
HYDERABAD – Sessão do GAC sobre a Revisão do TMCH
Domingo, 6 de novembro de 2016 – 9h às 9h30 IST
ICANN57 | Hyderabad, Índia

HENRI KASSEN: Eu peço, por favor, que vão ocupando seus lugares, porque vamos começar esta sessão em breve. Obrigado.

Bom dia senhoras e senhores, colegas, amigos.

Meu presidente costumava dizer na Namíbia que não gosta de fazer de presidente no escritório, mas que prefere estar lá no lugar, no local, porque é ali onde dizem o que tem que ser feito, não diga isso, faça isso.

É por isso que hoje de manhã me disseram que o nosso presidente iria estar um pouco demorado, não tarde, só demorado, mas não queríamos que os nossos distintos colegas e convidados pudessem se sentir mal, então vou presidir a sessão até que ele chegue, a não ser que vocês pensem que não tenho realmente autoridade como para começar.

Quero dar início a sessão, bem-vindos a essa sessão em que vamos discutir a revisão do relatório do centro de proteção de marcas comerciais. Eu sou Henri Kassen, um dos vice-presidentes do GAC e vamos fazer à introdução a sessão.

Observação: O conteúdo deste documento é produto resultante da transcrição de um arquivo de áudio para um arquivo de texto. Ainda levando em conta que a transcrição é fiel ao áudio na sua maior proporção, em alguns casos pode estar incompleta ou inexata por falta de fidelidade do áudio, bem como pode ter sido corrigida gramaticalmente para melhorar a qualidade e compreensão do texto. Esta transcrição é proporcionada como material adicional ao arquivo de áudio, mas não deve ser considerada como registro oficial.

Aqui na mesa principal está o pessoal de apoio, a secretaria e membros do centro de formação e proteção de marcas comerciais. Mark Carvell vai guiar a discussão nessa sessão.

Mark Carvell do Reino Unido. Vou passar a palavra então para ele porque depois teremos uma apresentação da Digital India de meia hora.

MARK CARVELL: Bom dia a todos, obrigado por terem estado aqui pontualmente para assistir a sessão.

Ah, vejo que acaba de chegar nosso presidente, quero cumprimentar, dizer bom dia.

THOMAS SCHNEIDER: Bom dia.

MARK CARVELL: Obrigado.

Extremamente breve foi, temos pouco tempo então é extremamente adequado.

Como dizia Henri, esse é o ponto número 11 na agenda, vamos fazer uma revisão do centro de informação e proteção de marcas comerciais, temos um documento da secretaria de ACIG

sobre esse tema, que nos oferece informação de referência e apresenta o contexto desse tema e aqui se incorporou também um e-mail que eu enviei a todos no mês de agosto, quando uma versão preliminar do relatório sobre essa revisão foi publicado.

Esse rascunho foi submetido a um processo de consulta que se estendeu até 3 de setembro se eu não me engano. Sim, foi assim, foi 3 de setembro.

Espero que tenham tido a oportunidade de dar uma olhada nesse relatório e se não estão muito a par do tema, dos mecanismos de proteção de direitos, para resumir eu diria que o objetivo principal é mitigar os riscos da cyber ocupação do uso indevido do DNS, tudo que acontece no espaço de nomes de domínios através das marcas comerciais e sua proteção para que os proprietários também possam ter essa proteção através da criação de um banco de dados.

Eu estive trabalhando, faço parte da equipe de participação do GAC com outras partes da comunidade, partes interessadas da ICANN, começamos a redigir o guia do solicitante, isso faz uns 5 anos e foi um período de muita atividade intensa, trabalhamos sobre os mecanismos de proteção de direitos, houve muito debate no GAC e foi um dos temas mais importantes que aparecia também na agenda da reunião entre sessões que o GAC manteve em Bruxelas com a diretoria.

De fato, houve uma reunião presencial com a diretoria para resolver muitas das questões que estava colocando o GAC no que diz respeito aos guias de solicitante nessa altura nos reunimos em Bruxelas, houve uma interação sobre questão que estamos tratando aqui, especialmente sobre o tema dos mecanismos e proteção de direitos.

