

---

CR - Rights Protection Update

Wednesday, March 14, 2012 – 11:00 to 12:00

ICANN - San Jose, Costa Rica.

Kurt Pritz:

..... Les agradezco por dedicarnos parte de su tan valioso tiempo. Va a estar con nosotros en esta sesión, donde vamos a hablar acerca de los avances logrados en los mecanismos de protección de datos.

Esperamos que esto resulte informativo y que tengan muchas preguntas al finalizar.

Vamos a describir el trabajo que se realizó en preparación para los nuevos gTLDs y la implementación de estos mecanismos de protección y el trabajo que va a ocurrir. Específicamente vamos a hablar de la implementación del centro el “clearinghouse” de marcas, el Centro de información sobre las marcas y el servicio de administración de base de datos que ofrece todos los servicios para las denuncias de las marcas. El sistema URS que es un proceso de baja rápida y por último vamos a hablar de este tema esotérico, esta sigla que tiene muchísimas letras que es el proceso de resolución de disputas que llamamos PDDRP, que tiene más que ver con los registradores en lugar que con los (registrararios) individuales.

Para operar bajo normas muy cuidadosa.

No sé si me escuchan bien, porque estoy muy cerca de un parlante.

---

*Nota: El contenido de este documento es producto resultante de la transcripción de un archivo de audio a un archivo de texto. Si bien la transcripción es fiel al audio en su mayor proporción, en algunos casos puede hallarse incompleta o inexacta por falta de fidelidad del audio, como también puede haber sido corregida gramaticalmente para mejorar la calidad y comprensión del texto. Esta transcripción es proporcionada como material adicional al archive, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.*

Karen Lentz:

Bueno. Creo que este público sabe que este nuevo Programa de los nuevos gTLDs se basa en las recomendaciones de la GNSO que se discutieron durante 19 meses y entre todas las recomendaciones de política que redactaron los nuevos gTLDs no deberían infringir los derechos legales de otros.

Y el detalle de la implementación, la orientación que recibimos de la GNSO se determinó que los derechos legales que queríamos proteger eran más que nada derechos de marcas registradas. Entonces, tenemos esta recomendación y el consejo sobre la implementación que recibimos de la GNSO. Lo que hizo que empezáramos a trabajar en este sentido.

Y para ir aclarando las cosas, tal vez no conozcan la historia pero se generó un equipo de implementación compuesto por expertos de propiedad intelectual de todo el mundo y llevamos a cabo varias reuniones y llamadas en conferencias, miles de mensajes electrónicos que dio como resultado los mecanismos de protección de la propiedad intelectual que existe ahora.

Las recomendaciones de ese equipo ATRT fueron sometidas a discusión y los comentarios por parte de la comunidad y creamos otro equipo, el de revisión de temas especiales de marcas registradas que no solamente tenía expertos sobre propiedad intelectual sino que tenía también representación de las unidades constitutivas dentro de la GNSO y también ALAC.

Entonces los nuevos requerimientos de ese grupo se ven reflejados en el acuerdo de los registros de gTLDs. Los mecanismos de protección de datos se discutieron ampliamente entre los miembros del GAC y de la

Junta Directiva y como resultado de esa interacción con los Gobiernos los mecanismos de protección para las marcas registradas fueron mejorados.

Entonces, tenemos esta diapositiva que ya la hemos visto antes. Tal vez estemos teniendo un deja-vù pero estos mecanismos de protección de derechos se pueden dividir para abarcar toda la vida de un registro.

Hay varios mecanismos que son previos al lanzamiento como por ejemplo el Centro de información sobre marcas registradas donde están las denuncias, “trademark claims” y “SUNRISE”.

Y luego tenemos otro conjunto de mecanismos de protección de marcas registradas que van a entrar a funcionar después de la implementación. Como URS el proceso pos delegación es lo que llamamos el WHOIS completo. WHOIS y el UDRP.

Una vez que el registro ya esté operando.

Estos son los conjuntos de mecanismos de protección de derechos que se suman a los que ya existen.

Bueno. Creo que esto resume un poquito lo que acababa de explicarles con ese gráfico, así que lo dejo para que lo vean y continúo.

Hemos escuchado inquietudes de la comunidad con respecto a varias de estas implementaciones, por supuesto escuchamos que es muy importante que la implementación se haga de manera oportuna, que también se haga de manera correcta y que los mecanismos funcionen. Y que se implementen de manera tal que se concreten las metas fijadas

---

por aquellos que trabajaron para desarrollar estos conceptos y que elaboraron los planes de implementación.

O sea que estos procesos de las marcas deberían ser confiables y tener un alcance global y los procesos “SUNRISE” y de las denuncias de propiedad intelectual no deberían obstaculizar las registraciones en un TLD.

Entonces lo manejamos de una manera que sea eficaz y que mantengan los modelos de negocios de registros que los URS también se den cuenta de cuál es el objetivo de ser significativamente más baratos y más rápidos y que el papel del PRDP es el proceso de revisión que declaro.

Entonces estamos avanzando con todos estos frentes.

Les voy a contar donde estamos. Ahora le voy a dar la palabra a Karen Lentz quien es Directora de las operaciones de investigación y de política en ICANN. Ella nos va a mostrar cuál es la situación actual y los planes futuros.

También está Amy Stathos aquí que está en el Consejo General entonces podría también ayudarles a reponer algunas preguntas, porque ella trabajó mucho con los URS y el UDRP.

