

# **EL NOMBRE DE DOMINIO, ¿UNA NUEVA FORMA DE PROPIEDAD?**

*MSc. Christian Hess Araya<sup>(\*)</sup>*

## **SUMARIO:**

- I. Introducción
- II. El planteamiento del problema
- III. Consideraciones adicionales
- IV. Conclusión

## I. INTRODUCCIÓN

Desde una óptica técnica, el DNS<sup>(1)</sup> es un protocolo de resolución de nombres, integrante del conjunto de protocolos de comunicación telemática colectivamente conocidos como TCP/IP.

El hecho de que el DNS sea un “protocolo” implica que es un conjunto de reglas, que en este caso sirve para la resolución (conversión) de los nombres de dominio de Internet (que son cadenas de caracteres alfanuméricos) a números IP<sup>(2)</sup> y viceversa.<sup>(3)</sup> En rigor, la existencia del DNS no es crítica para el adecuado funcionamiento de la red; en principio, sería perfectamente posible operar exclusivamente a base de números IP. Sin embargo, el empleo de etiquetas textuales facilita la navegación a los usuarios, en la medida en que nuestra mente retiene y asimila palabras con mayor facilidad que cifras.

El DNS se traduce en una base de datos jerárquica, en cuyo vértice figura el dominio raíz “.”, a partir del cual brotan una serie de *dominios de nivel superior* (TLDs;<sup>(4)</sup> éstos se dividen, a su vez, en *genéricos* y *nacionales*. Los primeros (gTLD) incluyen tanto las extensiones tradicionales como .com, .net, .org, así como las más recientemente aprobadas por la ICANN,<sup>(5)</sup> como .name, .biz o .pro. Por su parte, los segundos (ccTLD), hacen alusión a los dominios asociados a países específicos, como .fr (Francia), .br (Brasil) o .cr (Costa Rica), representados por dos caracteres correspondientes al código ISO-3166 de cada nación.

- 
- (1) “Domain name system” (“sistema de nombres de dominio”), por sus siglas en inglés.
  - (2) “Internet protocol” (“protocolo de Internet”).
  - (3) “Configuring the DNS Service”, documento electrónico de la empresa Cisco Systems, Inc., disponible electrónicamente en la dirección <http://www.cisco.com/univercd/cc/td/doc/product/iaabu/cddm/cddm111/adguide/dns.htm>.
  - (4) “Top-level domains”.
  - (5) “Internet Corporation for Assigned Names and Numbers” (“Corporación de Internet para los Nombres y Números Asignados”).

La base de datos del DNS es, además, de naturaleza altamente distribuida. La tarea de convertir los nombres a números IP (y viceversa) es ejecutada por un gran número de *servidores de nombres* dispersos tanto lógicamente como geográficamente a través de la red. Cada servidor posee la información relativa a los dominios ubicados bajo su zona de autoridad. Si, en un momento dado, uno no es capaz de efectuar la conversión requerida, simplemente contactará a otro servidor de mayor nivel, que –a su vez– trasladará la solicitud al que corresponda, de modo que eventualmente se logre obtener los datos que interesa.

Antes de que sea posible convertir un nombre de dominio en un número IP (o a la inversa), es necesario que intervenga una *entidad registradora*, asociando individualmente a uno con otro, mediante la actualización de la base de datos del DNS y esperando a que esa modificación se propague a través de la red. Puesto que la asociación entre dominio y número IP es unívoca, no es posible registrar un nombre que ya haya sido asignado previamente y se encuentre en uso. Para poder adquirir el derecho de utilizar un dominio asignado con anterioridad, es necesario esperar que expire ese registro –si es que su titular no lo renueva oportunamente– o bien negociar con éste una transferencia anticipada. Esta circunstancia, desde luego, ha dado pie a toda la conocida problemática de la *ciberocupación*.<sup>(6)</sup>

Para lo que aquí concierne, entonces, es oportuno recalcar que –en términos jurídicos– un nombre de dominio es un objeto de comercio. Hasta aquí pareciera haber consenso en la doctrina. Los problemas comienzan al momento de tratar de precisar exactamente de qué clase de bien jurídico estamos hablando y, consecuentemente, de qué clases de negocios jurídicos puede o no ser objeto un nombre de dominio.