Então eu queria salientar que foi uma área central de trabalho dentro do GAC isto e essa revisão de fato é um resultado, ou dá continuidade a essa interação porque nos pediram que fizéssemos essa revisão do centro de informação e proteção de marcas comerciais como um dos mecanismos centrais de proteção de direitos. Não único, mas sim um dos mais importantes.

Depois do lançamento e delegação dos nomes de domínio na rodada atual, então esse relatório de certa maneira deriva dessa participação do GAC com outras partes da comunidade da ICANN tratando o tema em particular do mecanismo de proteção de direitos.

Para que saibam como é que nós agimos nesse sentido eu fiz um seguimento do rascunho com o pessoal do escritório de propriedade intelectual, ainda estão vendo todos os detalhes, o funcionamento, seu âmbito de trabalho, os guias e as companhias no Reino Unido também falaram conosco, tivemos

uma sessão de trabalho com elas, como para ter uma ideia de que opinam os titulares das marcas comerciais sobre esse mecanismo que é o centro de informação e proteção de marcas, se pensam que é eficaz, colocaram várias preocupações, o custo que foi também um dos temas colocados. Tornar efetivo o cumprimento das notificações, serviços de reclamação, o desejo de que talvez haja uma única lista de marcas protegidas como mecanismo de proteção que não foi aprovado, então as empresas no Reino Unido disseram que talvez seria bom voltar a tratar o tema de ter um mecanismo global de bloqueio para evitar o uso indevido das marcas comerciais, regras de correspondência exata que também é uma coisa colocada.

Portanto surgiram várias questões a partir desse diálogo com as companhias. Nós também fizemos consultas com os formuladores de política no âmbito desse tipo de política no Reino Unido. Eu suponho que os nossos colegas devem ter também abordado, da mesma maneira que nós fizemos, para abranger todos os aspectos que tem a ver com o interesse público.

Com isso posso finalizar os meus comentários, somos muito felizes tendo os autores do relatório. Greg Rafert que está aqui a minha esquerda. Ele vai compartilhar conosco uma apresentação, vai explicar brevemente os elementos chave mais importantes desse mecanismo que é o centro de proteção de

marcas comerciais, também está Eleeza Agopian do pessoal da ICANN que está no extremo esquerda da mesa principal.

Agora vou passar a palavra para Greg Rafert para que ele comece com a sua apresentação.

GREG RAFERT:

Muito obrigado, é um grande prazer estar aqui com vocês hoje, vou tentar ser bem breve, porque sei que temos pouco tempo.

Encorajo, se estiverem interessados aqui, leiam o relatório. Recebemos bastantes comentários da comunidade em seu conjunto, mas se considerarem que temos que considerar algum tema em particular, por favor, me avisem.

Eu sou Greg Rafert, sou economista e vice-presidente de Analysis Group que é uma firma privada.

Os coautores são Katja Seim, professora associada da faculdade de economia dos negócios. Jiarui Liu que vem mais do mundo de URS, URDP e que trabalhou com muitos conflitos no espaço de nome de domínio e pertence à faculdade de direito de Stanford.

A ICANN nos encarregou que realizássemos uma revisão independente dos sistemas do centro de informação e proteção de marcas, que se fizesse um levantamento exaustivo, posterior

ao lançamento e antes de aprofundar nos detalhes do nosso trabalho quero dizer que a ideia não era formular uma recomendação de políticas, mas fazer um diagnóstico desse centro e ver quais eram as conclusões dos serviços que esse centro estava proporcionando, oferecendo.

Houve diferentes aspectos associados ao centro de informação e proteção de marcas, ou TMCH e vimos diferentes questões, como o período de pré-informação, reclamações e os critérios de correspondência que foi o que mencionou Mark.

Com relação ao período de pré-registro, certamente vocês devem lembrar que todos os nos gTLDs tem que ter um período prévio de registro de no mínimo 30 dias. Que isso precede o período de disponibilidade geral dos gTLDs.