Y todos los mecanismos de protección de marcas registradas.

Muchísimas gracias Karen y gracias por su atención.

Karen Lentz:

Bueno, voy a revisar entonces el trabajo para ustedes que se está dando en el Centro de información de marcas y vamos a hablar de algunos de los temas que fueron surgiendo.

Voy a tratar de darle la mayor parte de la información que podemos dar dentro de una sesión.

Vamos a hablar de qué es esta información de marcas comerciales. Es un repositorio para los datos de marcas comerciales que da respaldo a los mecanismos de protección de derecho ofrecidos por los registros de los nuevos gTLDs.

Lo tiene que operar un tercero a través de un contrato que va a firmar con ICANN. Y se va a necesitar que los titulares de marcas registradas se registren con las distintas bases de datos a medida que se vayan avanzando los TLDs para generar eficiencia.

Como se mencionó una es la de autenticación y validación de la marca que se presenta y la otra tiene que ver con brindar los datos para dar respaldo a los servicios "SUNRISE" que se están ofreciendo y que los van a ofrecer los nuevos gTLDs.

Para hablar un poco más de estos nuevos períodos, que es el período del amanecer diríamos, que los titulares de marcas comerciales pueden registrar los nombres de dominios en un TLD antes que el registro queda a disposición general del público en lo que hace a la elegibilidad, para "SUNRISE", está el ingreso de los datos de marcas comerciales en el centro de información y estos tienen que ser validados para pruebas de uso antes de que esa marca pueda ser utilizada para las registraciones en "SUNRISE".

Esto es obligatorio en los nuevos gTLDs, al menos demora unos treinta días, y lo que suponemos que va a suceder es que una vez que el nombre ha sido registrado durante este periodo de "SUNRISE" los titulares de las marcas comerciales lo van a poner en el Centro de información de marcas comerciales basándose en la regla de coincidencia de la que estuvimos hablando.

El servicio entonces de reclamos por marcas comerciales. Este es un requisito que va a generar un aviso en tiempo real para una parte que está tratando de registrar una marca comercial, si es una marca comercial que ya figura en el Centro de información. Este servicio también va a darle un aviso al titular que ha ingresado los datos en el Centro de información para decir que hay una coincidencia con un registro que ya existe. Todas las marcas comerciales que están en el Centro de información resultan elegibles y también obviamente es obligatorio, y necesitan al menos 60 días.

Acá podemos ver un flujo grama de cómo funcione este servicio de reclamos de marcas comerciales. Hay una persona que registra un nombre de dominio, se realiza una consulta al Centro de información para ver si hay coincidencia con un registro que exista en este centro de información, si no existe ninguna coincidencia, entonces se completa la registración del nombre de dominio como de costumbre, pero si existe una coincidencia se genera un aviso a ese posible (registratario) para ver si desea seguir adelante o no con el registro.

Si se decide seguir adelante con la registración, existe un aviso que se envía al titular del derecho.

---

Entonces en lo que respecta a cómo ICANN va a implementar este Centro de información, hay mucho trabajo que se está realizando en cuanto al monitoreo, una es la selección de los proveedores para que provean este servicio del Centro de información y el otro es desarrollar los procesos de soporte o apoyo que tiene que ver con los procesos de “SUNRISE” de reclamos de marcas comerciales. Hay muchas partes involucradas porque tenemos los registros, los registradores, los titulares de las marcas comerciales, los centro de información, gente que tienen nombres de dominios, entonces estamos viendo cuál es la mejor forma de generar estos procesos entre ellos.

En lo que tiene que ver con la selección del proveedor. Nosotros hemos presentado el período de información en octubre. Recibimos varias presentaciones detalladas. Hemos debatido con muchos de los candidatos, hemos tenido conversaciones con algunos de los candidatos,

Y no la hemos completado pero supongo que en breve vamos a poder decir quién es el proveedor elegido. Y después en lo que tiene que ver con desarrollo de proceso.

En las anteriores dos reuniones en Singapur después de que se aprobara el Programa de nuevos gTLDs, y después en Dakar, tuvimos debates interesantes con muchos miembros de la comunidad que nos dieron mucha información que nos ayudó a armar este grupo de implementación para saber cómo van a poder funcionar estos procesos.

Tratamos de continuar en eso, hemos formado un grupo de asistencia en la implementación, IAG, que empezó trabajar en noviembre del 2011, estaba abierto a cualquiera que quisiera ofrecer su trabajo voluntario para trabajar en estos temas.

Y el objetivo del grupo es dar asesoramiento sobre los principales procesos y problemas de implementación que puedan surgir en el Centro de información No dar la solución sino dar un asesoramiento y dar ideas sobre algunos problemas que pueden surgir.

El objetivo entonces después de este proceso ICANN pueda brindar una serie de requerimientos comerciales. Algunos proveedores elegidos de servicio. Y el IAG acaba de completar la mayor parte de su trabajo.

Tenemos un grupo bastante grandes, son como 50 voluntarios en total, no todos participan de todos los temas. Pero trabajamos presentando problemas, describir algunas de las opciones disponibles, en lo que respecta a cómo alguna de las cosa pueden ser implementadas y pedimos comentarios. Recibimos presentaciones escritas. También hemos hecho varias teleconferencias y hemos debatido algunas de las opciones presentadas.

