



**El nombre de dominio:  
Un nuevo Signo distintivo**

JAVIER A. MAESTRE RODRÍGUEZ



## **EL NOMBRE DE DOMINIO: UN NUEVO SIGNO DISTINTIVO**

Ponencia presentada por Javier A. Maestre Rodríguez en las Jornadas Extremeñas de Derecho en Internet, en desarrollo del tema "Problemática jurídica de los nombres de dominio".

### **INTRODUCCIÓN**

Esta tarde nos vamos a ocupar brevemente de lo que el Consejo de Estado francés calificó como la columna vertebral de Internet: el nombre de dominio. Una figura que resulta ciertamente paradigmática en los diversos análisis que se efectúan de las innovaciones y profundas transformaciones que vienen acompañando a este gran invento de finales de siglo que es la red de redes.

Indudablemente, Internet se encuentra llamada a introducir un considerable número de innovaciones en nuestro quehacer cotidiano y extraordinario. Muchas de ellas, al menos en lo que afecta a la ciencia jurídica, y a pesar de la inédita entidad que se les atribuye, y que en verdad presentan, realmente tan sólo nos enfrentan con viejos problemas que han de ser solucionados, eso sí, en un nuevo contexto, bajo una nueva circunstancia.

Si en materia de comercio electrónico y firma digital el reto que se presenta, fundamentalmente, consiste en aportar una solución al problema de la efectiva acreditación del consentimiento en las transacciones comerciales, que a lo largo de la historia ha tenido múltiples y variadas manifestaciones, el nombre de dominio nos obliga a encarar una necesidad, aparecida mucho antes de la irrupción del comercio, que acompaña al hombre desde que es tal.

No en vano, el libro capital de la tradición judeocristiana, la Biblia, se ocupa ya en sus primeras páginas de las cuestiones relativas al nombre de las cosas que están en este mundo.

Tras crear la luz y las tinieblas, Dios decide ponerles nombre y solo entonces surgen la mañana y la noche del primer día (Génesis 1:5).

Más tarde (Génesis 2:19) el hombre se hace depositario de una facultad semi-divina, cual es la de nombrar los animales, pues el Texto Sagrado nos dice que Dios trajo a los animales que había creado al hombre para ver cómo los llamaría, porque cada ser viviente debía tener el nombre que le pusiera el hombre.

Ya desde una perspectiva jurídica, no me remontaré tan atrás en la Historia, sino hasta 1.931 cuando el profesor Batllé manifestaba que *“La necesidad de la designación de los individuos es tan antigua como el hecho de hablar con diferentes personas, remontándose, por tanto, a los primeros tiempos de la Humanidad”*<sup>1</sup>. El nombre de dominio responde a esa primigenia necesidad humana de designar, transmitida de alguna forma a los ordenadores que, miembros de algunas comunidades -redes-, reivindican un sistema de identificación con la finalidad de intercambiar información -¿hablar?- entre ellos.

Sea lo que se sea Internet, y teniendo en cuenta que todavía no podemos llegar a comprender totalmente la Red de redes -dado que aún se encuentra en proceso de definición-, lo cierto es que el nombre de dominio ha pasado a ser el principal elemento identificador de las iniciativas humanas que surgen en su seno (al menos en el entorno de la WWW).

En su origen, las direcciones IP y el sistema de nombres de dominio (DNS, por sus siglas en inglés) eran tan sólo un medio de identificación técnica de ordenadores conectados a Internet, pero poco a poco han ido trascendiendo de esa función original, gracias a su potencial semántico.

## 2. CONCEPTO DE NOMBRE DE DOMINIO

Como se ha indicado, uno de los problemas con los que ha de enfrentarse toda comunidad es el de determinar sistemas que individualicen, identifiquen y/o distingan claramente a los diferentes agentes, e incluso objetos, que en ella intervienen.

En el “mundo real”, son considerables los medios que con finalidades análogas se emplean, y están regulados por normas jurídicas.

En Internet, al existir infinidad de ordenadores conectados a la Red, resulta imprescindible arbitrar un sistema que permita reconocer e individualizar cada máquina que esté en conexión, de forma que se encuentre perfectamente identificada para recibir y transmitir información. Esta, además de hacer posible contar con una dirección fácilmente reconocible y que sean también estable, con independencia de la ubicación física de la información, es la originaria finalidad a la que respondía y responde el “Domain Name System” (DNS) y las direcciones IP.

---

1 “El Derecho al Nombre”. Por Manuel Batllé Vázquez, 1931. Extenso artículo publicado en la Revista General de Legislación y Jurisprudencia, Tomo 159, de 1.931, páginas 257 y siguientes. La cita se encuentra en la página 262.

Pero, como ya es ostensible, *el nombre de dominio ha trascendido de ese ámbito puramente técnico, para integrar una de las categorías utilizadas por los seres humanos en la identificación de sus actividades e iniciativas*<sup>2</sup>.

### Direcciones IP y nombres de dominio.

Para poder transmitir la información de un ordenador a otro, se precisa la existencia de una dirección unívoca a la que dirigir los datos. El IP (Internet Protocol) es el sistema básico de intercomunicación en la Red y el que asigna esas direcciones que son de carácter numérico<sup>3</sup>.

En la actualidad, la asignación de direcciones IP constituye un trabajo técnico, que no presenta la repercusión de los dominios, encontrándose además descentralizada la gestión por amplios territorios geográficos<sup>4</sup>.

En un principio, los ordenadores conectados se identificaban mediante estas direcciones que funcionaban a modo de números de teléfono. Pero, como comentaba Bogarin<sup>5</sup> ya en 1.993, “los seres humanos no somos buenos para recordar números, sino que por lo general vamos a preferir utilizar nombres que resulten ser mucho más significativos y por tanto más fáciles de recordar o de reconstruir.”

De esta forma nacieron los nombres de dominio con la tarea de ayudar a los humanos en su lidia con los fríos números<sup>6</sup> (direcciones IP), poniendo en relación las direcciones numéricas, con nombres que sean más cercanos a los hombres, y así más fáciles de recordar que unas, siempre difíciles de evocar, cifras.

El sistema fue creado por Paul Mockapetris en colaboración con Jon Postel, de la “University of Southern California, USC”. Por aquella época, como comenta Oscar

---

2 En este sentido, y desde la perspectiva propia de sus competencias, la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) destaca en su informe final sobre los dominios, tras explicar sus finalidades originarias, que éstos “han adquirido mayor importancia en tanto que indicadores comerciales y, como tales, han provocado conflictos con el sistema de identificadores comerciales que existía antes de la llegada de Internet y que está protegido por derechos de propiedad intelectual.” E industrial, habría que añadir para el caso de España.

3 La máxima autoridad en esta materia es la ICANN (<http://www.icann.org>), entidad sin ánimo de lucro constituida conforme a la legislación de California (Estados Unidos), que ha sucedido a la IANA (Internet Assigned Number Authority) <http://www.isi.edu/iana/>

4 APNIC (Asia-Pacific Network Information Center, para la región de Asia) <http://www.apnic.net/> ARIN (American Registry for Internet Numbers, para América) <http://www.arin.net/> RIPE (Reseau IP Europeens, para los países europeos) <http://www.ripe.net/>

5 BOGARIN NAVARRO (Rodrigo), “Internet y sus Servicios”, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Centro de Investigaciones en Computación, octubre de 1993.

6 Cristhian Hess: “Desafíos de la propiedad intelectual en Internet”. Publicado en el Semanario “El Financiero”, nº 90. En la Red se puede obtener en <http://www.leggio.com/> así como en la propia página del Sr. Hess: <http://www.geocities.com/SiliconValley/Circuit/1491/dereinfo/art96-01.html>.

Robles<sup>7</sup>, el uso del DNS involucró solamente a instituciones académicas y al ejército de los Estados Unidos, presentes en Internet desde prácticamente su origen.

El funcionamiento interno del nombre de dominio es el siguiente: cuando una persona introduce en la ventana correspondiente de su navegador una determinada dirección (URL)<sup>8</sup>, el programa se dirige a la base de datos determinada para encontrar la dirección IP en la que residen las páginas que desean consultarse.

Anteriormente, esta base de datos consistía en un fichero denominado "host.txt" y que debía residir en todas las máquinas conectadas. En la actualidad, existe una base de datos "central" de la que extraen información todas las réplicas existentes por la Red.

De esta forma, el ordenador doméstico recurrirá en primer lugar, probablemente, al servidor de su proveedor de acceso para encontrar allí la dirección IP que corresponda al dominio solicitado. Esa información se remite del servidor de nombres de dominio al navegador que se esté utilizando, para que éste se dirija a la dirección IP que le indica el servidor<sup>9</sup>. Esta configuración hace que, ciertamente, cualquiera puede idear un sistema de nombres de dominio diferente al actual<sup>10</sup>; bastaría con indicar al navegador una dirección en la que se encuentre la base de datos que quiera utilizarse. Pero para poder aprovecharse de las ventajas del sistema hipertextual de la WWW, lo ideal es que todo el mundo, o al menos la mayoría de la gente, utilice el mismo sistema de nombres de dominio, es decir, una misma base de datos que necesariamente ha de configurarse de forma consensuada.

---

<sup>7</sup> "Cronología del DNS". Oscar Robles (NIC-Mexico), 1998, disponible en: <http://www.dominiuris.com/boletines/doctrinal/cronologia.htm>

<sup>8</sup> URL son las iniciales de (Unified Resource Locator), y se utiliza para referirse a la localización concreta de los documentos o páginas que se integran en la WWW.

<sup>9</sup> Un breve artículo muy ilustrativo del funcionamiento del sistema es el titulado "El espacio de dominio DNS", de Carlos Sáinz. 1997.

