

## ■ Opinión

### ***Benedicto XVI no es 'puntocom'***

- Por **Eneko Ariz López de Castro**, abogado del Departamento de Tecnologías de la Información de Legalia, en exclusiva para **Conficrítico**

**Juan Pablo II** prestó durante su pontificado especial atención a la incorporación de las nuevas tecnologías a su labor pastoral. Fruto de este interés el Vaticano lleva varios años con su propia página web y dispone de su nombre de dominio de carácter nacional, ".va". Incluso en el momento de su fallecimiento, éstas desempeñaron un importante papel. Los corresponsales de los principales medios de comunicación del mundo recibieron minutos después de su muerte un mensaje corto en sus teléfonos móviles anunciándolo. Tal fue la rapidez con que se anunció que los receptores de dichos mensajes tuvieron conocimiento mucho antes que los fieles presentes en la Plaza de San Pedro.

Su sucesor, **Benedicto XVI**, quien ha manifestado su voluntad de continuar la labor desarrollada por **Karol Wojtyla**, ha sido noticia en los últimos días por haber sido objeto de las actividades de los 'ciberokupas'. Usuarios de Internet de distintos países se han adelantado para registrar en diferentes lenguas, nombres de dominio que coinciden con el escogido por **Joseph Ratzinger**, para su pontificado, tras su elección por el cónclave el pasado 19 de abril.

El caso más conocido, aunque no el único, es el del norteamericano, **Rogers Cadenhead**. Este ciudadano de la península de Florida registró el dominio **www.benedictXVI.com**, semanas antes de la elección del cardenal Joseph Ratzinger, como Papa. Este internauta no se limitó a registrar dicho nombre, sino que escogió las versiones inglesas de otros que con probabilidad pudieran haber sido elegidas por éste, como ClementXV.com, InnocentXIV.com, LeoXIV.com, PaulVII.com y PiusXIII.com.

### **Los 'ciberokupas'**

La ciberokupación consiste en el registro de direcciones de Internet coincidentes con el nombre de una compañía o de una persona o producto popular con la finalidad de obtener un beneficio económico mediante su venta a su propietario legítimo. El nombre de dominio es el signo distintivo que permite a las empresas, personas e instituciones promocionar sus actividades constituyéndose por ello en un elemento clave dentro de su estrategia en este canal. Desde el surgimiento del actual sistema de gestión de nombres de dominio que permite identificar las direcciones de Internet con códigos alfanuméricos, -www.benedicto16.com, por ejemplo- la actividad de los ciberokupas ha sido muy lucrativa.

En los albores de Internet, no existía un marco normativo que persiguiera este tipo de conductas. Los legítimos titulares de las direcciones de Internet, principalmente grandes compañías se vieron obligados a pagar millones de dólares a los ciberokupas a cambio de las URLS que reflejaban su denominación social o las marcas de las que eran titulares.

El fenómeno de la ciberokupación no se entiende sin tener en cuenta los requisitos de acceso a una dirección de Internet. Desde el punto de vista del registro podemos distinguir dos tipos de nombres de dominio. Por un lado, aquellos que para su obtención es necesario acreditar en el momento de su solicitud el cumplimiento de ciertos requisitos. Este es el caso de los nombres de dominio que utilizan la terminación ".es". Se precisa que el nombre de dominio solicitado coincida con el nombre completo de la organización solicitante, un nombre abreviado del nombre completo de la organización que la identifique de forma inequívoca o con uno o varios nombres comerciales o marcas de los que el solicitante sea titular o licenciataria.

Por otro lado, se encuentran los nombres de dominio de libre registro, entre ellos los populares ".com", ".org" o ".net", para los que únicamente se necesita acudir a una de las entidades encargadas de comercializar direcciones de Internet y una tarjeta de crédito con la que realizar el pago del mismo. El precio de este tipo de dominios ronda los treinta dólares al año. Dadas las facilidades existentes para su obtención, estos nombres de dominio son los más vulnerables a la acción de los 'ciberokupas'. Han sido los dominios que se encuentran en esta categoría a los que han recurrido los ciberokupas para hacerse con las direcciones de Internet que contenían el nombre del nuevo pontífice.