Entonces, ahora, terminamos con estas llamadas y con los temas que fueron propuestos para ser debatidos y ahora estamos tratando de compilar toda esa información y hacer un análisis para generar un modelo que esperamos que vamos a publicar hacia fines de este mes.

Si quieren ver más información. Ahí tienen una página wiki donde tienen todo el material de este grupo IAG y también tienen las grabaciones de las llamadas telefónicas, los documentos escritos. Y también la lista de “mailing”.

Me parece que no van a poder leer esta letra. Pero estos son los temas que hemos debatido en el IAG. Incluso temas técnicos. Temas técnicos y procesos comerciales, las dos cosas.

Vamos a pasar ahora a ver algunos de los temas que hemos debatido en los últimos meses. Estos son los criterios para ser incluidos en el Centro de información. Sé que esta información consta en la Guía del Solicitante, pero estos son los criterios y tienen que ser una marca de palabra registrada a nivel local o nacional de cualquier jurisdicción, tiene que haber sido validada a través de un organismo legal, u otro procedimiento judicial. Tiene que estar protegida por una ley o tratado que esté vigente en el momento de la inclusión en el Centro de información.

Como mencione una de las principales funciones de este Centro es hacer la autenticación y validación de los datos de marcas comerciales que se le presentan para registro.

Estamos diseñando los procesos de autenticación y validación, y los objetivos que tenemos en mente es que las normas para estos procesos tienen que ser claras, específicas, disponibles antes de ser presentadas, antes de que alguien presente su marca tiene que saber qué proceso se va a utilizar para revisarlo.

Algunos resultados que esperamos, es obviamente, que sean todos resultados predecibles y uniformes y que sea algo bastante fácil de usar y que esté disponible en todas las regiones del mundo.

Para aclarar lo que es terminología, porque utilizamos mucho estas dos palabras.

---

¿Qué queremos decir cuando hablamos de autenticación? Esto es la línea de base, que para estar en un Centro de información todos los datos tienen que estar autenticados, lo que significa que el centro de información sabe que la información sobre esa marca comercial y ese titular son genuinas.

Y cuando hablamos de validación, estamos utilizando – hablando de otro paso. La validación incluye establecer la evidencia de uso. O la validación también se usa para ver si los derechos se basan en alguna ley, un tratado o un procedimiento judicial.

Cuando miramos el proceso de autenticación, la idea fue crear algo que fuera relativamente simple. Los elementos de los que hablamos constan acá, en esta transparencia. Obviamente tiene que estar el nombre de quien hace la presentación, información para su contacto, que como van a haber muchos avisos que tienen que ir y venir, tenemos que poner en información de contacto como mínimo una cuenta de correo electrónico para verificación, para verificar además que la información de contacto sea correcta. También tiene que haber una declaración que alguien hace cuando presenta una marca comercial diciendo que no se está presentando para un fin que no es el adecuado y que es verdadera y genuina, y tiene que haber un número de registración sea cual fuere la jurisdicción para que entonces el Centro de información pueda confirmar esos números y que están en coincidencia con la información de autorización, cualquiera fuera la jurisdicción.

También sabemos que muchas jurisdicciones tienen estos datos disponibles en línea para saber cuáles son las marcas registradas en esa región y hay otras jurisdicciones que no lo tienen.

En cualquiera de los casos el objetivo es que el proceso sea simple y como yo lo veo de hacer un trato equitativo, para ver si la jurisdicción lo tiene en línea o no, el proceso igual tiene que ser sencillo, directo y simple.

Y después en lo que tiene que ver con la validación para evidencia de uso. Tenemos una única norma que está disponible para ustedes. Antes de presentar los datos para la validación existe una declaración, acá, además de la que hacen todos que las marcas que se están presentando se están utilizando en la manera del adjunto o acompañante porque también tenemos que saber que quien presenta la solicitud tiene que hacer saber si se abandona el uso de la marca.

En cuanto a ejemplos de uso pueden ser no sé, contendedores, materiales, como folletos, etiquetas.

El modelo que se contempla acá para la validación es nada más que la declaración y de esta evidencia o muestra de uso.

Otro tema, que nos tomó bastante tiempo en todo nuestro debate, era el proceso de reclamos de las marcas y específicamente cómo llegan los avisos en caso de que exista coincidencia y cómo se va a mostrar este aviso al registrador.

Hay algunas hipótesis que se manejaron, la gente tiene diferentes ideas sobre cómo les parece que esto tendría que funcionar, que la gente pensó que les iba a llevar un email que le iba a llegar al potencial (registratario). Y estamos trabajando en el debate con la forma menos interesante, quizás menos eficiente que es mostrar un aviso en pantalla durante el proceso de registro.

---

Hay diferentes partes que participan en esto, como mencioné y debate en lo que tiene que ver con las funciones del registro y el registrador para darles estos avisos al (registratario).

Y también hay temas que tienen que ver con cómo se garantiza todo este tema del seguimiento, si en el futuro vamos a poder verificar entonces que se mostró el (registratario) del aviso, antes de registrar ese nombre, obviamente este es un proceso complejo.

Hay ciertas preocupaciones que han manifestado los registradores y los registros.

Es un nuevo paso en el proceso de registración. Entonces no funcione del todo bien o que genere un obstáculo – un alto en el camino –

Esto es lo que estamos tomando en cuenta en el diseño.