<sup>10</sup> De hecho existen sistemas alternativos como el "clásico" ya desaparecido *alternic* (<http://www.alternic.net/>), o el más reciente en el ámbito hispano, cuya iniciativa se encuentra en <http://www.nichispano.net/>. Por otro lado, existen algunos dominios de dos letras (dominios territoriales) que no responden a la finalidad de definir el espacio de nombres de dominio relacionadas con una determinada área geográfica. Entre estas iniciativas se pueden distinguir algunas convencionalmente tildadas de poco serias (los casos de .to o .cc), y otras supuestamente no tan frívolas, pero que básicamente pretenden fines de trayectoria parecida, tales como la iniciativa oficial de la OMPI, en relación con el proyecto Internet One, que utiliza para su desarrollo el dominio ".io". Este dominio, de acuerdo con la norma ISO 3166, debería corresponder al territorio oceánico de las indias británicas (BRITISH INDIAN OCEAN TERRITORY). Otros ejemplos de esta práctica son los dominios .to (Reino de Tonga) y .cc (Cocos Kelling), .nu (de una isla de la Polinesia) y .tm (Turkmenistan). Artículo de la revista WIRED sobre estos dominios <http://www.wired.com/news/news/business/story/12226.html>

## Estructura del nombre de dominio

Todas las páginas Web de Internet presentan una estructura similar a ésta:

<http://www.servicios.dominiuris.com/novatos/default.htm>

Las iniciales “**http**” quieren decir “HyperText Transfer Protocol”, y es el protocolo utilizado por la “World Wide Web” para la comunicación entre los diferentes equipos conectados entre sí a través de la Red (otros protocolos son el ftp y el mailto). Por su parte, las iniciales “**www**” son las siglas de “World Wide Web” y viene a significar la “telaraña” o red mundial<sup>11</sup>.

Estos dos elementos se encuentran siempre en todas las direcciones de la WWW y, estrictamente, no forman parte del nombre de dominio.

**default.htm** es el nombre del fichero que contiene la información que se está viendo.

**/novatos/** es un directorio creado en el servidor.

El nombre de dominio de primer nivel es **com**, mientras que **dominiuris** es el nombre de segundo nivel. Finalmente, **servicios** sería el nombre de tercer nivel. De esta forma, el DNS permite el escalado de los nombres de dominio, por medio de una distribución jerárquica de los mismos, de forma que en cada nivel, el dominio delegado es el responsable de asignar nombres unívocos para que no existan duplicidades.

## Tipos de nombres de dominio

1.- Los **dominios internacionales o genéricos** de primer nivel, conocidos como **TLD’s** (Top Level Domains), entre los que podemos distinguir:

- Comerciales (.com, .net, .org)
- Restringidos:
  - .gov: Autoridades gubernativas estadounidenses
  - .int: Instituciones internacionales
  - .edu: Instituciones educativas
  - .mil: Instituciones militares norteamericanas

2.- **Los nombres de dominio de países o territoriales**, formados por dos iniciales conforme a la norma ISO (Organización Internacional de Normalización o Estandarización) 3166, que corresponden a los territorios definidos en la norma, .es para el caso español. A su vez, hay dominios territoriales que presentan una subdivisión, de forma que los interesados tan sólo puede aspirar a un dominio de tercer nivel. La subdivisión puede

---

<sup>11</sup> Más detalles sobre estos conceptos se puede conseguir en el Servicio de Información de la RedIRIS: <http://www.rediris.es/>

tener carácter temático (.com.ar) o territorial (co.us), como en el caso del dominio estadounidense que presenta una subdivisión basada en el código postal de dos letras con el que se identifica cada estado de la unión.

### 3. LA IMPORTANCIA DE LOS NOMBRES DE DOMINIO.

Desde sus orígenes, dos son las características que es menester destacar del sistema de nombres de dominio: de un lado, la función de identificación técnica de los elementos conectados al entorno de la WWW y, de otro, la movilidad que permite al poder ser modificada la dirección IP<sup>12</sup> relacionada con el nombre de dominio, por lo que el nombre de dominio se configura como un sistema de identificación más estable que la simple dirección IP, susceptible de cambios técnicos o de otra índole. Esta última característica, aunque menos analizada, es de una indudable trascendencia para el funcionamiento actual de Internet y el entorno WWW<sup>13</sup>.

La función de identificación técnica se consigue ya con la dirección IP. Con los nombres de dominio se pueden utilizar caracteres más fácilmente reconocibles, y ello ha dado lugar a su popularización y a que adquieran un tremendo valor económico. Al poder utilizar vocablos más cercanos que los números, el nombre de dominio consigue una sustantividad y significado propio, de forma que la función identificativa, susceptible de condensar un alto contenido semántico, trasciende el ámbito puramente técnico para el que fue originalmente concebido.

Seguidamente se analizan brevemente los principales intereses que en materia de nombres de dominio están en juego: los de los usuarios (activos y pasivos) de Internet, las entidades registradoras de dominio como un nuevo negocio que surge específicamente para el ámbito de Internet, y los Estados y poderes públicos por controlar el sistema y mantener o aumentar sus actuales cuotas de poder.

1. Agentes activos de Internet y usuarios del sistema. Cualquier persona que desee estar de una forma activa en la Red precisa (como en la vida real) de un domicilio, de una dirección para alojar la información que sea identificable desde cualquier ordenador conectado. Además, es necesario que los nombres sean unívocos para evitar duplicidades.

---

12 Nótese que la dirección IP es la "verdadera" dirección numérica de la ubicación de los documentos. Con el sistema de nombres de dominio, es perfectamente factible que una persona cambie de proveedor de servicios Internet, incluso a otro país o ubicación física lejana, sin tener que modificar el nombre de dominio conocido por el público.

13 Esa "portabilidad", a menudo olvidada, de los nombres de dominio es igualmente destacada por Milton Mueller en la página 5 del artículo "Technology and institutional innovation: Internet domain names". Artículo publicado en el "International Journal of Communications Law and Policy". Vol. 5, verano de 2.000 (www.ijclp.org).



La importancia, para estos agentes, de la operatividad del nombre de dominio en el funcionamiento actual de Internet queda perfectamente reflejada en la sentencia dictada en el caso Panavision<sup>14</sup> que, al analizar el sistema de nombres de dominio y la finalidad a la que obedece, destaca cómo su propósito principal es el de permitir a los usuarios de Internet localizar las direcciones de una forma rápida y sencilla.<sup>15</sup>

Un dato que pone de manifiesto el interés de grandes corporaciones en los nombres de dominio son las cifras multimillonarias que se han satisfecho por algunos de los dominios más solicitados de la Red<sup>16</sup>. En diciembre de 1.999 se daba cuenta del récord alcanzado en la venta del dominio business.com, y pronto pareció haber sido superado por la dirección "year2000.com", cuya transmisión alcanzó supuestamente la escalofriante cifra de DIEZ MILLONES (10.000.000) DE DOLARES USA, más de 1.600 millones de pesetas (finalmente se confirmó que la venta no alcanzó ese importe, aunque numerosos medios dieron la noticia). Probablemente, de momento el importe más alto alcanzado en la actualidad por la venta de un dominio sea el pactado en el caso del dominio "business.com", que batió todas las plusmarcas conocidas al fijar la cuantía de la transmisión del dominio en 7'5 millones de dólares estadounidenses (más de mil millones de pesetas)<sup>17</sup>. Esta venta ya supera en 4'15 millones de dólares el anterior récord. Hasta la venta de "business.com", el dominio actual del popular buscador altavista ostentaba la cualidad de haber sido el más caro de la historia con 3'35 millones de dólares<sup>18</sup>.

---

14 Sentencia del Juez Pregerson, de fecha 5 de noviembre de 1.996, en el caso nº 96-3284 DDP, de la Corte Federal de Distrito de California, que se puede obtener en: <http://www.jmls.edu/cyber/cases/panavis2.html>. La Sentencia fue apelada, y confirmada el 17 de abril de 1.998, por el "U.S. 9th Circuit Court of Appeals".

15 Esta faceta de los nombres de dominio no ha sido tan puesta de relieve como la de la protección de los titulares de marcas registradas, pero es de una indudable trascendencia, y en el futuro lo será aún más. Resulta, por lo demás, de especial consideración a la hora de intentar un análisis, desde la perspectiva pública, de la problemática jurídica de los nombres de dominio. Mark Gould, en su artículo "An Island in the Net: Domain Naming and English Administrative Law", destaca que "todos los usuarios se benefician directamente, de la existencia del Sistema de Nombres de Dominio" y, en parte, basa en ese indudable interés público la aplicación del Derecho Administrativo a los dominios. El artículo fue publicado en la primavera de 1.997 en el "John Marshall Journal of Computer and Information Law". En la Red, está disponible en: [http://area.law.bris.ac.uk/JMLS/Pub\\_Nominet.html](http://area.law.bris.ac.uk/JMLS/Pub_Nominet.html)

16 Un listado de los dominios mejor pagados, seleccionados por dominios24h.com, puede encontrarse en: <http://www.dominios24h.com/mpagados.htm>.

17 Más información sobre esta transacción en: <http://www.dominiuris.com/boletines/boletin20.htm>

18 Este caso, de cualquier manera, no se encuentra exento de polémicas pasadas. El buscador altavista operaba bajo la dirección altavista.digital.com, mientras el dominio altavista.com pertenecía a Jack Marshall, al igual que la marca Altavista. Digital y el Sr. Marshall llegaron a un acuerdo en virtud del cual se cedía la marca Altavista, si bien el Sr. Marshall se quedaba con el dominio. Posteriormente, las partes estuvieron enfrentadas por la ejecución del referido convenio, y el acuerdo de compraventa del dominio puso fin a los enfrentamientos. Numerosos usuarios de la Red, pretendiendo encontrar el conocido buscador, acudían a la dirección altavista.com, lo cual llevó finalmente a Digital a adquirir tal dirección. Más información puede obtenerse en: <http://www.dominiuris.com/boletines/boletin8.htm>.

Pero la transacción de todos estos dominios pertenece a la historia conocida, dado que numerosas transacciones se realizan sin la publicidad de las anteriores, y no son escasos los nombres de dominio que cambian de titularidad sin que el público conozca los términos de la enajenación, como aconteció con el dominio "telefonica.com" que, sin pena ni gloria para la prensa española e internacional, ha pasado en 1.999 a ser controlado por la conocida operadora telefónica. Es más, curiosamente, las crónicas de prensa, reproducciones unas de otras, comentaban eufemísticamente que la conocida operadora española había "recuperado" por fin su dominio. Por lo demás, "algo tan absurdo como hispano: llamamos 'reconquista' a una expulsión genocida, la de la cultura árabe de un territorio tan suyo como nuestro."<sup>19</sup>

Pero no sólo las grandes corporaciones presentan intereses legítimos en materia de nombres de dominio. Las páginas no comerciales, de particulares, profesionales, empresarios y pequeñas y medianas empresas también tienen derecho a que sus iniciativas en Internet puedan "competir", no estrictamente en términos económicos, en igualdad de condiciones respecto a otros agentes activos de Internet.