Nesse período só as marcas verificadas por esse centro de verificação e proteção de marcas comerciais podem ser registradas, ou estão disponíveis para seu registro.

Então nós pudemos ver quanto interesse existia em saber quanto interesse havia, como valorizavam tudo isso, então em função dessas reclamações, 90 dias posteriores ao pré-registro desenhado para identificar qualquer violação no espaço de nomes de domínio com 2 desvantagens. Se eu sou um registratário e recorro a um registrador para registrar o nome de domínio que se corresponda com a marca que está dentro desse

centro vou emitir uma notificação, posso fazer ao registrá-lo ou talvez depois no processo.

O segundo aspecto é que registros de nomes de domínios, o proprietário da marca comercial que está no centro, vai receber a notificação de que alguém registrou esse nome comercial e é aqui onde temos 2 elementos centrais em que queríamos ter uma ideia se esse período para apresentação de reclamações tinha que ser estendido, houve discussão, também queríamos ter uma ideia de se as notificações que eram enviadas para os particulares, se elas realmente estavam funcionando ou se havia algum efeito dissuasivo.

Esse terceiro item, falamos dos critérios de correspondência, o que nos interessava nesse sentido era identificar quais os critérios de correspondência atual e se era necessário estendê-los conforme o que existe agora.

Temos algumas conclusões iniciais com relação aos dados, queríamos ter uma abordagem focada nos dados para analisar fortalezas e fraquezas, também queríamos ver como eram utilizadas as fontes de dados de terceiros através de entrevistas e levantamento das partes interessadas nesse centro e outros setores da comunidade.

Para que tenham uma ideia dos dados, aos que recorreremos no primeiro item vemos um dos primeiros componentes que

precisávamos para o nosso trabalho que eram dados do próprio centro de TMCH, então para toda marca comercial registrada no banco de dados há diferentes dados que se anexam, por exemplo, quem é o proprietário, titular da marca, onde está localizado, a que indústria pertence e se utiliza um representante ou agente para realizar o processo, quem eram essas pessoas?

Também dependíamos dos dados, eles são atendidos pela IBM e queríamos ter uma ideia dos registradores que estão utilizando esse sistema para ver se tem que se enviar uma notificação ou não de reclamação.

A única verdade é que a nossa discussão com a IBM os registradores nessa discussão podiam solicitar o sistema de centro de notificações embora não houvesse uma tentativa de registro. Isso tornava mais difícil interpretar os nossos dados e também há outras fontes de dados que podem ver aqui, coletamos dados de conflitos de UDRP, URS, nesse período foram tratadas grande quantidade de conflitos, 15.000, também dados do WHOIS, aqui obtivemos diferente informação de diferente natureza, mas nos interessava saber quem estava registrando nome de domínio em que momento e depois vou explicar porque e como já disse, também fizemos diferentes entrevistas, pesquisas de opinião, tentamos ter uma aproximação a toda comunidade para ter a maior

retroalimentação possível e também apontamos alguns registros, registradores, titulares de marca, agentes, firmas, companhias jurídicas, registratários que eram proprietários de marcas que não eram comerciais. Tentamos entrevistar todos eles.

Quero fazer uma resenha muito geral das nossas conclusões, começamos o período de pré-registro.

Vimos que 20% dos titulares das marcas comerciais que eram candidatos para usar esse período de pré-registro fizeram algum registro, fizeram alguma registoção de pré-registro, no uso de período de pré-registro, 7% dos registros estavam submetidos a esse pré-registro, antes de estar totalmente disponíveis. 93% esperavam ter o período de disponibilidade geral, não passava por esse pré-registro.

Isso não deveria nos surpreender, os titulares de marcas comerciais como as marcas apresentadas no centro eram aquelas que tinham a maior utilização no período de pré-registro.

Para apoiar isso que estou tentando dizer, interpretar esses resultados, parece haver certo interesse no período de pré-registro de titulares de marcas comerciais, se é descrito como de significativo interesse ou não bom acho que cada um pode tirar suas próprias conclusões.

Passamos para a seguinte.

