados de la inmensa circulación de información que posibilitará las nuevas tecnologías"<sup>102</sup>. Antonio Millé, presidente del Instituto Latinoamericano de Alta Tecnología, Informática y Derecho (ILATID) de Buenos Aires, afirmó que, jurídicamente, no parece necesario ni conveniente el reconocimiento de la existencia de nuevos géneros para las obras multimedia ni las bases de datos. El sistema internacional del derecho de autor basado en el Convenio de Berna o los principios establecidos en el Tratado de Roma, quedan obsoletos por las posibilidades de difusión que ofrece el ámbito digital. El avance de la tecnología ha pillado desprevenido al ámbito jurídico. La capacidad de inversión determinará el acceso de cada país a la sociedad de la información. El desarrollo de las nuevas tecnologías dará lugar a lo que el profesor Joan Prats Catalá define como "república electrónica", cuya gobernabilidad planteará una serie de problemas.

Internet es una comunidad global; su población viene a ser de varios millones; personas cuyas computadoras son conectadas de varias maneras, conecta a muchas otras redes para el intercambio de mensajes, servicios en línea tales como CompuServe, con su millón de usuarios, MCI Mail, GENIE y otros; redes tales como BITNET, EARN, EBONE, NORDUNET y redes virtuales, como Usenet y FidoNet y cientos de compañías tales como: Digital Equipment Corporation y Apple Computers; y, cientos de BBSs.

Internet es un conjunto de redes de computadores de alcance internacional que están enlazadas por diversos medios tecnológicos, y que hacen posible para los usuarios de cualesquiera de las redes, comunicarse y usar los servicios que cualquiera otra ofrezca.

En Internet se transportan diferentes tipos de información: comercial, política, educativa, económica, con lo que ha traído beneficios a la sociedad, pero también ha traído desventajas, entre las primeras podemos señalar: comunicación entre instituciones y particulares, acceso a mayor información, rapidez en las comunicaciones; entre las segundas señalamos: amenaza a los derechos personales, amenaza a la soberanía de los Estados, dependencia a la red.

---

<sup>102</sup> <http://www.fundesco.es/publica/b-175/foros.html>

## **Tipos de conexión a Internet.**

1. Primero, el usuario puede usar una computadora que esté directamente conectada a Internet. Otra forma de acceder Internet, es vía conexiones UUCP (Unix-to Unix Copy). UUCP es un protocolo, que permite a dos computadoras intercambiar mensajes y archivos, de una a la otra, sobre conexiones, incluyendo líneas telefónicas. UUCP puede transferir correo electrónico, archivos y mensajes de BBS tales como artículos de noticias de Usenet. UUCP es más barato de usar que una conexión directa de Internet, pero requiere más conocimiento técnico.

2. Conexión telefónica. Una forma de conectarse a Internet es a través de la línea telefónica. El usuario puede conectarse en cualquier lugar que quiera, siempre que exista una línea telefónica. Para usar una conexión telefónica, se necesita un dispositivo de hardware para convertir las señales digitales (señales de computadora) en señales analógicas (señales telefónicas) y viceversa. Un dispositivo que convierte señales digitales a señales analógicas es llamado un modulador. Un dispositivo que convierte de análogo a digital es llamada un demodulador. Cuando se conectan computadoras sobre líneas telefónicas, se debe tener la capacidad de mandar datos en ambas direcciones. Por esto, se debe usar un módem, un "modulador - demodulador".

3. Acceso público a Internet.- Existen en la actualidad varias compañías u organizaciones que proveen acceso a Internet, pagando una cuota. Usualmente, se debe pagar cierta cantidad fija por mes, junto con una cuota durante el tiempo que se está usando al servicio.

### **D) SERVICIOS PRESTADOS POR LA RED**

Existen cuatro importantes servicios de Internet: correo electrónico, FTP, Telnet y WWW, pero además de estos existen otros servicios no menos importantes y que serán objeto de análisis.

#### **a) Correo Electrónico.**

El correo electrónico (e-mail) es tal vez el principal servicio de Internet, y sin duda el de mayor importancia histórica. "El Correo Electrónico se adiciona a Internet en 1977 por iniciativa de la Universidad de Wisconsin.<sup>103</sup>"

---

<sup>103</sup>[http://seker.es/~Alvy/que\\_es\\_internet.html](http://seker.es/~Alvy/que_es_internet.html)

En el servicio de correo electrónico, se reciben y transmiten mensajes; cada mensaje es enviado de una computadora a otra. De manera transparente al usuario, el servicio de correo se asegura que el mensaje llegue de manera intacta a la dirección correcta.

El correo electrónico es una herramienta disponible en las redes de computadores, que permite que un usuario escriba un mensaje en un computador y lo envíe a otro usuario que se encuentre en la red. No es una aplicación propia de Internet, ya que puede existir en otras redes.

Por medio de este recurso, los usuarios pueden recibir o enviar mensajes de una persona de cualquier parte del mundo. Cualquier cosa que pueda ser almacenado en archivos de texto puede ser enviado. Cuando se requiere enviar archivos binarios que no representan un texto regular, hay facilidades para codificar los datos dentro de archivos de texto.

Es una de las aplicaciones más utilizadas, permite enviar y recibir mensajes, pero sólo se puede mandar a quien posea correo electrónico, esta función que proporciona Internet es similar al correo normal; permite el intercambio de voz, imágenes y texto en forma casi instantánea. Entre las ventajas que tiene sobre el correo tradicional encontramos:

1. Permite enviar mensajes a cualquier parte del mundo;
2. Puede utilizarse desde un ordenador personal;
3. Es más rápido;
4. No es necesario pagar por cada mensaje que se envía;
5. Permite distribuir un mismo mensaje a varios receptores en forma simultánea;
6. Es confidencial, a diferencia de otras formas de correo, en éste se necesita que la persona accese a su propia cuenta de correo para poder verlo.

Otras características del Correo Electrónico son: definir un alias, uso de carpetas, retransmisión de mensajes, réplica, lista de distribución, Inclusión de ficheros.

Para que funcione, el correo electrónico, necesita una dirección electrónica de origen y una dirección electrónica de destino. La primera parte de una dirección identifica habitualmente a la persona y la segunda a la empresa u organización para la que trabaja, o al proveedor de Internet a través del que recibe la información. Existen directorios internacionales en los que buscar direcciones de personas conectadas a Internet, como sucede con las guías telefónicas.

Dentro de Internet, la palabra dirección se refiere a una dirección electrónica. Por lo que se refiere a correo electrónico, las direcciones tienen la siguiente forma: el usuario de la persona, seguido por un carácter @, (el signo de arroba) seguido del nombre de una computadora. (Cada computadora tiene un único nombre de Internet). No existen espacios vacíos dentro de una dirección. La parte de la dirección posterior al carácter @ es llamada dominio.

Así, la forma general de una dirección de Internet es: usuario@dominio

Un usuario no necesariamente es único. Lo que hace única una dirección es la combinación del usuario y el dominio. Si se leyera la dirección en voz alta, se comprobaría que es apropiado usar el carácter @.

El acceso está protegido por password y es, hoy por hoy, el más eficaz, rápido y económico sistema de comunicación existente. La importancia del E-Mail es tal que, en una encuesta realizada a finales del 95 entre los nuevos usuarios estadounidenses de Internet, el 90% manifestaron que solamente por el uso del Correo Electrónico ya merecía la pena estar conectados a la red.

#### **b) File Transfer Protocol (FTP, Protocolo de Transmisión de Ficheros).**

En el servicio llamado FTP (File Transfer Protocol- Protocolo de Transferencia de archivos), se pueden transferir archivos de una computadora a otra. Permite la copia de archivos desde un host remoto a una computadora (Dowloading.- bajando), también es posible transferir archivos desde una computadora hasta un host remoto (Uploading-subiendo). Asimismo permite copiar archivos de un host remoto a otro.

Junto a Telnet, es uno de los primeros servicios de Internet. Este servicio permite intercambiar cualquier documento a través de la red, es decir con él es posible copiar ficheros de un ordenador a otro; los ficheros pueden ser de tipo texto o ejecutables, pueden estar o no empaquetados, tampoco importa

el sistema operativo en el que se realizaron o al que van a ser destinados. Con FTP no se corre riesgo de pérdida de información. Para poder realizar estas operaciones es necesario contar con el nombre de la máquina receptora así como la autorización necesaria.

Este sistema de transmisión de ficheros hace que enviar y recibir archivos de gran tamaño de un lugar a otro, sea rápido y más cómodo que mediante correo electrónico<sup>104</sup>.

El FTP anonymous (FTP anónimo) es un sistema en el que hay archivos disponibles al público en general, es decir, no es necesario estar registrado. Los usuarios pueden entrar usando el usuario "anonymous", sin ningún "password" especial requerido. La desventaja ante un usuario normal consiste en que sólo se pueden leer y copiar los archivos pero no modificar; la ventaja es que no se paga por los servicios que se utilizan.

### c) Telnet

Es una de las primeras herramientas de Internet. El servicio llamado Telnet, permite establecer una sesión de terminal con una computadora remota. Puede usarse para conectarse a un host al otro lado del mundo. Una vez que la conexión es hecha, se puede realizar un "login" (entrada) en la computadora de una forma regular. Permite que dos programas corran en forma cooperativa para intercambiar datos dentro de Internet<sup>105</sup>.

Con él se tiene acceso de una computadora a cualquier otra que se encuentre conectada a la red. Es una aplicación que permite desde nuestro sitio y con el teclado y la pantalla de nuestra computadora, acceder a otra a través de la red. Esta conexión permite acceder a cualquiera de los servicios que la máquina remota ofrezca a sus terminales locales. De esta manera se puede abrir una sesión o acceder a otros servicios especiales.

Es necesario conocer el nombre de la máquina remota y tener cuenta en ella. En Internet hay cuentas libres que no necesitan password y son públicas y que sirven para que la gente acceda a estos servicios.

Los problemas más frecuentes que suelen darse con Telnet son del tipo de la configuración del terminal.

---

<sup>104</sup> [http://seker.es/~Alvy/que\\_es\\_internet.html](http://seker.es/~Alvy/que_es_internet.html)

<sup>105</sup> <http://www.pronet.net.gt/menu/usando.htm>

Telnet sirve para abrir una sesión remota de las cuales hay dos vertientes: el cotidiano de una máquina multiusuario, generalmente accedemos a ella para leer el correo, ejecutar nuestros programas que necesiten gran potencia de cálculo, o utilizar herramientas instaladas en dicha máquina; la segunda vertiente consiste en el uso de cuentas públicas para acceder a determinadas aplicaciones, son cuentas de libre acceso con un nombre de entrada conocido, y sin palabra clave.

A través del servicio Telnet se pueden controlar otros ordenadores de cualquier parte del mundo remotamente, como si realmente se estuviera manejando o consultando información. Evidentemente no todos los ordenadores de la red permiten el acceso mediante Telnet. Es muy útil, por ejemplo, para revisar catálogos de bibliotecas.

#### d) ~~WORLD-WIDE-WEB~~ (WWW)

##### Origen

Se cree que la idea del WWW fue iniciada por Ted Nelson, un estudiante de la Universidad de Harvard, en la década del 60. Fue Tim Berners Lee quien, en marzo de 1989, propuso el proyecto denominado WWW, como un medio de comunicación efectivo de las ideas e investigaciones de los científicos del instituto suizo de CERN (European Particle Physics Laboratory-Laboratorio Europeo para la Física de Partículas)

En su primera etapa el WWW tenía como objetivo potenciar el avance en las áreas de la Ciencia y la Educación. Este objetivo no consideraba la posibilidad de transmitir imágenes, sonido o vídeo. Sin embargo, el proyecto WWW tiene el suficiente potencial para revolucionar a la sociedad entera: comercio, empresa, política, literatura, arte, etc.

A principios de los 1990 se hizo un prototipo de hipermedia WWW en una máquina NeXT. En 1991 el WWW fue anunciado al mundo y a lo largo de 1992 se consiguieron los apoyos para su desarrollo

Entre enero y diciembre de 1993, el tráfico total (en bytes) en el Backbone de la National Science Foundation's (NSF's) la red norteamericana, se multiplicó por 187.

En la primavera del 1993, el National Center for Super Computing lanzó al mercado un Programa llamado "Mosaic" destinado a una "nueva clase" de

Internet: "Web". Inmediatamente después del advenimiento de "Mosaic" hubo una explosión de documentos que podían ser accesibles al público en el "Web".

Actualmente está dirigido por The World Wide Web Consortium, también conocido como la Iniciativa World Wide Web. El Consorcio WWW está financiado por un gran número de miembros corporativos, incluyendo AT&T, Adobe Systems Incorporated, Microsoft Corporation and Sun Microsystems Inc. Su propósito es promover el crecimiento del Web desarrollando especificaciones y programas de referencia que estarán disponibles de forma gratuita a todo el mundo. El Consorcio está mantenido por el MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) junto con el INRIA (el Instituto Nacional Francés para la Investigación Informática), como servidor en Europa, en colaboración con el CERN. El National Center for Supercomputing Applications (NCSA) de la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign, fue imprescindible en el desarrollo de los más tempranos programas gráficos para el World Wide Web, usando las características creadas por el CERN.

## Definiciones

La WWW ha sido definida de diferentes maneras dadas sus peculiares características. WWW es el acrónimo de World Wide Web.

El WWW es un grupo de Supercomputers conectados a través de líneas telefónicas; es una herramienta basada en hipertexto e hipermedios que permite obtener y desplegar datos basados en palabras de búsqueda. por lo que se ha convertido en la aplicación más popular, atractiva y revolucionaria de la red.

Oficialmente se define como "wide-area hypermedia information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents" que en español podemos traducir conceptualmente como "gran área de acceso universal a información tipo hypermedia". La frase "World-Wide-Web" se usa con frecuencia para referirse a un conjunto de redes de servidores que se comunican a través de HTTP.

Se ha considerado al World Wide Web como una de las "siete maravillas del mundo"<sup>106</sup>; otros han considerado que es la "televisión de Internet"<sup>107</sup>.

---

<sup>106</sup> <http://www.learnthenet.com/spanish/html/13works.htm>

<sup>107</sup> <http://www.xpress.es/ids/tour.html>

El **www** es "un conjunto de páginas ligadas entre sí, escritas en un lenguaje llamado HTML, el cual permite de manera muy sencilla, incorporar gráficos, definir tipos de letras y por sobre todo ligar las páginas del **WWW** mediante palabras subrayadas y/o gráficos"<sup>108</sup>.

**WWW** o telaraña mundial, es una red mundial de páginas de información hipertexto, por la que se puede circular mediante un navegador Web.

La **WWW** puede definirse básicamente como tres cosas: hipertexto, que es un sistema de enlaces que permite saltar de unos lugares a otros; multimedia, que hace referencia al tipo de contenidos que puede manejar (texto, gráficos, vídeo, sonido y otros) e Internet, las base sobre las que se transmite la información.

### **Acceso**

Las páginas de la **WWW** están situadas en servidores de todo el mundo. El acceso a la Web se realiza mediante el uso de programas o navegadores (browsers) como: Mosaic, Microsoft Explorer o Netscape Navigator, con lo que se ha cambiado el modo y forma en que las personas ven, crean y publican información.

Los objetivos iniciales de la red no tienen nada que ver su función actual. Al principio, la red se fue llenando de información, y cada vez era mas difícil encontrar lo que realmente se necesitaba. Fue entonces cuando se crearon los servidores Archie de gran utilidad para la búsqueda de archivos por los servidores de FTP. Pero la tecnología avanza de manera imparable y pronto surgió el hipertexto, una evolución de Gopher. En los últimos años el crecimiento de Internet fue increíble y la cantidad de información disponible era de proporciones astronómicas. Llegamos entonces al mismo problema que con los servidores de FTP, y fue entonces cuando se construyó un pequeño programita que por si solo vaga por la res para buscar la información que se requiere en base a una serie de palabras. Esta es una buena definición de ROBOT DE BUSQUEDA. Se decidió crear unos servidores que buscaran la información requerida en una base de datos ya construida por los robots, en lugar de que para cada consulta se recorriera gran parte de la Red. Así es como funcionan los buscadores actuales como el Web-Crawler, el Lycos , el Yahoo.

---

<sup>108</sup> <http://webhead.com/~sergio/awwwa/queeswww/>

Los Buscadores son servidores que se dedican a proveer búsquedas de información dentro de Internet, es decir son sistemas que organizan la información de la red. Algunos ejemplos de estos son: Webcrawler, Virtual Software Library, InterNet Exploration, Deja News, Infoseek, Lycos, Excite, Yahoo, La Brújula.

El más popular de los programas para explorar el WWW hasta el momento (con 70% del mercado) es Netscape, por los que se ha convertido en poco tiempo en el estándar mundial de visualizadores de WEB.

El crecimiento de estos programas puede analizarse en la siguiente tabla<sup>109</sup>:

	Hits totales (millones)	Cantidad de usuarios (millones)
Netscape Comm.	30.0	3.0
Yahoo	9.5	1.4
Starwav/ESPNET	8.5	2.0
Infoseek	6.0	0.9
Pathfinder (Time Warner)	4.8	1.4
Playboy	4.7	1.1
Hot Wired	3.0	0.4
Microsoft	3.0	0.3
Silicon Graphics	2.6	0.1
Lycos	2.1	1.8

Existen empresas que han creado catálogos de búsqueda en la WWiW, ofrecen servicios gratuitos tanto de búsqueda como de inclusión en el catálogo.

#### Crecimiento.

Sea cual sea el interés, se encontrará información sobre cualquier tema en la WEB. Normalmente ofrece mucha más información que de la que estaría disponible a través de catálogos o publicidad convencional, por lo que se está convirtiendo en un medio popular de información, educación, y negocios. La WEB es el principal responsable del auge de Internet, ya que es el lugar de Internet que más crecimiento está experimentando últimamente: se calcula que hay más de 50 millones de páginas Web en la Red, y su número crece a un ritmo vertiginoso. La Web, al facilitar la búsqueda de información, ha hecho

<sup>109</sup> <http://webhead.com/~sergio/awwa/queeswww>

que otros servicios de Internet como Gopher, Archie o WAIS se usen cada vez menos.

## Funcionamiento

La WWW o red de computación mundial, es una interface amigable para navegar en Internet. Lo que hace que el Web sea poderoso, es la idea de hipertexto o hipermedio, la mayoría de los accesos son a través de "links" (enlaces) de hipertexto que provienen de otras páginas.

HTTP: (Hyper Text Transfer Protocol-Protocolo de Transferencia de Hipertexto). Este protocolo pertenece al TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) y es el protocolo usado en la WWW para transmitir las páginas de información entre el programa navegador y el servidor. Es el lenguaje que utilizan los clientes web y los servidores web para comunicarse. Es por esto que frecuentemente se denomina a los Servidores Web como Servidores HTTP. El hipertexto es básicamente igual que el texto normal, pero además tiene la ventaja de poder enlazar partes de su contenido con otros documentos tan solo con seleccionar una parte de ese texto, lo que permite una fácil navegación y búsqueda de documentos a través de Internet. Estos documentos, así como sus enlaces o "links" forman el WWW. El hipertexto nos permite saltar de una página de web a otra, a través de los "hyperlinks" ó enlaces desde una pagina web a otra.

HTML: (Hyper Text Markup Language-Lenguaje de Marcas de Hipertexto). Es el procedimiento que se usa para transformar el tema de un archivo a archivo que puedan ser accesible en el Web. Es el lenguaje estándar usado para crear páginas de hipertexto y gráficos que forman los contenidos de la WWW. Algunos consideran al HTML como la "columna vertebral del WWW"<sup>110</sup>. La hypermedia es un superconjunto del hipertexto, consiste en enlazar cualquier elemento a otro que puede ser texto, gráficas, sonidos, esto permite que las páginas web puedan contener texto, imágenes, videos, sonidos, mundos en 3D.

Mediante documentos especiales (índices) es posible hacer búsquedas sobre la información contenida en la base datos de documentos. El URL (Uniform Resouce Tool-Localizador Universal de Recursos), permite localizar los distintos recursos de Internet.

---

<sup>110</sup> <http://webhead.com/~sergio/awwwa/queeswww>

## Usos

Por medio de la Web se puede realizar:

- Diseminación de Investigación;
- Hacer Pedidos de Productos;
- Soporte a Clientes;
- Realizar Encuestas;
- Presentaciones de Larga Distancia;
- Promociones;
- Interacción con el cliente.

Otra de las ventajas del WWW es que permite el acceso a muchas de las herramientas: cualquier cosa servida por Gopher, por WAIS, por un servidor de FTP; a un grupo de la News de USENET; a una máquina accesible a través de telnet; a cualquier documento en hipertexto, en la hytelnet, en techinfo, en texinfo.

Tanto el WWW, el Gopher y WAIS son sistemas basados en modelos cliente/servidor, pero se diferencian en los datos que manejan: en el gopher la información es un menú, un fichero o una conexión ftp/telnet; en el WAIS todo son índices sobre documentos en el WWW todo son documentos en hipertexto.

Existen otros servicios de Internet no tan conocidos ni populares, pero que siguen existiendo por razones prácticas e históricas. Algunos de ellos son: Gopher, Archie, Verónica, WAIS; son básicamente entornos de menús y búsqueda para navegar por servidores de FTP. Las listas de correo son servicios de mensajería entre grupos de personas.

## e) Otros servicios

### Gopher

Es un sistema de búsqueda de información en Internet a base de menús. Era el WWW en forma embrionaria. Cuando comenzó a inundarse de información Internet, el gopher surgió como una ayuda para organizar la información. Gopher provee una serie de menús por medio de los cuales, los usuarios pueden ingresar virtualmente cualquier tipo de información textual, incluyendo la que es proveída por los recursos de Internet. Hay muchos sistemas Gopher dentro de Internet, cada uno administrado localmente. Cada Gopher contiene cualquier información que las personas de Gopher local deciden compartir. Siempre que los Gophers sean sistemas estandarizados; estos pueden conectarse como otros Gophers. Esto hace que los Gophers sean bastante poderosos, ya que no importa qué Gopher ni qué información se esté usando, ya que la interfase es el mismo sistema de simples menús. Gopher sirve para encontrar información tal como anuncios clasificados, revistas y periódicos, catálogos de curso e información de productos, documentos de soporte, etc.