## II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el año 1997, la compañía estadounidense Umbro International, Inc. (UII) formuló una serie de acciones judiciales, primero contra la corporación canadiense 3263851 Canadá, Inc. y luego contra la entidad registradora Network Solutions, Inc. (NSI). El objeto de estos litigios era el control del dominio umbro.com y otros 26 relacionados, que

---

(6) HESS ARAYA, Christian. “Desafíos de la propiedad industrial en Internet”, en el semanario “El Financiero”, año 2, Nº 90, diciembre de 1996; disponible electrónicamente en <http://comunidad.derecho.org/chess/>.

alegadamente habrían sido registrados por la mencionada organización canadiense, con infracción de los derechos de propiedad industrial de la primera. Habiendo obtenido sentencia favorable en lo sustantivo de su reclamo, UII pretendía que NSI hiciera efectivo un embargo sobre los dominios disputados (excepto el propio umbro.com, que pasó a control de la accionante), con miras a su posterior tasación y remate, a fin de resarcirse de los daños y costos legales, en ausencia de otros bienes propiedad de la primera accionada bajo jurisdicción estadounidense.

NSI se opuso a la acción, aduciendo que lo que UII pretendía embargar no era un bien material sino el fruto de un contrato de servicios. Agregó que los nombres de dominio no tienen en sí un valor fácilmente cuantificable y que por su naturaleza son diferentes a modalidades de propiedad intelectual tales como las patentes. El argumento de defensa clave fue que los nombres de dominio no pueden existir sino en función de los servicios prestados por una entidad registradora, los cuales son –a su vez– resultado de una contratación específica entre las partes.

El tribunal de primera instancia a cargo del caso no aceptó los argumentos de NSI. Sostuvo que un nombre de dominio registrado da pie a una “propiedad intangible valiosa y sujeta a embargo”. En este sentido, consideró que existe un interés posesorio específico en el nombre de dominio; que NSI no estaría viéndose forzada a brindar servicios a un tercero con el que podría no tener interés en relacionarse; y que los nombres de dominio constituyen “una nueva forma de propiedad intelectual”.

El fallo fue apelado por NSI y conocido por el tribunal supremo del estado de Virginia.<sup>(7)</sup> En su expresión de agravios, NSI explicó que el convenio en virtud del cual se funda el registro de un nombre de dominio únicamente confiere al solicitante un derecho temporal a la asociación de aquél con un número IP. En otras palabras, un nombre de dominio es tan solo una referencia dentro de una base de datos –si se quiere, un “alias” textual para lo que, en el fondo, es realmente tan solo un número– y que, en ese carácter, no constituye un bien embargable. UII, por su parte, replicó alegando que ese derecho temporal es, precisamente, la propiedad intangible respecto de la cual existe un interés posesorio, que puede ser objeto de embargo.

---

(7) El texto completo de la sentencia, en inglés, está disponible en la dirección <http://www.courts.state.va.us/txtops/1991168.txt>.

El tribunal de grado acogió la tesis de NSI (aunque, justo es advertirlo, en un fallo dividido), en el sentido de estimar que un nombre de dominio no existe sino en función de un contrato de servicios, del cual es fruto o resultado. Al no constituir un bien ni un derecho con relación a un bien (un derecho real,<sup>(8)</sup> no es embargable.

UUI había intentado establecer una distinción entre el derecho del titular a emplear un determinado nombre de dominio y los servicios que la entidad registradora debe brindar para mantenerlo en operación. Suponemos que la idea era que si se lograba establecer la autonomía del primero con relación a los segundos, se podría afirmar que, una vez embargado y rematado el nombre de dominio, sería posible solicitar los servicios asociados a él a una entidad registradora diferente, de manera tal que NSI no pudiese alegar que se estaba viendo forzada a establecer una relación contractual no deseada con un tercero. Pero la corte no acogió el alegato.

### III. CONSIDERACIONES ADICIONALES

El fallo recaído en el caso Umbro es consistente con otras resoluciones pronunciadas por tribunales estadounidenses, tales como los casos *Lockheed Martin Corp. versus Network Solutions, Inc.* y *Kremen versus Stephen Michael Cohen, Network Solutions y otros.*<sup>(9)</sup>

A pesar de la claridad de sus alcances, diversos autores han destacado los problemas que parecieran no haber quedado resueltos con el fallo.

Por ejemplo, señalan algunos, ¿cómo conciliar el carácter intangible y –por ende– inembargable de los nombres de dominio, con la necesidad que deriva de la legislación de diversos países contra la ciberocupación, de permitir el establecimiento de acciones *in rem* contra dichos nombres, cuando fuere imposible localizar a su titular para traerlo al proceso? Esta preocupación ha surgido en los EE.UU., con motivo de la promulgación de su “Anticybersquatting Consumer Protection Act”,

---

(8) Por ejemplo, el derecho de copropiedad de un inmueble.