**El nombre de dominio**, desde el momento que es necesario para todos los agentes activos de la Red -sobre la que ha de tenerse en cuenta su esencial carácter abierto y beneficiosa diversidad-, **es un recurso disponible para toda la comunidad de Internet, debiendo respetarse en su configuración la pluralidad de identidades que la integran, desde diferentes perspectivas sociales, culturales e incluso jurídicas.**

2.- Registradores de dominio y negocios adyacentes. Junto al interés de las empresas usuarias de Internet, y del resto de iniciativas que alberga, se encuentra el de muchas entidades por convertirse en registradores de nombres de dominio, dado que la previsión sobre la creación de nuevos registradores se está llevando a cabo en un intento de romper el monopolio que ostentaba NSI. La importancia económica de estos contratos es ciertamente de relevancia si se tiene en cuenta la demanda creciente de nombres de dominio, cuyo mercado constituye una enorme tarta a repartir. Se estima que en el periodo comprendido entre septiembre de 1.995 y marzo de 1.996, la tarifa anual para conservar el nombre de dominio le reportó a NSI sobre 20 millones de dólares<sup>20</sup>, mientras que en Septiembre de 1.998, NSI había registrado ya 2.777.000 dominios, habiendo alcanzado unos beneficios de 35'9 millones de dólares.<sup>21</sup>

19 "CIBEROKUPAS". Artículo de Carlos Sánchez Almeida publicado originalmente en el nº 180 del boletín de KRIPTOPOLIS ([www.kriptopolis.com](http://www.kriptopolis.com)) y posteriormente en el nº 25 del boletín de DOMINIURIS.

20 Robert Shaw: "Internet Domain Names: Whose Domain Is This?", <http://www.itu.ch/intreg/dns.html>

21 Según se comenta en "The Law of Cyberspace", publicado en la "Harvard Law Review", Volume 112, Mayo 1999, nº 7.

Hoy en día, con la configuración actual, en opinión de Juanjo Jiménez, “el negocio del registro de dominios puede obtener más de un 380% de márgenes brutos por nombre de dominio, o ganar entre un 15 y un 55% de las cuotas de registro.”<sup>22</sup>

En el artículo citado, se pone de manifiesto como la ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) se encarga de acreditar a las nuevas compañías registradoras cobrando por ello una tasa de 1.000 dólares (unas 160.000 pesetas) por solicitud, un depósito de garantía de 100.000 dólares (aproximadamente 16 millones de pesetas) y una licencia de software de 10.000 dólares (más de un millón y medio de pesetas), pagadero a Network Solutions (NSI).

En noviembre de 1.999, funcionaban 14 registradores acreditados, 37 más estaban acreditados aunque no operativos e igual número de solicitudes se encontraban a la espera de ser aceptadas.

Por su parte, NSI, la empresa que hasta hace poco ostentaba el monopolio del registro de dominios bajos los principales dominios de primer nivel internacionales, cobra a los registradores 18 dólares (unas 2.880 pesetas) por un registro inicial de dos años de duración y 9 dólares (casi 1.500 pesetas) por la renovación anual. Las tarifas actuales al por menor cuestan 70 dólares (poco más de 11.000 pesetas) y 35 dólares (unas 5.600 pesetas), respectivamente.

Si todos a estos agentes se les añaden los dedicados a actividades comerciales, empresas de compra y venta de dominios, intermediarios, proveedores de acceso que se ocupan de las solicitudes y ¿por qué no? incluso abogados y árbitros que intervienen profesionalmente en los conflictos<sup>23</sup>, puede afirmarse sin miedo a equivocarse que los nombres de dominio han propiciado la aparición de todo un sector de actividad económica que empieza a mover ingentes cantidades de dinero, por lo que todo el mundo pretenderá, como es lógico, hacerse con una parte de la tarta, de un lado, y aumentar su cuota de poder, de otro.

3.- Los poderes públicos. Finalmente, y menos analizado que los anteriores, se encuentra el interés de los diferentes Estados, máximos representantes en la actualidad de los fenómenos públicos, por controlar el sistema y que sea, en última instancia, su jurisdicción la competente para dirimir las controversias que surjan. El Consejo de Estado francés ha puesto de manifiesto este interés de los Estados, si quiera veladamente expuesto por las autoridades estadounidenses y comunitarias, al afirmar, como uno de los aspectos criticables del actual sistema, que éste ha sido guiado únicamente por los intereses estadounidenses, en detri-

22 “El lucrativo negocio del registro de dominios”. Juanjo Jiménez. 1999. Disponible en: <http://www.zdnet-es.com/canales/zdnn/mostrarnoticias.asp?id=559>.

23 Las tarifas por el sistema de arbitraje de la OMPI en relación con los dominios oscilan entre los 1.000 y 3.500 dólares norteamericanos. Precios disponibles en: <http://arbiter.wipo.int/domains/fees/index-es.html>

mento de la soberanía de los demás Estados. En concreto, así se pronuncia el Consejo de Estado: “et son évolution est, à l’heure actuelle, essentiellement guidée par les intérêts des Etats-unis, en méconnaissant largement la souveraineté des autres Etats.”<sup>24</sup>

El alto órgano consultivo francés, que tanto ha influido en la construcción y desarrollo del moderno Derecho administrativo de la Europa continental, conecta, por tanto, la institución del nombre de dominio con la soberanía de los actuales sujetos del Derecho internacional.

Más avanzado el informe, se ocupa de la propuesta en su día efectuada por las autoridades norteamericanas, afirmando que la estructura de la futura autoridad de regulación destinada a reemplazar a la IANA no presenta un carácter suficientemente internacional, planteando así otro de los principales problemas de la determinación de un sistema institucional estable.

En definitiva, el nombre de dominio constituye un nuevo recurso fruto de las innovaciones tecnológicas operadas<sup>25</sup>. En la actualidad vivimos en una “guerra”, afortunadamente y de momento sin pistolas, por acceder y establecer los modos de reparto de esos nuevos valores surgidos con ocasión de Internet, por determinar y configurar el nuevo ámbito de apropiación de los nuevos recursos con valor económico a que dan lugar Internet y los cambios tecnológicos de los últimos años<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> Informe de fecha 8 de septiembre de 1.998, disponible en: <http://www.internet.gouv.fr/francais/textesref/rapce98/accueil.htm>

<sup>25</sup> Gregorio Marañón escribía ya en la primera mitad de este siglo: “La técnica es el instrumento para que ese diálogo entre el espíritu y la naturaleza se realice del modo más perfecto; y para que el fruto de ese diálogo se convierta en utilidad directa, que aprovechará el ser humano y cada vez un mayor número de seres humanos. La técnica, pues, está embebida de pensamiento, de lo más alto de nuestra semidivina jerarquía. Su esqueleto está hecho de materia sólida, pero dentro de ese esqueleto alienta un alma amasada con lo más delicado del espíritu”. Marañón, Gregorio: *Vocación y ética*, Austral, Madrid, 1946, p. 131.

La técnica será, si no lo es ya, la verdadera diferencia entre el rico y el pobre; sobre todo en el mundo occidental en el que, ya, poca gente se muere de hambre. Y establecerá distancias entre los diferentes países. En el acceso a la tecnología, que posibilita el acceso a la información y a su elaborado análisis, se encuentra la riqueza de los próximos años.

<sup>26</sup> La importancia de la configuración de estas aplicaciones ya ha sido puesta de relieve. En este sentido es significativa la manifestación de Miguel A. Davara que al respecto establece: “consideramos necesario llamar la atención sobre que el elemento indispensable para este entramado de actividad son las comunicaciones y su efectividad en el ámbito profesional se encuentra condicionado por varios factores sobre los que actualmente podemos decidir e incluso definir, llegando a la conclusión de que la responsabilidad actual de aquellos que de una forma u otra pueden incidir en el desarrollo tecnológico y adecuación jurídica y social de las telecomunicaciones, es enorme, pudiendo ser comparada a la de los más grandes cambios sociales y culturales de la historia de la Humanidad.” Miguel Angel Davara Rodríguez, “Las tecnologías de la información y las comunicaciones y los profesionales del Derecho”, publicado en el nº correspondiente a la revista “OTROSI” del colegio de abogados de Madrid de Marzo de 1997.

Antes de la guerra, cuando la nueva zona y los modos de apropiación de los nuevos recursos se encontraban en proceso de formación, las personas que intervenían en el sistema lo hacían alejadas de intereses económicos o políticos. Ahora, la cosa ha cambiado. Las grandes corporaciones empresariales, en connivencia consciente o no con los estados en que se encuentran, intentan propiciar un cambio institucional, a resultas del cual salgan beneficiados respecto de otros grupos de poder. Naciones como los Estados Unidos de Norteamérica dan la impresión de comprender los términos de la batalla mejor que otras, como muestra el escándalo ECHELON, por el cual las autoridades estadounidenses pusieron al servicio de su industria una red de espionaje que ha provocado cuantiosos perjuicios a las iniciativas empresariales europeas y de otras zonas del mundo. Curiosamente, el escándalo no se destapó hasta que las autoridades de la Unión Europea no descubrieron las enormes pérdidas provocadas a las empresas de este lado del Atlántico.

#### EL CARÁCTER DINÁMICO DE LOS DISTINTOS ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN UTILIZADOS POR EL SER HUMANO

Como se indicó anteriormente, los hombre han utilizado y utilizan una infinidad de signos distintivos con trascendencia jurídica: : las personas físicas tienen los nombres y apellidos (cuando no los apodos o sobrenombres, nombres artísticos e incluso los títulos nobiliarios); las personas jurídicas tienen las razones sociales; el mundo comercial y empresarial tienen los signos distintivos del tráfico económico (marcas, nombres comerciales y rótulos de establecimiento), protegidos en España desde la óptica de la legislación sobre propiedad industrial y competencia desleal fundamentalmente; la Administración impone contar con un nº de Documento Nacional de Identidad, así como otro código de identificación fiscal para las relaciones con la Hacienda Pública, o la matrícula que individualiza los vehículos a motor; las rivalidades entre zonas productoras y los derechos de los consumidores determinan la necesidad de hacer buen uso de las denominaciones de origen; símbolos identificativos como la bandera o los anillos olímpicos gozan igualmente de protección y; en el plano internacional, hasta hace bien poco, los Estados, únicos sujetos de ese orden jurídico, eran los únicos de los que podría predicarse la existencia de un “derecho al nombre”.