Es una herramienta que permite acceder a los distintos recursos que hay diseminados por Internet, para ello Gopher utiliza algunas de las herramientas como ftp, telnet, etc<sup>111</sup>.

### Servidores WAIS (Wide Area Information Server -Servidor de Información de Area Amplia).

Proveen otro método para encontrar información que se encuentra dispersa alrededor de Internet. Con Wais se pueden acceder diferentes tipos de bases de datos que el usuario desea buscar. El usuario especifica una lista de una o más llaves de búsqueda y Wais buscará cada palabra, en cada artículo, en todas las bases de datos que se especificaron. Es capaz de localizar desde texto, ficheros de sonido, imágenes, todo aquello que nos podamos imaginar. En WAIS siempre utilizaremos el mismo método de búsqueda independientemente de la Base de Datos a la que accedamos. La información puede residir en cualquier lugar y en muy diferentes tipos de ordenadores. En ningún momento necesitamos recordar ni saber donde está ni cómo acceder a esa información<sup>112</sup>.

<sup>111</sup> <http://www3.uniovi.es/Vicest/otros/FAQs/www.spanish.html>

<sup>112</sup> <http://www.eez.csic.es/manual/wais1.htm>

## Servicio Finger (dedo)

Es una utilidad que averigua si una determinada persona con la que se desea tener comunicación está conectado a la Red. Permite pedir información acerca de un usuario en particular. Con este servicio, conocido con el nombre de Finger, se puede encontrar el nombre de la persona y dependiendo de cómo esté configurado el servicio en la computadora, el usuario podría encontrar otros datos del usuario tales como el número del teléfono, la dirección de la oficina y otro tipo de información. La traducción literal es "Dedo", pero se debe entender como un servicio que proporciona alguna información de usuarios. En algunas ocasiones y por motivos de seguridad algunas máquinas no responderán a las preguntas "finger".

Los Directorios de Páginas Blancas son parecidos a Finger, puesto que se utilizan cuando se desea contactar a una persona de la que no se sabe su dirección. El nombre de "páginas blancas", viene a recordar la guía telefónica.

El Directorio X500 es una base de datos global referente a personas y organizaciones. La información que suele encontrarse se refiere a números de teléfono y direcciones de correo electrónico, fotografía, localización. Existen dos métodos de consulta dependiendo de la cantidad de información que tengamos del objeto.

## Archie

Existen programas para facilitar la localización de los documentos que buscamos en los distintos archivos de la Net, no en 3 horas, sino en unos segundos. Esto son Archie, Verónicas, etc. El nombre "Archie" fue concebido de la idea de "servidor de archivos" (Archive Server). Es un servicio de Internet que mantiene un catálogo actualizado de todo lo almacenado en la mayoría de las máquinas que ofrecen el servicio FTP anonymous, sirve para localizar archivos públicos que están disponibles a través de servidores FTP. Archie nos permite conocer el contenido de aquellos ordenadores que dispongan de servicio anonymous FTP, también nos permite buscar archivos a través de la lista de lugares FTP<sup>113</sup>.

Con el uso de Archie obtenemos el nombre de la máquina donde se puede hacer FTP, el directorio en el cual se encuentra el fichero, el tamaño de este fichero en bytes, y la fecha en la que ha sido archivado en esa máquina.

---

<sup>113</sup> <http://orca.ens.cetys.mx/archie.html>

Con Archie puede realizarse una consulta mediante una conexión remota (utilizando Telnet), asimismo se puede utilizar Archie mediante un mensaje por correo electrónico.

Verónica es un sistema de búsqueda en ordenadores Gopher. Gopher permite realizar un tipo de búsqueda denominada Verónica, con esta es posible utilizar palabras claves para localizar los recursos.

### **La Aplicación News (Newsgroup-Grupo de noticias)**

Es un grupo de noticias de Usenet, en el que los usuarios pueden participar enviando y contestando mensajes en público sobre un tema específico.

Esta aplicación permite añadirse a un grupo de personas que habla de un tema concreto y participar activamente en el grupo. Una de las ventajas que presenta frente al Correo Electrónico es que mantiene los artículos o noticias organizados y separados del correo ordinario. Con News es posible mirar por encima los artículos y quedarnos solo con los que nos interesan sin perder demasiado tiempo.

Los grupos de noticias (newsgroups) son similares a las listas de interés en el sentido de que participan una serie de personas que están interesadas en un tema particular. La diferencia con el correo electrónico es que en los grupos de noticias no es necesario suscribirse, y los mensajes no llegan a la casilla de correo electrónico personal como en las listas de interés. En los grupos de noticias los usuarios tienen que tener acceso a un computador que recibe todos los días los mensajes que se envían a los distintos grupos<sup>114</sup>.

Las Listas de Interés sirven para comunicar grupos de personas que tratan un tema en común. Cuando uno le envía un mensaje a la lista, este mensaje se replica y se reenvía a todas las personas que están inscritas. Para inscribirse en las listas hay que enviar un mensaje al servidor indicándole a cual lista uno desea inscribirse.

Dentro de las News hay más de 15.000 grupos de discusión referentes a distintos temas en los que se puede intervenir.

---

<sup>114</sup> <http://www.pronet.net.gt/menu/usando.htm>

**Usenet (User's Network"-la red de los usuarios).**

En sus orígenes, hacia 1979, se trataba de una red paralela a Internet, que circulaba de forma independiente, hasta que fueron unidas. Usenet por sí misma no es una red, es un sistema que utiliza software de News para el intercambio de noticias. Este es un sistema de grupos de discusión, en donde los artículos son distribuidos a través del mundo. En cada sitio de Internet, el administrador del sistema decide cuales grupos lleva o no a su sitio, por los que Usenet no está disponible donde quiera. Existen grupos de discusión, de debates, de preguntas, y respuestas, que incluyen temas como: agricultura, economía, etc<sup>115</sup>.

Las noticias o artículos están organizados por grupos. Los nombres de los grupos están formados por un nombre del grupo padre y sus subgrupos separados por un punto. Pueden existir grupos locales de Usenet.

Actualmente Usenet transmite más de 14.000 grupos de noticias. Para muchos, es uno de los servicios más importantes en la Red después del correo electrónico o la WWW.

Es conocida por ser la red que transporta los "grupos de noticias" (Newsgroups) o, como algunos les llaman para abreviar, "las news."

**IRC (Relay Chat-Canales de Charla).**

El Internet Chat Relay es el equivalente a las comunicaciones entre radioaficionados. Se pueden enviar y recibir mensajes en directo y charlar con otros usuarios<sup>116</sup>. Es un sistema de charla en tiempo real.

Es parecido a talk pero permite un número de canales de comunicación. Talk permite teclear mensajes en directo a una persona y recibir su contestación.

## **2.2 LOS NOMBRES DE DOMINIO**

### **A) ANTECEDENTES<sup>117</sup>**

El Dr. Jon Postel, miembro de la Universidad de California en los Angeles, a la que se le había encargado las tareas de desarrollo del ARPAnet, inició

---

<sup>115</sup> [http://seker.es/~Alvy/que\\_es\\_internet.html](http://seker.es/~Alvy/que_es_internet.html)

<sup>116</sup> [http://seker.es/~Alvy/que\\_es\\_internet.html](http://seker.es/~Alvy/que_es_internet.html)

<sup>117</sup> <http://wipo2.wipo.nt/process/esp/processhome.html>, Consultado el 24 de enero de 1999

una lista de nombres y direcciones del Sistema Central, esta lista creció y el DARPA permitió al Dr. Postel delegar los aspectos administrativos de mantenimiento de las listas al SRI; este conjunto de funciones pasaron a formar parte de la IANA (Autoridad de asignación de números de Internet)

Hasta los años 80, Internet sólo se utilizaba con fines de investigación. Las listas fueron perfeccionadas para mejorar el procedimiento.

En 1987 se desarrolló la NSFNET, red nacional de alta velocidad basada en los protocolos de Internet, esta red se convirtió en un eje central para conectar otras redes. Hacia 1991, la NSF coordina la parte no militar de la infraestructura de Internet, lo que incluía el servicio de registro de nombres de dominio.

El 31 de diciembre de 1992, la NSF celebró un acuerdo de cooperación con Network Solutions Inc (NSI) relacionado al registro de nombres de dominio; a partir de entonces la NSI tiene las funciones de registro, coordinación y mantenimiento del DNS.

La NSI registra los nombres de dominio en los dominios genéricos de nivel superior (gTLD) según el principio de primero en solicitar, primero en obtener.

En 1992, el Congreso de Estados Unidos, reconoció a la NSF la potestad reglamentaria para permitir la realización de actividades comerciales en la NSFNET.

En mayo de 1996, el Dr. Postel propuso la creación de registros de nombres de dominio de nivel superior múltiples, que implicaba la creación de 50 nuevos registros, los que a su vez tendrían la posibilidad de crear tres dominios de nivel superior por cada registro. Esta propuesta fue criticada en su momento, y fue hasta septiembre de 1996 cuando la IANA y la Sociedad Internet (ISOC) organizaron el Comité Internacional Ad Hoc (IAHC) con el objeto de resolver el problema de la administración de DNS, que concluyó con la emisión de un Memorandum de Entendimiento para el Espacio de Nombres de Dominios de Nivel Superior Genéricos del Sistema de Nombre de Dominios de Internet (que será analizado más adelante), en el que se establece la creación de siete nuevos gTLD.

Actualmente el órgano encargado de la gestión del espacio de nombres de dominio es el Comité Ad Hoc Internacional (IAHC), creado por la Sociedad Internet (ISOC) y la Internet Assigned Numbers Authority (IANA).

Existe un progresivo agotamiento de nombres de dominio, sólo en el Continente Americano, las direcciones liberadas superaron el millón en marzo de 1999. La Network Solutions Inc. (NSI) registra 95 000 nuevas direcciones al mes. La escasez de los nombres afecta principalmente a las direcciones que se identifican con marcas<sup>118</sup>.

## B) DEFINICIONES

Dominio, se ha definido como el conjunto de ordenadores que comparten características comunes en cuanto a acceso<sup>119</sup>.

Nombre de dominio, son los nombres únicos de los ordenadores fáciles de recordar, que identifican un ordenador en la red.

Nombre IP. Es el número de protocolo de Internet, que consiste en cuatro partes separadas por puntos, por ejemplo 132.65.37.45

Sistema de Nombres de Dominio (Domain Name System DNS), es el sistema que traduce los nombres de Internet a los números del IP para la transmisión de la información. Tiene por objeto localizar computadoras en Internet mediante la aplicación de nombres fáciles de recordar, relacionados con las direcciones IP que les correspondan. Este sistema es empleado en la red para asignar y usar universalmente nombres unívocos para referirse a los equipos conectados a la red. El DNS es una inmensa base de datos distribuida jerárquicamente en Internet. Es el sistema que permite administrar los nombres y direcciones y provee la traducción de un nombre a una dirección IP, asimismo permite el crecimiento del sistema de nombres de Internet por medio de una distribución jerárquica de dominios delegados<sup>120</sup>.

Los usuarios utilizan nombres DNS en lugar de direcciones numéricas de red IP.

---

<sup>118</sup> <http://www.reuna.cl/reuna/escas.html>, Consultado el 21 de junio de 1998

<sup>119</sup> <http://www.fie.us.es/enete.articulos/dominios.html>, Consultado el 21 de junio de 1998

<sup>120</sup> <http://w3mint.cleamer.conacyt.mx/internet/dns.html>, Consultado el 31 de enero de 1999

## C) ESTRUCTURA

El Sistema de Servidor Raíz, es el conjunto de trece servidores de fichero que contiene las bases de datos oficiales que catalogan a los TLD; la NSI se encarga del Funcionamiento del Servidor Raíz "A" y los doce restantes son administrados por distintas organizaciones, incluyendo la NSI<sup>121</sup>.

Las direcciones sirven para comunicar a unas máquinas con otras alrededor del mundo, esta dirección que identifica a una máquina se llama IP, administrada por el Network Information Center (NIC)

La dirección está formada por números, pero como los números son difíciles de recordar, se creó otro sistema de tal manera que se utilizarán nombres.

La dirección IP se compone de cuatro partes:

1. País en donde se localiza la máquina.
2. Organización, que es la empresa que posee la máquina.
3. Subred, es la red interna de la organización a la que está conectada la máquina.
4. Número de máquina, es el número que se le asignó a la máquina.

Cada uno de los datos antes mencionados tiene asignado un número y van separados por un punto. Ej: 132.248.65.47 donde 132 es el número asignado a México, 248 es número que pertenece a la UNAM, 65 es el número asignado al Instituto de Investigaciones Jurídicas y 47 es el número de un ordenador determinado. El nombre lleva un orden inverso a la dirección.

La asociación de nombres y direcciones IP se hacía a través de un listado contenido en el archivo HOST.TXT, el cual tenía que actualizarse y tenía que distribuirse en cada computadora; los nombres eran palabras escogidas de manera que eran únicas. Este sistema dejó de funcionar cuando el número de equipos conectados era excesivo. Para una mejor localización de las máquinas, se creó el sistema de dominio de nombres, que es una base de datos que contiene las equivalencias entre nombres y números<sup>122</sup>.

---

<sup>121</sup> <http://wipo2.wipo.int/process/esp/processhome.html>, Consultado el 24 de enero de 1999

<sup>122</sup> [http://www.nic.ve/Venic\\_dns.html](http://www.nic.ve/Venic_dns.html), Consultado el 24 de enero de 1999

No todos los nodos tienen la misma estructura, como el caso de Estados Unidos, en donde la estructura de direcciones a pesar de ser jerárquicas, no tienen que especificar el país y esto las hace diferentes a las del resto del mundo.

Dentro de los servidores de un dominio existen dos jerarquías<sup>123</sup>:

1. El servidor PDC (Primary Domain Controller)
2. Los Servidores BDC (Backup Domain Controller)

Para cada dominio hay un solo PDC y probablemente varios BDC.

Una dirección es por ejemplo <http://www.unam.edu/>

donde:

http Significa Hiper Text Transfer Protocol que es un protocolo utilizado por la www para la comunicación entre ordenadores en la red.

www Son las siglas de World Wide Web, que significa red mundial.

Estos dos elementos no son parte del nombre de dominio, pero son necesarios en cualquier dirección.

unam Corresponde al nombre de la institución.

edu Corresponde al dominio de nivel superior genérico aplicado para instituciones educativas.

Entre las ventajas del uso de nombres, podemos mencionar que es más cómodo y menos técnico que el uso de números y entre las desventajas de su uso es que se debe tener la certeza de que no existan dos computadores con el mismo nombre y se hace necesario un mecanismo que convierta los nombres a direcciones numéricas.

---

<sup>123</sup> <http://www.fie.us.es/enete.articulos/dominios.html>, Consultado el 21 de junio de 1990

## D) CLASIFICACION

El Espacio de Nombres de Dominio, se divide en nombres de nivel superior, (TLD), que a su vez, se dividen en dominios de segundo nivel, y estos en dominios de tercer nivel y así sucesivamente.

- Los nombres de dominio de primer nivel
- Los nombres de dominio de segundo nivel Dominio de Segundo Nivel (SLD Second Level Domain) es el nivel de nombres de dominio que está por debajo del TLD.
- Otros nombres de dominio

TLD es el primer nivel de jerarquía, y se clasifica en: Country Codes y Códigos genéricos. El Registro de los ccTLD y de los gTLD se rigen por las normas del encargado de cada registro<sup>124</sup>.

-- Country Codes (ccTLD), es un código para cada país que consta de dos letras. La globalización de Internet hizo necesario que cada país se responsabilizara de sus nombres.

-- Códigos genéricos (gTLD) consta de tres letras: edu, com, gov, org, mil, net, store, info, web, firm, nom y arts.

Los TLD nacionales o código de país (ccTLD), son los asignados para cada país, y son administrados por los gobiernos correspondientes o por entidades privadas de conformidad con el gobierno correspondiente. Generalmente, los dominios geográficos de cada país, son simplemente abreviaciones estándar de dos letras de los nombres de países, en el idioma inglés. La excepción para este esquema es la Gran Bretaña. Su abreviación internacional es gb, pero también usa el dominio uk para "united kingdom". Estos son los códigos estándar según la norma ISO 3066 establecido por las naciones unidas. Algunos ejemplos de dominios geográficos son:

at	Austria
au	Australia
ca	Canadá
ch	Suiza
de	Alemania

<sup>124</sup> [http://www.nic.ve/venic\\_dns.html](http://www.nic.ve/venic_dns.html), Consultado el 24 de enero de 1999

dk	Dinamarca
es	España
gt	Guatemala

Los Dominios de Nivel Superior Genéricos (gTLD, Generic Top Level Domains) o simplemente llamados: Dominio de Nivel Superior (TLD Top Level Domain) que es el nivel más alto de los nombres de dominio; son extensiones de fichero que denotan la dirección de un sitio Internet en la red. Existían tres nombres de dominio de estas características: ".com", ".org" y ".net". Actualmente estos dominios son utilizados por un 38% de los nodos Internet y se espera un aumento<sup>125</sup>.

Además de estos tres dominios se han creado otros para optimizar las búsquedas a los usuarios<sup>126</sup>.

1. .com Se establece para empresas de tipo comercial.
2. .gov. Para instituciones estatales o gubernamentales.
3. .edu Para instituciones educativas y universidades.
4. .org. Para organizaciones internacionales no gubernamentales, no lucrativas.
5. .net Para instituciones u organizaciones vinculadas al trabajo de redes.
6. .mil Para organizaciones vinculadas a la defensa de los Estados Unidos.

La NSI era la encargada del registro y difusión de los dominios .com, .net y .org, pues sus funciones terminaron el 30 de septiembre de 1998.

La IAHC, ha establecido la creación de siete nuevos dominios del nivel superior genéricos que se suman a las ya existentes, que son<sup>127</sup>:

1. .firm Para firmas o empresas compresas comerciales.

<sup>125</sup> <http://www.itu.int/newsroom/press/releases/1997/itu-07-es.html>, Consultado el 21 de junio de 1998, Comunicado de Unión Internacional de Telecomunicaciones

<sup>126</sup> <http://www.reuna.cl/reuna/nuedomin.htm>, Consultado el 21 de junio de 1998

<sup>127</sup> <http://www.reuna.cl/reuna/nuedomin.htm>, Consultado el 21 de junio de 1998

2. .store Para tiendas comerciales.
3. .web Para organizaciones que tienen actividades relacionadas con la Word Wide Web.
4. .arts Para organizaciones cuyas actividades son culturales y de entretenimiento.
5. .rec Para organizaciones con actividades de recreación.
6. .info Para entidades que prestan servicios de información.
7. .nom Para identificar sitios individuales o personales en la web.

Estos nuevos dominios rigen su funcionamiento por el Consejo de Registradores, creado en el MoU.

El objeto de aumentar los dominios es el de facilitar y optimizar la búsqueda de los usuarios.

#### **E) LA ASIGNACION**

El sistema de registro de nombres de dominio estaba administrado por la empresa Network Solutions Inc (NSI) de Estados Unidos, quien se adjudicó el derecho en virtud de un contrato establecido con la Fundación Nacional de la Ciencia de Estados Unidos, que venció en 1998.

La Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) fue creada para administrar el Sistema de Nombres de Dominio de Internet. Actualmente la autoridad encargada de asignar los nombres Internet es la Internet Assigned Numbers Authority (IANA), organismo que estableció un Comité Especial Internacional (IAHC International Ad Hoc Committee), encargado de elaborar recomendaciones sobre la administración de los dominios de nivel superior; desde 1996; con el IAHC se abordaron las cuestiones de las marcas con los nombres de dominio, mismas que finalizaron en 1997 con la adopción del Memorandum de Entendimiento sobre el espacio de nombres de dominio de nivel superior genéricos del sistema de nombres de dominio de Internet (gTLD-MoU).

La Autoridad encargada de asignar las direcciones IP Internet, IANA, delega bloques de direcciones IP a los registros regionales, que son los encargados de administrar los dominio y que actualmente son 3<sup>128</sup>:

1. El RIPE NCC (RIPE Network Coordination Center) que funciona a nivel europeo.
2. El AP-NIC (Asia Pacific Network Center) que es el encargado de la región Asia-Pacífico.
3. ARIN realiza sus funciones en América Latina y el resto del mundo. Algunos señalan que es InterNIC.

Los registros regionales proporcionan lotes de direcciones numéricas a los mayores proveedores de servicios y estos a su vez, a los proveedores más pequeños, quienes los distribuyen a los usuarios. Los dominios de primer nivel (Top Level Domains o TLDs) son gestionados por distintos registros delegados de Internet.

Los dominios de cada país (ccTLD) se delegaron de la siguiente manera<sup>129</sup>:

Dominios nacionales:

Europa:

- Alemania (Dominio: DE)

DE-NIC, DEutsches Network Information Center

- Andorra (Dominio: AD)

NIC Andorra

- Bélgica (Dominio: BE)

DNS-BE, DNS-BE Registration Office

- Dinamarca (Dominio: DK)

DKNIC, Danish Network Information Center

- España (Dominio: ES)

ES-NIC, Delegated Internet Registry for Spain

<sup>128</sup> <http://www.nic.es/registros-internet.html>, Consultado el 21 de junio de 1998

<sup>129</sup> <http://www.nic.es/registros-internet.html>, Consultado el 21 de junio de 1998

- Francia (Dominio: FR)  
NIC France, French Network Information Center
  - Grecia (Dominio: GR)  
GR HOSTMASTER
  - Holanda (Dominio: NL)  
Dutch Domain Registry
  - Hungría (Dominio: HU)  
Council of Hungarian Internet Providers (CHIP), Budapest, Hungarian registry
  - Irlanda (Dominio: IE)  
IE Naming Authority
  - Italia (Dominio: IT)  
GARR (Italian) Network Information Service
  - Luxemburgo (Dominio: LU)  
RESTENA Internet Domain Registration
  - Portugal (Dominio: PT)  
Fundação para a Computação Científica Nacional
  - Suiza (Dominio: CH)  
Domain Name Registration Service for Switzerland
  - Reino Unido (Dominio: UK)  
UK Network Information Centre,
- América del Norte:
- Canadá (Dominio: CA)  
The Canadian Domain Registry
  - México (Dominio: MX)  
NIC-Mexico
  - USA (Dominio: US)  
The US domain registration services

Otros dominios son:

- Tonga (Dominio:TO)

- Nieu (Dominio: NU)

Los requisitos de asignación de los nombres de dominio varían de un país a otro, a continuación se establecen los requisitos en algunos países:

### Costa Rica.<sup>130</sup>

La IANA delegó en la Academia Nacional de Ciencias el Dominio Superior (TLD) CR para Costa Rica.