Para generar un modelo fuerte y sólido.

Este es uno de los requisitos que nos estamos planteando de cómo hacemos que las cosas no se demoren por este paso que hemos añadido al proceso.

Bueno. El último punto tiene que ver con mirar la definición en la Guía del Solicitante y que tuvo que ver con debates en la comunidad.

Lo que tiene que ver con “SUNRISE” y los reclamos que se presentan. Esto tiene que ver con la coincidencia idéntica, cuando hay una coincidencia exacta pueden remplazarse los espacios por guiones, por ejemplo, o si se puede describir con las palabras apropiadas. Poner “at” en lugar del símbolo de “at” o la “arroba”. Hay cosas que pueden estar

en una marca y que quizás no sea un carácter válido entonces en los dominios van a tener que remplazarlo por otras cosas.

El tópico de discusión. Creo que esto queda abierto para algunos comentarios. Cómo vamos a implementar esto en otros idiomas. Entonces si tenemos una marca comercial que tiene la “arroba” y lo vamos a escribir por completo, para determinar una coincidencia, el tema es en qué idioma encontramos la coincidencia. Lo tengo que hacer porque si tengo una marca “xyz” ¿qué le agregó? Una “arroba”, acá le puedo agregar una “xyz” la transforma de otra forma. Hay un montón de temas para saber cuál es el idioma pertinente y seguimos trabajando en esto.

Acá vamos a hablar de la resolución de disputas. En cada uno de estos procesos vamos a necesitar de mecanismos para resolver las quejas o cómo mirar ciertas acciones y resolver ciertas diferencias.

Pueden ver que básicamente estamos hablando de una queja que tiene que ver con los datos registrados en el Centro de información y otros tienen que ver con “SUNRISE” que están contemplados en la Guía del Solicitante, cosas que tienen que ver con el servicio de marcas comerciales.

Yo sé que la letra es muy pequeña y que no la pueden ver en la pantalla, pero igualmente esto se va a subir a la red.

Esto es para ilustrar, este es el gráfico que estamos mirando cuando debatimos este tipo de problemas.

Me parece que esto fue hace un par de semanas y tratamos de ver cuáles eran los posibles tipos de disputas que podían surgir en estos

---

procesos, cuál podría ser la base. Si alguien se quejaba por quien era la parte que iniciaba el registro, entonces, cuál va a ser el mecanismo apropiado para considerar ese tipo de problemas.

Para la mayoría de ellos, hemos creado algo que nosotros pensamos que puede funcionar y en lo que tiene que ver con los reclamos de marcas comerciales, vamos a depender de qué parte va a tener la responsabilidad, basados en ciertos avisos y basándose en cómo funcione el sistema técnico, porque hay distintas piezas que tienen que ver en cómo va a funcionar esto, pero bueno, es un tema que nos ha llevado un tiempo debatir.

En los debates también queríamos mencionar algunos principios o ejes centrales que aparecen surgir una y otra vez respecto de cómo considerábamos cuál podía ser la mejor solución.

Uno de ellos lo que llamamos la cercanía, la proximidad. Es decir, que las partes involucradas deben comunicarse con las partes con las que ya tenían una relación. Por ejemplo si yo soy alguien que registra nombres de dominios tengo que ir al registrador y poder interactuar con mi registrador. Y si me dicen que tengo que ir a otro lugar para hacer determinado paso, eso no es un buen resultado. Si estoy recibiendo avisos de una parte con la que no estoy familiarizado, eso tampoco es la situación ideal.

Entonces tratamos de mantener este principio en mente cuando diseñamos los sistemas.

También se discutió bastante el tema del acceso a los datos.

---

Como base de datos, hay una gran cantidad de información contenida en el Centro de información de marcas en su conjunto y hubo algunas inquietudes que se expresaron de los propietarios de "SUNRISE" porque muchas partes tenían acceso a esos datos y podían terminar siendo usados para fines abusivos o de competencia.

Entonces el principio que establecimos es que cada parte debería tener acceso sólo a una cantidad limitada de datos, solamente los datos que se necesitan para desempeñar su función en el sistema.

También hablé de esto antes brevemente. Teníamos el objetivo en cuanto a la presentación y renovación de los registros en el centro de información que no debían ser un proceso engorroso. Y el trabajo de implementación para el registro y los registradores depende mucho de la implementación, por parte de los registros y registradores, pero estos no deberían estar sobrecargados con una implementación excesiva.

Y proyectos demasiado grandes. Siempre va a haber alguna situación de esas, pero el comentario tiene que ver con que los protocolos y los procesos existentes, tienen que utilizarse siempre que sea posible.

Por último, esto es algo que tiene que ver con los costos del Centro de información. No es algo que nosotros discutimos pero es algo que surgió esta semana. Como recordatorio de lo que dice la Guía, los costos serán solventados por las partes que utilizan los servicios.

Los propietarios de las marcas tendrán que pagar por registrar los datos en el Centro de información, una determinada cantidad. Los registros pagarán por todas las transacciones de denuncias y de servicios

“SUNRISE” y los registradores y otros que podría participar en el modelo también pagarán de esa manera al Centro de información directamente.

Entonces, el modelo de precios es algo que tiene que ser definido con el proveedor de servicios entendiendo que hay que tener una información detallada sobre esto. Así que nosotros estamos tratando de publicar esos detalles tan pronto como sea posible.