Todas estas figuras e instituciones se encuentran afectadas por un doble dinamismo: de un lado, la categoría a considerar en cada caso, a lo largo de la historia ha tenido, como seguidamente comprobaremos en el caso del nombre de la persona física, una configuración diferente, prevaleciendo, según las épocas, algunos aspectos sobre otros; de otro lado, un signo distintivo concreto que surge en una categoría determinada, en ocasiones trasciende esas funciones originarias para desarrollar las identidades que su capacidad semántica posibilita, tal y como sucede con algunas marcas, para cual tomaremos, a modo de ejemplo, lo acontecido en España con el Toro de Osborne.

## A) EL NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA

En un primer momento, el nombre tan sólo hacía referencia al individuo, sin ningún tipo de identidad añadida, por lo que constaba sólo de un elemento, equivalía al actual prenombre y le faltaba el carácter familiar de los apellidos, si bien, en ocasiones el nombre portaba una cierta carga semántica al tener un significado propio al margen del meramente identificativo de la persona física.

En los textos de la Historia Sagrada, los hebreos llevaban sólo un nombre que les era dado a los niños en el acto de la circuncisión, ocho días después de su nacimiento<sup>27</sup>. Tan sólo con el fin de evitar confusiones, a veces se comenzó a añadir el nombre del padre, precedido de la partícula Bar, que quiere decir “hijo de”. Por lo demás, no debió ser práctica desconocida entre los hebreos la de cambiar el nombre que les había dado sido dado por sus padres, como lo prueba el hecho de que Jacob, después de haber luchado victoriosamente con un ángel, cambiara su nombre por el de Israel, que quiere decir vencedor.

El pueblo griego, en sus orígenes, también conocía una sola designación individual, a la que posteriormente se le unió una mención de la filiación y una indicación de la gens.

El sistema identificación romano, en cambio, es el más completo de todos. En sus orígenes fundacionales, Rómulo sólo contaba con ese nombre, pero más tarde, para evitar confusiones, se agregan calificativos y el nombre se convierte en hereditario, no exento de connotaciones espirituales, honor y respeto por los antepasados y su nombre, como muestran las palabras de Fustel de Coulange<sup>28</sup>, al decir: “La unidad de nacimiento y de culto se confirma por la unidad del nombre. Cada gens se transmite de generación en generación el nombre del antepasado, y lo perpetúa con el mismo cuidado con que perpetúa su culto”.

De esta forma, el nombre deja de ser tan sólo un elemento de identificación, para pasar a tener un contenido semántico adicional, susceptible de llegar a ser muy amplio<sup>29</sup>, que le faculta para servir de signo o símbolo de identidades compartidas, incluso de carácter sagrado.

27 Génesis, XVII, 9 y siguientes. Levítico, XII, 3. San Lucas, I, 59 y siguientes, citado por Batllé.

28 Citado por Manuel Batllé.

29 La configuración del nombre romano es realmente compleja y variada como pone de manifiesto Batllé: “Según Girard, el *jus suffragii* encuentra su expresión en el nombre de los ciudadanos. Este nombre está constituido por diversos elementos: **Proenomen** o designación individual, **Nomen gentilium** o designación gentilicia, **Cognomen**, que servía para distinguir las ramas de una gens. Estos elementos constituían los *tria nōmina*, pero además existía el **agnomen**, que sólo llevaban algunos patricios, y era una designación de carácter individual y nobiliario que dimanaba de algún hecho honroso.

En el nombre Publio Cornelio Scipión Africano, Publio es el proenomen, Cornelio el nomen gentilium, Scipión el cognomen y Africano el agnomen, designación honrosa que, en este caso, procede de las victorias que contra los africanos obtuvo el general Scipión.

Batlle igualmente analiza la evolución que ha tenido en España el nombre desde esta época romana. Así, con la penetración de los bárbaros vuelve a generalizarse otra vez el nombre único, con lo que de nuevo se vuelve a repetir el proceso de agregación de calificativos que se toman, o de las cualidades de un individuo (Juan Sin Miedo), o de la profesión que se ejerce (Herrero), o del lugar de origen (Aragonés). El cristianismo influyó en este orden, como en tantos otros, y confirió mayor importancia al nombre individual del bautismo que al patronímico, lo cual era contrario a las prácticas de la antigua Roma.

El nombre de pila bautismal, por lo demás, tampoco se encuentra exento de connotaciones sagradas toda vez que éste es el nombre de algún santo bajo cuya advocación se pone a los bautizados. Incluso en el Romancero, fustigando a los que usan nombres moriscos, pueden leerse los siguientes versos:

*¿Quieren que diga el hereje  
que en nuestra fe sacrosanta,  
de los nombres de pila  
se nos sigue alguna infamia?*

Este carácter sagrado da lugar también a prácticas que, saliendo de la religión, entran un poco en superstición. Por ejemplo, el Rey Alfonso VI de Castilla se pone tenazmente a que la mora Zayda, que es bautizada para casarse con él, se le ponga el nombre de María, “ca non queire ell aver compannia con mugier que assi oiviesse nombre, porque nasciera della Dios”<sup>30</sup>.

Con el objeto de perpetuar las glorias de la familia vuelven a reproducirse la fase de los nombres hereditarios, con una derivación sistemática del nombre paterno, o incluso pasando el nombre completo sin alteración, distinguiéndose entre sí por los prenombrados.

---

En los nombres femeninos sólo había dos elementos, faltando el cognomen. Esto era debido a que no estaban limitados en número como los masculinos (.../...)

Los adoptados tomaban el nombre como si fuesen nacidos en constante matrimonio del adoptante, y lo mismo sucedía con los arrogados. A veces, añadían a manera de cognomen su antiguo nomen gentilium, terminado en *anus*, verbigracia, Aemilianus.

Los nacidos fuera de matrimonio sólo llevan el nombre de la madre, sin mencionar la cualidad de espúreos, como algunos han creído. Esto no era más que la consecuencia del principio romano de que los hijos fuera de justas nupcias siguen la condición de la madre. Esto es lo que se muestra en la inscripción de Tarazona.

El liberto toma el nombre de la familia de su patrón, y como cognomen agrega el suyo de esclavo. Así, Tirón, liberto de Marco Tulio Cicerón, se llama Marco Tulio Tirón. El esclavo es designado con un nombre simple, y a veces se le agrega la mención de su propietario, sobre todo cuando la esclavitud se hace muy numerosa.

En el nombre del peregrino se manifiesta la diferencia con los ciudadanos. El peregrino no pertenece a ninguna gens, y por esto es designado con solo un nombre individual, seguido del de su padre genitivo. (.../...)

En los primeros tiempos de la Era cristiana, por lo que respecta a los pueblos sometidos a Roma, cada sujeto, además del nombre individual, se designaba con un patronímico caracterizado por la terminación *iues*,...”

30 Crónica General de España de D. Alfonso X. Ed. Academia de la Lengua, según cita Batllé.

En la actualidad, concluye Batllé, a tres pueden reducirse los principales sistemas de designación de las personas que existen en la actualidad:

- 1<sup>a</sup> Sistema árabe y eslavo. En que al lado de la designación individual figuran otras que indican a la par que la filiación, cualidades y procedencia del individuo (Mohamed el Hach Hamed Ben Jelún)
- 2<sup>a</sup> Sistema francés. Es el seguido por la generalidad de los países, que consiste en tomar el apellido del padre sin alteración, anteponiéndole un nombre individual.
- 3<sup>a</sup> Sistema español. Seguido en otros países como Portugal y algunos suramericanos, que consiste en adoptar los primeros apellidos de ambos padres, anteponiéndoles una designación individual.

### Los seudónimos

El seudónimo es de origen muy antiguo, frecuentemente utilizado por los guerreros y poetas de la antigüedad. Incluso llegó a ser obligatorio la adopción de algún seudónimo para ingresar en determinadas Corporaciones de tipo literario, como, por ejemplo, en la famosa Academia de los Arcades de Roma. Muchos seudónimos han pasado a la historia, acreditando la fama de sus titulares (Artemiro, Fernán Caballero, Molière, Mark-Twain, Voltaire, ...), sin faltar los de rancio abolengo. Nos basta recordar que ya Demóstones era denominado el Tartamudo.

En cualquier caso, etimológicamente, seudónimo significa tanto como “falso nombre”. En esta línea, Ferrara lo define como un “nombre convencional, ficticio, libremente escogido por el individuo para disfrazar su personalidad.”. Batllé, por su parte, matiza acertadamente esta definición, añadiendo que resulta de aplicación en un determinado sector de actividad. No disfraza, por tanto, la personalidad íntegra de una persona (supuesto que podría estar cercano a la suplantación de identidad), sino tan sólo en referencia a una actividad concreta, respecto de la cual su titular desea ser conocido con el seudónimo en vez del nombre. Por estas razones, es perfectamente admisible, e incluso frecuente, que una misma persona ostente varios seudónimos, para diversas actividades.

Una de las notas que es menester ahora destacar del seudónimo es la libertad de que goza su titular para elegirlo lo cual es destacado por Ferrara al decir que se escoge libremente, a diferencia del nombre y apellidos que, a pesar de los cambios estructurales que ha sufrido a lo largo de la historia, rara vez ha gozado de libertad total, si bien en los primeros tiempos que recoge la Biblia, como destaca Batllé, parecía que sí existía una cierta libertad, al menos para cambiar de nombre. El seudónimo, por el contrario, es el nombre que libremente elige su titular.

La segunda nota que merece ser destaca consiste en la matización que Batllé efectúa a la definición de Ferrara al conectar este signo distintivo con un determinado sector o área de actividad. A diferencia del nombre y apellidos, que tienen la vocación y finalidad de aplicarse con carácter general a una determinada



persona en todas sus relaciones, al menos las de trascendencia jurídica, el seudónimo es escogido por el individuo para ser utilizado en ámbitos concretos, y definidos por él, y no en otros con los que prefiera identificarse de otra manera.