NIC Internet Costa Rica es la entidad responsable de la administración del dominio CR.

Los subdominios que se han creado bajo Cr son:

AC Sector académico, educación superior e investigación.

CO Sector comercial.

ED Educación general, educación no formal, primaria y secundaria.

FI Sector financiero.

GO Sector gobierno.

OR Organizaciones no gubernamentales y asociaciones voluntarias.

SA Sector salud.

El número total de dominio para Costa Rica es de 3976.

Para el registro de un nombre de dominio, es requisito indispensable que cada dominio tenga al menos dos servidores de nombres (primarios y secundarios)

---

<sup>130</sup> <http://www.nic.cr/dominios.html>, Consultado el 31 de enero de 1999.

La estructura de los nombres de dominio para Costa Rica es "xxx.co.cr."

La tarifa para los dominios de tercer nivel es una cuota anual; los dominios bajo AC.CR, ED.CR y GO.CR están exentos del pago de la tarifa.

## Chile<sup>131</sup>

En Chile, el Registro de nombres de dominio Cl es administrado por el Departamento de Ciencias de la Computación de las Universidad de Chile (DCC), conocida como NIC Chile, quien recibe las solicitudes para nombres de dominio.

Se cobran aranceles por inscripción, revalidación, modificación, eliminación o mantención de un nombre de dominio.

Pueden solicitar la inscripción de un nombre de dominio: las personas naturales domiciliadas o legalmente vecindadas en Chile; las personas jurídicas públicas o privadas, corporaciones y entidades de derecho público o privado debidamente constituidos.

Está prohibido solicitar el registro de un nombre de dominio que ya esté registrado en el Registro de Nombres de Dominio.

Cuando se presentan dos solicitudes para un nombre de dominio, se autorizará la que primero haya sido recibida y si no hay conformidad por alguno de los solicitantes, se nombrará un árbitro del Centro de Arbitrajes y Mediaciones, quien emitirá un dictamen de adjudicación del nombre de dominio; contra la resolución del árbitro, no procede recurso alguno.

Es responsabilidad del solicitante, cumplir con las normas legales vigentes en el territorio de Chile y no infringir los derechos de terceros.

Los nombres de dominio pueden ser transferidos por causa de muerte o por actor inter vivos.

El nombre de dominio es eliminado a petición del titular de la inscripción y por resolución de autoridad competente. La inscripción caduca cuando han transcurrido 90 días sin estar operando los servidores del nombre y por no haber sido revalidado en un plazo de un año.

---

<sup>131</sup> <http://www.nic.cl/reglamento.html>, Consultado el 21 de junio de 1998.

El Centro de Comunicaciones CSICRed IRIS es el registro delegado de Internet en España (conocido como ES-NIC), por delegación de la Internet Assigned Numbers Authority (IANA). Desde la Introducción de Internet, en 1990, es la responsable de la gestión del dominio de DNS de primer nivel para España ".es". El Es-Nic es la autoridad encargada de la asignación y registro de nombres de dominio de segundo nivel bajo ".es", en España.

Las normas que rigen el registro de los nombres de dominio, conforme al ES-NIC son:

1. Pueden registrar nombres de dominio, las organizaciones legalmente establecidas en España como son los Colegios de Profesores, Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Partidos Políticos, Sindicatos, etc; por lo tanto, las personas físicas no pueden registrarlos, pues deberán hacerlo a través de las organizaciones antes mencionadas.

2. Sólo es posible registrar un dominio por organización; la organización tiene la facultad de crear subdominios de tercer o ulterior nivel.

3. Los requisitos que debe llenar el nombre para ser registrado son:

- No estar registrado.
- Cumplir las normas de sintáxis.
- No estar comprendido en las prohibiciones absolutas.
- Cumplir con las derivaciones de los nombres de dominio.

4. Los nombres de dominio de segundo nivel se otorgan bajo el criterio de "first come, first served".

Para tener acceso a Internet es necesario disponer de un proveedor de servicios de Internet (ISP)

Las reglas de sintaxis, establecen como caracteres válidos a las letras del alfabeto inglés, los dígitos y el guión; el primer y último caracter no

---

<sup>132</sup> <http://www.nic.es/normas/normasreg.html>, Consultado del 24 de enero de 1999

puede ser el guión. El número de caracteres mínimo es de tres y máximo de sesenta y tres, lo recomendable es que sea mínimo de 5 y máximo de 24.

Las prohibiciones absolutas para un nombre de dominio son:

- Que coincida con un nombre de dominio de DNS de primer nivel.
- Que sea un topónimo, por ejemplo países, provincias, pueblos, islas.
- Que sea un genérico de productos, como profesiones, religiones, sectores, actividades.
- Que coincida con protocolos, aplicaciones y terminología de Internet, como FTP, Telnet, WWW.
- Que sea contrario a la Ley o al orden públicos.
- Que coincida con el nombre de una organización, acrónimo o marca distinto del que lo solicita.
- Que se refiera a nombres propios o apellidos, salvo que los mismos constituyan marca registrada.
- Que se integre por una secuencia de dígitos, salvo que corresponda a una marca o nombre comercial registrado.

En cuanto a las derivaciones de los nombres de dominio, se refiere a que una organización puede registrar el nombre de la misma y un acrónimo del nombre de la organización que esté registrado en la Oficina Española de Patentes y Marcas, también es posible registrar un nombre comercial y la marca de la organización.

La titularidad y responsabilidad de un nombre de dominio recae sobre la organización que solicitó el registro y por lo tanto ella es la única responsable por violación a los derechos de propiedad intelectual e industrial.

Las disputas que se presenten sobre el derecho de uso de un nombre de dominio será resuelta por los cauces legales normales.

Entre 1992 y 1996, el ES-NIC asignaba las direcciones IP, pero actualmente estas se obtienen a través de los proveedores de acceso a Internet. Los proveedores obtienen las direcciones IP al proveedor de tránsito o del registro delegado de Internet en Europa (RIPE-NCC)

#### **Estados Unidos.**

El dominio Us es administrado directamente por la IANA, este código es utilizado, por lo general, por las entidades gubernamentales, estatales y locales y tiene un uso mínimo en materia de comercio, ya que se utilizan más los dominios organizacionales.

La falta de utilización del dominio US ha generado tensiones entre las empresas y los titulares de marcas, ya sea de empresas norteamericanas entre sí o de éstas con otras que compiten por el mismo nombre de dominio.

#### **Guatemala<sup>133</sup>**

CIR-INTERNet Guatemala (CIR-GT), es la entidad responsable de la administración del dominio GT. El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de Guatemala avala la administración que la INTERNIC delega en la Universidad del Valle de Guatemala para administrar el dominio de alto nivel "gt". La administración se realiza a través del Centro de Información de Redes de Guatemala (CIR).

La IANA delegó en la Universidad del Valle de Guatemala el dominio superior GT (TLD) para Guatemala, siendo la Universidad miembro activo del CONCYT y de la red MAYANet, estará en el CIR el servidor de nombres secundario.

El dominio se otorga a cualquier entidad o empresa que funcione o tenga su representación en la república de Guatemala.

Bajo el dominio GT, se establecieron los siguientes subdominios:

EDU Instituciones educativas.

GOB Dependencias del gobierno.

ORG Organizaciones no gubernamentales.

---

<sup>133</sup> <http://ns.gt/cir/cir.htm>, Consultado el 31 de enero de 1999

COM Entidades comerciales.

MIL Dependencias de las fuerzas armadas.

NET Entidades que proveen infraestructura en la red nacional.

Los dominios solicitados serán otorgados bajo uno de los subdominios antes mencionados. La estructura es: xxxx.com.gt

El dominio solicitado debe reflejar lo mejor posible el nombre de la entidad solicitante.

Es recomendable que los nombres no tengan más de 8 caracteres, incluyendo letras y dígitos.

El CIR se encarga de verificar que no se dupliquen los nombres y de llevar un registro de los dominios que se hayan otorgado.

Es requisito indispensable que cada dominio tenga al menos dos servidores de nombres, sin punto de falla común.

El registro del dominio podrá ser anulado si se comprueba que no ha sido utilizado en un periodo de más de seis meses o bien que se le dé un uso distinto para el que fue otorgado.

Las tarifas por inscripción y administración de nombres de dominio son establecidos por el CONCYT en forma anual. El pago de la tarifa cubre el registro del nombre y la administración por dos años.

El número de dominios para Guatemala es de 344.

## México<sup>134</sup>

Mx. DomainNames.com es uno de los principales registradores en México y uno de los mayores agentes de nombres de dominio en el mundo. Este sitio ofrece el registro de nombres de dominio con las extensiones .com y .mx.

La demanda los nombres de dominio se ha centrado en las que tienen que ver al nombre de una sociedad (xxx.com ) o que revelan el contenido de la dirección (noticias.com).

---

<sup>134</sup> <http://www.mx.domainnames.com/>, Consultado el 21 de junio de 1998.

El Network Information Center (NIC-México) es el encargado de los dominios para México:<sup>135</sup>

com.mx Para entidades comerciales y otras

org.mx Para asociaciones no lucrativas

net.mx Para proveedores de servicios de red

edu.mx Para instituciones de educación o investigación

gob.mx Para instituciones gubernamentales

Nic-México cobra el registro y mantenimiento de los nombres de dominio para .com, .net y .org; los demás son gratuitos.

La longitud de un nombre de dominio no debe exceder los 26 caracteres; son caracteres válidos los números, las letras y el guión, sin que deban empezar ni terminar con el guión, ni llevar dos guiones.

Con el registro del nombre de dominio no se adquieren derechos de marcas registradas; es responsabilidad del usuario del dominio no violar derechos sobre marcas registradas o derechos de propiedad intelectual.

En los conflictos entre nombres de dominio y marcas, el IMPI es la autoridad competente para resolverlos.

El nombre de dominio puede ser eliminado de la red por diversas razones:

1. A petición del responsable del dominio.
2. Falta de pago de la cuota de registro o mantenimiento.
3. No mantener un servicio de resolución.
4. Por disposición de autoridad.
5. Por uso de nombres de dominio no comerciales con fines lucrativos.

---

<sup>135</sup> <http://www.nic.mx>, Consultado el 20 de agosto de 1999.

El registro del nombre de dominio tiene una duración de dos años, al término de los cuales, hay renovación por medio del pago de las cuotas de mantenimiento.

## **Panamá**<sup>136</sup>

PANNet es el NIC oficial delegado por InterNIC que administra el dominio .PA para Panamá. El ccTLD de Panamá es "PA" y se han aceptado como subdominios:

AC Para Instituciones de educación superior e investigaciones.

GOB Para agencias gubernamentales.

COM Para entidades comerciales.

ORG Para Instituciones sin fines de lucro.

SLD Para organizaciones de salud.

EDU Educación general, no formal, primaria y secundaria.

NET Para proveedores de servicios Internet.

La estructura del nombre de dominio para Panamá es "xxxx.com.pa." Se estableció el requisito de contar con dos servidores de nombres que soporten el dominio que se pretende registrar.

Pueden solicitar registro de nombre de dominio, las organizaciones panameñas de cualquier tipo que cuenten con una razón social debidamente registrada.

El dominio a registrar no debe coincidir con ninguno de los dominio ya existentes bajo el mismo tipo de organización.

El solicitante es el responsable de verificar que su solicitud no esté violando una marca registrada.

El nombre de dominio puede estar constituido por letras, números y el guión; este último no debe aparecer como primer o último carácter del nombre de dominio seleccionado. El número mínimo de caracteres aceptable es de 5 y máximo de 26.

---

<sup>136</sup> <http://www.nic.pa.pregunt.html>, Consultado el 31 de enero de 1999.

El nombre no debe ser una palabra obscena o que cause daños a terceros.

Las tarifas para el registro y mantenimiento de un dominio cubre un plazo de dos años.

Venezuela<sup>137</sup>

Ve-nic (Reaccium- Red académica de Centros de Investigación y Universidades Nacionales) es la encargada de la asignación y registro de los nombres de dominio de Internet en el nivel de .VE. Esta organización registra los dominios bajo el criterio de "el primero que llega es al que se otorga el registro". El solicitante es el responsable de la selección del nombre; al presentar su solicitud manifiesta que la información es verdadera y no interfiere los derechos de tercero.

Pueden registrar nombres, cualquier persona nacional o jurídica, tratándose de extranjeros, deben estar válidamente constituidas.

El registrante debe mantener en su solicitud que el nombre no viola los derechos de terceros.

El solicitante deberá señalar el número de registro marcario cuando la solicitud verse sobre marcas de productos, de servicios o nombres comerciales. Respecto a las controversias, se ha establecido que la existencia de una marca comercial se prueba mediante la presentación de una copia certificada, con fecha de emisión no superior a seis meses.

El titular de la marca, deberá notificar al titular del nombre de dominio que está violando los derechos que tiene sobre la marca comercial, deberá proporcionar a VE-NIC una copia de la notificación.

Si la fecha de activación del nombre es anterior a cualquier acto que establezca derechos sobre una marca (fecha de primer uso, fecha de vigencia del registro), el titular de nombre de dominio podrá continuar con el uso del nombre.

Requisitos de registro:

1. No estar registrado.

---

<sup>137</sup> [http://www.nic.ve/politicas\\_Nic.html](http://www.nic.ve/politicas_Nic.html)

2. Cumplir las normas de sintaxis.

3. No estar comprendido dentro de las prohibiciones absolutas.

Normas de sintaxis:

Los caracteres válidos son las letras del alfabeto inglés y el guión, la longitud mínima recomendable es de 5 caracteres y la máxima de 24.

Prohibiciones Absolutas:

- Se integre con nombres de dominio de DNS del primer o segundo nivel.
- Se componga de un topónimo
- Se integre con un genérico de productos, servicios, sectores, profesiones, actividades.
- Coincida con la terminología de Internet.
- Se componga con términos que sean contrarios a la ley, al orden público, ofensivos o malsonantes.
- Coincida con un acrónimo o marca de una organización distinta a la que se solicita.
- Se refiera a lugares geográficos, excepto para el dominio ".gov.ve"
- Se refiera a aspectos oficiales.

La estructura del nombre de dominio para Venezuela es "xxxx.edu.ve."

Como condición para el registro, se ha establecido que el solicitante deberá tener operativos dos servidores de nombres.

La organización registrante es la responsable del uso del nombre de dominio, así como de la violación de derechos de propiedad intelectual.

El registro del nombre de dominio puede ser revocado por no mantener los dos servidores de nombres de dominio activos y por orden de tribunal federal o estatal de Venezuela.

#### **F) LOS NOMBRES DE DOMINIO EN LA LEGISLACION MEXICANA Y EN EL RESTO DE MUNDO**

La protección de los usuarios de los nombres de dominio en Internet está propiciando una reglamentación de la asignación y administración.

A continuación daremos una breve explicación de los intentos de regulación en materia de nombres de dominio a nivel internacional.

#### **Declaración de Política sobre la Administración de los nombres y direcciones de Internet.<sup>138</sup>**

El 10. de julio de 1997, el presidente Clinton, recomendó al Secretario de Comercio la privatización del Sistema de nombres de Dominio con el objeto de aumentar la competencia, lo que dio lugar a que el Departamento de Comercio emitiera una invitación a formular comentarios respecto a diversas cuestiones como la administración del DNS, la creación de nuevos dominios, la administración del registro y los problemas jurídicos de las marcas.

Esta declaración fue presentada por el Departamento de Comercio de los Estado Unidos (conocida como Libro Blanco), abordando el tema de la administración de los nombres de dominio. Uno de los objetivos de esta declaración, es instar a la OMPI a:

1. Elaborar recomendaciones para alcanzar un enfoque sobre la solución de controversias en materia de marcas/nombres de dominio.
2. Recomendar un procedimiento de protección de las marcas famosas en los dominios de nivel superior genéricos.
3. Evaluar los efectos sobre los titulares de derechos de propiedad intelectual por la creación de nuevos gTLD.

La declaración de política no contiene disposiciones obligatorias, no tiene fuerza ni efecto de ley.

---

<sup>138</sup> <http://wipo2.wipo.int/process/esp/processhome.html>

La declaración de política, se refiere a la privatización del sistema de nombres de dominio para lograr una competencia fuerte y que facilite la participación internacional en la administración de los nombres direcciones de Internet.

La declaración de política, establece los principios que regirán la nueva entidad:

1. Estabilidad. El abandono del gobierno de los Estados Unidos en el funcionamiento del sistema de direcciones de Internet por números y por nombres, garantizará la estabilidad del sistema.

2. Competencia. La Internet es un sistema descentralizado que alienta la innovación, potencia la libertad individual, disminuye costos y alienta la diversidad.

3. Coordinación Privada a partir de la base.

4. Representación. La red debe funcionar en beneficio de toda la comunidad y para ello se requiere que esté integrado por miembros procedentes de todo el mundo.

Se prevé que tanto los titulares de las marcas, como los solicitantes de nombres de dominio, deben tener acceso a las bases de datos sobre nombres de dominio registrados, con el objeto de que se pongan en contacto en caso de que surja un conflicto.

#### **Memorándum de Entendimiento Para el Espacio de Nombres de Dominios de Nivel Superior Genéricos del Sistema de Nombre de Dominios de Internet (MoU)**

En abril de 1998 se estableció el Memorándum de Entendimiento que tiene por objeto establecer estructuras políticas reguladoras.

En el Memorándum de Entendimiento sobre nombres de dominio se pretende terminar con el monopolio que tiene la NSI en cuanto a registro de nombres de dominio.

En el Memorándum se creó el Comité Especial Internacional (International Ad Hoc Committee (IAHC), encargado de elaborar recomendaciones sobre la administración de los dominios de nivel superior; de la misma manera se crea el Consejo de Registradores (Council of Registrars CORE), es una

organización integrada por los registradores autorizados para administrar las asignaciones de dominios de nivel superior.

Otro de los objetivos del Memorándum es el de establecer una estructura de autoreglamentación, así como políticas y procedimientos para la administración del espacio de nombres de dominio; la estructura de autoreglamentación se compone de los siguientes órganos:

1. Depositario del Memorándum, que será el Secretario General de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. El papel de la UIT en el desarrollo de Internet es relevante en cuanto que es la organización Internacional de Telecomunicaciones por excelencia.
2. Organo Consultivo de Política, formado por los signatarios de MoU, y su facultad será formular recomendaciones al Comité de Supervisión de Política.
3. Comité de Supervisión de Política, integrado por particulares y expertos con conocimientos generales y especializados en la materia.
4. Consejo de Registradores, es una organización compuesta de registradores reconocidos encargada de administrar las asignaciones de los dominios de nivel superior genéricos.
5. Grupos de Impugnación de Nombres de Dominio Administrativo, (Administrative Domain Name Challenge Panels ACP) son agrupaciones que tiene por objeto examinar las impugnaciones formuladas por terceros, respecto a las asignaciones de nombres de dominio de segundo nivel; sus decisiones no afectan las atribuciones de los Tribunales regionales o nacionales competentes para examinar los casos de interpretación y aplicación de los Derechos de Propiedad Intelectual.

En el MoU se ha planteado la posibilidad de designar 28 nuevos registradores en diversas regiones del mundo que se encargarán de asignar los nombres genéricos de dominio.

En el MoU se establecen los mecanismos de solución de controversias en materia de marcas/nombres de dominio que consiste en someter las partes en conflicto a la mediación y arbitraje de la OMPI.

Con ello se pretende alcanzar el respeto por las marcas registradas, evitando la apropiación indebida de nombres.

El 30 de enero de 1998, el gobierno de los Estados Unidos a través del Departamento de Comercio y la NTIS publicó el Libro Verde, que se refiere a la política relativa al DNS.

Establece los cuatro principios que regirán la evolución del Sistema de Nombres de Dominio: la estabilidad, la competencia, la coordinación privada a partir de la base y la representación.

De la misma manera, señala que son funciones del DNS:

1. Establecer una política relativa a los lotes de números IP y dirigir su asignación.
2. Supervisar el funcionamiento del sistema de servidor raíz de Internet.
3. Supervisar la política de determinación de las circunstancias en que se añadirían nuevos dominios de nivel superior al sistema raíz.
4. Coordinar la elaboración de otros parámetros técnicos del protocolo, necesarios para mantener la conectividad universal de Internet.

Se dispone la separación de la autoridad de asignación de nombres de la autoridad de asignación de números lo que permitirá el ahorro de costos y una mejor conectividad.

Establece la creación de una nueva entidad responsable de las funciones del DNS, que hasta hoy están controladas por la NSF que trabaja por encargo del Gobierno Norteamericano; se prevé que en octubre de 1998, el gobierno de los Estados Unidos habría transferido sus funciones a la nueva entidad, quedando como supervisor, hasta que la nueva entidad estuviera establecida. Se prevé que la nueva entidad se establezca en Estados Unidos y podría ser la IANA, una institución gubernamental internacional.

Se ha señalado que la nueva entidad debe estar representada por todos los intereses de la comunidad Internet.

---

<sup>139</sup> <http://wipo2.wipo.int/process/esp/processhome.html>

Se propuso la creación de 2 empresas comerciales: el registro de los nombres de dominio de segundo nivel y la administración de los registros de nivel superior genérico, que actuarán en un entorno competitivo.

Respecto a la creación de nuevos gTLD, se señala la posibilidad de que el gobierno de Estados Unidos en cooperación con la IANA añada hasta cinco nuevos gTLD con el objeto de aumentar la competencia a corto plazo, pero se ha establecido que esta función debe realizarla la nueva entidad.