Con esto terminamos el tema del centro de información e marcas registradas.

Voy a continuar con el URS como se mencionó al principio, vimos estos proyectos en orden cronológico para ver cuando tenían que empezar a existir.

El Centro de información es algo que tenía que existir en el momento del inicio de todos los nuevos registros y hemos dedicado muchos recursos a esos, en primer lugar.

URS la suspensión rápida uniforme, tiene que estar implementada una vez que se empieza el registro de nombres y nuevos TLDs y también el proceso de resolución de disputas por delegación tiene que estar activo más o menos al mismo tiempo.

El URS tiene que ser un completo del UDRP, es un mecanismo eficiente y rápido para poder hacer la baja en caso de que haya una infracción clara de los nombres de dominio. Una denuncia de URS exitosa da como resultado la suspensión de un nombre de dominio y los resultados son obligatorios para todos los operadores de los nuevos gTLDs.

---

Desde el punto de vista el plan de proyecto para el URS, para la implementación, estamos trabajando en el RFP para la solicitud de propuestas para los proveedores de URS.

Hay una tarifa que apunta a estar alrededor de los 300 dólares que será la que cobre el proveedor de URS y por supuesto tiene que trabajar con la comunidad el desarrollo de estos procesos también el proveedor.

Por último tenemos el procedimiento de resolución de disputas por delegación, esto es algo que está en desarrollo en este momento, la intención aquí es darles a los propietarios de marcas la oportunidad de tener una reparación del operador del registro cuando se ve que hay un problema sistemático con la registración de nombres de dominios que están en infracción.

Cuando hay una mala acción y se trata de tener una utilidad en ese sentido puede solicitar algún tipo de reparación.

Aquí pensamos que las quejas se van a presentar a un proveedor de servicios de resolución de disputas que va a analizar el caso y determinar ciertas reparaciones y recursos y estos recursos podrán variar dependiendo de la decisión del proveedor y podrían incluso rescindir el contrato del registros, en los casos que sean muy serios.

Bueno. Este es un repaso de trabajo que hemos estado haciendo desde el punto de vista de la implementación de estos mecanismos de protección de derechos. Tenemos un poquito de tiempo para las preguntas en caso de que haya algún interesado en acercarse al micrófono o tal vez tengamos algunas preguntas de los participantes remotos.

---

También tenemos a Amy Stathos aquí que nos puede ayudar haciendo algún comentario o resolver alguna pregunta.

John Berryhill:

Hola. John Berryhill. Al seguir la IRT y STI todos los caracteres alfabéticos que se usan en estos mecanismos de protección desde hace algunos años, el Centro de información de marcas – y tal vez yo esté loco – lo que yo esperaba que se iba a presentar era una base de datos – una herramienta encima de la cual iba a haber una capa de política.

Tengo curiosidad en saber cómo este concepto de base de datos que podría utilizarse para dar respaldo con una cierta cantidad de políticas podrían ser políticas muy estrechas o políticas muy amplias, terminó siendo un conjunto de prescripciones de políticas.

Y les voy a dar un ejemplo Estamos hablando de correspondencia de caracteres aquí.

Donde haya una coincidencia idéntica y solamente y no los plurales. Bueno. Hemos visto lo que ha ocurrido con “SUNRISE” en “.info” y “.co”.

Y en algunos otros lugares donde han adoptado diversos caracteres. En algunos lugares donde tenemos TLDs específicos en mercado.

No veo cómo tener datos disponibles de marcas se torna prescriptivo con respecto a si un TLD quiere ampliarse, tal vez quiere proteger los plurales. Si yo presento “.shoes” y hay una marca para (...) y esa marca que en esa forma va a incluir el servicio como parte de la marca registrada porque no se preveía que iba a existir este Centro de información; Steve me va a adorar por lo que estoy diciendo. Si yo

administro “.shoes” y tengo una regla de SUNRISE que dice “tomamos las marcas de correspondencia idéntica para aquellos que estén interesados en buscar Coca Cola.shoes en mi “SUNRISE” para “.shoes” voy a tener que decir, si ustedes registró la marca que incluye la palabra “shoes” entonces tiene que tener (inaudible 24.40) porque pensé que la idea era tener una base de datos sobre la cual iba a haber diseñadas políticas inteligentes y esto terminó en otro ámbito totalmente diferentes.

El Centro de información en sí mismo va a prescribir las reglas de coincidencia y ustedes le quieren dar todavía una protección más amplia. La gente que está prescripta por esta serie de reglas – la verdad es que no lo entiendo –

Si “Sony Pictures” tiene “.picture”, si tenemos “Sony Pictures.pictures”, y hay otro que viene y quiere registrar “Sony.pictures” porque es su marca me interesaría ver cómo encaja esta idea de estas políticas prescriptas a través de un diseño de base de datos. Y qué pasó en ese sentido.

Karen Lentz:

Si claro. En primer lugar en cuanto a las reglas de coincidencias o correspondencia, estas existen en la Guía y hablamos ahí de una definición de lo que es una coincidencia idéntica.

El tema de la flexibilidad con respecto a lo que quieren hacer los registros, surgió muchas veces, también en “SUNRISE” por ejemplo. Teníamos requisitos mínimos pero supongan que yo quiero tener otro tipo de “SUNRISE”.