Quizás pueda pensarse que el seudónimo resulta de aplicación a las relaciones que no tienen trascendencia jurídica, reservando para éstas el nombre y apellidos, pero, ciertamente, tal conclusión sería del todo incorrecta. El seudónimo también presenta una trascendencia jurídica, pues el hecho de que tan sólo se aplique en actividades concretas o aisladas no implica que, en éstas, no se mantengan relaciones de trascendencia jurídica en las que el elemento identificador de una de las partes es, precisamente, el seudónimo.

Batlle, en esta línea, se interroga sobre la posible existencia de un derecho al seudónimo, respondiendo si ambages de forma afirmativa. Desde el momento en que en torno al seudónimo se aglutina el honor, la fama, respeto y dignidad de una persona, ha de ser adecuadamente protegido por el Derecho. El seudónimo, en fin, no es más que un elemento del nombre que, por su carácter eventual, no se adquiere de una manera tan regular como aquél, pero, siendo reflejo de la personalidad, debe ser protegido por el Derecho.

#### B) LOS SIGNOS EMPRESARIALES: LAS MARCAS

Para Per Molerup<sup>31</sup>, la dialéctica sobre las funciones de la marca no admite dudas: “la función de la marca es la identificación”, sentencia tajantemente. Además, la marca constituye un elemento fundamental en la identidad corporativa de una compañía que, en última instancia, pretende que esa identidad sea compartida por el mayor número posible de personas, de efectivos clientes.

De esta forma, la marca que, en un principio, cumple una función meramente identificadora de productos atribuyéndole un determinado origen empresarial, se encuentra en condiciones de evocar identidades compartidas, para ser incorporados a nuestra personalidad integrada, en parte, por los elementos evocadores del signo distintivo. Y este proceso puede llegar a ser de tal envergadura que transforme la naturaleza jurídica del elemento distintivo para integrarse en otra categoría, traspasando los límites de la institución marcaria. Un ejemplo de este proceso podría ser en España lo sucedido con el “Toro” de “OSBORNE”, visible desde casi todas las carreteras de esta piel de astado: un signo marcario de una conocida empresa de bebidas alcohólicas que se ha convertido en todo un símbolo nacional. Hasta tal punto que, prohibiéndose en las vías interurbanas el establecimiento de carteles publicitarios, el clásico y popular Toro de OSBORNE se salvó de la “cremá”, y de momento puede ser admirado por estos caminos batuecos.

---

31 “Marks of Excellence: The history and taxonomy of trademarks”. 1997. Phaidon Press Limited.

El toro de OSBORNE consiste en la silueta de un toro que nació fruto del encargo a la agencia AZOR para que efectuase un estudio de un símbolo representativo de su Brandy Veterano. El dibujo fue finalmente creado por Manuel Prieto, muy conocido por sus trabajos de grabados en la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, colocándose finalmente como valla publicitaria por todas las carreteras de España.

En ejecución de la Ley 25/1988, de Carreteras y Caminos, de 30 de Julio, el artículo 88 del Reglamento General de Carreteras, aprobado mediante el Real Decreto 1812/1994, de 2 de septiembre, prohibía realizar publicidad, fuera de los tramos urbanos, en cualquier lugar visible desde la carretera. La contravención de esta norma constituye una infracción sujeta a la sanción correspondiente. La administración había iniciado diversos expedientes sancionadores, de los cuales tan sólo uno llegó a concluir con la imposición de una multa, de 1.000.001 ptas., en un Consejo de Ministros del mes de Febrero de 1994. Tal decisión fue recurrida y la Secretaría General Técnica del MOPTMA decidió remitir la decisión a la jurisdicción contencioso-administrativa del Tribunal Supremo que falló a favor de la conservación del toro.

El tema suscitó un gran debate en la sociedad española y la Cámara Baja aprobó el 15 de Noviembre de 1994 una proposición no de Ley pactada entre el Partido Popular y el PSOE que significó en la práctica la decisión de reconocer al TORO DE OSBORNE como patrimonio cultural y artístico de los pueblos de España integrado en el paisaje, por lo cual, se considera y recomienda a las Administraciones Públicas que garanticen su permanencia en las carreteras españolas, en el marco de la Legislación de Conservación del Patrimonio Cultural y Artístico de los pueblos de España. La repercusión en los medios de comunicación del debate que se abrió para "indultar" al Toro fue realmente espectacular: cadenas de televisión, programas de radio, prensa diaria, revistas semanales, tanto en España como en el extranjero.

Por otro lado, los toros de OSBORNE situados en Andalucía fueron inscritos con carácter específico en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz, con la categoría de monumento. La Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía dio así por concluido el expediente que se había incoado en Octubre de 1994. La correspondiente orden fue publicada en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) del 13 de Febrero de 1997.

Pero interesa ahora destacar la Sentencia del Tribunal Supremo, de fecha 17 de diciembre de 1.997, y el comentario que efectúa sobre la evolución y trascendencia del indicado signo distintivo:

<<El punto álgido, sobre el que se ha centrado el debate, es si la estructura metálica, que configura la silueta de un toro de color negro, erguido y estático, que se observa desde la carretera, constituye o no publicidad y, por tanto, si es o no correcta la sanción que se ha impuesto a la entidad recurrente, conforme a la normativa citada.

Objetivamente considerada, es evidente que la figura no transmite ya ningún mensaje directo al observador. No hay leyenda, ni gráfico que indique la identidad de un producto o servicio, pues la expresa referencia que con anterioridad hacía a un determinado tipo de brandy se ha hecho desaparecer. En estos momentos, **para la generalidad de los ciudadanos que la contemplan, aún habiendo conocido su primitivo significado, ha dejado de ser el emblema de una marca, para convertirse en algo decorativo, integrado en el paisaje.** Aunque en forma indirecta pueda recordar a algunos el símbolo de una marca comercial, el primer impacto visual que en la mayoría produce es el de una atrayente silueta, superpuesta al entorno, que más que incidir al consumo, recrea la vista, rememora “la fiesta”, destaca la belleza del fuerte animal.

Su plasticidad es tal que ilustra revistas, ha sido objeto de comentarios elogiosos de destacadas personalidades relacionadas con el mundo del arte y la cultura; algún Ayuntamiento (Valmojado-Toledo) la considera como bien de interés local e integrada en el paisaje; Comunidades Autónomas como la de Andalucía han incoado expediente para su inscripción en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz con categoría de monumento; Asociaciones culturales como “España Abierta” han solicitado su declaración como bien cultural; en determinados lugares “el toro” ha empezado a dar nombre a ciertos accidentes geográficos en que está instalado. Por si esto fuera poco el 15 de noviembre de 1994 se aprobó por unanimidad en la Comisión de Infraestructura y Medio Ambiente del Congreso de los Diputados una Proposición no de ley por la que se insta al Gobierno y recomienda a las demás administraciones públicas que, en el marco de sus respectivas competencias y de la legislación de conservación del patrimonio cultural y artístico de los pueblos de España, promuevan medidas que garanticen la permanencia del toro en las carreteras españolas.

Todo esto da idea de **que la silueta del toro ha superado su inicial sentido publicitario y se ha integrado en el paisaje, como un elemento de ambientación ajeno al mensaje propagandístico de una marca.** Cumple desde esta perspectiva, la **finalidad decorativa** que ha llevado a la propia Administración a colocar, en los márgenes de determinadas carreteras -en los autos hay pruebas suficientes al respecto-, estructuras esculturales, algunas de ellas curiosamente representativas de animales, que no perturban la concentración del conductor que circula por la carretera.>>

Ahora bien, el Tribunal no desconoce la capacidad distintiva empresarial o comercial del toro para poder considerarla como publicidad, pero, en última instancia, el Juzgador entra a considerar el balanceamiento de intereses que corresponde a la función jurisdiccional, para concluir con la prevalencia del interés estético o cultural que la comunidad atribuye a la figura. En concreto, así se pronuncia el Alto Tribunal:

<<Cualquiera que sea la teleología del precepto sancionador, bien evitar el deterioro del paisaje, bien impedir que se distraiga al automovilista, no se contraría con la figura del toro. Es verdad, y ello no pasa desapercibido para esta Sala, que la imagen entra en el concepto europeo de publicidad encubierta o sublimi-

nal, entendida como exhibición visual o verbal de la marca de un productor de mercancías o un prestador de servicios con propósito publicitario (Directiva 97/36/CE). Si así no fuera, no se explicarían los gastos de mantenimiento de la valla que se costean por la entidad recurrente, e incluso la interposición de éste recurso, en cuanto a impedir su demolición. Ahora bien, por encima de ese factor, **en la pugna de dos intereses en juego, debe prevalecer, como causa que justifica su conservación, el interés estético o cultural, que la colectividad ha atribuido a la esfinge del toro**, en consonancia con el artículo 3º del Código Civil, conforme al cual las normas se interpretarán según “la realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas, atendiendo fundamentalmente al espíritu y finalidad de las mismas”.>><sup>32</sup>.

Es decir, el elemento protegido desde la legislación marcaria, como signo distintivo dinámico que evoluciona a lo largo de su existencia, pasa por diferentes etapas en las que, indudablemente, desarrolla funciones, si no diferentes, si con diferente intensidad. Un signo distintivo concreto que surge, en este caso al amparo de la institución marcaria, puede acabar trascendiendo su original función de distinguir productos en el mercado, para desplegar su eficacia en otros ámbitos, quizás mas ambiciosos.

#### C) EL NOMBRE DE DOMINIO: UN NUEVO SIGNO DISTINTIVO

El nombre de dominio se ha visto afectado por este doble dinamismo. De un lado, su regulación y formas de acceso a su titularidad ha sufrido a lo largo de su corta historia unas profundas transformaciones derivadas del desarrollo de su capacidad semántica y diferenciadora.

Por otro lado, hay nombres de dominio que evolucionan en esa capacidad distintiva y, de ser un medio meramente técnico para poder operar en la red de redes con su actual estructura, pasan a aglutinar una elevada capacidad distintiva, y por ello se dice que pueden funcionar al modo de marcas, nombres comerciales, rótulos de establecimiento, o cualquiera de las categorías distintivas reconocidas en la actualidad.