La Comisión europea rechazó la propuesta del Gobierno Norteamericano, al considerar que lo que se busca es la consolidación de Estados Unidos sobre Internet.

#### Informe Final De la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual<sup>140</sup>

Desde julio de 1998, la OMPI ha llevado a cabo un proceso internacional de consultas con el objeto de formular recomendaciones a la entidad encargada de administrar el sistema de nombres de dominio, la Corporación de Asignación de Nombre y Números de Internet (ICANN), relacionadas con cuestiones derivadas de la interfaz entre los nombres de dominio y los derechos de propiedad intelectual.

En el informe final que la OMPI ha presentado a la ICANN y a los Estado Miembros se han sugerido las siguientes recomendaciones:

1. La posibilidad de que la ICANN adopte una política de solución de controversias, en la que se ofrezca un procedimiento administrativo de solución de controversias derivadas de la mala fe y el registro abusivo de nombres que infrinjan derechos de marcas.
2. Que el procedimiento administrativo sea rápido, eficaz, rentables y se realice en línea; las decisiones del procedimiento se limitarán a ordenar la anulación o la transferencia de registros de nombres de dominio y la atribución de los costos del procedimiento a la parte perdedora.
3. Introducir un mecanismo en el que el titular de una marca famosa o notoriamente conocida pueda excluir en algunos o todos los gTLD el nombre de la marca, con el objeto de impedir que una persona distinta del titular registre la marca como nombre de dominio.

---

<sup>140</sup> <http://wipo2.wipo.int/Process/esp/processhome.html>.

4. La creación de nuevos gTLD, para evitar la confusión de los usuarios, la desconfianza que se esta creando con Internet.

#### México.

En nuestro país todavía no existe una regulación formal del nombre de dominio, esto se debe a que todavía no aparecen las controversias sobre el uso de los nombre de dominio.

En cuanto al desarrollo de las nuevas tecnologías, la regulación que existe, está encaminada principalmente a regular la informática, de esta forma ha surgido la relación derecho e informática, en la que se incluyen dos ramas: Informática Jurídica y Derecho de la Informática.

De las dos ramas antes mencionadas, la que nos interesa es la segunda porque surge de la necesidad de regular el fenómeno informático, es decir cuando la informática comenzó a ampliar su campo de aplicación y a invadir esferas económicas, sociales, culturales, educativas, políticas.

El Derecho de la Informática ha sido definido como "el conjunto de leyes, normas y principios aplicables a los hechos y actos derivados de la Informática"<sup>141</sup>. Por su parte, Juan José Ríos Estavillo señala que es "el conjunto de normas jurídicas que regulan la creación, desarrollo, uso, aplicación de la informática o los problemas que se deriven de la misma en las que exista algún bien que es o deba ser tutelado jurídicamente por las propias normas"<sup>142</sup>.

Existen distintos puntos de vista en cuanto a la clasificación del derecho de la informática, Carlos Barriuso Ruiz<sup>143</sup> lo divide en: la Protección de la Intimidad, Datos Personales, Programas de Ordenador, Bases de Datos; Contratos Informáticos; Responsabilidad Civil Derivada de la Informática; la Contratación realizada por medios electrónicos; Prueba en el Proceso Judicial a través de Sistemas Electrónicos e Informáticos; Falta y Delito Informático; y Mundo Laboral, Legislación; por su parte, Julio Téllez<sup>144</sup>

---

<sup>141</sup> Téllez Valdés, Julio, Derecho Informático, 2a. edición, Mc graw-Hill, México, 1966, p. 58.

<sup>142</sup> Ríos Estavillo, Juan José, Derecho e Informática en México. Informática Jurídica y Derecho de la Informática, UNAM, México, 1997, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Serie E, Varios, No. 83, p. 73.

<sup>143</sup> Barriuso Ruiz, Carlos, Interacción del Derecho y la Informática, Editorial Dykinson, 1996, España, p. 64.

<sup>144</sup> Téllez Valdés, pp. 59, 60.

clasifica lo clasifica en: regulación de los bienes informacionales, protección de datos personales, flujo de datos transfronterizos, protección de los programas, delitos informáticos, ergonomía informática y valor probatorio de los soportes modernos de información.

Es en el ámbito del derecho de la informática donde el fenómeno de Internet ha empezado a ser analizado; el problema se plantea desde el punto de vista del flujo de datos transfronterizos.

El Flujo de Datos Transfronterizos para Hermilio Tomás Azpilcueta<sup>145</sup> lo constituye "la circulación internacional de los antecedentes, ideas y fundamentos". El Consejo Económico de la Organización de las Naciones Unidas lo ha definido como "la circulación de Datos e información a través de las fronteras nacionales para su procesamiento, almacenamiento y recuperación".

Los problemas sobre el flujo de datos surge cuando la transmisión de la información comienza a traspasar las fronteras nacionales. Por ser este fenómeno de carácter internacional requiere un tratamiento especial del derecho.

Julio Téllez<sup>146</sup> habla de implicaciones positivas y negativas en materia de Flujo de Datos Transfronterizos, señalando entre las primeras el favorecimiento de la paz y la democracia, el favorecimiento en el progreso técnico y crecimiento y la interdependencia económica de las naciones; entre los aspectos negativos señala a la vulnerabilidad social, amenaza a la identidad cultural, dependencia económica exagerada e incidencias económicas notorias.

Con las autopistas de la información el fenómeno del flujo de datos transfrontera adquiere mayor importancia para el derecho. Una conexión a Internet permite establecer contacto con Bases de Datos de cualquier país, lo que requiere una regulación sobre este aspecto a nivel Internacional.

En el futuro se espera potenciar el teletrabajo e Internet sería una vía importante en el desarrollo de estos objetivos. Internet de esta forma está abarcando aspectos del derecho Laboral, pues habrá un cambio en las relaciones laborales.

---

<sup>145</sup> Tomás Azpilcueta Hermilio, Derecho Informático, Abeledo Perrot, Argentina, p. 47.

<sup>146</sup> Téllez Valdés, pp. 78-80.

En México, las nuevas tecnologías están empezando a ser reguladas en algunas disposiciones que analizaremos a continuación.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. El artículo 6o. de la Constitución es la base constitucional del Derecho de la Informática, ya que en él se establece el derecho a la libertad de expresión e Internet es un medio donde puede ejercerse este derecho.

El artículo 28 de la ley suprema es el fundamento constitucional para la protección de los autores e inventores.

Ley Federal de Telecomunicaciones, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de junio de 1995, en cuanto a la transmisión de señales vía satélite.

Ley Federal del Derecho de Autor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996. El artículo 13 fracción XI de la Ley establece como una rama objeto de protección del derecho de autor a los programas de computación, la reglamentación específica se encuentra en los artículos 101 al 114 referentes a los Programas de Computación y las Bases de Datos.

Ley de Propiedad Industrial, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de junio de 1991 como Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, denominación que fue sustituida por la de Ley de Propiedad Industrial por decreto de 27 de julio de 1994. El título Quinto bis regula lo relacionado a los esquemas de trazado de Circuitos Integrados como adición al avance tecnológico.

## CAPITULO III

### PROPUESTA DE SOLUCION A LA PROBLEMÁTICA JURIDICA DE LOS NOMBRES DE DOMINIO

#### 3.1 INTERNET Y SUS EFECTOS SOCIALES, POLITICOS, ECONOMICOS, JURIDICOS Y CULTURALES.

Antes de entrar al estudio de la problemática de los nombres de dominio con el derecho de las marcas, se hace necesario establecer algunas de las repercusiones de las nuevas tecnologías en la sociedad, principalmente en los ámbitos social, político, económico, jurídico y laboral, todo ello con el objeto de dejar precedente sobre el futuro que nos espera.

##### Social

A decir de Davara Rodríguez, el avance tecnológico "está bloqueando la posibilidad de realización del individuo en su cualidad básica: la de persona"<sup>147</sup>, y coincidimos con ello puesto que la tecnología puede ser un arma peligrosa para el ser humano, pero todo depende de la utilización que se le dé, ya que podría lograrse un equilibrio en los intereses en juego; la mala utilización de ella genera grandes problemas sociales.

Las nuevas tecnologías están desarrollando los conceptos de información y de comunicación, que cada día se hacen más importantes en el desarrollo de cualquier relación social.

Las labores rutinarias están siendo absorbidas por las nuevas formas de comunicación, pero las comunicaciones no sólo inciden en las actividades comunes, sino también en las ideas y sentimientos que se transmiten. Se ha buscado el remplazo de la cultura por una más productiva y racional.

El desarrollo de las tecnologías se está dando en forma rápida; sin embargo, la recepción no ha sido global, puesto que en los países subdesarrollados, la cultura tecnológica es mínima. Se está creando una sociedad mundial, que a su vez estará formada por clases sociales, de las cuales, la más favorecida será aquella que haya desarrollado mejor las nuevas tecnologías. Hace 180 años hubo un cambio de la sociedad agraria a la era industrial y ahora estamos en medio del cambio de la sociedad industrial a la sociedad de

---

<sup>147</sup> Davara Rodríguez Miguel Angel, De las Autopistas de la Información a la Sociedad Virtual, Aranzadi Editorial; 1996, España, p. 14.

la información; "las partes del mundo que no tienen acceso al teléfono, no hicieron la transición a la era industrial."<sup>148</sup>

Se están desarrollando nuevas relaciones sociales en las cuales no es necesario que se conozca a la otra parte; están por producirse cambios tanto en la estructura social como en la escala de valores; los valores son transformados a valores mecanizados.

La elección de entre una amplia diversidad de bienes y servicios no significa la libertad cuando sirven como medios de control social, por ejemplo la televisión y la radio son formas de control que reclaman al individuo en su totalidad.

La tecnología lleva consigo hábitos y actitudes prescritas, hasta las reacciones emocionales están preestablecidas.

Se promueve el pensamiento unidimensional por los prestadores de los bienes y servicios.

Otro aspecto negativo es la falta de libertad bajo la atadura a libertades creadas y comodidades.

La automatización puede crear nuevos conflictos de los intereses de clase.

La esclavitud del hombre por las nuevas tecnologías es bastante racional, eficaz y con un futuro prometedor.

La sociedad industrial avanzada se enfrenta a una materialización de los ideales; la cultura pierde parte de su verdad al convertirse en una cultura material; las actividades culturales se ha convertido también en formas de restricción del individuo. Actualmente se tiene acceso a las bellas artes haciendo uso de una computadora, pero se llega a ellas con un contenido modificado; las artes sucumben ante la realidad tecnológica.

La transformación física lleva consigo la transformación de lo que transmite y como consecuencia, cambia la mente de las personas, vgr: los bosques, villas, son remplazados por ciudades, aparecen los aviones, autos; estas áreas dejan de ser áreas de contradicción.

---

<sup>148</sup> <http://www.clarin.com.ar/Interenar/Mccracken/nota.html>.

La mecanización ha disminuido la energía instintiva del individuo, el ambiente en que el hombre tenía placer ha sido no sólo modificado, sino que ha disminuido y con ello empieza a ejercerse el control del hombre.

La libertad sexual ha aumentado, pero sólo como un valor de mercado, integrándose al trabajo y las relaciones públicas; pero es libre en toda su expresión, más bien es controlado.

La sociedad "convierte todo lo que toca en una fuente potencial de progreso y explotación, de cansancio y satisfacción, de libertad y opresión"<sup>149</sup>.

El conformismo es una etapa de la racionalidad tecnológica como una nueva forma de conducta; las personas están contentas con lo que tienen, por lo que no se preocupan de nada.

En la sociedad actual se han creado formas unidimensionales de pensamiento y conducta. En el razonamiento tecnológico, se identifican las cosas con sus funciones, excluyendo así otras funciones. Se dan órdenes sugestivas, imponiéndose conductas a las personas, sin que ella la perciba: el hombre empieza a operar. "El lenguaje funcionalizado, contraído y unificado es el lenguaje del pensamiento unidimensional"<sup>150</sup>. El lenguaje utilizado en las tecnologías no explica, sino que comunica decisiones y da órdenes; este lenguaje se extiende en el mundo contemporáneo a través de países capitalistas y no capitalistas.

El lenguaje constituye un medio de control cuando transmite información, impone verdades y mentiras; ello no significa que los derechos de la libertad de expresión se vean afectados puesto que se está generando una redefinición del pensamiento. Los conceptos se convierten en una forma de represión del pensamiento, son parte de la ciencia de manipulación que desarrolla el control social. Este medio de control apareció desde tiempos antiguos, antes de la sociedad tecnológica.

Los descontentos generales son convertidos en descontentos personales, logrando que la solución sea más sencilla.

---

<sup>149</sup> Marcuse Herbert, El Hombre Unidimensional, Ensayo sobre la ideología de la Sociedad Industrial Avanzada; Editorial Joaquín Mortiz, México 1968, Tr. Juan García Ponce, p. 98.

<sup>150</sup> Marcuse, Herbert, El Hombre..., p. 115.

La máquina es el medio para ejercer el control. El aparato tecnológico mejora la vida de los individuos, pero al mismo tiempo los subordina a quienes la controlan.

El pensamiento tiene una transformación, ya no se cuestiona lo que sucede a su alrededor, ni busca más soluciones de las que están dadas: aparece una nueva ideología. El hombre expresa lo que le es dado con una conducta no sólo unidimensional, sino manipulada. Las ilusiones son destruidas ante lo que está dado.

El individuo utiliza el lenguaje de sus dominadores, benefactores y anunciantes, el lenguaje impuesto por ellos. El lenguaje deja de ser multidimensional para convertirse en unidimensional: ya no importa el significado ni la interpretación de las cosas, ya todo está dado.

"Hay dos clases de dominio: uno represivo y otro liberalizador. El último envuelve la reducción de la miseria, la violencia y la crueldad"<sup>151</sup>.

La socialización empieza en el hogar, impidiendo el desarrollo de la conciencia.

La supresión de anuncios, de la TV, medios de comunicación, de diversión superflua, llevarían al individuo a conocerse a sí mismo y de conocer a su sociedad, así se lograría la desintegración de los sistemas represivos prevalecientes.

La creación de nuevas necesidades es uno de los objetivos de la sociedad industrial avanzada; se crean necesidades buenas y falsas.

El hombre se ha reprimido desde siempre, y la civilización es un medio por el cual restringe su existencia, no sólo social, sino biológica. La represión ha sido necesaria para el progreso de la sociedad; esta represión surge cuando se han satisfecho las necesidades primarias del individuo, y surgen de esta manera las necesidades restringidas. Los deseos del hombre son organizados por la sociedad.

La sexualidad es uno de los instintos que son reprimidos en la sociedad tecnológica (sexo virtual).

---

<sup>151</sup> Marcuse, Herbert, El Hombre..., p. 253.

La primera represión es impuesta por los padres; después los influjos culturales y sociales representan otra de las formas de represión, con lo que la última represión es la impuesta por la sociedad.

Con el progreso de la civilización, el hombre lleva una vida preestablecida, por eso se dice que el hombre está enajenado (enajenado con su trabajo, con satisfacer sus necesidades no vitales)

El tiempo es otro de los factores que son modificados en la nueva civilización, puesto que el tiempo de trabajo empieza a reducirse y el tiempo libre, como uno de los efectos de la automatización, es mayor, es entonces cuando la sociedad crea nuevas formas de entretener al hombre; surge así la industria de la diversión que tiene por objeto controlar el tiempo de ocio.

La represión del hombre no es un fenómeno que haya surgido en esta época, más bien, su origen se encuentra en las primeras generaciones.

Algunas de las instituciones represivas que ha creado la sociedad son: la familia monogámica, la propiedad privada, la ternura, la amistad, la angustia, el amor, la confianza. Las relaciones de padres e hijos, de amistad o de pareja son reprimidos y controlados con el progreso de la civilización.

La civilización ha traído como consecuencia la destrucción de la vida (humana y animal), la crueldad y el odio.

Las actividades de descanso aumentan en el individuo, dejando aun lado las actividades intelectuales.

El hombre, desde su niñez se conforma con lo que la sociedad, a través de la radio, la televisión le presentan. Los controladores de los medios de comunicación transfieren al niño los valores que requieren para su posterior dominio. Los periódicos y las revistas exponen los mismos ideales con el objeto de formar una conciencia reprimida. Los medios de diversión y de información hacen ignorante a la gente, puesto que se transmite lo que sus controladores quieren.

La religión ha sido debilitada en la nueva civilización. El hombre ya no busca escapar a un mundo diferente.

La muerte constituye un medio de represión en tanto que una amenaza constante, pero al mismo tiempo puede constituir una forma de libertad, la libertad final.

La felicidad existente es una felicidad controlada por los medios tecnológicos, es una felicidad creada.

## Político

El control del poder está determinado por el manejo de la tecnología y como es sabido, el dominio del desarrollo de las tecnologías lo tienen los países más desarrollados (como Estados Unidos, Japón, Unión Europea) siendo los países menos desarrollados los que están en peligro de ser absorbidos por aquéllos; estos países que no tienen ventaja en el desarrollo tecnológico, tienen que aprovechar los avances tecnológicos creados por las grandes potencias, para no terminar absorbidas por ellas. El desarrollo de los países atrasados puede sucumbir a una forma de neocolonialismo o a un sistema más o menos terrorista.

El progreso tecnológico ha creado nuevas formas de vida, que ha sido aceptada por la mayor parte de la sociedad, iniciándose de esta forma la "conquista científica del hombre"<sup>152</sup>. Las tecnologías sólo favorecen a ciertos sectores, lo que significa un privilegio para unos cuantos; es necesario que todos los sectores se vean beneficiados con las nuevas tecnologías, pues de lo contrario, estaremos frente a un "intento de intervención colonizadora"<sup>153</sup>. La colonización vendrá de Estados Unidos o de la Unión Europea. La aparición de las nuevas tecnologías puede convertirse en una "dictadura tecnológica"<sup>154</sup>.

El ámbito administrativo también está cambiando con las nuevas tecnologías, ya que permiten un manejo más eficiente de las actividades administrativas: manejo de la información. Las nuevas tecnologías permiten ejercer control no sólo sobre los datos que contiene, sino también sobre las personas y esto es cada vez más evidente.

La soberanía de los Estados se pone en tela de duda con las nuevas tecnologías, puesto que están rebasando las fronteras de los Estados sin regulación alguna. Con Internet se transpasan las fronteras de los Estados,

---

<sup>152</sup> Marcuse, Herbert, El Hombre..., p. 16.

<sup>153</sup> Davara Rodríguez, p. 56.

<sup>154</sup> Davara Rodríguez, p. 119

puesto que puede enviarse información de cualquier índole, incluso la que afecta la soberanía de los Estados, por lo que su existencia no puede dejar de regularse.

Las nuevas formas de dominación ya no se ejercen por medio del terror, ahora el nuevo medio de control se realiza con las tecnologías.

La neutralidad de la tecnología no existe, puesto que la tecnología sirve más como medio de control de la población, que como progreso de la sociedad; la tecnología crea relaciones sociales que juegan un papel importante en la política, convirtiéndose en un instrumento de la política. La sociedad industrial contemporánea es totalitaria en el sentido de que hay una "coordinación técnico-económica no terrorista que opera a través de la manipulación de las necesidades por intereses creados", "El poder de la máquina es sólo el poder del hombre almacenado y proyectado"<sup>155</sup>.

La sociedad avanzada está convirtiendo el progreso científico y técnico en un instrumento de dominación, caracterizándose por una tendencia hacia la consumación de la racionalidad tecnológica y esfuerzos internos para contener esta tendencia dentro de las instituciones establecidas.

El aparato político puede ser destruido, pero el tecnológico siempre es conservado, sin darse cuenta que causa igual o más daño que aquél.

Los órganos de control también son más dependientes de las tecnologías.

Se hace evidente que habrá un cambio en la política de los grandes bloques de poder: socialista y capitalista. La sociedad comunista es al igual que la capitalista represiva.

Toda la historia ha sido una historia de la dominación. La forma de dominación ha pasado de la dependencia personal a la dependencia al orden (a las leyes).

El progreso trae como consecuencia la destrucción. La opresión de la naturaleza como instrumento precede al desarrollo de toda organización técnica particular.

---

<sup>155</sup> Marcuse, Herbert, El Hombre..., p. 25.

La falta de instituciones que representen el individuo llega a la creación de universales como: nación, partido, empresa, iglesia, y estos llevan a la represión de la sociedad.

El sistema que ofrece una mayor pacificación es el que alcanza una mayor dominación de la realidad.

La conquista de la naturaleza lleva a la conquista del hombre por el hombre, así como la dominación de la naturaleza significa la dominación del hombre por el hombre.

La dominación funciona como administración. La forma y los medios de protesta se hacen ineficaces. La actitud pasiva de la población hace que estos medios de protesta desaparezcan.

Anteriormente la liberación estaba permitida para unos cuantos, ahora, la dominación se ha extendido a todos los sectores.

La civilización ha ido cambiando sus formas de dominación del hombre; la escasez y el aumento de las necesidades son formas de dominación del hombre; actualmente las formas de dominación son más productivas y benéficas y se ejercen por un grupo de individuos para satisfacer sus propios intereses.

El hombre va a rebelarse contra la represión que se le impone buscando su liberación, pero al mismo tiempo va a crear otra forma de dominación más efectiva y la ciencia es una de las formas más represivas que ha conocido la humanidad.

En la sociedad tecnológica son las autoridades las que imponen las prohibiciones, fortaleciéndose con ello la forma de dominación.

El grado de represión varía con el progreso de la civilización, cada vez se torna "más impersonal, objetiva, universal y también cada vez más racional, efectiva, productiva"<sup>156</sup>.

Cuando los oprimidos por la dominación logran derrotarla, imponen un nuevo sistema que será igual o más represivo que el anterior.

---

<sup>156</sup> Marcuse, Herbert, Eros y Civilización, una investigación filosófica sobre Freud, Editorial Joaquín Mortiz, México, 1965, Tr. Juan García Ponce, p. 101.

La administración ha sido la forma que ha tomado la dominación para alcanzar sus objetivos. El aparato productivo se está despersonalizando, los órganos de control están tomando mucha importancia.

La civilización promete la libertad, la justicia y la paz a cambio de la libertad individual.