---

Esto ha sido discutido y el desafío está en tener un modelo de SUNRISE que sea lo suficientemente flexible para que haga lo que se requiere hacer según esto que nos han dado y a su vez, permita a los registros implementar cosas que quieren y necesitan hacer en su propio TLD.

John Berryhill:

Si y esto es la parte que faltaba. Ustedes van a dar por lo mínimo esto, porque algunos TLDs van a ser más polémicos que otros. Otros van a tener “.movies” y Steve habló mucho al respecto.

Parece que ustedes o me pareció que no iban a hacer más que esto.

Pero ahora me queda claro que esto es el mínimo.

La base de datos va a apoyar conceptos más amplios que sean adecuados para lo que apunta por lo menos semánticamente un TLD.

Quiero subrayar los comentarios de John. Creo que son muy buenos.

Hay muchas medidas tomadas de manera arbitraria, por ejemplo 60 días en la Guía y me parece que sería una buena oportunidad, ya que están cambiando otras partes de la Guía del Solicitante que también sean un poquito más flexibles allí en esos aspectos.

Ese era mi comentario, gracias.

Werner Staub:

Tengo una pregunta con respecto a por qué tenemos una base de datos confidencial o con acceso limitado si estamos hablando de la protección de los derechos, se supone que la gente tiene que saber que están estos

---

mecanismos que no tienen que publicar determinadas cosas entonces ustedes van restringiendo el acceso de la base de datos.

¿Podríamos tener ejemplos de abusos? ¿Qué tipos de abusos podría haber?

¿Y podemos tener alguna manera de establecer una correlación entre ese abuso y la restricción del acceso?

Le pregunto esto porque estamos haciendo una base de datos centralizada cuando no tendría que ser centralizada sino una serie de punteos como el sistema de DNS funciona bien, es centralizado, y tiene la ventaja de ser accesible, fácil y rápidamente.

Karen Lentz:

Muchas gracias. La primera pregunta creo que tiene que ver con por qué necesitamos tener restricciones al acceso de los datos en la base de datos.

Porque hay muchos datos de marcas comerciales que están disponibles al público y los propietarios de las marcas tal vez puedan dar ejemplos mejores que los que pueda presentarles yo, pero, lo que se expresó de todos modos es que tener información sobre una marca comercial, no necesariamente daña a nadie.

Pero si tienen acceso a todo un conjunto de datos de ese tipo, uno puede empezar a diseñar estrategias o a utilizar esos datos para algún fin para que se pueda considerar abusivo.

Ese es un ejemplo de lo que se expresó.

---

En lo que respecta a la centralización y la distribución, cómo funciona esto desde el punto de vista técnico no se lo sé decir.

Francisco está en la sala, pero esto es algo que se consideró para crear algo estable y eficiente y utilizable.

No sé si quieres hacer algún comentario.

Si claro.

Francisco Arias:

Nosotros estuvimos trabajando en desarrollar una propuesta para este Centro de información. Desde el punto de vista técnico. Y este es uno de los tantos temas que estamos tratando de resolver.

Esperamos tener la resolución al final del mes, pero una de las alternativas sería utilizar DNS como vehículo para transmitir los datos, de manera que los registros puedan tener una copia de los datos. Y para resolver los problemas que fueron planteados por los propietarios de propiedad intelectual que no quería mostrar toda la información de determinado organismos, pensamos en utilizar NSEC 3 que podría resolver este problema para el DNS.

Entonces quería reiterar que todavía estamos considerando este tema y estamos tratando de dejar el Centro de información sin obstaculizar la registración.

(...)

Una de las preguntas del participante remoto es de Rubén (...) espero pronunciar bien el apellido.

---

Si un TLD de marca implementa un sistema de equivalencias de URS gratis. ¿Igualmente puede utilizar o depender el URS de ICANN?

Karen Lentz:

El URS es necesario para todos los TLDs. Cuando se toman decisiones con respecto a los nombres y sus TLDs tiene que ser implementado.

Creo que es parecida a la pregunta anterior sobre los registros. Si podían diseñar cosas específicas que querían hacer en su TLD.

Y me remitiría al acuerdo con el registro y todo lo que sea pertinente en ese sentido.

(...)

Tengo una segunda pregunta y esta es de (...). Quisiera hacer una pregunta para entender si una organización o compañía no tiene un IP internacional, sin embargo en su propio país tienen un nombre comercial registrado una marca comercial. Qué tipo de derechos tienen en el contexto de solicitud del nuevo gTLD?

¿Cómo se manejaría este caso mientras que no haya ningún conflicto con las marcas internacionales?

Karen Lentz:

Voy a responder de diferentes maneras a esta pregunta.

Parece que la pregunta tiene que ver con derechos en el contexto del proceso de evaluación de las solicitudes.

Y en particular el proceso de objeciones sobre derechos legales que está disponible en el módulo 3 de la Guía.

En lo que respecta al Centro de información de marcas comerciales, el objetivo al que apuntamos es que esté disponible para ustedes, los que tienen jurisdicciones y derechos en cualquier parte del mundo.

Anne Aikman Scalese:

Anne Aikman Scalese de la unidad constitutiva de propiedad intelectual.

No estoy haciendo una pregunta en nombre de la unidad constitutiva sino a título personal y a nombre de mis clientes.

Con respecto a las discusiones de la IAG, hubo una deliberación sobre la verificación de la prueba de uso. ¿Por ejemplo en conexión con “SUNRISE”?