---

32 Enlaces sobre el Toro de Osborne:

<http://www.antoniburgos.com/antologia/toros/re122289.html>

Artículo de Antonio Burgos, 22 de diciembre de 1989 publicado en el diario ABC.

“EL TORO DE OSBORNE: ¿VALLA PUBLICITARIA O BIEN DEL PATRIMONIO CULTURAL?” por Carmen Chinchilla Marín Jesús Prieto de Pedro. El trabajo disponible en la Web forma parte de otro más extenso, titulado “Las nuevas fronteras del concepto de patrimonio cultural: el Toro de Osborne,” aparecido en «Patrimonio Cultural y Derecho», núm. 1, Madrid, 1997, págs. 279 y ss. <http://www.law.unican.es/administración/ESTU/98003.htm>

La Sentencia del Tribunal Supremo de fecha 17 de diciembre de 1.997:

<http://www.law.unican.es/administracion/juris/sts971217.htm>.

El titular de las vallas tiene una serie de páginas explicando lo acontecido con la esfinge:

<http://www.osborne.es/eltoro/eltoro.htm>.

Pero ese análisis no resulta del todo acertado. Aún admitiendo que el nombre de dominio pudiera cumplir funciones parecidas a las de las marcas, no se puede establecer, como algunos pretenden, una correlación exacta entre ambos institutos. El nombre de dominio es un signo distintivo nuevo, que despliega su eficacia en un medio nuevo (Internet) con características peculiares, como la forma caótica de organización<sup>33</sup>, que han de ser en todo caso respetadas, admitiendo la especial configuración en materia identificativa de la Red.

## 5. LOS NOMBRES DE DOMINIO Y LA GLOBALIZACION

*“El mundo, de repente, ha crecido, y con él y en él la vida. Por lo tanto, ésta se ha mundializado efectivamente; quiero decir que el contenido de la vida en el hombre de tipo medio es hoy todo el planeta; que cada individuo vive habitualmente todo el mundo. Hace poco más de un año, los sevillanos seguían hora por hora, en sus periódicos populares, lo que estaba pasando a unos hombres junto al Polo, es decir, que sobre el fondo ardiente de la campiña bética pasaban témpanos a la deriva. Cada trozo de tierra no está ya recluso en su lugar geométrico, sino que para muchos efectos visuales actúa en los demás sitios del planeta. Según el principio físico de que las cosas están allí donde actúan, reconoceremos hoy a cualquier punto del globo la más efectiva ubicuidad. Esta proximidad de lo lejano, esta presencia de la ausente, ha aumentado en proporción fabulosa el horizonte de cada vida.”*

Esta cita, cuyos textos subrayados parecen extraídos de alguna de las publicaciones digitales actualmente al uso -si bien con un tono algo clásico para la altura de los tiempos-, data de 1.937 y forma parte del libro “la rebelión de las masas”, del inmortal Ortega y Gasset.

No es, por tanto, la mundialización -ahora conocida como globalización- un término que se haya acuñado en fechas recientes, ni mucho menos un concepto surgido con ocasión de Internet. Si bien ésta, a diferencias de otras instituciones o ámbitos, nació prácticamente desde su inicio con una perspectiva global.

Aunque más que global habría que decir abierta y no cerrada, dado que en el momento que haya estaciones espaciales permanentes estables, allí estará también Internet.

De todas formas, tampoco Internet tiene en exclusiva su originaria perspectiva global. En otros ámbitos, también conflictivos y desarrollados originariamente desde instituciones militares, de investigación y descubrimiento, como son el mar y el aire, cuando se abordó de una manera seria su organización, la perspectiva global venía impuesta por la técnica y todos intereses en juego.

---

33 Sobre el caos como sistema de organización para Internet ver “La regulación de la red”. Santiago Muñoz Machado. 2000.

Recordemos ahora que hace tiempo, sobre otra disciplina, se decía que si se considerara “solamente como una simple actividad humana, su consecuencia inmediata es una auténtica revolución y alteración de los conceptos del espacio distancia y tiempo, que han llevado consigo la formación de una nueva conciencia con la consiguiente repercusión en las ideas del hombre”. La consideración de esta actividad humana como fenómeno jurídico “se refleja principalmente en los campos comercial e internacional y supone, además, un poderoso impacto en el derecho en general y en la política internacional de los distintos países.”<sup>34</sup>

Cualquiera diría que esta cita cuenta con menos de 10 años y que la actividad humana de referencia es la configurada por la red de redes, pero, como se observa, éste no es sino de una de las innumerables veces en que la humanidad se ha tenido que enfrentar a nuevas situaciones derivadas de los avances producidos por el progreso técnico y social.

La regulación del nombre de dominio, es decir, la determinación de las formas de su adquisición, uso, disfrute y resolución de conflictos que surjan con esta figura, ha de ser respetuosa con este carácter global y abierto que le es propio.

Igualmente ha de respetarse, aunque se tardará muchos años en poder comprender en toda su extensión esta faceta, el carácter caótico de la organización que subyace a Internet. Soluciones simplistas, haciendo depender todo el sistema de una única jurisdicción nacional, así como la actual tendencia a considerar el nombre de dominio como un mero apéndice de las marcas empresariales, constituyen un grave error que, además de improductivo, retrasará el desarrollo de la red de redes y la efectiva aplicación de los principios que la hicieron posible.

#### A) LA ICANN Y EL SISTEMA DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS OMPI

Según destaca M. Mueller, la ICANN es una organización creada a instancias del Departamento de Comercio Norteamericano, sometida a la legislación californiana de entidades sin ánimo de lucro.

El carácter internacional que de la misma se predica es tan sólo pura fachada y, conforme denunció en su día el Consejo de Estado Francés, todo el sistema de nombres de dominio ha sido y sigue siendo guiado únicamente por intereses estadounidenses en detrimento de la soberanía de los demás Estados de la comunidad internacional.

Además, el proceso de privatización de la administración de justicia, reflejado en la proliferación de los sistema de arbitraje o cosas parecidas como las normas de resolución de conflictos de la ICANN y de la OMPI, están ya poniendo de relieve

---

34 “Curso de Derecho aeronáutico”. Luis Tapia Salinas, Ed. Bosch, 1980. Pag. 3

ve los grandes riesgos que se corren, así como el profundo desprecio, por parte de los encargados de tomar las decisiones en los conflictos, que se realiza tanto de la configuración actual de los signos distintivos que se utilizan en el mundo real como la propias peculiaridades identificativas de la Red.

Las normas se configuran en este caso no como un arbitraje, dado que de considerarse tal, el supuesto sometimiento al sistema de resolución de conflictos habría de ser estimado, conforme a la legislación española, radicalmente nulo. El procedimiento de la ICANN-OMPI es otra cosa. Es una especie de procedimiento administrativo especial *sui generis*, previo al ejercicio de acciones judiciales. Con este sistema, se pretende por muchos darle la vuelta a la tortilla, para que sean los titulares de dominios, en vez de los de las marcas, los obligados a plantear acciones legales en sedes judiciales ordinarias, mediante una impropia extensión del ámbito de las marcas más allá de los límites para los que este signo distintivo empresarial fue originalmente creado.

Si, en los primeros momentos de popularización de Internet, se hablaba de las comparaciones que con el salvaje oeste podía efectuarse, en la actualidad, con una indudable mayor conciencia por parte de los poderes existentes en la sociedad del tremendo potencial de poder que supone Internet, y específicamente el sistema de nombres de dominio, acaso la evocación de aquella épica época se revele en los momentos actuales como más significativa, pero desde una perspectiva diametralmente opuesta.

Nada más ilustrativo para expresar esta idea que las palabras de Carlos Sánchez Almeida en su artículo "CIBEROKUPAS"<sup>35</sup>, cuando, comentando la naciente doctrina de los paneles administrativos de la OMPI, nos dice: "La "jurisprudencia" del nuevo tribunal, terror de los ciberokupas, es un canto permanente a la más cruda Propiedad Industrial de toda la vida. Si me lo permiten, se lo explico con un cuento:

'Había una vez una Red libre, en la que todo el mundo hacía de su capa un sayo. Un terreno virgen, en el que pocos pioneros aventuraban a internarse. Los que llegaron primero, clavaron su bandera, y construyeron los caminos que llenaron la Red de habitantes. No había marcas registradas, porque en aquella Red libre los dominios eran del primero que los registrase. No había leyes, no había tribunales, no había verdugos.

Un día llegaron los hombres de la ley. Y los hombres de la ley dijeron que aquellos campos, que los pioneros de la Red habían cuidado durante años, ya tenían dueño.'

---

35 Artículo de opinión publicado originalmente en el nº 180 del boletín de KRIPTOPOLIS ([www.kriptopolis.com](http://www.kriptopolis.com)), y posteriormente en el nº 25 del Boletín de DOMINIURIS. La sede web de su autor se encuentra en [www.bufetalmeida.com](http://www.bufetalmeida.com).

Los conquistadores son muy amables, vienen con una sonrisa. Los indígenas sólo tienen que abandonar su terreno, y para que vayan más rápido les ayudan a llevarse sus cosas. La extorsión es un arte, sobre todo cuando se trata de “recuperar” lo que nunca se ha tenido.

Algo tan absurdo como hispano: llamamos ‘reconquista’ a una expulsión genocida, la de la cultura árabe de un territorio tan suyo como nuestro.”

Aquellos pioneros que, como comenta el conocido Letrado, construyeron los caminos que llenaron la Red de habitantes, cuando la idea generalizada era el desprecio a las potencialidades de Internet, cuando nadie reparaba ni quería reparar en si existía un nombre de dominio coincidente con algún elemento relevante de identificación -y no es esto algo tan sólo predicable de los nombres de dominio-, son ahora amablemente invitados a abandonar su hábitat con la imposición de unas nuevas reglas que no están hechas para preservar el medio en el que se vive, sino para intentar encontrar el oro que según parece encierra la Red, aunque para ello deban derribarse montañas enteras, como hicieron los romanos en algunos territorios de la península ibérica. Al final, y como se está viendo con los últimos acontecimiento bursátiles, el oro de la Red no es tan fácil de encontrar y los únicos que se están haciendo ricos son quienes venden los pantalones vaqueros y utensilios necesarios para que otros se dejen la piel en la búsqueda de un oro que, o bien es inexistente, o se encuentra ya repartido de antemano.