Tiene que existir la dominación para que la civilización con su progreso tecnológico exista; quitar los controles establecidos sería retornar etapas precivilizadas.

La civilización requiere de la autoridad para mantener la vida y dar protección a los miembros de la sociedad; esta autoridad es ejercida por el ingeniero, el policía, el médico.

### **Económico**

El acceso a Internet es hoy en día una problemática de tipo económico, no todos tienen acceso a la red; al igual que en un tiempo los objetos de labranza se convirtieron en un lujo para los que los poseían, hoy, Internet es un medio al que pocos tienen acceso. Según informes de las Naciones Unidas, "más del 50% de la población mundial nunca hizo un llamado telefónico"<sup>157</sup>.

Las potencias más beneficiadas con el desarrollo de la tecnología son las grandes potencias, como E.U., los países miembros de la Unión Europea, puesto que son ellos quienes tienen mayores posibilidades de desarrollarse.

Es necesario el abaratamiento de los costes de utilización y de acceso a redes y equipos de información, para no ser presa de las grandes potencias.

El concepto de empresa será transformado. El área mercantil se está caracterizando por la utilización de los medios electrónicos, muchas de las operaciones se realizan por estos medios y el tiempo en que se pueden realizar las operaciones a través de las nuevas tecnologías es mucho más rápido que en los medios tradicionales.

La tecnología debe verse como un componente del desarrollo humano, pero no del desarrollo de intereses particulares, sino de toda la comunidad.

---

<sup>157</sup> <http://www.clarin.com.ar/Interenar/mccracken/nota.html>

La satisfacción de las necesidades están siendo condicionadas por las nuevas tecnologías. Hay necesidades verdaderas y necesidades falsas, son falsas aquellas que son impuestas al individuo por quienes tiene el control de la tecnología, como son las que aumentan la agresividad, la miseria y la injusticia.

Las relaciones de producción han cambiado, no así la tecnología, que siempre ha permanecido.

El hombre cae en la esclavitud al ser utilizado como un instrumento, es "la forma más pura de servidumbre: existir como un instrumento, una cosa"<sup>158</sup>.

El estado con economía de bienestar es restrictivo en los siguientes aspectos:

1. El tiempo libre técnicamente disponible.
2. La cantidad y calidad de los bienes y servicios técnicamente disponibles para las necesidades vitales individuales.
3. La inteligencia.

La sociedad tecnológica ha aumentado las necesidades "parasitarias y enajenadas"<sup>159</sup>.

La sociedad industrial lucha por alcanzar la realidad unidimensional, pretende imponer un pensamiento de dominación a través de la pacificación de la humanidad.

El progreso se logra limitando las formas de satisfacción, pero con ello se ha logrado satisfacer necesidades que antiguamente no era posible hacer, se puede con ello alcanzar una mejor vida para todos.

Las empresas están tomando la forma de grandes asociaciones que dejan a un lado la personalidad de quien las dirige.

Los bienes y servicios que se compran, controlan las necesidades de los consumidores, siendo la comodidad otra de las formas en que la sociedad controla al ser humano; estas comodidades artificiales toman la forma de

---

<sup>158</sup> Marcuse, Herbert, El Hombre..., p. 54.

<sup>159</sup> Marcuse, Herbert, El Hombre..., p. 71

necesidades reales. Uno de los objetivos de la civilización es satisfacer todas las necesidades básicas con un mínimo de tiempo y de energía física.

## Jurídico

El ámbito jurídico también se verá afectado por los cambios en las relaciones sociales; esto se está evidenciando en los derechos de propiedad intelectual e industrial, que están empezando a resentir los cambios en las relaciones sociales. En Internet se ha encontrado la participación de tres sujetos: el que envía la información, el que recibe la información y el que da el acceso a la red; es este aspecto particular de la red lo que dificulta su regulación.

Las legislaciones de los Estados deben cambiar para ajustarse a los cambios que se han producido y que se están produciendo.

La libertad de expresión y el derecho a la privacidad están tomando otras formas de tratamiento, ya que las nuevas tecnologías facilitan el acceso a información de carácter privado. Internet es un medio en el que se transmite información, por lo que el derecho a la libertad de expresión y el derecho de acceso a la información pueden ser ejercidos a través de ella.

El ámbito legislativo también está siendo transformado con las nuevas tecnologías, no sólo en el sentido del acceso a la información jurídica, sino en su dirección y forma de aplicación: habrá la posibilidad de una mayor participación en la creación de las normas, una norma puede prever los efectos de su aplicación a un grupo social.

Actualmente existe una falta o una mala regulación de los fenómenos tecnológicos, lo que hace necesario que el jurista tome en cuenta con mayor seriedad los cambios tecnológicos.

Señala Losano que son 3 las revoluciones en la historia del derecho: "la evolución de la escritura, de la imprenta y de la ordenación electrónica de los datos"<sup>160</sup>.

La protección de la información en los medios tecnológicos es segura en cuanto utiliza métodos más sofisticados; se ha señalado que es posible dar autenticidad a un documento electrónico sin problemas de veracidad, pero al

---

<sup>160</sup> Losano, M., Los Grandes Sistemas Jurídicos, Trad. de A. Ruiz Miguel, Ed. Debate, Madrid, 1982, p. 41. Cit. por Davara Rodríguez, p. 144.

mismo tiempo, la modificación de un documento es una de las formas en que no se hace segura la utilización de las TIC.

La forma de contratación también está cambiando en las nuevas tecnologías.

El potencial de peligro que presentan las nuevas tecnologías es imperceptible y el derecho no puede desconocer la realidad social que se está presentando, más bien tiene que ponerse a trabajar para evitar una catástrofe jurídica. La utilización de las nuevas tecnologías pone en duda el concepto de seguridad, no hay la certeza de evitar la interceptación de mensajes. En las nuevas tecnologías pueden cometerse delitos, vulnerándose los derechos de los titulares de información. Los actuales tipos penales pueden encuadrarse en las conductas realizadas en medios electrónicos. En algunos países ya existe lo que se denomina delito informático, sin embargo nuestra legislación no lo ha reconocido.

Existe una falta de adecuación del derecho a los nuevos problemas jurídicos que están por enfrentarse. Las normas deben ser las mínimas necesarias en una sociedad que respete los principios básicos. No sólo se trata de crear normas, sino también es necesario crear la estructura que permita su aplicación.

La libertad de pensamiento y palabra deben prevalecer como un privilegio dentro de la esclavitud prevaleciente. La igualdad del hombre es uno de los postulados de la filosofía, pero también su negación lo es. Es necesario difundir los conocimientos sobre Internet entre los encargados de administrar justicia, pues quienes legislan y quienes aplican la ley, son los que deben estar al tanto de los cambios sociales, económicos y tecnológicos, con el objeto de resolver los problemas cuando se presenten.

### **Laboral**

La actividad laboral también está sufriendo cambios con la aparición de las nuevas tecnologías, de esta forma ha aparecido lo que se denomina teletrabajo, que puede definirse como el trabajo a distancia por medios tecnológicos.

El teletrabajo puede presentar ciertas ventajas frente al trabajo convencional, pues permite reducir costes, ahorra tiempo, pueden crearse nuevos puestos, ayuda a la conservación del medio ambiente fomenta el individualismo y la independencia; sin embargo también tiene inconvenientes:

puede producir una nueva forma de explotación, pierden poder los grupos sindicales, evita las relaciones sociales, deshumaniza al individuo, hay cambios en el comportamiento del trabajador.

Si bien se ha dicho que el teletrabajo es un medio para evitar problemas existentes, también es cierto, que su aparición puede generar nuevas formas de conflictos laborales.

La edad de la persona ya no será un requisito para desarrollar un trabajo; la falta de experiencia es otro de los requisitos que pueden ser superados. Los mandos intermedios de control desaparecerán, y existirá una relación directa patrón-trabajador.

La clase trabajadora está pasando por una transformación decisiva, siendo factores de dicho cambio:<sup>161</sup>

1. Disminución de la energía física, modificando la actitud y el nivel de los explotados, se pasa a una habilidad técnica y mental.

2. Asimilación de los empleos; el trabajador está perdiendo su autonomía profesional; la producción se determina por la máquina y no por la producción individual.

3. Integración social y cultural de la clase trabajadora; se modifica la actitud y la conciencia del trabajador.

4. Debilitamiento de la posición negativa de la clase trabajadora; ya no es una contradicción viviente para la sociedad establecida.

Algunos aspectos negativos de la automatización son:

- Aumento de la velocidad.
- Falta de empleo tecnológico.
- Fortalecimiento de la posición administrativa.
- Impotencia y resignación del trabajador.

---

<sup>161</sup> Marcuse, Herbert, El Hombre..., pp. 46-53.

El aumento de las comodidades y de la productividad del trabajo propicia la sumisión del hombre al aparato técnico.

El trabajo socialmente necesario es mecanizado e individualmente represivo.

El trabajo técnico tiende a reducir no sólo el esfuerzo físico, sino también el mental.

La automatización pretende reducir el tiempo de trabajo al mínimo y hacer que el tiempo libre sea completo.

El trabajo ha jugado un papel importante en el desarrollo de la sociedad dominante, puesto que mediante él es como se satisfacen las necesidades. El individuo al trabajar, no satisface sus propias necesidades sino la de aquellos que dominan el aparato productivo.

### **3.2 LOS PROBLEMAS JURIDICOS DE LOS NOMBRES DE DOMINIO. LA CONFUSION DE LOS USUARIOS.**

Los problemas jurídicos de los nombres de dominio frente al derecho Intelectual, principalmente con el derecho marcario, han surgido en diversas partes del mundo, situación que puede presentarse en nuestro país.

La necesidad de una regulación de los dominios de nivel superior se debe a los problemas que plantea el sistema actual como son:

1. El uso de nombres y marcas registradas conocidas por personas o compañías que tratan de vender el derecho a utilizar esos nombres o marcas a los propios titulares de las mismas. Al respecto se ha planteado la posibilidad de crear grupos internacionales de expertos independientes administrados por la OMPI.

2. Otro de los problemas a solucionar es el referente al registro de los nombres de dominio de nivel superior genéricos en manos de una sola compañía, la Network Solutions Inc (NSI) de Estados Unidos, que ha ocasionado que otras organizaciones establezcan registros "pirata" con lo que ponen en peligro la titularidad nacional e internacional de las marcas registradas.

Alrededor del mundo se han presentado diversos problemas jurídicos en torno a los nombres de dominio, de los cuales, algunos se han resuelto tomando en

cuenta la legislación sobre Propiedad Intelectual de cada país, otros han sido resueltos por otras vías y en algunos no hubo resoluciones favorables a los titulares de las marcas.

Para Javier A. Maestre, la problemática jurídica de los nombres de dominio se divide en dos categorías<sup>162</sup>: las disputas entre particulares y las relacionadas con el derecho público; las primeras, a su vez, pueden clasificarse atendiendo a la función del derecho concreto que se vea afectado en: de derecho marcario, de derecho de autor o actos de competencia desleal.

Por su parte, Jonathan Agmon, establece la siguiente clasificación de controversias entre agentes privados<sup>163</sup>:

1. Apropiaciones del nombre de dominio.
2. Apropiaciones insuficientes del nombre de dominio.
3. Coincidencias fortuitas.

A continuación mencionaremos algunos de los casos, que se han presentado sobre nombres de dominio, mismos que pueden ser consultados a través de Internet en la dirección: <http://www.purplesys.es/users/dibu/casos.htm>.

#### A) ESPAÑA

En España han comenzado a surgir los problemas en torno a nombres de dominio, uno de los casos es el relacionado con el dominio "ozu"; en España estaba registrado como marca por una sociedad y en Estados Unidos se registró el nombre de dominio ozu.es; la cuestión radica en que cada parte reclama el derecho a utilizar el nombre "ozu".

La resolución que pone fin al problema, constituye la primera actuación de un órgano jurisdiccional español en relación con nombres de dominio. La resolución, de 30 de diciembre de 1997 del Juzgado de Primera Instancia de Bilbao, dispone que la conducta del demandado suponía una violación de los

---

<sup>162</sup> Maestre Rodríguez, Javier A., Planteamiento de la Problemática Jurídica de los nombres de dominio: Comentario de la Sentencia dictada en el caso "Panavisión", septiembre 1997,

<http://www.purplesys.es/users/dibu/articulo.html>.

<sup>163</sup> Jonathan, Agmon, y otros, Página de la Facultad de Derecho de la Universidad de George Washington, <http://www.law.georgetown.edu/lc/internic/recent/recl.html>

derechos del titular de la marca; se tomó en cuenta que la parte demandada (ADVARNET) probó la existencia del Certificado del Registro de la Marca OZU, emitido por la Oficina Española de Patentes y Marcas, con lo que se resolvió que la demandada (OZUCOM) hacía uso de una marca sin el consentimiento de su titular.

#### **B) FRANCIA**

El caso tiene que ver con la Sociedad "Sapeso", quien es titular de la marca "atlantel" y por consiguiente, tiene registrado el dominio "atlantel.fr"; por otra parte, la Sociedad ICARE registró en Estados Unidos el dominio "atlantel.com". Sapeso demandó a ICARE con el objeto de que abandone el dominio "atlantel.com", el caso fue resuelto por una resolución judicial del Tribunal de Grande Instance de Bordeaux de 22 de julio de 1996.

Otro caso tiene que ver con el Municipio Saint-Tropez con el dominio saint-tropez.com, este caso también ha sido resuelto por un Tribunal Judicial.

#### **C) REINO UNIDO**

En este país existen varios casos, uno de ellos es el caso "Pitman"; una empresa registró el dominio "pitman.com.uk", mismo que no utilizó por un tiempo y cuando decidió hacerlo, otra empresa lo estaba utilizando, razón por la cual la demandó y la cuestión fue resuelta por una resolución que reconoció el derecho al primero que hizo el registro.

Otro caso, que es interesante para la materia, es el que sostuvieron cinco compañías británicas contra Richard Conway y Julian Nicholson, estos últimos registraron nombres de dominio coincidentes con las marcas comerciales de las compañías por lo cual fueron demandados. La resolución Judicial, que puso fin al caso, condenó a los demandados con base a la reiterada conducta y el claro propósito especulativo que tuvieron al registrar los nombres de dominio, esta resolución no consideró ilícito que el registro hubiera afectado las marcas de las compañías.

#### **D) ALEMANIA**

En Alemania el problema ha surgido relacionado a nombres de localidades, un ejemplo de ello el relacionado con la ciudad de Heidelberg, quien reclama el uso del dominio "heidelberg.de" por considerar que los usuarios de la red, asociarán el dominio registrado con el nombre del Municipio.

Otro caso es el relacionado con la ciudad de Brounschweig y el dominio "braunschweig.de", asimismo el de la ciudad de Kerpen y el dominio "kerpen.de", en este último caso la demanda fue desestimada.

#### **E) BELGICA**

El caso se refiere a un dominio que incluía el nombre de una compañía belga llamada "Tractebel", la resolución efectuada por el Tribunal de Comercio de Bruselas de 6 de junio de 1997, resolvió que no se puede privar de sus derechos al titular del nombre de dominio aunque coincida con el nombre de otra sociedad; la resolución fue apelada y está pendiente de resolución.

#### **F) HOLANDA**

Uno de los casos más importantes es el que enfrentó a cinco compañías contra IMG Holland N.V, quien registró los nombres de dominio: labouchere.com, banklabouchere.com, snsbank.com, staalbankiers.com, deltalloyd.com, ohra.com y vsbbank.com, mismos que coincidían con las marcas de las compañías.

La resolución de 29 de agosto de 1996, que resolvió el caso de la marca XLINK registrada por el demandante contra el titular del dominio, consideró que el uso del dominio no violaba los derechos del titular de la marca, basándose en el principio de especialidad que establece que no hay riesgo de confusión cuando los productos de una empresa y de otra son diferentes.

#### **G) ITALIA**

El caso enfrenta a dos dominios, el "amadeus.net" y el "amadeus.it".

#### **H) AUSTRALIA**

En este país, Asia Pacific Internet Company (APIC) es un proveedor de servicios de Internet que registró el dominio sydney2000.net y ha sido demandado por el Comité Organizador de los Juegos Olímpicos del Año 2000 (Sydney Organising Committee for the 2000 Olympic Games, SOCOG) quien manifiesta su oposición la registro del dominio.

## **I) NUEVA ZELANDA**

La ISOCNZ, es la entidad que gestiona el registro de nombres de dominio de segundo nivel bajo ".nz" y ha sido demandado por Oggi Advertising Limited, quien señala que el registro del dominio "oggi.co.nz es una violación del derecho de marca que posee sobre "oggi".

## **J) ESTADOS UNIDOS**

En este país es en donde se han presentado más casos relacionados con los nombres de dominio. Algunos de ellos los relatamos a continuación:

- Panavision International vs Dennis Toeppen. El demandado registró el dominio "panavision.com", que es una marca registrada de panavisión. La sentencia reconoció el derecho de Panavisión a usar el dominio.

- Kaplan Educations Centers vs Princeton Review. Princeton registró el dominio "kaplan.com", siendo demandado por Kaplan; el litigio terminó con la renuncia de princeton al dominio kaplan.

- Avon vs Carnetta Wong Associates. Carnetta Wong Associates registró el dominio "avon.com" y fue demandada por Avon por competencia desleal, por infracción de marca, por apropiación indebida y por actos y prácticas engañosas; finalmente, la demandada se allanó.

- Council of Better Business Boreau, Inc. vs Mark Sloo. Mark Sloo registro los dominios "bbb.com" y "bbb.org" con el objeto de forzar a la demandante a adquirirlos, el demandado entabló acciones por competencia desleal e infracción al derecho de marcas; Mark Sloo se allanó a la demanda y abandonó los dominios.

## **K) AMERICA LATINA**

En América Latina , se están presentando algunos problemas relativos a los nombres de dominio.

### **a) Chile.**

La información puede obtenerse en la siguiente dirección <http://www.mercurio.cl/revistas/361/internet.html>. Servicios Interactivos, Digit Chile y Cyber Café Bar son algunas de las empresas que ha solicitado

nombres de dominio; la primera, ha solicitado nombres genéricos y números; las otras, nombres de marcas, de organismos, de ciudades y sustantivos.

Las tres empresas argumentan que su objeto es prestar servicios a las empresas sin que medie mala fe en el otorgamiento de los dominios a las empresas correspondientes.

El problema en este país radica en que el dominio se entrega al primero que lo solicite, siendo el trámite gratuito.

El DCC no tiene los medios para examinar cada nombre que se solicita y determinar si se están violando derechos de terceros.

#### b) México

En nuestro país todavía no se han suscitado controversias en torno a los nombres de dominio; a continuación se indican algunos de los dominios que se han registrado en el ámbito comercial.

www.tvazteca.com.mx	www.cinepolis.com.mx
www.televisa.com.mx	www.starmedia.com.mx
www.cinemex.com.mx	www.liverpool.com.mx
www.ford.com.mx	www.condumex.com.mx
www.chevrolet.com.mx	www.totalmente.com.mx
www.banamex.com.mx	www.nissan.com.mx
www.nabisco.com.mx	www.saborycalidad.com.mx
www.lamoderna.com.mx	www.terra.com.mx
www.sky.com.mx	www.marti.com.mx
www.blairwitch.com.mx	www.aeromexico.com.mx

### 3.3 LOS NOMBRES DE DOMINIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL DERECHO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Existen disposiciones que no harían posible la aplicación del Derecho de la Propiedad Industrial Mexicano al caso de los nombres de dominio, pero también existen otras que lo harían posible.

Las disposiciones en materia de propiedad industrial solamente son aplicables en la república mexicana, esto no haría posible que se aplicaran a los nombres de dominio por tener éstos un carácter internacional.

La autoridad competente en materia de propiedad industrial es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; los nombres de dominio son administrados por Internet Assigned Numbers Authority IANA a través de los registros nacionales.

Es un objetivo de la propiedad industrial, prevenir los actos de competencia desleal; la competencia desleal se ha planteado como una de las posibilidades de regulación de los nombres de dominio.

Los derechos que otorga la LPI (patente, registro, etc.) se otorgan siempre que no sean contrarios al orden público, a la moral y a las buenas costumbres, o contravengan alguna disposición legal; como ya se ha visto, los nombres de dominio también tienen que cumplir con estos requisitos.

#### **A) EL DERECHO DE LAS MARCAS.**

##### **Origen del conflicto**

La problemática nombre de dominio/marca surge con el crecimiento de INTERNET, que trajo como consecuencia que el nombre de dominio dejara de ser utilizado sólo en la investigación y empezara a utilizarse por las empresas comerciales. Cuando las marcas empiezan a utilizarse como nombres de dominio el conflicto es mayor.

La relación marca-nombre de dominio se inicia cuando empresarios y comerciantes utilizan la red para dar a conocer sus productos y servicios; la marca toma el lugar del nombre de dominio con el objeto de facilitar el acceso a los usuarios/consumidores.

Como hemos visto los principales conflictos que se han presentado en otros países, han girado en torno a la problemática nombre de dominio/marca.

Siendo uno de los objetos de la marca proteger al empresario de posibles actos de competencia desleal, la regulación del nombre de dominio se hace necesaria puesto que la red hace más posible la violación de los derechos de los titulares de la marcas.

Al introducir los empresarios sus marcas como nombres de dominio en INTERNET, están provocando que el nombre de dominio adquiera un valor comercial muy elevado constituyéndose como una garantía para el usuario.

El principio de territorialidad que rige las marcas está perdiendo valor jurídico al registrarse las marcas como nombres de dominio.

#### **a) Similitudes Marcas/Nombres de Dominio**

Ambos sirven para distinguir; la marca distingue productos y servicios y el nombre de dominio al igual que la marca debe diferenciarse de otros nombres de dominio puesto que es su objeto distinguir una máquina de otra.

El derecho al uso de la marca se obtiene mediante su registro, el nombre de dominio también tiene que ser registrado para evitar la confusión del usuario. Evitar que dos nombres o dos marcas no se confundan, no sólo es en beneficio del titular de la marca, sino también es una forma de proteger al usuario o consumidor de posibles confusiones o engaños.