Basándose en la verificación de una declaración de uso que ya está archivado en el país de origen de esa registración o eso puede ser antiguo o inválido por algún motivo. Hay alguna simplificación en ese sentido.

Karen Lentz:

Si recuerdo algo – esto surgió antes de que se completara el Centro de información, durante el desarrollo del Centro.

El modelo que se estableció era la presentación de una declaración y de una muestra.

---

No sé si Emi quiere agregar algo, pero uno de los temas analizados es que estamos hablando de muchas jurisdicciones diferentes con prácticas diferentes. Entonces lo que queremos ofrecer en este Centro de información es algo visible, algo que todos pudieran utilizar de la misma manera.

Para regir los datos de la misma manera.

Anne Aikman Scalese:

La segunda pregunta tiene que ver con la resolución de disputas. Y tienen que ver con el período "SUNRISE". Si yo tengo un cliente y existe una verificación en la registración en el Centro de información donde proveemos este ejemplo de uso y sé que hay una apelación en ese proceso. Pro mi pregunta tiene que ver con cuál es la apelación final para la decisión final del Centro de información.

Si mi cliente por ejemplo no puede asegurar esta registración SUNRISE a dónde va a partir de ese momento.

Karen Lentz:

Bueno creo que esto va a depender de las circunstancias. El Centro de información realmente va a funcionar como ente administrativo, no va a tomar una decisión jurídica.

Entonces en "SUNRISE" hay diferentes motivos por lo que la registración puede ser rechazada y hay un proceso para analizar eso y mirar.

Kristina Rosette:

Kristina Rosette de IPC. Y también miembro del IAG para llamadas a mediado de la noche.

Bueno yo lo que quería señalar es algunas otras cosas que me parecen que son útiles de saber. En general se da el caso de que el registro de las marcas comerciales está disponible al público, pero no está disponible en línea en algunos casos. Entonces quizás, creo que el 70% de los casos no tienen esta información disponible en línea. Entonces va a haber que contratar un abogado en ese lugar para buscar esa marca y la evidencia física.

Además, si hay un titular de una marca comercial que tiene registro de una marca el 80% de los países de una firma comercial, sé que llevaría 5 o 10 días de trabajo y unos 20 mil dólares mostrar la evidencia del registro de todos esos países.

Entonces me parece que acá la intención no es crear no sólo algo que compita con esos servicios comerciales sino generar la preocupación para que las partes entonces replicar rápidamente la cartera para poder identificar cuál es la estrategia futura de la marca o lo que puede ser un problema es identificar si la marca fue registrada o no, asegurar en ese lugar y me parece que esa son las preocupaciones que impulsan todo este proceso.

Ching Chiao:

Gracias Karen.

---

Ching Chiao de ".asia. y (...) y en realidad Kristina habló de algo que está vinculado a lo que yo quiero decir que está vinculado con el costo.

Creo que cualquiera de los solicitantes de TLD tiene que estimar cuánto puede costarle a un registro en particular para poder utilizar o usar los servicios de TMCH.

En este momento no tenemos información suficiente para estimar el costo de un registro para saber si va a utilizar el servicio TMCH.

Eso es por un lado.

Karen Lentz:

Bueno la pregunta creo que tiene que ver con las solicitudes de dos gTLDs y cómo armar toda la información financiera.

Cómo saber entonces lo que va a costar el uso de este Centro de Información.

Bueno creo que podemos brindar alguna estimación o podemos decir qué es lo que se ha incluido en el modelo.

Pero no más de eso.

La segunda pregunta, que tiene que ver más con el concepto. Vos mencionaste un proceso bastante amplio de tener entonces, costos, has hablado de conferencias telefónicas también del IEG.

Lo que yo quiero saber es después de ver tu presentación ¿el modelo centralizado en este momento es el objetivo ciento por ciento? ¿O están pensando quizás otra cosa como para decir, bueno puede haber una

---

parte de la estructura que puede ser una parte de la base de datos sobre la validación que pueda ser centralizada?

Karen Lentz:

Gracias por la pregunta. Bueno el tema es cómo lo queremos definir el modelo centralizado. El modelo centralizado, el objetivo que tiene, es que el Centro de información y los servicios estén accesibles y que la calidad el servicio sea muy alta así como la confiabilidad en todas las regiones. Creo que esto es uno de los requisitos que se han incorporado.

Ching Chiao:

En lo que respecta a cuál es la mejor forma de implementarlo. Bueno, si se trata de un organismo centralizado que supervisa el resto de las operaciones en diferentes formas, yo no diría que esto es ciento por ciento decidido – como la mayor parte de las cosas en realidad pero bueno, existe este requisito de dar accesibilidad global.

Philip Corwin:

Buenos días. Philip Corwin. Consejero de la a Asociación Comercial de internet. Nosotros queremos ver que algo empiece a pasar en términos de implementación del URS. Yo pregunté a Kurt en Dakar cuándo íbamos a ver cierta implementación. Y ahora me dieron la misma respuesta. En aproximadamente un mes, la misma respuesta que recibí en Dakar.