#### B) LOS REQUISITOS DE LAS NORMAS Y EL CASO BARCELONA.COM

En teoría, las normas de resolución de conflicto de la ICANN-OMPI nacieron con la finalidad de poner fin a la “piratería” de nombres de dominio, entendiendo por tal los comportamientos consistentes en el registro de una marca conocida para lucrarse ilícitamente, bien con la reventa del dominio al titular de la marca coincidente, bien para atraer internautas y aprovecharse de la reputación ajena.

Por ello, las normas establecen tres requisitos para que se estime la acción que se instaura:

- 1ª Que exista coincidencia entre una marca registrada y el dominio o que éstos sean confundibles.
- 2ª Ausencia de interés legítimo del titular del dominio en el mantenimiento del mismo, para lo que las normas determinan una serie de indicios como haber realizado un uso de buena fe ofertando productos y servicios o cualquier otro uso no comercial.
- 3ª Que el dominio se haya registrado y utilizado de mala fe, a cuyos efectos, las normas también fijan una serie de indicios como los posibles intentos de reventa del dominio o la realización de actividades de denigración de la marca.



La aplicación de estas normas está siendo muy dispar y, según los árbitros que las evacuan, las resoluciones correspondientes presentan una calidad igualmente diversa. Hay resoluciones dignas de elogio que suponen grandes avances en la determinación del régimen jurídico de esta figura, pero hay otras, que realizando una interpretación torticera de las normas, pretenden conferir a las marcas un ámbito de aplicación y eficacia totalmente incorrectos e inadecuados. Casos en los que las referencias a las normas que se hacen en las resoluciones son simplemente una excusa para adoptar un sentido u otro, prostituyendo tanto éstas como la institución a la que supuestamente sirven.

Tal es el caso de lo acontecido con el dominio barcelona.com que, unánimemente, es considerado por la doctrina y comentaristas como una resolución manifiestamente incorrecta<sup>36</sup>.

En vez de determinar si en el caso concurren efectivamente los requisitos anteriormente mencionados, la decisión tan sólo se ocupa, desoyendo por completo las alegaciones de la demandada, de agarrarse a lo que sea con tal de darle la razón al Ayuntamiento de la ciudad condal.

Esta decisión se aparta radicalmente de la línea jurisprudencia de la OMPI en casos de denominaciones geográficas, desatiende los palpables intereses empresariales del titular del dominio y, en una incalificable actuación, estima como un intento de venta, para apreciar la mala fe de la que hablan las normas, la presentación de un plan de negocio del portal que había sido solicitado, por si fuera poco, por personas conexas a la demandante. La única misión que tenía el plan de negocio, como se ha revelado posteriormente, era presentarlo al procedimiento con el carácter con que el “árbitro” lo estimó.

Los demandados han planteado una acción judicial en Estados Unidos frente al Ayuntamiento de Barcelona y, según todos los indicios no parece que la justicia norteamericana se vaya a plegar a los intereses profesionales y de otra índole que asisten a la Corporación Local.

## 6. LA REGULACION DEL DOMINIO .ES

### Introducción

La Orden del Ministerio de Fomento, de 21 de marzo de 2.000, establece formalmente la regulación del sistema de asignación de nombres de dominio en Internet bajo el código de país correspondiente a España (.es).

---

<sup>36</sup> Entre otros autores, se puede citar a Milton Mueller en su artículo “Rough Justice: An analysis of ICANN’s Uniform Dispute Resolution Policy”. Noviembre de 2000. Disponible en: <http://www.dcc.syr.edu/roughjustice.htm>, que incluye esta decisión como una de las siete que considera “really bad decisions”.

Mientras que la AI (Asociación de Internautas)<sup>37</sup> fue crítica con la aprobación de las nuevas normas, como era de esperar, al otro lado de la dialéctica -y la siempre dudosa representatividad de los internautas-, la AUI (Asociación de Usuarios de Internet) se congratuló por el sentido que la incipiente reforma había adoptado, al calificar las normas como muy positivas.

Con independencia de posiciones ideológicas e intereses particulares, lo cierto es que esta reforma introduce escasas novedades y, en opinión de muchos, no todas para bien.

### Normas que afectan al sistema de nombres de dominio en España y competencia para su regulación

El Boletín Oficial del Estado del jueves 30 de marzo de 2.000 publicó la esperada, por ser anunciada con anterioridad, Orden del Ministerio de Fomento, de 21 de marzo de 2.000, por la que se regula el sistema de asignación de nombres de dominio en Internet bajo el código de país correspondiente a España (.es). Pero antes de analizar en extenso esta Orden, conviene mencionar las normas que, previamente publicadas, confieren en teoría la competencia para regular esta materia al Ministerio de Fomento.

El amparo competencial que esgrime el Ministerio es el **Real Decreto 1651/1998, de 24 de julio**, por el que se aprueba **el Reglamento que desarrolla el título II de la Ley General de Telecomunicaciones** en lo relativo a la interconexión y al acceso a las redes públicas y a la numeración.

**El título II de la Ley General de Telecomunicaciones (Ley 11/1998, de 24 de abril)** se encuentra dedicado a “La prestación de servicios y el establecimiento y explotación de redes de telecomunicaciones en régimen de libre competencia”.

A los efectos actuales, de este título merece destacarse el capítulo V que se ocupa de las cuestiones relativas a números de teléfono y que se titula “numeración”.

Se omite la transcripción de este capítulo por razones de brevedad en el texto, pero, si se observa detenidamente su redacción, sorprende, en primer lugar, que en ningún momento se menciona la palabra “nombre”, ni nada parecido, y, en segundo, que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones da la impresión de tener mayores competencias de las que actualmente tiene en la materia propia de este trabajo, si es que fuera de estimar que ese título puede incluir a los nombres de dominio en su espíritu, dado que no se encuentra en la letra.

---

37 El comentario crítico de esta asociación se encuentra disponible en: <http://www.internautas.org/NOTICIAS/ABR00/04.htm>

Es difícil, por no decir imposible, pensar que en este capítulo el legislador haya realizado una reflexión que llegue a alcanzar a los nombres de dominio, pero de hecho es el título utilizado para incluir en el ámbito reglamentario una referencia a nombres que, de esta manera y aunque suene extraño, han de incluirse, acaso atípicamente, como partes del sistema de numeración telefónica.

En el desarrollo del indicado título, el **Real Decreto 1651/1998, de 24 de julio** (aprobado tres meses después que la Ley) es la primera norma que habla de “nombres”. No obstante, en su exposición de motivos es imposible encontrar algo que haga pensar lo más mínimo en nombres de dominio. En concreto el apartado 13 del artículo 27 es la primera vez que el legislador, reglamentario en este caso, hace referencia a algo que pudiera evocar los nombres de dominio.

Este extenso **artículo 27** es el primer precepto del título III. Título que se dedica, al igual que el capítulo V del título II de la Ley, a la “numeración”.

Pues bien, al final de este prolongado artículo, que cuenta con un total de 14 apartados, se encuentran los dos últimos, números 13 y 14, que, de acuerdo con la exposición de motivos de la Orden de 21 de marzo de 2.000, constituyen el título habilitante para dictar dicha norma, al establecer, el apartado 13 que “El Ministerio de Fomento designará, en cada caso, el órgano o autoridad competente para el registro de nombres y direcciones, y regulará los sistemas para que se lleve a cabo éste y propondrá al Gobierno la aprobación de los planes de nombres y direcciones de los servicios de telecomunicaciones.”

Y el 14, por su parte, es del siguiente tenor: “La Secretaría General de Comunicaciones podrá dictar las resoluciones necesarias para el desarrollo de los Planes Nacionales de Numeración y para tomar las decisiones que, en materia de numeración, nombres y direcciones, correspondan al Ministerio de Fomento.”

Dos apartados, incluidos probablemente en el último estadio del proceso de redacción, al final de un artículo que se ocupa de los números de teléfono, ha sido la lustrosa entrada que han tenido los nombres de dominio en nuestro universo normativo particular. La Orden que supuestamente desarrolla estos apartados se encuentra, ciertamente, a su altura.

Previamente a la Orden del Ministerio de Fomento, de 21 de marzo de 2.000, y en cumplimiento del apartado 13 del artículo 27 del Real Decreto 1651/1998, la **Resolución de la Secretaría General de Comunicaciones, de 10 de febrero de 2.000** (publicada en el BOE de 6 de marzo), designó al Ente Público de la Red Técnica Española de Televisión (antigua RETEVISION) como autoridad encargada de la asignación de nombres de dominio de segundo nivel bajo el principal “.es” correspondiente a España.

En última instancia, por tanto, el Ministerio de Fomento basaba su competencia para regular esta materia en una Ley cuyo texto no despierta reminiscencia

alguna a los nombres de dominio, elementos de identificación propios de Internet que, de esta suerte, son considerados por el Ministerio de Fomento como partes de un genérico sistema de “numeración” susceptible de ser identificado, y regulado, mediante una norma de rango reglamentario, dado que se encuentran, en su opinión, en el espíritu de una Ley.

Sin entrar a valorar este sistema de atribución competencial, que requeriría un estudio más detallado, y la regularidad del procedimiento de elaboración de la disposición general comentada, con esta normativa, el Ministerio de Fomento aceptó las tesis que preconizan una naturaleza pública del sistema de nombres de dominio. Tal consideración podría dar lugar origen al un problema con que han tenido que enfrentarse las autoridades norteamericanas, dado que el Congreso estadounidense, a consecuencia de una resolución judicial que consideraba las tarifas de registro como una tasa a los efectos del principio de reserva de ley en materia tributaria, tuvo que aprobar con carácter retroactivo una Ley que diera cobertura al cobro de la indicada exacción.

Esta situación de posible falta de adecuación a derecho de las tarifas cobradas por los registros bajo .es se ha visto acrecentada con el proyecto que maneja el Gobierno de cara a la **“Ley de acompañamiento” de los presupuestos generales del año 2.001**. Este proyecto pretende cambiar el nombre al Ente Público RETEVISION, que pasa a denominarse Red.es. En concreto, el artículo 45 de la indicada Ley prevé una modificación de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, en virtud de la cual se crea la Entidad Pública Empresarial Red.es. Se modifica así la disposición adicional sexta de la Ley 11/1998, que regulaba someramente, sin definir función alguna, la antigua RETEVISION. La nueva redacción es al principio muy parecida a la antigua, pero perfila el régimen jurídico del ente público empresarial, añadiendo varios y extensos puntos sobre sus funciones y la tasa por el uso de los servicios del ente, básicamente, el registro y mantenimiento de nombres de dominio de segundo nivel bajo .es.