Tanto la marca como el nombre de dominio pueden estar constituidos por nombres comerciales, denominaciones, nombres de personas.

Es objeto tanto de la marca como del nombre de dominio evitar la confusión: del público consumidor y del usuario respectivamente.

El titular de la marca, como el del nombre de dominio puede ser una persona física o una persona moral.

El registro de la marca, así como del nombre de dominio requieren ser solicitados y por lo tanto llenar los requisitos establecidos en cada caso.

Tanto el nombre de dominio como la marca deben ir de acuerdo a la ley, a la moral y a las buenas costumbres.

El nombre de dominio y la marca son privativos de la persona que los usa.

El registro de la marca tiene una duración de diez años, el del nombre de dominio varía dependiendo del registro delegado, pero por lo común es de diez años.

Tanto la marca como el nombre de dominio pretenden evitar el error o el engaño del consumidor o el usuario.

En materia de marcas, el registro es otorgado por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; el registro del nombre de dominio es otorgado por

la Internet Assigned Numbers Authority (IANA) a través de los registros nacionales.

Si una marca no es utilizada en el tiempo determinado por la ley, se produce la caducidad de la misma; si el nombre de dominio no es utilizado, el dominio es revocado o es retirado de la red.

El registro de la marca, así como del nombre de dominio, puede ser renovado a su vencimiento.

El registro de la marca y del nombre de dominio, requieren el pago de una tarifa por derechos de uso.

El registro de la marca y del nombre de dominio pueden declararse nulos cuando: no se cumplan los requisitos exigidos para cada caso; cuando haya confusión con otro ya registrado, cuando se haya otorgado en base a la mala fe del solicitante, cuando se otorgue por error o inadvertencia.

El derecho de uso de la marca puede ser transmitido a un tercero, el nombre de dominio también puede transmitirse a terceros.

#### **b) Diferencias: marcas/nombres de dominio.**

La marca distingue productos o servicios de otros de su misma especie o clase, en cambio, el nombre de dominio sirve para distinguir una computadora de otra, es decir, no está referida a un producto o servicio en especial, sino que su aplicación es más amplia.

El nombre de dominio está constituido principalmente por letras, en cambio, la marca puede constituirse, por figuras visibles, por formas tridimensionales, etc. Coinciden en algunos casos, pero la representación de la marca es más amplia.

La marca está referida a productos o servicios, el nombre de dominio puede distinguir una persona, una empresa, una organización, un producto, un servicio, etc.

La marca sólo puede utilizarse en territorio nacional, en cambio, el nombre de dominio rebasa las fronteras de los países.

Existe la posibilidad de establecer el uso obligatorio de una marca, esta posibilidad todavía no se establece en materia de nombres de dominio.

### **c) Conflictos jurídicos**

Los nombres de dominio tenían por objeto facilitar la conexión entre ordenadores, pero debido a que son fáciles de recordar, se han convertido en identificadores comerciales de empresas en la red; esta situación ha generado que se pretendan nombres de dominio relacionados con las marcas de las empresas y es entonces cuando surgen los problemas.

El conflicto jurídico nombres de dominio/marcas ha surgido principalmente por:

1. El crecimiento de Internet que la ha convertido en un medio para darse a conocer las empresas.
2. El registro de los nombres de dominio se realiza sin tomar en cuenta las marcas de las empresas, lo que ha provocado que se registren como nombres de dominio que están violando los derechos de los titulares de las marcas. Estos conflictos ya se han presentado en diversos países y están por aparecer más.
3. Internet rebasa las fronteras de los países, por lo que el principio de territorialidad que rige las marcas queda sin efecto en este medio.
4. La actitud dolosa de ciertas personas, que con el objeto de obtener ganancias, registran como nombres de dominio las marcas de conocidas empresas, aprovechándose del prestigio del titular.
5. La diversidad de criterios para el registro de nombres de dominio, trae como consecuencia que los problemas sean mayores.
6. Una ausencia de competitividad en el registro de nombres de dominio, dado que la administración del sistema de nombres de dominio es facultad de la Corporación de Asignación de Nombres y Números de Internet (ICANN); Internet está entrando en una etapa de globalización, lo que hace necesario que la administración deje de estar monopolizada por Estados Unidos y exista una mayor participación de la comunidad.

7. Los intereses comerciales de empresas que reclaman un sistema más seguro que proteja sus intereses.

8. Los nombres de domino han adquirido un valor comercial.

El uso de una marca como nombre de dominio sin el consentimiento del titular induce a error a los consumidores respecto a la procedencia del producto o servicio ofrecido.

Ante las nuevas tecnologías, los titulares de las marcas no están en condiciones de proteger sus derechos sin incurrir en litigios costosos.

Las empresas que funcionan en Internet, deben tener confianza en que sus marcas se protejan.

El problema de jurisdicción en las controversias marca/nombre de dominio, se suscita cuando se registra el nombre de dominio en un lugar alejado y se han señalado como alternativas de solución, que al solicitar el registro, se acuerde como jurisdicción, la de los tribunales correspondientes al domicilio del registro, del lugar de la base de datos del registro o el lugar donde se encuentra el servidor raíz "A". El problema de jurisdicción en torno a la problemática nombre de dominio/marca, no sólo se presenta en torno al nombre de dominio como objeto de controversia, sino que también tiene que ver con las personas interesadas (el titular de la marca y el titular del nombre de dominio)

El establecimiento de bases de datos que contengan los nombres de dominio registrados, sería de gran utilidad para evitar problemas en torno al registro de los dominios.

Un mecanismo uniforme de solución de controversias para resolver el dilema entre los titulares de marcas y los solicitantes de registro de nombres de dominio, ayudaría a la resolución de los problemas en torno al uso de las marcas como nombre de dominio.

Para las empresas comerciales es de vital importancia tener un nombre de dominio propio para que los usuarios los localicen con facilidad. El titular de la marca tiene el derecho de uso sobre ella por lo cual el registro de un ND que coincida con una marca, sin la autorización de su titular es violatorio de los derechos del aquél.

Una marca es imitada cuando el ND pueda confundirse con ella apreciada en su conjunto o atendiendo a los elementos que hayan sido reservados. La imitación entre marcas puede generarse reproduciendo la marca en su integridad, en sus partes principales, suprimiendo o agregando elementos nuevos, haciendo modificaciones de tal manera que induzcan a error a los consumidores. Para determinar si una marca es imitación de otra, el examen visual tiene gran importancia como punto comparativo.

El nombre de dominio que coincide con una marca puede provocar confusión cuando al ser analizados en su conjunto, los elementos principales son similares; cuando las palabras esenciales son iguales, entonces podemos establecer que el nombre de dominio es una imitación de la marca. Vgr. entre dramamine y bonamina no hay similitud.

La confusión debe atenderse desde el punto de vista de una persona no especializada en la materia.

En primer lugar analizaremos los casos en que pueden coincidir las marcas con los nombres de dominio y sus consecuencias.

En segundo lugar analizaremos los casos en que los nombres de dominio pueden coincidir con vocablos que están prohibidos como marcas.

En tercer lugar analizaremos los casos que constituyen marcas, pero que no tiene relación con los nombres de dominio.

En cuarto lugar analizaremos algunas instituciones de las marcas relacionadas con los nombres de dominio

En quinto lugar se señala lo que no puede constituir un ND y está prohibido como marca.

### Primer Caso

#### Marcas Nominativas

El nombre de dominio está principalmente relacionado con las marcas nominativas, por ser esta la que está constituida por una o más palabras. No sucede lo mismo con las marcas innominadas, tridimensionales o mixtas, ya que estas por sus características, no pueden constituir un nombre de dominio. Un ejemplo de marca nominativa que tiene su registro como nombre de

dominio es el del periódico El Universal, cuyo dominio es: <http://www.el-universal.com.mx>.

Las marcas nominativas protegen el vocablo o vocablos y es ahí en donde está la relación con el nombre de dominio, por constituirse éste por palabras.

Las marcas pueden estar formadas además de los elementos nominativos, por elementos gráficos. El grado de confusión por semejanza entre dos marcas debe atender principalmente a su aspecto nominal y en segundo término a sus aspectos gráficos.

Si dos marcas tienen la misma parte inicial y esta es el elemento significativo, esto es suficiente para considerar que hay confusión entre ambas marcas, por lo cual debe impedirse el registro de la segunda.

No es suficiente que exista semejanza entre las denominaciones de dos marcas y que los productos que protegen pertenezcan a la misma categoría de la clasificación oficial, sino que se requiere que los artículos que traten de amparar puedan fácilmente confundirse.

La marca aspro al ser incluida en la marca asprominal da a entender que son semejantes tanto gráfica como fonéticamente y puede inducir a error.

### Nombre propio

Algunas marcas constituidas por nombres son: Zuga, Raleigh, Jean Pierre, Clemente Jaques; estas marcas no podrán ser registradas como ND sin la autorización de su titular. Fernando Valenzuela es un nombre con gran fama y prestigio en el deporte, motivo por el cual se requiere de la autorización del su titular para ser registrado como marca y como nombre de dominio. Los nombres patronímicos como Pasteur, De Vince y Einstein son ampliamente conocidos aún sin mencionar el nombre de pila. El registro del nombre de tal naturaleza puede ser negado por no existir la debida autorización. un ejemplo de un nombre que se encuentra registrado como nombre de dominio es <http://www.andrea.com.mx>, página que es utilizada para promover zapatos; otro dominio que se encuentra en operación es el de <http://www.lincoln.com-mx>, que se utiliza para promoción de autor.

El nombre propio de una persona puede ser registrado como marca siempre que se distinga de un homónimo que ya se encuentre registrado. La traducción del nombre a un idioma extranjero puede ser registrado como marca.

El registro de un nombre como marca está íntimamente relacionado con los ND, dado que éstos también pueden estar formados por nombres, sin embargo en este caso no pueden reconocerse todas las formas que distinguen un nombre de otro, puesto que el ND se compone de letras simples, sin que nada tenga que ver su color, tamaño, disposición o forma de presentación.

El ND lo que protege es el nombre en sí y no tanto su forma exterior; la marca protege tanto el nombre como la forma de presentación.

En relación al uso del nombre propio como ND, surge el problema de que un nombre puede pertenecer a varias personas. Este es el caso de los homónimos, en cuyo caso, no podrá registrarse nuevamente el nombre como marca, siempre que se trate de los mismos productos.

Si el nombre se utiliza con una palabra genérica, es' a sería una forma de distinguirlo de otro.

El uso de un nombre al que no se tiene derecho puede producir un "enriquecimiento ilícito o bien una competencia desleal"<sup>164</sup> y hasta un fraude.

En este aspecto nos referimos principalmente al derecho al nombre, porque es susceptible de violarse con ND. Se estaría con ello ejerciendo derechos ajenos.

La prohibición se refiere al nombre civil (nombre de pila y apellido) puesto que es el que distingue a la persona.

El nombre de personas fallecidas que se consideran de honor, se protegen por considerarlos de gran valor nacional.

El nombre civil es el que identifica a una persona dentro de la sociedad. Este nombre puede constituir una marca, siempre que se distinga claramente de otros homónimos.

El nombre civil puede constituir un ND comenzando ahí la problemática con la marca, puesto que pueden constituir marcas registradas.

---

<sup>164</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 266.

El caso que se puede presentar es que el nombre civil sea registrado como ND y exista una marca que ampare ese nombre civil.

El nombre que ha alcanzado gran notoriedad no puede ser utilizado por un tercero porque se estaría aprovechando de su prestigio.

La traducción del nombre civil, es decir el que individualiza a la persona, sí es protegible y por lo tanto su registro es válido como marca y como ND. No sucede lo mismo con el nombre de pila, puesto que se estaría violando el derecho de quien lo registró en otro idioma.

### Seudónimo

El registro del seudónimo como marca está condicionado a la autorización de quien lo usa.

El seudónimo no tiene mucha protección en nuestro derecho, sin embargo puede verse afectado al ser utilizado como ND sin la autorización de quien lo ostenta. (ver LFDA)

Distingue a una persona dentro de un determinado campo de acción; es un nombre ficticio creado por el individuo para distinguirse en una actividad determinada.

El seudónimo puede constituir una marca.

La protección que tiene el seudónimo es limitada, sin embargo, "el que ha alcanzado notoriedad no puede ser registrado como marca, puesto que se estarían aprovechando del prestigio de su titular"<sup>165</sup>.

### Denominaciones geográficas

Pueden utilizarse como ND los nombres geográficos, siempre que no exista uno ya registrado con anterioridad.

Pueden constituir marca siempre que "no indiquen la procedencia del producto o causen confusión o error sobre dicha procedencia"<sup>166</sup>.

---

<sup>165</sup> Nava Negrete, p. 428.

<sup>166</sup> Nava Negrete, p. 431.

El nombre geográfico se refiere a una ciudad, localidad, población o región determinada.

### Marcas fonéticas

El ND está estrechamente ligado con las marcas fonéticas porque ellas protegen la palabra en sí; estas marcas pueden retenerse fácilmente por el público consumidor. Vgr. Pepsi-Cola, Bimbo; de esta manera, podría pensarse en el dominio <http://www.bimbo.com.mx>.

Las denominaciones también pueden formar una marca y al mismo tiempo ser un ND siempre que se presenten bajo una forma distintiva; estas denominaciones están relacionadas con los productos y servicios que distinguen; hay también denominaciones que no se refieren al producto al que protegen, vgr. Casa para el aceite, Jarritos para refrescos. Las denominaciones pueden ir acompañadas de un nombre Vgr. Sal de Uvas Picot.

La confusión visual o fonética de un ND con una marca registrada, afecta los derechos adquiridos por su titular. El hecho de que dos marcas sean fonéticamente parecidas no puede llevar a concluir que causan confusión o que exista imitación de marca.

Las marcas Alka Seltzer y Alka Citric no son susceptibles de inducir a error al público porque son fonéticamente diferentes.

### Marcas evocativas.

Evocar significa recordar algo o traer alguna cosa a la memoria. Las frases evocativas son aquellas que indirectamente reproducen la idea del producto o su naturaleza o utilidad, pero no por ello está prohibido su registro como marca y por lo mismo como ND. Estas marcas son utilizadas en muchas ocasiones para describir los productos que protege utilizando diferentes métodos: formándolas con otras palabras. Vgr. Nescafé, Chocomilk. Pueden agregarse palabras de uso común, emplear radicales como CALCI, de calcio; uso de sufijos y prefijos que por los general son de origen latino, griego (hipo, endo, per)

El ND puede estar constituido por marcas que hagan uso de radicales, sufijos y prefijos, siempre que no causen confusión en el público consumidor.

La "evocación del producto puede ser indirecta"<sup>167</sup>, utilizando lenguas muertas que señalen atributos del producto.

Las frases evocativas son las que traen a la memoria el producto o servicio.

#### Nombre comercial.

El ND puede constituir un Nombre comercial cuando está registrado como una marca, y su objeto es el de diferenciar un producto o servicio. A pesar de que el nombre comercial distingue al establecimiento, no se vislumbra problema alguno para constituir un ND pues en este caso actúa como marca.

El nombre comercial puede coincidir con el nombre civil y es aquí donde entraría la prohibición, porque podrían violarse los derechos de la persona titular del nombre comercial.

#### Razón Social.

La razón social puede constituir una marca y por consiguiente un ND siempre que reúna los requisitos que la ley indica, así como los requisitos que se señalan para las marcas.

Puede en este caso, presentarse el caso de que se esté utilizando como marca una razón social sin el consentimiento del titular del derecho y estaríamos frente a un caso de competencia desleal; sin embargo también existen limitaciones para que se registre un nombre comercial como marca, y esto son los relativos a cumplir los requisitos para el registro de la marca que se exigen.

Se requiere la autorización del titular para su utilización como marca.

#### Letras

Es importante señalar que tanto las marcas como los ND están constituidos por letras, adquiriendo éstas un papel importante en la relación marcas/ND; no podemos dejar de mencionar que la mayor parte de los países reconocen en las marcas en alguna de sus formas está compuesta por letras. Nuestra legislación no reconoce las letras aisladas como marcas, pero con excepción de ello, las demás palabras sí pueden constituir marca (las anteriores leyes sí lo permitían)

---

<sup>167</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 275.

"No es necesario que las letras presenten una forma especial para constituir una marca, pues su mismo carácter nominativo es suficiente para ser diferenciador de productos y servicios, basta que no causen confusión para ser aceptados"<sup>168</sup>. Es aquí donde su relación con el ND es más estrecha por constituirse éste principalmente por letras.

Las letras pueden constituir marcas cuando están acompañados de otros elementos que les den un carácter distintivo. Las letras aisladas no están permitidas como marcas, aunque sí pueden constituir un ND.

### Números.

Los números aislados no son susceptibles de constituir marcas, pero sí cuando están acompañados de otros elementos como diseños o denominaciones. El número puede representarse en su forma especial o bien, con la denominación del mismo. La combinación de números puede presentar una infinidad de formas, por lo que para su registro debe tomarse en cuenta su distintividad.

Las marcas constituidas por cifras pueden causar confusión por su mismo carácter, y es mayor la confusión cuando se aplica a productos parecidos. Vgr. 99 con 909.

La combinación de letras con números es aceptada tanto como marca como por ND, dando lugar a una relación más vgr. Chanel No. 5.

### Nombres de lugares de propiedad particular

Estos nombres sí pueden constituir una marca y también un nombre de dominio siempre que se tenga la autorización del titular del lugar.

### Títulos de Obras intelectuales o artísticas

Pueden constituir marcas los títulos de obra literarias, artísticas o científicas, así como el nombre o figuras de personajes ficticios o simbólicos con el consentimiento de su titular. Estos títulos, se encuentran protegidos por la LFDA, pero no como marcas, por lo cual se hace necesario su registro.

---

<sup>168</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 282

### Denominaciones (arbitrarias, de fantasía o evocativas)

Las denominaciones arbitrarias o de fantasía "son las palabras inventadas, que son producto de la imaginación, que pueden tener o no un significado"<sup>169</sup>.

### Títulos de publicaciones y difusiones periódicas

Los títulos de revistas, así como de periódicos y otras publicaciones comunes, pueden ser registrados como marcas por el titular de ellas. De la misma manera, puede pedirse el registro del nombre de dominio de esos títulos. De esta manera encontramos registrad como nombre de dominio <http://www.el-universal.com.mx>.

### Nombres artísticos

Por lo general los artistas utilizan nombre con los cuales se les reconoce en el medio, estos nombres son susceptibles de ser registrados como marcas y también es posible que sean registrados como nombres de dominio, siempre que no afecten los derechos de tercero. Podría pensarse en el registro de <http://www.madona.com.mx>

### Denominaciones de Grupos artísticos

Al igual que con los artistas, los nombres de los grupos artísticos pueden constituir una marca y también un nombre de dominio, cuando no exista un nombre ya registrado.

### Traducción de palabras sí registrables.

Las palabras que son susceptibles de registro como marcas en nuestro idioma, pueden ser registradas en otro idioma como marca dándole con ello mayor originalidad y ditintividad a la marca. Estos vocablos pueden constituir validamente un nombre de dominio.

Está prohibido el registro de palabras genéricas del idioma nacional con el objeto de evitar el monopolio del léxico; la palabra crush no es una palabra ordinaria de nuestro idioma por lo que su registro no es violatorio.

---

<sup>169</sup> Nava Negrete, p. 435.

## Titulos de Nobleza

Los títulos de nobleza no están protegidos en México, por lo cual es dable su registro como ND y como marca.

Sirven para distinguir una familia, para honrarla más que para distinguirla. En nuestro país carecen de protección y por lo tanto "no hay ninguna prohibición para que sean utilizados como marcas"<sup>170</sup>.

## Segundo Caso

### Siglas.

La sigla es "la letra inicial que se emplea como abreviatura de una palabra, la cual a su vez usualmente es el nombre propio de una persona física o moral"<sup>171</sup>.

Han sido admitidas como marcas las siglas como IBM, GM, a su vez, estas pueden constituir un ND y la relación marca/ND continúa. Es necesario en este caso, que no se lesionen los derechos de terceros que se hayan adquirido con anterioridad, cumpliéndose también los requisitos necesarios para las marcas en general. Ejemplo de un nombre de dominio constituido por siglas es <http://www.mvs.com.mx> de Multivisión.

Las siglas pueden constituir una marca cuando existe la autorización del titular; por razones de interés general no se permite el registro de siglas de organismos estatales.

### Designación usual o genérica del producto o servicio

Es entendible la prohibición en el sentido de que el objeto de las marcas es la de distinguir; estas denominaciones evitarían que el vocablo fuera utilizado por los competidores. Se trata de nombres de uso común del producto o servicio que pretende amparar.

Este principio debería aplicarse en relación a los ND ya que su uso como tal, puede provocar confusión al consumidor y está limitando la actividad de los empresarios que utilizan la red para a conocer sus productos y servicios. De hecho debe aplicarse ya que el ND no debe lesionar los

---

<sup>170</sup> Nava Negrete, p. 430.

<sup>171</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 282

derechos de tercero y registrar como ND un término de uso común lesionaría los derechos de los empresarios que tiene registradas marcas referentes a esos servicios y productos. Se estarían creando privilegios en favor del titular del ND.

No debería por ejemplo utilizarse la palabra agua como ND si se refiere a ese producto, puesto que estaría limitando el derecho a utilizar esa palabra en la red como una marca y por lo tanto constituyendo un monopolio del vocablo.

Por lo tanto debe estar totalmente vedado el registro de un ND que constituya un nombre de uso común que se refiere al producto o servicio que señala, aún cuando no intente registrarse como marca, porque el solo hecho de su uso estaría violando los derechos de terceros.

El problema radicaría en la forma de determinar el carácter genérico del vocablo, dado que la red es utilizada a nivel mundial y lo que puede ser de uso común en un país, en otro puede constituir una particularidad.

En la determinación de la designación genérica puede recurrirse a "organismos gubernamentales y no gubernamentales, a diccionarios, sentencias, obras de carácter técnico, documentos oficiales etc"<sup>172</sup>.

El carácter genérico tiene relación con la época en que se está usando. Un vocablo pudo haber sido registrado como marca y posteriormente aparecer en diccionarios, obras.