Entonces me parece que 300 dólares era realista si consideramos lo que cobran los abogados de propiedad intelectual, costo administrativos, o lo que pasó con el registro, por ejemplo para el “.xxx”. me parece que la gran diferencia es la repetición del proceso y hay elementos de la URS

que no hemos comentado. También está el tema de las registraciones defensivas. Porque ICANN dejó en claro que era a alto nivel pero hay gente en el mundo de las marcas que dicen que se pueden proponer más cambios en la URS para que también tenga que ver con el UDRP que se suponía que iba a ser un suplemento y no un sustituto. Entonces me parece que hemos avanzado pero lo que queremos ver nosotros es que se den pasos realistas hacia alguna dirección y en forma que sea asequible.

En forma que sea creíble, que el proceso sea creíble tanto para quienes presenten el reclamo como para quienes hacen la solicitud.

Karen Lentz:

Si lamentablemente no pudieron ver cómo hemos estado trabajando y considerando sobre todo el tema del costo y la seguridad con los proveedores que potencialmente sean los que puedan brindar esto.

Richard Wein:

Bueno yo vengo de Austria ".at". Tengo una pregunta que tiene que ver con el Centro de información.

Me parece que existen nuevos procedimientos que creo que van a tener un gran impacto en la infraestructura. Desde el punto de vista de un registro "back-end" ¿Cómo puede funcionar esto para describir estos procedimientos a tiempo si ustedes, ICANN, lo publican a fines de marzo o después? ¿Es necesario describirlos estos procedimientos para un Centro de información en la solicitud o no?

---

Karen Lentz: Si entendí correctamente la pregunta, un prepara la solicitud para los nuevos gTLD y la pregunta es cómo el Centro de información que está siendo desarrollado va a ser responsable por eso.

Me parece que la solicitud exige que ustedes ilustren cómo va a funcionar el Centro de información.

Esto se le pide a todos los registros "SUNRISE" el formulario de reclamo entonces en cuanto a los detalles operativos, no sé cómo va a funcionar, creo que lo que hay que demostrar es cómo ustedes están preparándose para eso y cómo están comprometidos con el resto de los miembros.

Richard Wein: Perdón pero ustedes tienen que describir cada procedimiento como lo van a hacer, porque si no se sabe cómo va a funcionar el proceso no lo podemos describir, esto es el huevo y la gallina.

Karen Lentz: Si. Entiendo. Bueno. No quiero brindar asesoramiento pero las respuestas tienen que ser lo más completas posibles. Cuando existen cosas que no están definidas uno puede explicar los fundamentos del por qué han establecido algo o han establecido otra cosa, de otro modo.

Perdón, pero se nos está acabando el tiempo. Voy a tomar esta pregunta. Porque tenemos después la participación remota.

Gracias.

---

Paul Foody: Karen mi pregunta tiene que ver con la explicación de Kristina de por qué no tenemos en línea el tema del Centro de información.

¿Me parece que tiene que ver algo con los honorarios de abogados?  
¿Qué es lo que no entendí?

Karen Lentz: No, me parece que Kristina estaba hablando de las jurisdicciones existentes y de cómo algunas de ellas tienen datos de marcas que están disponibles en línea y otros que no lo tienen, entonces a veces la gente tiene que contratar abogados o servicios de búsqueda, para buscar estos datos.

Paul Foody: Porque entonces esta idea de ponerlo en línea permite que la gente pueda seguir las estrategias de las empresas que quizás no estén yendo de un modo u otro, creo que tenemos 15 años de experiencia, y los 15 años de experiencia han sido los registros de los nombres de dominios que han declarado su estrategia y ahora ICANN está en una posición en la que le puede dar a esta pobre protección de marcas a los (registraros) de nombres de dominios, este documento, y no sé si hay alguna operación planificada sobre los dominios que ya están registrados como “.com”.

(...) Bueno, tengo dos preguntas. Una es de Hong Xue. ¿Nosotros podemos saber cuál es el estado actual del proceso de selección del proveedor del

---

Centro de información? ¿Cuántos fueron calificados o pre-calificados para eso? ¿Y Quiénes no fueron seleccionados?

¿Se les podría dar los motivos del rechazo?

Karen Lentz:

Bueno. Esto tiene que ver entonces con los proveedores de lo que hablé en una transparencia anterior. No puedo hacer ningún comentario sobre el proceso más allá de decir que es un proceso que fue publicado, que se presentó o se hizo el llamado a licitación, se presentaron candidatos y estamos tratando de terminar la selección, y dar un anuncio en breve.

Y esta es la última pregunta. Esta viene de Samantha Demechiú. Tengo una pregunta sobre los períodos “SUNRISE”.

Según yo entiendo todos los registros de los nuevos gTLDs deben proveer un período de “SUNRISE”, pero no sé si ICANN puede considerar, modificar este requerimiento para los operadores de registros de los nuevos gTLDs que planean operar como gTLDs cerrados o de un único (registrarario), como los propietarios de marcas que planean solicitar y utilizar nada más que la marca para su propio propósito y no permitir registraciones de terceros.

Karen Lentz:

Brevemente el “SUNRISE” pidió un requerimiento para todos los registradores de nuevos gTLDs. Para todos los registros de nuevos gTLDs, así que siempre me hacen esta pregunta, pero bueno, también le pueden transmitir la misma pregunta al servicio de atención al cliente de los nuevos gTLDs, para ver qué le responden ellos.

---

Ahora, muchas gracias a todos por haber participado. Espero que le sea útil la información y espero que disfruten del resto del día.

Muchas gracias.

Fin de la transcripción -