#### Estructura de la Orden aprobada

El acto administrativo publicado y objeto de comentario es susceptible de dividirse en tres apartados:

1. Una breve exposición de motivos en la que se enumeran las normas anteriores y se justifica la intervención del Ministerio de Fomento.
2. Un texto articulado (formado por siete artículos, 4 disposiciones transitorias, una derogatoria y otra final), mediante el que se introducen las principales novedades como la distinción entre dominios regulares y los especiales, la esperanzada Comisión para Supervisión, los agentes de nombres de dominio, y medidas que aseguren que el sector empresarial elija sus identificativos virtuales antes que cualquiera.
3. Finalmente, un anexo en que se detallan las normas para la asignación de nombres de dominio regulares bajo .es. Estas normas son básicamente las anteriores si bien adaptadas a la nueva situación.

Esta extraña y atípica estructura puede explicarse por la supuesta urgencia de la necesidad de aparición de la Orden. En general, hay muchas cosas que quedan en el tintero para remitirse a normas posteriores. Da la impresión de que había que sacar algo a toda prisa y así ha salido. En fin, peor es quedarse quieto en la catarsis que sufría hasta ahora el registro. Esperamos, por lo menos, que en agilidad sí se haya ganado con el cambio, si bien esto último tiene poco que ver con las normas.

### Contenido material, principales novedades

#### a) Tipos de nombres de dominio (art. 2)

La norma, con base en el criterio de un supuesto derecho previo al nombre, diferencia entre nombres regulares y especiales, estimándose básicamente que los nombres regulares estarán abiertos a quienes tengan derecho al mismo.

En concreto, el artículo 2 establece que los nombres regulares serán aquellos utilizables por “todos los interesados que tengan derecho a ellos.” No tiene mucho sentido reconocer la existencia, en el ámbito de Internet, de un derecho apriorístico al nombre con la alegría que lo hace la Orden.

Internet define un nuevo ámbito de desarrollo de la actividad humana en el que no se pueden aplicar matemáticamente las estructuras del mundo real. Habría sido preferible aplicar otra categoría jurídica como interés legítimo, pero se ha preferido ahora optar por una redacción que, siendo críticos con ella, deja la puerta abierta a que se reconozcan derechos sobre el sistema de nombres de dominio a titulares de signos distintivos del mundo real de forma preferente sobre otros, prevaleciendo de esta forma sobre otras iniciativas legítimas que surgen en Internet; y a todas se les ha de reconocer el derecho a ocupar su espacio y poder transmitir, en condiciones igualdad, su mensaje a la comunidad de Internet. Se corre el riesgo de que los beneficiarios de esta especie de derecho previo no sean en primera instancia los pequeños y medianos empresarios (tan peculiares y propios del mercado español), ni las asociaciones sin ánimo de lucro, ni las iniciativas de índole más o menos libertarias o altruistas que mejor se adaptan a la Red.

En el mismo artículo aparecen los dominios especiales -facultad graciable de la Secretaría General- para casos muy concretos, cuya concesión, de momento, se encuentra carente por completo de criterios mínimamente objetivos. Estos dominios, potencial e inagotable fuente de futuras prebendas, los dará la Secretaría General -dice la norma en síntesis- “en caso de notable interés social, comercial o de índole nacional, o con el propósito de agilizar la presencia en Internet de los interesados” (incluidos topónimos y genéricos), en la condiciones que al efecto determine la Secretaria General, que pueden ser, incluso, diferentes de las especificadas en la Orden Ministerial. Tan sólo se prevén, por tanto, tres grupos de intereses que se beneficiarán de los dominios especiales: 1.- notable interés social, 2.- notable interés comercial y 3.- notable interés nacional y 4.- los interesados en agilizar su presencia en Internet, pero, ¿qué interesados?.

b) Funciones de la autoridad de asignación (art. 4) y recursos contra sus actos (art. 6)

El artículo 4 se ocupa de las funciones que asume la autoridad de asignación, relacionadas fundamentalmente con la base de datos a su cargo. De este precepto destaca el apartado que enumera las funciones, "incluyendo la aceptación y denegación motivada de peticiones de asignación". Y es el apartado más destacable porque reconoce y se hace eco del principio vigente en el orden administrativo sobre la necesaria motivación de la que han de estar revestidos todas sus resoluciones, con el fin de evitar la siempre perniciosa arbitrariedad.

Esta imposición sobre la motivación que ha de contenerse en las decisiones que se adopten sobre la asignación de dominios ha de ponerse en relación con el artículo 6, dado que, sin dejar lugar para la duda, establece que "las decisiones de la autoridad de asignación podrán ser recurridas ante la Secretaría General de Comunicaciones, sin perjuicio de la posibilidad de someter los conflictos entre usuarios a procedimientos de arbitraje."

Por tanto, se prevén dos sistemas posibles de recurso contra eventuales concesiones o denegaciones que lesionen los derechos e intereses de alguna persona: un sistema de arbitraje sin que, afortunadamente, se haya determinado de forma rígida, y, por otro lado, el sistema ordinario de recursos del Derecho administrativo español.

En cuanto al sistema de arbitraje, hay partidarios de adherirse incondicionalmente al creado por la OMPI y la ICANN. Desde el principio de este debate, y por razones que habrán de ser detalladas en otra ocasión, han de destacarse los riesgos que conllevaría una decisión de ese tipo. Uno de los valores fundamentales con que cuenta el conjunto de la sociedad humana que se manifiesta en Internet, entre otros muchos ámbitos, es el de la pluralidad y diversidad, baso de todo progreso. La heterogeneidad del ser humano constituye uno de sus patrimonios esenciales que descansa, en última instancia, en el respeto y la confrontación entre individuos distintos. Los grandes poderes comerciales, y algunos públicos, se sienten más tentados por la facilidad de la homogeneización que posibilita la globalización, por otro lado, es una buena manera de quitarse un problema de encima.

Si el Estado español, como afirma con la publicación de la Orden comentada, es soberano para regular la asignación y funcionamiento del dominio .es, sin perjuicio del necesario respeto a las características propias de Internet, ha de ser igualmente soberano y, lo que es más importante, capaz de dar una adecuada respuesta, de forma imaginativa y conforme a la altura de los tiempos, a los conflictos que surjan en la aplicación de los principios a qué quedan sometidos la actividad normada.

Ultimo apunte sobre la Ley de Acompañamiento de los  
Presupuestos Generales para el año 2.001

Finalmente, tan sólo resta hacer un breve apunte sobre las actuales previsiones que, en referencia a esta materia, guarda la Ley de Acompañamiento de los presupuestos Generales del Estado para el año 2.001.

La primera modificación que se pretende introducir no presenta especiales problemas desde la perspectiva jurídica, pues consiste en cambiar el nombre al ente público encargado de gestionar el dominio “.es”. Como vimos anteriormente, estas competencias resultaron asumidas por la antigua RETEVISION que, según el proyecto legislativo comentado, pasaría a denominarse Red.es.

Por otro lado, la Ley de acompañamiento se ocupa también de las tasas de registro y mantenimiento de los nombres con una redacción francamente desafortunada.

El proyecto parte de establecer que la tasa de registro se considera única por cada dominio y que su importe se determinará en función del beneficio esperado por su titular y el precio de mercado.

Tal declaración general se corresponde, según las prescripciones de la Ley de Tasas, con la modalidad prevista por la utilización del Dominio Público, pero, habrá de convenirse, los nombres de dominio no constituyen un Dominio Público, al menos las Cortes no se han pronunciado así todavía, por lo que el sistema nacería viciado desde su origen.

Por otro lado, y en contradicción con la anterior manifestación, se fijan dos sistemas de tasas: una de carácter fijo para los dominios llamados “regulares” (18.000 pts.), y otra no determinada a priori, para los dominios “especiales”, que según la redacción consultada, básicamente, se adjudicarán mediante un sistema de subasta.

Esta situación, plantea dos problemas:

En primer lugar, con esta declaración, en todo caso, se está reconociendo el carácter tributario de las tarifas aplicadas en el registro y mantenimiento de los nombres, por lo que quedaría sometida al principio de reserva de Ley en materia Tributaria que instaura la Constitución. La consecuencia de ello es que, al igual que lo acontecido en Estados Unidos, los importes que han venido cobrándose por estos conceptos no se encontraban amparados por la legalidad vigente por lo que, como ha sucedido en Norteamérica, los particulares podrían instar la devolución de estas tasas por no haber respetado el principio de reserva de Ley.

En segundo lugar, la tasa, sobre todo para los dominios especiales, se configura en la modalidad de uso del Dominio Público, cuando no ha habido una

declaración del legislativo en esa línea. En realidad, la modalidad, dentro de las previstas en la Ley de Tasas, que habría que utilizar es la de prestación de servicios, en cuyo caso, el importe correspondiente ha de determinarse, fundamentalmente, en función del coste del servicio y no por beneficios esperados o precio de mercado. La consecuencia de todo ello, igualmente, sería una falta de adecuación a la legalidad de los importes que se cobren por estos conceptos.

Esperemos que en la tramitación parlamentaria de esta Ley se corrijan las deficiencias advertidas.

## **7. CONCLUSION**

En definitiva, el nombre de dominio constituye una nueva categoría de trascendencia jurídica en materia distintiva, surgida con ocasión de Internet. En los próximos años deberemos abordar la apasionante tarea de determinar su régimen jurídico. En el desarrollo de esta actividad, tendremos que coordinar esta figura con las instituciones identificativas de trascendencia jurídica que el ser humano utiliza en su actividad, pero, también, deberán respetarse las peculiaridades identificativas de la Red de redes, así como, sobre todo, los principios y valores que hicieron posible Internet. En caso contrario, estaremos cortando las alas a esta gran nave que es Internet y que apenas si se ha elevado del suelo unos pocos centímetros.