Todavía no es posible aplicar criterios extranjeros para la resolución de los conflictos que sobre marcas se presentan, sin embargo, hay que señalar que no sería imposible que en un futuro la aplicación de los principios sea internacional y esto se hace cada vez más posible en las nuevas tecnologías como Internet.

Puede suceder que una marca registrada se convierta en un vocablo de uso común y este ser utilizado como ND, si la marca tuvo protección por otra ley, su derecho sobre ella es válida hasta que no se declare lo contrario.

Si la palabra forma parte de una marca compuesta, está permitido su uso, pero no como parte fundamental y de uso fundamental de la marca. La palabra Jerinac es una palabra genérica que denota un artículo comprendido en el

---

<sup>172</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 306.

género o especie a que corresponde, es la designación de uso común del coñac jerezano y por lo tanto no puede ser registrado como marca.

#### Traducción de palabras no registrables.

Podemos encontrarnos el caso de que un nombre de dominio coincida a un equivalente en otro idioma de una marca registrada o bien en el caso en que coincidan fonéticamente, estando prohibida en ambos casos su uso como nombre de dominio.

La traducción de los vocablos de uso común a otro idioma no está permitido en materia de marcas y por lo tanto tampoco en materia de ND si con ello se violan los derechos de tercero. Si una palabra es rechazada a registro, su traducción a cualquier otro idioma también debe rechazarse. Solo es aceptable la utilización del vocablo genérico cuando se hace uso de otros elementos que no son de uso común.

A los vocablos de uso común se le pueden quitar o agregar letras, de tal forma que ya no constituyan el nombre genérico y la combinación de dos vocablos de uso común pueden darle originalidad a la marca.

La traducción de las denominaciones genéricas está vedada para las marcas, no así para el ND, donde como hemos visto, hay mayor libertad en el registro, con la salvedad de que no se vulneren los derechos de tercero.

La unión de dos palabras en idioma extranjero está prohibido porque no dejan de ser palabras en idioma extranjero. No pueden registrarse dos palabras extranjeras como marcas cuando la similitud se refiere a la parte más significativa o importante del vocablo porque ello conduciría a confusión al público consumidor y además podría ocasionar que una se aprovechara del prestigio de la otra.

#### Nombre técnico o de uso común del producto o servicio.

Es el que se refiere a su naturaleza, por ejemplo, metal, aspiradora, plástico, etc., podría darse el caso de que coincidiera con un ND, con lo cual se violarían los derechos de los titulares de marcas referidas a productos de esa naturaleza.

El nombre vulgar "no es el original del producto"<sup>173</sup> vgr. Tehuacán, estos nombres también pueden formar un nombre de dominio, pero no por ello constituir derechos de marca sobre su uso, si bien pueden estar violando derechos de terceros vgr. Agua de colonia, Piel de Rusia

La transformación de una marca en un vocablo de uso común tiende a facilitarse en la red, puesto que su utilización es más común en la red que en cualquier otro medio; la desaparición de la capacidad distintiva se facilita en Internet Vgr Aspirina de origen norteamericano.

El nombre propio de los productos o servicios no pueden constituir marca puesto que son del dominio público y no puede establecerse un derecho exclusivo en favor de una persona. La limitación es en el sentido de que pertenecen "al patrimonio lingüístico común"<sup>174</sup> y como tales su uso es necesario para referirse a los objetos o servicios.

El público identifica el producto con la denominación entrando así en el lenguaje corriente. Vgr. Maizena, chicle.

#### Denominaciones descriptivas

Las frases y denominaciones descriptivas pueden constituir un ND pero no todos son susceptibles de constituir una marca.

Al respecto cabría cuestionarnos sobre la validez del ND que contiene una frase descriptiva, amparando el producto que describe.

Las denominaciones genéricas y descriptivas pueden estar formados por radicales, prefijos y sufijos para poder formar marcas. Denominación descriptiva es la que figura la cosa, la que representa en partes el producto.

Sólo es posible que constituyan marca cuando van acompañados de otros elementos y cuando se aplican a productos o servicios diferentes al que evocan.

La traducción de estos vocablos está vedado como signo marcario.

---

<sup>173</sup> Ramella, Agustín, Tratado de la Propiedad Industrial, T. II (Marcas, Nombres Comerciales, Concurrencia Desleal y Uniones Industriales), Editores Hijos de Reus, Madrid, 1913, p. 65. Cit. por Nava Negrete, p. 465.

<sup>174</sup> Nava Negrete, p. 464.

Las denominaciones descriptivas son las que indican las características esenciales del producto, aluden a su naturaleza, a su destino, guardan relación directa con la naturaleza del producto.

No se admiten como marcas "los diminutivos y los aumentativos de las palabras descriptivas"<sup>175</sup>.

Tampoco se admiten como marcas cuando se cambian algunas letras que den un mismo sonido que la original. Vgr. una k por una c. Tampoco se admiten cuando se eliminan elementos que pretenden conservar la idea original y con ello construir un monopolio.

Las palabras descriptivas están prohibidas cuando se refieren a los productos o servicios que van a amparar, de lo contrario no habría prohibición.

Está prohibido el registro de una denominación descriptiva porque carece de particularidad para ser apropiada por una persona y porque indican una cualidad predominante del producto, Vgr. Naturales, no podría ser registrado como marca, porque dicho vocablo pertenece al dominio público y con ello se violarían los derechos del titular de la marca.

Cuando una palabra descriptiva no se refiere al producto que trata de amparar, su registro es válido, vgr. blindada para amparar llantas o mangueras puesto que no es común que dichos productos sean blindados.

Si una marca está formada por dos palabras de las cuales una es descriptiva y la otra no, puede ser registrada, vgr. cherry marnier (aplicada a licores).

La marca descriptiva es la que designa la especie, cantidad, calidad, destino, valor, lugar o época de producción, razones por las cuales su registro está prohibido.

La palabra metrobús ha sido considerada válida para constituir marca porque a pesar de que aisladas sus partes, son descriptivas, la unión hace que pierdan dicho carácter.

---

<sup>175</sup> Nava Negrete, p. 473.

La frase "corte inglés" no podría constituir marca cuando se aplique a telas porque dicha frase hace referencia a un telar de casimir de origen inglés por lo que no puede ser registrado como marca, por ser una expresión que se ha hecho común y que resulta descriptiva del producto que pretende amparar.

La denominación Nectarita aplicada a jugo de frutas puede ser registrada como marca porque no es descriptiva del producto que pretende amparar.

La traducción de una denominación descriptiva no puede ser registrada como marca.

Está prohibido el registro de una denominación descriptiva cuando se encuentra vinculada con la naturaleza de los productos o servicios que se tratan de proteger, porque se trata de impedir el monopolio de palabras comunes que eviten su uso cotidiano por otros.

Otorgar como marca una denominación descriptiva sería otorgar el monopolio de una enunciación que se aplica a toda una clase de servicios.

Si la denominación descriptiva tiene "características propias e individuales que permitan diferenciar el producto"<sup>176</sup> entonces su registro será otorgado. La palabra Cómodo no puede registrarse como marca, pero la palabra Komodín sí es susceptible de registro.

Está prohibido el registro de denominaciones descriptivas con ortografía caprichosa, es decir aquella en que se sustituyen las letras con las que se escribe correctamente por otras elegidas con el fin de causar confusión. Vgr. Kesso por Queso.

La denominación naranjina es descriptiva porque da una idea cabal de naranja, y con mayor razón, porque es de uso común en algunas partes de la República Mexicana el uso de los sufijos "ina", "ino".

#### Adjetivo calificativo

Podría presentarse el registro como ND de un adjetivo calificativo que indique "la calidad predominante del producto que ampara"<sup>177</sup>, siendo de

---

<sup>176</sup> Nava Negrete, p. 475.

<sup>177</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 359.

esta manera violatorio del derecho marcario. La traducción de estos adjetivos calificativos tampoco esta permitido.

Hay calificativos que no pueden constituir una marca, tales como excelente, maravilloso, verdadero.

Cuando el adjetivo calificativo tiene características propias e individuales es aceptable se registro como marca, ya que no constituyen un monopolio del vocablo.

La ortografía caprichosa de un adjetivo calificativo no está permitida para constituir una marca; tampoco su traducción es permitida, la razón de esta prohibición es evitar que una persona tenga el monopolio de las palabras que son del dominio público con su traducción a otro idioma.

La calificación que no está permitida es la que se refiere a las características esenciales del producto.

Está prohibido el registro de un adjetivo calificativo cuando su traducción evoca una conexión directa con el producto o con sus cualidades íntimas.

#### Adjetivos gentilicios

Los adjetivos gentilicios, al igual que los calificativos, son violatorios del derecho marcario si se usan como ND. Son expresiones de uso común.

Son los que denotan "la gente, la nación o patria de la persona"<sup>178</sup>, por ejemplo inglés-casimires, francés-perfumes. No es dable su registro como marca porque se estaría constituyendo un monopolio o privilegio en favor de una persona.

#### Denominaciones, siglas de organizaciones internacionales o gubernamentales o no gubernamentales. Nombres Oficiales

Los nombres oficiales no son susceptibles de registro, porque inducirían a error al público consumidor.

Los vocablos, armas, escudo y emblema nacionales están reservados para uso oficial y por lo tanto no es permisible su registro como ND.

---

<sup>178</sup> Rangel Medina, Tratado de Derecho..., p. 360.

### Nombre de condecoraciones, medallas y premios

Las denominaciones de condecoraciones, medallas y premios pueden ser registrados como nombres de dominio puesto que todavía no se han establecido reglas generales que prohíban su registro. En materia de marcas existe prohibición expresa para su registro.

### Denominaciones de Poblaciones

El registro cualquier denominación de una población no está prohibido como ND. No sucede lo mismo en materia de marcas, puesto que no es válido su registro cuando se caracterizan por la fabricación de los productos que pretenden amparar.

### Letras Aisladas

En materia de ND no existe prohibición para que las letras aisladas puedan constituir un ND. En materia de marcas no es posible registrar una marcas cuyo contenido sean letras aisladas.

### Dígitos Aislados

Al igual que sucede con las letras aisladas, los dígitos aislados no pueden constituir una marca, pero sí un ND.

### Variación ortográfica caprichosa de palabras no registrables.

La variación ortográfica caprichosa es aquella que tiene por objeto inducir a error al público consumidor, es por ello que su registro no está permitido en materia de marcas, pero no así como ND.

### Denominaciones susceptibles de engañar al público por la falsa indicación de la naturaleza, componente o cualidad.

Estos vocablos tienen como finalidad engañar al público consumidor sobre la calidad del producto, por lo cual está vedado su registro como signo marcario.

Estos vocablos no pueden ser registrados como ND por el hecho de que su uso transgrede los derechos de tercero.

### Denominación semejante a una marca notoriamente conocida.

Estas denominaciones no pueden ser registradas ni como ND ni como marca, porque en ambos casos se estarían violando los derechos del titular de marca notoriamente conocida.

### Tercer Caso

Las marcas innominadas son las que protegen la figura, la representación. Llamam la atención de la vista.

Los conflictos surgen al coincidir una marca nominativa (constituida como nombre de domino) con una marca mixta o una figurativa:

1. Si se pretende registrar como nombre de dominio, una marca innominada, que represente también a la marca nominativa, se estarán violando los derechos del titular de la marca figurativa. En este caso, el nombre coincide con la figura.
2. De la misma manera, el registro de un nombre de dominio que coincida con una marca mixta, está invadiendo los derechos del titular de ésta.
3. El caso de coincidencia con una marca nominada es el más común de los casos.

Se considera que se violan los derechos del titular de la marca figurativa o mixta, en virtud de causar confusión al público consumidor.

Un nombre de dominio no puede coincidir con las marcas tridimensionales, por constituirse por envoltorios, empaques, envases.

### Formas tridimensionales

Forma del producto. La forma del producto por ser una forma tridimensional, puede constituir una marca, mas no puede ser un ND y por lo tanto aquí no hay relación.

La forma de producto constituye una marca cuando tiene una forma nueva y especial; en muchas ocasiones, "el consumidor identifica el producto no por

la marca verbal, sino por la forma del producto"<sup>179</sup>. La forma del producto debe ser arbitraria, imaginada que presente distintividad.

Envoltorios, Empaques y Envases. Se refiere a lo que sirve para contener el producto, pueden ser: envases, botellas, cubiertas de papel, etc. Al igual que con la forma del producto, puede constituir una marca pero no un ND.

La envoltura se refiere a todo lo que sirve para contener los productos, desde la envoltura de papel, hasta los recipientes en otros materiales.

Pueden constituir marca sólo si presentan originalidad, si son distintivos.

Etiquetas. Han sido adoptados como otra forma de diferenciar productos y servicios, pero no pueden constituir un ND.

En materia de marcas existen limitaciones para el registro:

No pueden constituir marca los signos que pertenecen al dominio público, al respecto, los ND tampoco pueden estar constituidos por esos signos; los genéricos y los descriptivos: nombres técnicos, nombres vulgares, de uso común.

Sirven para clasificar y distinguir los productos, pueden ir adheridos a envases y paquetes.

#### Firmas, Sellos y Retratos.

Está prohibido su registro como marca si no se tiene la autorización correspondiente. Esto es válido desde el momento en que se estarían violando los derechos de la personalidad.

Se trata de elementos gráficos que no podrían guardar relación con los ND. (firma civil). Ambos requieren el consentimiento del interesado para que constituyan marca.

La firma es el signo que representa a la persona y por ello se requiere su consentimiento.

En el caso de los retratos se requiere la autorización del titular de los derechos para que pueda constituir una marca.

---

<sup>179</sup> Nava Negrete, p. 445.

### Emblema

Nava Negrete la define como "la figura representativa o simbólica de un objeto"<sup>180</sup>. Pueden ser registrados como marcas cuando existe la autorización para su uso. Estos signos no pueden constituir ND.

### Colores

La combinación de colores con otros elementos pueden constituir una marca, no así los colores aislados. No pueden constituir ND. La marca puede estar constituida hasta por un solo color cuando está acompañado de cualquier otro signo que le dé el carácter particular y distintivo.

### Mapas

El mapa ha sido definido como "la representación geográfica de un terreno"<sup>181</sup>; el mapa sólo puede constituir una marca cuando no indique la procedencia de los productos o servicios y cuando no origine confusión entre el público consumidor.

### Escudos, banderas y emblemas de cualquier país, Estados o municipio

En este caso no hay una restricción absoluta, porque puede pedirse permiso al estado correspondiente.

Pueden constituir una marca si se tiene la autorización correspondiente.

### Signos de control de garantía

Estos pueden constituir una marca si se tiene la autorización de la autoridad competente, ya que tienen como función "dar autenticidad pública"<sup>182</sup>.

La limitación que se establece es de interés general, ya que constituyen el control que ejerce el Estado para evitar fraudes.

---

<sup>180</sup> Nava Negrete, p. 438.

<sup>181</sup> Nava Negrete, p. 442.

<sup>182</sup> Nava Negrete, p. 451.

## Quarto Caso

### Vulgarización

Lo que permite la vulgarización de la marca es su difusión y sin lugar a dudas, Internet se está convirtiendo en el medio de difusión más importante donde caerá fácilmente en el dominio público. La marca es fácilmente retenida por el público, el titular no la protege contribuyendo con ello a su vulgarización. Vgr Aspirina.

La palabra de uso común se utiliza en forma constante, cotidiana, el producto al que distingue tampoco era común.

La utilización como término de uso común debe hacerse por la mayoría del público y no por un número reducido de personas. Yoghurt, Electropura, Martini.

Pueden existir figuras de uso común, no siendo de importancia su estudio en la materia que nos interesa.

La utilización de la marca como un nombre de dominio, hace que el fenómeno de la vulgarización aumente.

### Marcas Ligadas

Un nombre de dominio puede constituir una marca ligada a otra que no se encuentre en la red, pero que ambas pertenecen al mismo titular y por lo tanto podemos concluir que no podrá transmitirse el nombre de dominio que coincida con una marca ligada, porque el objeto del derecho de la marca es evitar la confusión del público consumidor.

### Marcas de reserva.

Una marca de reserva puede también coincidir con el nombre de dominio, sin que se afecten los derechos de terceros por no encontrarse en uso, pues basta que haya renovación de la misma para que el derecho sea válido.

### Marcas Colectivas

El nombre de dominio puede coincidir con la marca colectiva, es decir con aquella que indica que ha sido producida por un determinado grupo de personas.

### Marcas Compuestas

El nombre de dominio puede constituir una marca compuesta, es decir aquella cuya unión de elementos forma la marca y que aisladas constituyen palabras simples.

La marca compuesta puede estar formada por dos vocablos que sean descriptivos, pero que la unión los haga distintivos, si la unión sigue siendo descriptiva del producto que pretende amparar, su registro debe ser negado. Vgr. Taco Bar aplicado a un restaurante bar.

La marca compuesta está formada por varios elementos, hay casos en que uno de ellos es relevante para la distintividad de la marca, por lo que si un tercero pretende registrar una marca compuesta cuyo elemento identificador coincida con el elemento principal de otra marca, el registro no debe ser otorgado. Vgr. Christian Dior y Paul Diorvett.

### Marcas Complejas

También puede coincidir el nombre de dominio con una marca compleja, es decir aquella formada por otras marcas, en este caso podría presentarse la situación de que un nombre de dominio constituya una marca que forma parte de la marca compleja, y el conflicto se solucionaría pidiendo la revocación de dicho nombre por coincidir con la marca registrada; puesto que si cada uno de los elementos de la marca compleja está registrada, es más fácil darle protección.

La similitud de una marca compuesta con el nombre de dominio debe referirse a su conjunto y no a sus partes aisladas, pues cada elemento no es posible impugnarlo por ser vocablos genéricos.

Están formadas por signos nominales y figurativos.

Las marcas deben ser atractivas con el objeto de resultar atractivas para el público consumidor y con ello ser fáciles de retener, ya sea por la vista o por el oído.

Las marcas mixtas tienen la ventaja de poder ser ilustradas y pronunciadas lo que hace que aumente su capacidad de atracción.

#### Marcas de fábrica, de comercio y de agricultura

El nombre de dominio puede coincidir con las marcas de fábrica, de comercio y de agricultura, por ser estas las que indican el origen o procedencia de las mercancías.

#### Marcas nacionales, extranjeras e internacionales

Referente a las marcas nacionales, extranjeras e internacionales y su relación con los nombre de dominio, hay que puntualizar varios aspectos, ya que con Internet estos conceptos están cambiando su valor.

Las marcas nacionales son las registradas en México; las extranjeras las que siendo de otro país, tienen registro en México y las Internacionales, las que están registradas en México y en otros países. La problemática con los nombres de dominio surge desde el punto de vista de la aplicación de la ley.

El uso de marcas como nombre de dominio hace que la diferencia entre marcas nacionales, extranjeras e internacionales pierda su valor, puesto que las fronteras están siendo rebasadas por los actuales medios de comunicación por lo que se hace necesario nuevas formas de reglamentación en esta materia.

#### Marcas Registradas y No registradas

El nombre de dominio puede coincidir con una marca registrada y con una no registrada; respecto de la marca registrada no existe mayor problema que el de pedir la reivindicación; no así con las marcas no registradas, puesto que en este caso se tiene que probar su uso para poder reivindicar el derecho.

La actual LPI señala los signos que pueden constituir marca y los que no pueden serlo.

Marcas Notoriamente Conocidas. La notoriedad de una marca debe probarse para acreditar que esa marca es famosa.

### Quinto Caso

#### Figuras genéricas

Las figuras genéricas constituyen una forma de relacionar la marca con el ND, por constituirse por dibujos, por trazos geométricos, que no son parte de un ND.

#### Formas tridimensionales del dominio público, de uso común o sin originalidad.

Los principios relativos a esta materia carecen de importancia para el presente estudio, puesto que los envases no pueden constituir un ND. Los envases deben reunir las características genéricas para las marcas.

#### Formas tridimensionales descriptivas

Las figuras descriptivas son insuficientes para individualizar y por ser figuras, no pueden constituir un ND.

Son las que indican las características esenciales del producto, por lo cual está vedado su registro como signo marcario.

#### Colores aisladamente considerados.

Estos colores no pueden ser objeto e marca, puesto que sólo su combinación con otros elementos está permitida. Su relación con los ND es nula.

#### Marcas no registrables por ser signos ilícitos.

Ni la marca ni el ND pueden estar formados por signos ilícitos, es decir por signos contrarios a la moral, a las buenas costumbres y al orden público. En ambos casos trata de protegerse el interés social.

#### Armas, escudos y emblemas, banderas

La relación con el ND tiene que ver con su designación verbal, estando prohibido al igual que con la marca su registro.

El escudo nacional no entra en relación con los ND por sus características gráficas.

Los colores nacionales están reservados para uso oficial, las palabras también están prohibidas.

Los símbolos nacionales no pueden constituir marca porque su uso tiene un carácter oficial.

#### Símbolos o emblemas de Organizaciones Internacionales gubernamentales o no gubernamentales.

La prohibición se establece en el sentido de ser organizaciones de carácter oficial.

Cruz Roja o Cruz de Ginebra. La denominación está prohibida tanto como marca como ND por tratarse de una institución de utilidad pública. La prohibición se da a nivel internacional en la Convención de Ginebra de 6 de julio de 1906 (la de 1929 es más extensiva al respecto).

#### Signos Contrarios a la moral, a las buenas costumbres o a las leyes.

Se refiere a los vocablos que sean ofensivos, ridiculizantes. Los vocablos obscenos están prohibidos ya que son contrarios a la buena conciencia social.

Se refiere a aquello que ofende el sentimiento, el pudor, las tradiciones, produce deshonor e indecencia en la población. Ofenden la correcta aplicación del idioma.

Son ilícitos aquellos vocablos que están prohibidos por la ley. Se pueden constituir como marcas, violándose derechos de propiedad intelectual.

#### Marcas no protegibles por ser signos engañosos.

Estos vocablos carecen del signo de la veracidad.

Palabras extranjeras. Cuando pertenezcan a productos aplicables en México, con ello se evita inducir a error al público sobre la procedencia de los productos.