(9) DOLKAS, David Henry y MENSER, S. Tye. “Is A Domain Name “Property”?” Publicación electrónica disponible en: [http://www.gcwf.com/articles/interest/interest\\_42.html](http://www.gcwf.com/articles/interest/interest_42.html), visitada el 29 de enero del 2002.

que entró en vigencia en enero del 2000.<sup>(10)</sup> Para estos casos, se ha llegado a concluir que el carácter “tangible” o “material” de un nombre de dominio –exigido para la viabilidad de acciones judiciales *in rem*– solo debe admitirse para los específicos fines de aplicación de esa ley y nunca para otros propósitos.<sup>(11)</sup>

Otra cuestión: si los nombres de dominio no son bienes en sí mismos, ¿cómo explicar la existencia –es más, la proliferación– de sitios en la red, dedicados a comprarlos, venderlos o subastarlos? Estas operaciones generalmente conllevan incluso una cuantificación del valor de mercado de cada nombre. Una vez concertada la transacción, el titular del dominio<sup>(12)</sup> debe manifestar a la entidad registradora su consentimiento para que se opere la transferencia. La costumbre en estos casos es que el adquirente asuma cualesquiera tarifas que ese traslado implique.

En estas hipótesis, la respuesta que pareciera guardar mayor consistencia con los términos de las resoluciones judiciales de comentario es pensar que esas operaciones no son compraventas, sino cesiones de derechos.

## CONCLUSIÓN

Pensamos que es irrefutable la tesis, sostenida por el tribunal de apelación en el caso Umbro, de que un nombre de dominio no puede existir sino en función de los servicios que respecto de él preste una determinada entidad registradora. Sin embargo, este hecho pareciera acentuar aún más el bien conocido paralelismo que existe entre los nombres de dominio y las marcas tradicionales,<sup>(13)</sup> puesto que –rigurosamente hablando– éstas últimas tampoco tienen mucho sentido (desde la óptica de la certeza de su tutela jurídica) sino a raíz de una inscripción registral que también está sujeta a expiración en el tiempo y que es

---

(10) DOLKAS y MENSER, *op. cit.*

(11) *Ídem.*

(12) La persona que figura como “contacto administrativo” ante la correspondiente entidad registradora.

(13) HESS ARAYA, *op. cit.*

pasible de ser transferida a terceros, por medio del mecanismo legalmente previsto.

Esta íntima relación entre marcas y dominios tiene, desde luego, sus complejas implicaciones. Por ejemplo, es sabido que la doctrina y la práctica registral admiten que un nombre de dominio sea inscrito como marca, cuando no se limite a operar como mero mecanismo de localización en la red sino que coincida con la razón comercial misma por medio de la cual el establecimiento es conocido en el mercado.<sup>(14)</sup> En tal caso, el eventual vencimiento del nombre de dominio (por falta de oportuna renovación) plantearía problemas a quien tuviese interés en registrarlo posteriormente, mientras la correlativa marca permanezca vigente.

Esperamos que el desarrollo jurisprudencial –y eventualmente legal– del tema corrobore las tendencias observadas hasta el momento. Pero es hartó conocido que la Internet suele desarrollarse por sendas que no necesariamente coinciden con las que los juristas podemos considerar lo más ortodoxo. Es seguro, entonces, que sobre esta temática resta aun mucho por discutir.

## **SOBRE EL AUTOR**

Christian Hess Araya es costarricense; licenciado en Derecho y máster en Informática. Letrado de la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica y miembro de la Junta Directiva del Colegio de Abogados. Profesor de Derecho Informático de la Universidad de La Salle, así como de la Maestría en Ciencias de la Computación e Informática de la Universidad de Costa Rica en San José. Fundador del proyecto Democracia Digital (<http://www.democraciadigital.org>). Miembro fundador de la Asociación Costarricense de Propiedad Intelectual. Miembro del Comité de Derecho y Tecnología de la “Association for Computing Machinery” (ACM), así como de la “International Association for Artificial Intelligence and Law” (IAAIL).

Correo: [chess@myrealbox.com](mailto:chess@myrealbox.com); sitio web:

<http://comunidad.derecho.org/chess/>.

---

(14) El caso más claro al respecto es el de Amazon.com, cuyo nombre de dominio es –al mismo tiempo– la propia denominación comercial de ese establecimiento.