### **La labor del ICANN**

Como hemos comentado con anterioridad, el auge de la ciberokupación vino propiciada por la ausencia de un marco normativo que permitiera hacer frente de modo efectivo a este tipo de conductas. Por este motivo a finales de los años noventa, la mayoría de las disputas terminaban, dada la larga duración de los procedimientos y su incierto final, en acuerdos económicos entre las partes muy beneficiosos para el titular del dominio.

Para hacer frente a estas conductas abusivas, en 1999, la ICANN, la institución encargada de la gestión de los nombres de dominio, también conocida como el Gobierno de Internet, desarrolló la Política Uniforme de Solución de Controversias de Nombres de Dominio. La Política Uniforme es un procedimiento rápido y sencillo, de no más de tres meses de duración en los procedimientos más prolongados, al que están sujetos los titulares de los nombres de dominio de libre registro desde el momento en el que se adquiere la titularidad sobre los mismos. Este procedimiento se puede desarrollar ante distintas instituciones que cuentan con la autorización de la ICANN para su gestión. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es la institución preferida por los internautas del ámbito europeo para resolver este tipo de controversias. Aunque siguen existiendo casos de ciberokupación, desde la instauración de la Política se han revisado 5.000 supuestos, en la actualidad ya no se pagan las cantidades a cuyo abono se veían obligadas las empresas que sufrían este tipo de actuaciones.

### **Controversias**

Juan Pablo II ya vivió una circunstancia similar sin que conste que se interpusiera acción legal alguna. En el hipotético caso de que el Vaticano iniciase un procedimiento en el marco de la Política Uniforme para recuperar el nombre de dominio [www.benedictXVI.com](http://www.benedictXVI.com) debería demostrar la concurrencia de tres circunstancias que le hacen acreedor del mismo.

En primer lugar debe demostrarse que el actual titular está en posesión de un nombre de dominio idéntico o similar hasta el punto de crear confusión con respecto a una marca de productos o de servicios sobre la que el reclamante tiene derechos. El nombre Benedicto XVI no constituye en sentido estricto una marca, sin embargo existe en el marco de la Política Uniforme, abundante jurisprudencia que favorece una

interpretación amplia, al objeto de de prevenir disfuncionalidades entre quienes utilizaran los nombres de dominio con ánimo de crear confusión y/o causar perjuicio a su titular mediante su registro abusivo. De hecho son numerosas las decisiones emitidas en el marco de la Política Uniforme que han reconocido este derecho a personas cuyo nombre había sido registrado por terceros, tales como a la actriz **Julia Roberts**, la senadora **Hillary Clinton** o en un ámbito más cercano, a la escritora **Rosa Montero**.

En segundo lugar debe demostrarse que el titular del dominio no tiene derechos o intereses legítimos respecto del nombre de dominio. Dicha circunstancia se acreditaría por la ausencia de una actividad del demandado relacionada con la denominación en disputa. Así mismo, el hecho de desarrollar una actividad de carácter caritativo, uno de los campos de actuación más importante de la Iglesia Católica, no otorgaría al actual titular del dominio un interés legítimo para su utilización con ésta finalidad.

Por último debe demostrarse que el demandado posee un nombre de dominio que ha sido registrado y se utiliza de mala fe. Aunque son muchas las circunstancias que concurren que permitirían acreditarla, la puesta en venta del dominio constituye por sí misma un claro exponente de la mala fe en la que ha incurrido el actual titular.

Aunque el Vaticano no sea el actual titular de los nombres de dominio que llevan el nombre del actual pontífice, esto no debe menoscabar la apuesta de la Santa Sede por incorporar las nuevas tecnologías a su labor evangelizadora donde ha demostrado desde hace años ser una institución puntera.