Denominaciones Genéricas. Estas denominaciones están prohibidas como marcas en cuanto causan confusión sobre la procedencia de los productos.

Aceptar la denominación geográfica como marca sería otorgar un privilegio en perjuicio de los demás industriales de la misma región.

Se excluyen como marcas, aquellos que dan una falsa indicación de procedencia de los productos que pretende amparar.

Signos Engañosos sobre la calidad de las mercancías. Están prohibidos porque dan una falsa indicación del origen del producto, provocando confusión en el público consumidor; también son negados puesto que indican una falsa calidad del producto.

Indican al público que el producto tiene cualidades que en realidad no posee. Pueden producir competencia desleal.

Reproducción o imitación de monedas, billetes del banco, monedas conmemorativas.

Esta prohibido su registro como marca puesto que son emitidos por el Estado adquiriendo un valor de interés general y un carácter oficial.

Representación gráfica de condecoraciones, medallas

Estos signos están prohibidos para constituir marcas puesto que significan una recompensa para su titular, por lo que son considerados de carácter personal.

Figuras o formas tridimensionales susceptibles de engañar al público por falsa indicación de naturaleza, componente o cualidad

Son aquellas que dan una falsa indicación de la naturaleza, origen y contenido del producto o servicio que pretenden amparar.

Estos signos son fraudulentos y engañosos, pretenden inducir a error al público. con la prohibición se evita que se convierta en un instrumento de competencia desleal.

### Denominaciones, Figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes

No está permitido su registro como marca cuando se expresan de manera dinámica; tampoco pueden constituir un ND.

### Figura o forma tridimensional semejante a una marca notoriamente conocida.

Como ya se ha señalado anteriormente, las marcas notoriamente conocidas están muy protegidas por nuestra ley y por los tratados internacionales, por lo que está prohibido registrar marcas que sean semejantes a ella. No pueden constituir ND.

## **B) LOS NOMBRES COMERCIALES**

Es evidente que el nombre de dominio puede constituir un nombre comercial, sin embargo, la protección que la ley le otorga se aplica a la zona geográfica de la clientela de la empresa o establecimiento, y como es claro, el nombre de dominio rebasa estos límites establecidos en la ley.

No es posible que el nombre de dominio constituya un nombre comercial desde el punto de vista de nuestra ley.

El nombre comercial tiene por objeto identificar al establecimiento, razón por la cual el nombre de dominio no puede cumplir con este objetivo.

La relación nombre comercial/nombre de dominio puede establecerse a través de la marcas, puesto que no puede otorgarse un nombre comercial cuando exista una marca (o un nombre de dominio que identifique a la marca) en trámite o una ya registrada idéntica o semejante en grado de confusión que ampare productos o servicios iguales o similares relacionados con el giro preponderante de la empresa o establecimiento.

El titular del nombre comercial puede solicitar la nulidad de una marca o de un ND que pueda causar confusión con su nombre.

La transmisión del nombre comercial está ligada a la de la empresa o establecimiento, en cambio, el nombre de dominio tiene más libertad para transmitirse, puesto que no está ligado necesariamente a transmitirse con la empresa que identifica.

Como hemos visto, no todos los nombres de dominio corresponden a una marca o a un nombre comercial, por lo que otra de las cuestiones que hay que plantearse es la referente a la protección que debe tener el titular de un Nd frente a un tercero que pretenda registrar un Nd como marca o como nombre comercial aprovechándose del valor comercial que ha adquirido ese nombre en la red.

A quien se trata de proteger es al titular del ND frente a terceros que deseen aprovecharse de su prestigio, pues como hemos visto, las normas de registro de un ND no tienen poder coercitivo para ser aplicadas, lo que hace necesario una homologación de criterios.

La situación del titular del ND frente al titular de una marca es diferente; en el primer caso, los derechos del titular están empezando a ser objeto de estudio, sin que todavía exista algún país u organismo que reconozca tales derechos, en cambio, en el segundo caso, los derechos del titular de la marca están debidamente reglamentados.

### **3.4 LOS NOMBRES DE DOMINIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL DERECHO DE AUTOR.**

#### **A) LAS OBRAS LITERARIAS**

El crecimiento de la red, la ha convertido en un medio de difusión de las obras artísticas y principalmente de las obras literarias.

La obra introducida en la red, es vulnerable a las copias no autorizadas.

Los autores dispondrán del derechos de autorizar o prohibir cualquier comunicación al público de sus obras.

Los autores tendrán el derecho de controlar las formas de distribución al público del original de su obra.

La digitalización aporta riesgos para los titulares de los derechos de propiedad Intelectual, pero también facilita la administración de los derechos de explotación a través de sistemas de control de acceso, identificación y prevención de copias.

La aplicación territorial del derecho, puede generar dificultades al tratar de aplicarse en una nueva sociedad para la cual las fronteras están siendo rebasadas por los nuevas tecnologías.

En materia intelectual, el derecho de reproducción y las excepciones relativas a la copia privada, deben ser cuidadosamente aplicadas en la nueva sociedad.

La red, permite el intercambio de obras que se encuentran protegidas por el derecho de Autor, con lo que las nuevas modalidades de difusión y transmisión deben ser integradas en el Derecho de la Propiedad Intelectual.

El derecho moral de los autores sufrirá cambios con la aparición de las nuevas tecnologías.

El derecho pecuniario, como el derecho de explotación de la obra, tendrán nuevas formas de aplicación en la nueva sociedad de la información.

La introducción de una obra protegida en Internet, implica que el titular ha transmitido derechos como:

-- La transmisión de una obra desde el servidor hasta el ordenador del usuario, constituye un acto autorizado por el autor.

-- La autorización de que el usuario almacene la obra en su disco duro por constituir una actividad inherente al uso de la red.

-- La impresión de la obra, salvo prohibición expresa, está permitida desde la introducción de la obra.

-- La modificación de la obra sólo puede realizarse en forma privada, sin que se publique o distribuyan las modificaciones.

-- La introducción de la obra en la red por un usuario, requiere la autorización del titular de los derechos de explotación

-- El derecho de distribución de la obra, requiere autorización de su titular.

La ausencia del símbolo "C" en la red, no significa que la obra sea del dominio público y que no se encuentre protegida.

La copia privada está permitida siempre que se le dé un uso privado.

El derecho moral, correspondiente a la paternidad de la obra, también se ve afectado por la introducción de una obra en la red, puesto que al encontrar una obra durante la navegación, existe la presunción de que es autor de ella quien aparece como su titular.

En Internet las obras pueden ser difundidas por ser un medio de difusión con mayores ventajas sobre el teléfono, la televisión, el periódico o la radio. Algunos de los derechos que pueden afectarse con la introducción de una obra en red son:

1. Un nombre de dominio puede corresponder al título de una obra, que al estar protegida por el derecho de autor, genera la problemática derechos de autor/nombres de dominio.

El título de la obra no puede ser modificado al arbitrio de quien lo publica, ni puede ser utilizado sin la autorización del titular. El título de la obras, es como la marca, un identificador, puesto que sirve para distinguir una obra de otra.

2. La publicación de una obra en Internet, con modificaciones, ya sea aumentándola o suprimiéndola, implica una violación al derecho moral del autor a que se mantenga íntegra la obra.

3. La publicación de la obra sin mencionar el nombre del autor, constituye una violación al derecho a la paternidad de la obra. El derecho a la paternidad de la obra puede verse afectado con el uso del Nombre de dominio, este sería el caso en que se registrara un nombre de dominio que coincidiera con el nombre del autor, con su seudónimo y que tenga por objeto:

- Aprovecharse del prestigio de un nombre o seudónimo para publicar obras que no le pertenecen, con el objeto de dar a conocer sus obras.

- Registrar un nombre o seudónimo para desprestigiar al autor, atribuyéndole obras que no son suyas.

El materia de Derechos de Autor se han presentado algunos casos en que se han violados los derechos de los autores, que si bien no están relacionados con la problemática de los nombres de dominio, son importantes pues representan el inicio de los casos que pueden presentarse en la materia:

1. Un caso, tiene que ver con el periódico New York Times; en 1993, once colaboradores del periódico, lo demandaron por infracción de los derechos de autor, al considerar que la publicación del periódico en CD-ROM, que contenía sus artículos y fotografías, era un acto no autorizado. La sentencia que puso fin al caso, reconoció a los editores el derecho de introducir las obras de sus colaboradores en bases de datos o publicaciones electrónicas sin la autorización de sus autores.<sup>183</sup>

En algunos países la resolución en un caso similar habría sido adversa, y así sucede en España en donde la transmisión de los derechos de explotación no implica la utilización de medios de difusión inexistentes o desconocidos al tiempo de la cesión.

2. Otro caso se presentó en Holanda. El periódico demandado es Volkskrant, quien incluyó los artículos de sus colaboradores en CD-ROM y en Internet.<sup>184</sup>

Tanto del derecho moral como el derecho pecuniario del derecho autoral pueden ser lesionados con el registro de ND que se integren con el título de una obra literaria.

## **B) LA RESERVA DE DERECHOS**

Los derechos de autor pueden relacionarse con los nombre de dominio principalmente en lo que se refiere a la Reserva de Derechos, por ser ésta la facultad de usar y explotar en forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintas o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza a publicaciones periódicas, difusiones periódicas, personajes humanos de caracterización o ficticios o simbólicos, personas o grupos dedicados a actividades artísticas y promociones publicitarias.

La materia que nos interesa de la reserva de derechos es la referente al uso y explotación en forma exclusiva de títulos, nombres y denominaciones respecto de publicaciones periódicas, difusiones periódicas, personajes humanos, personas o grupos artísticos y promociones publicitarias.

---

<sup>183</sup> Xavier Ribas, Sentencia del caso New York Times, <http://www.onnet.es/01004008.htm>, Consultado el 31 de enero de 1999.

<sup>184</sup> Xavier Ribas, Caso De Volkskrant, <http://www.onnet.es/01004007.htm>, Consultado el 31 de enero de 1999.

No se han presentado casos de violación de la reserva de derechos, pero sin duda que el problema está latente, y no hay que olvidar que la ley lo que pretende es evitar la confusión en el registro.

El artículo 176 de nuestra ley, señala que es facultad del Instituto evitar la posible confusión de una reserva con otra previamente otorgada, por lo que la utilización de un título como ND sin la debida autorización del titular causará la confusión de los usuarios de la red.

Todavía no existe una reglamentación común para el registro de los nombres de dominio, por lo que se pueden registrar ND que afecten los derechos de los titulares de reservas de derecho.

La creación de nuevos dominios (firm., store., etc.) pueden provocar mayor confusión en cuanto a la relación ND/reserva de derechos. La reserva puede ser registrada como ND con diferentes extensiones.

A continuación analizaremos los casos en que pueden coincidir el ND con la reserva de derechos:

1. Títulos de Publicaciones Periódicas y de difusiones periódicas.
2. Nombres de Personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos.
3. Nombres de personas o grupos dedicados a actividades artísticas.

Un nombre de dominio puede estar constituido por el título de una publicación periódica o de alguna difusión, es ahí donde surge la problemática con los derechos de autor. Relacionado con este aspecto de las reservas, tenemos el siguiente nombre de dominio <http://www.el-universal.com.mx>.

Respecto a los nombres de personajes humanos o de caracterización, podríamos pensar por ejemplo en el dominio <http://www.cantinflas.com.mx>; para el registro de éste dominio se necesitaría la autorización de los titulares del nombre.

### 3.4 REGULACION JURIDICA DE LOS NOMBRES DE DOMINIO. MARCA REGISTRADA O NOMBRE COMERCIAL.

Los problemas jurídicos que se han suscitado en torno a los nombres de dominio, han sido resueltos por diversas vías, bien tomando en cuenta el derechos de los titulares de las marcas, bien reconociendo que existe una competencia desleal, bien aplicando el derecho común sancionado por mala fe.

La problemática de los nombres de dominio puede sugerir la creación de un derecho referente a los nombres de dominio, o bien, la aplicación de las normas de propiedad intelectual para regular su utilización.

El uso de los nombres de dominio no está limitado al ámbito comercial, lo que podría sugerir la creación de un derecho que regule la materia, sin embargo, las controversias que se han generado, sobre todo en materia de marcas, sugiere la extensión del derecho marcario a la materia objeto de estudio.

Los titulares de las marcas son quienes están siendo afectados en mayor medida por el registro de nombres de dominio.

Los problemas que se plantean con el uso de los nombres de dominio, no se limitan al registro de las marcas, sino también, aunque en menor medida:

1. A las reservas de derecho, que aunque en algunos países ya no están vigentes, en México todavía están reconocidos.
2. El registro de nombres de dominio relacionados con indicaciones geográficas y derechos de la personalidad.
3. El registro abusivo de los nombres y siglas de organizaciones intergubernamentales internacionales, protegidas por el Convenio de París.
4. El registro de las denominaciones comunes internacionales seleccionadas por la Organización Mundial de la Salud para identificar sustancias farmacéuticas específicas mediante nombres técnicos y mundialmente disponibles.

Otro de los problemas que se presentan con las nuevas tecnologías y que es de gran importancia, se refiere a que se están rebasando las fronteras de los países, poniendo en mayor riesgo los derechos de propiedad intelectual,

esto lleva a sugerir la creación de un Sistema Jurídico Internacional con el objeto de homogeneizar el derecho.

Si bien nuestra legislación todavía no reconoce la problemática de los nombres de dominio, puede realizarse una actualización de la misma, en la que se dé solución a las controversias que pueden presentarse.

## CONCLUSIONES

PRIMERA: Internet es una tecnología que rebasa las fronteras de los países e incluye los medios de comunicación como el correo, el fax, el teléfono, por lo que puede ser utilizado como un instrumento de poder que pone en peligro la soberanía de los Estados.

SEGUNDA: El crecimiento de Internet está provocando cambios en la vida de la sociedad, en los aspectos social, político, económico, cultural, lo que justifica la intervención del jurista en su análisis.

TERCERA: El desarrollo de las nuevas tecnologías está aportando grandes beneficios a la sociedad, pero también tiene aspectos negativos como el que no toda la población tiene acceso a ella.

CUARTA: La regulación de Internet es a cada momento más necesaria, lo que sugiere una reglamentación de este fenómeno, pero no una reglamentación total, puesto que se tornaría imposible, sino una regulación de sus partes, la referente a los nombres de dominio.

QUINTA: El crecimiento de Internet está siendo aprovechado por los comerciantes e industriales para dar conocer sus productos y servicios, mediante el registro de las marcas.

SEXTA: Los nombres de dominio están creando controversias jurídicas en materia de Derecho Intelectual, en especial relacionado con el derecho de las marcas y en menor medida con la reserva de derechos.

SÉPTIMA: Los derechos de los titulares de las marcas han sido afectados por la actitud dolosa de terceros que registran las marcas como nombres de dominio con el objeto de aprovecharse de la reputación de la marca, de desprestigiar la marca o de pretender una suma de dinero a cambio del dominio.

OCTAVA: Las controversias que se han generado entre los nombres de dominio y las marcas están produciendo resoluciones judiciales y pronunciamientos de organismos gubernamentales y no gubernamentales que pretenden solucionar la problemática.

NOVENA: Los nombres de dominio están relacionados con los derechos de autor, principalmente referido a la reserva de derechos, es decir, a los títulos, nombres y denominaciones de publicaciones periódicas, difusiones periódicas, personajes humanos de caracterización, personas o grupos dedicados a actividades artísticas.

DECIMA: Las controversias entre los nombres de dominio y las reservas de derecho todavía no se presentan, por lo que no ha habido pronunciamientos al respecto, pero que sin duda es una problemática que puede presentarse en el futuro.

DECIMA PRIMERA: El nombre de dominio está relacionado en materia autoral con el derecho moral consistente en derecho a la paternidad de la obra y el derecho a la integridad de la obra, el primero referido al derecho a que se reconozca al autor como creador de la obra y la segunda referido al derecho al título de la obra, puesto que éste debe ser protegido como parte de la obra y por lo tanto no puede ser modificado o utilizado sin autorización del titular.

DECIMA SEGUNDA: Se están planteando algunas formas de solución a los problemas jurídicos de los nombres de dominio, como son: el Memorándum de entendimiento para el espacio de nombres de dominio de nivel superior genéricos del Sistema de nombres de dominio de Internet, la Declaración de Política sobre la Administración de los Nombres y Direcciones de Internet, el Libro Verde y el Informe Final de la OMPI.

DECIMA TERCERA: La actual legislación en materia de propiedad intelectual no fue creada para aplicarse en las nuevas tecnologías como Internet, lo que sugiere su actualización a los cambios tecnológicos.

## BIBLIOGRAFIA GENERAL

- BARRIUSO RUIZ, Carlos, Interacción del Derecho y la Informática, Madrid, España, Ed. Dykinson, 1996, 346 pp.
- BECERRA RAMIREZ, Manuel (comp), Derecho de la Propiedad Intelectual. Una Perspectiva Trinacional, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 1998, 260 pp. (Serie H: Estudios de Derecho Internacional Público, 26)
- \_\_\_\_\_, (comp.), Estudios de Derecho Intelectual en homenaje al profesor David Rangel Medina, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1998, 551 pp. (Serie E. Varios, Núm 96)
- \_\_\_\_\_, "Internet y su Problemática Jurídica", Revista de Derecho Privado, México, año 8, núm 22, Enero-Abril 1997, pp. 3-19.
- BERTRAND, André, "El Derecho Moral de los Autores en el Derecho Francés", Derecho de la Alta Tecnología, Año VIII, No. 91, Marzo 1996, pp. 6-13.
- \_\_\_\_\_, "El Derecho de los Artistas Intérpretes en el Derecho Inglés y en el Derecho Americano", Derecho de la Alta Tecnología, Año VIII, No. 87, Noviembre 1995, pp. 15-17.
- CIUS, Mikhail I., "La ley sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos de la República de Moldova", Boletín de Derecho de Autor, Vol. XXX, No. 4, Octubre-Diciembre 1996, ediciones UNESCO, pp. 61-66.
- DAVARA RODRIGUEZ, Miguel Angel, De las Autopistas de la Información a la Sociedad Virtual, Pamplona, España, Ed. Aranzadi, 1996, 191 pp.
- FARELL CUBILLAS, Arsenio, El Sistema Mexicano de Derechos de Autor (Apuntes Monográficos), Editorial Ignacio Vado, México, 1966, 145 pp.
- GAVRILOV, E.P., "El Derecho de Autor en Rusia en el periodo de transición actual", Boletín de Derecho de Autor, Vol. XXIX, No. 2, Abril-Junio 1995, ediciones UNESCO, pp. 16-25.

GINSBURG, Jane C. "Historia de dos Derechos: La Propiedad Literaria en la Francia Revolucionaria y en América del Norte", Derecho de la Alta Tecnología, Año IX, No. 104, Abril 1997, pp. 1-18.

LIPSYC, Delia, Derecho de Autor y Derechos Conexos, Ediciones UNESCO/CERLALC/ZAVALIA, Argentina, 1993, 933 pp.

LOREDO HILL, Adolfo, Derecho Autoral Mexicano, Editorial Porrúa, México, 1982, 145 pp.

NAVA NEGRETE, Justo, Derecho de las Marcas, México, Porrúa, 1985, 637 pp.

MAESTRE RODRIGUEZ, Javier A., Planteamiento de la Problemática Jurídica de los Nombres de Dominio.  
<http://www.purplesys.es/users/dibu/articulo.htm>

MARCUSE, Herbert, El Hombre Unidimensional. Ensayo Sobre la Ideología de la Sociedad Industrial Avanzada, 1a. ed. en español, (Tr. Juan García Ponce), D. F., México, Ed. Joaquín Mortiz 1968, 274 pp.

\_\_\_\_\_, Eros y Civilización, una investigación filosófica sobre Freud, 1a. ed. en español, (Tr. Juan García Ponce), D. F., México, Ed. Joaquín Mortiz 1965, 287 pp.

MEZGHANI, Nébila, "Túnez, una nueva ley relativa a la propiedad literaria y artística", Boletín de Derecho de Autor, Vol. XXIX, No. 3, Julio-Septiembre 1995, ediciones UNESCO, pp. 29-38.

MOUCHET, Carlos y Sigfrido Radaelli, Los Derechos del escritor y del artista, Madrid, Ediciones Cultura Hispánica, Cuadernos de Monografías, 1953, 465 pp.

PALACIOS, Leopoldo, Las Marcas Comerciales en Venezuela, Universidad Central de Venezuela, 1968.

PITTA, Laura, "Los Derechos Patrimoniales y Morales que ampara la Ley sobre Propiedad Intelectual (Copyright) de los Estados Unidos de América para la protección de los Autores y Productores de la Industria Cinematográfica", Boletín de Derecho de Autor, Vol. XXIX, No. 3, Julio-Septiembre 1995, ediciones UNESCO, pp. 5-20.

RANGEL MEDINA, David, Derecho de la Propiedad Intelectual e Industrial, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1991, 155 pp. (Serie A: Fuentes, b) Textos y Estudios Legislativos, 73)

\_\_\_\_\_, Tratado de Derecho Marcario, las Marcas Industriales y Comerciales en México, México, Ed. Libros de México, 1960, 471 pp.

\_\_\_\_\_, "Relaciones entre la Propiedad Industrial y el Derecho de Autor", Revista de la Facultad de Derecho de México, Tomo XLII, Septiembre-Diciembre 1992, Nos. 185, 186, pp. 111-132.

RIOS ESTAVILLO, Juan José, Derecho e Informática en México. Informática Jurídica y Derecho de la Informática, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1997, 175 pp. (Serie E, Varios, Num. 83)

SANSO, Benito e Hidelgart Rondón de Sanso, Estudios de Derechos Industrial, Universidad Central de Venezuela, 1965, 273 pp.

TELLEZ VALDES, Julio, Derecho Informático, 2a. ed. México, Ed. Mc Graw Hill, 1996. 283 pp.

TOMAS AZPILCUETA, Hermilio, Derecho Informático, Abeledo Perrot, Argentina, 89 pp.

VILLAMATA PACHKES, Carlos, "Algunos Apuntes sobre Derecho Marcario", Responsa, Año 1, Número 02, Octubre de 1995, México, Editorial Progreso, pp. 15-17.