Se passarmos ao serviço de apresentação de reclamações quero fazer aqui outra exceção, porque esse resultado depende dos dados fornecidos pela IBM, encontramos que se supomos que cada vez que um registrador estabelece a conectividade com o centro para ver se uma marca comercial deveria enviar uma notificação de reclamação, pensamos que tudo isso é feito de boa fé e encontramos que parece que 94% dos registros que emitiram ou engatilharam uma notificação de reclamação ficaram abonados, parece ser um percentual alto demais, isso tem a ver com o que eu comentava antes, que os registradores em si mesmos as vezes procuram, pesquisam, no banco de dados aqueles motivos que não tem a ver com a atividade vinculada com a registoção. Então isso é exagerado, não podemos saber o quanto exagerado é isso e a outro elemento que eu devo fazer é que, em realidade não sabemos quais são as taxas de abandonos para as tentativas de registradores que não engatilham essas notificações de reclamação.

Quer dizer que isso se baseia em hipóteses, não dizemos que seja realmente por reclamação, mas se acontecesse que as tratativas de notificação não engatilham uma notificação de reclamação e há 94% de taxa de abandono, não há um efeito incremental de que se emita uma notificação de reclamação nessa instancia.

Depois eu acho que isso nos leva ao segundo item que está no slide. Em realidade nós não vemos registros com correspondência exata depois do período de notificação de reclamações e vemos que não necessariamente existem correspondências exatas, mas acho que estender o serviço de notificação de reclamações talvez não tenha muito sentido. Porque é pouco provável que tenham muitas notificações de reclamações nesses dias e há muitos detalhes no relatório, por isso convido a que leiam se realmente sabem.

Com relação aos critérios de correspondência e análise, não encontramos tantas instâncias de registro que tenham a ver com correspondências não exatas, por exemplo, com algum tipo de eliminação de caracteres, plurais, etc.

Agora nessas correspondências não exatas que vimos aqui nos dados do WHOIS, as diferenças mais comuns que víamos tinham a ver justamente com isso que acabei de explicar, com um caractere único que definia um plural, isso é importante de salientar.

O nosso objetivo é ter uma versão definitiva deste relatório. Aqui diz no último trimestre de 2016, mas eu acho que vamos ter que ingressar no primeiro trimestre de 17. Em parte porque recebemos muita retroalimentação da comunidade e ainda continuamos recebendo outras indicações então queremos que

esse relatório seja o mais abrangente possível e que responda dentro do possível a todas essas contribuições e há duas áreas que estão tratando do ponto de vista de continuar o trabalho. Em primeiro lugar queremos interagir com registradores, queremos falar com eles para termos uma ideia ainda mais clara e exata de se esse problema de abandono das registros é importante, se podemos fazer alguma coisa a respeito e queremos também aprofundar um pouco a nossa análise dos sistemas de registro, porque todos optam por ingressar em um período de disponibilidade geral e não pelo pré-registro, então queremos continuar enriquecendo nosso relatório como parte desse exercício de reunir dados.

Eu acho que vamos muito bem com o tempo, então vou fazer um receso para ver se há algum comentário ou pergunta.

MARK CARVELL:

Obrigado Greg.

Realmente foi um bom resumo do relatório e das questões que foram surgindo durante o período de consulta que finalizou no mês de setembro muito obrigado.

Também agradecemos que tenha marcado os passos a cumprir, a esse respeito poderia indicar a forma na qual esse relatório se relaciona com o grupo de trabalho do PDP sobre mecanismos

de proteção de direitos que se ocupa de todos esses mecanismos e não só desse centro de notificação e proteção de marcas comerciais? Também qual a relação com a revisão de competência, confiança e eleição dos consumidores?

Muito obrigado.

GREG RAFERT:

Bom, eu vou ser, a minha parte comentar, porque não faço parte da organização da ICANN, mas com respeito à primeira parte eu entendo que eu estarei trabalhando em contato com aqueles que se encarregam desse assunto para dar a informação necessária e que possam entender ou compreender os resultados da nossa tarefa e com respeito à equipe de revisão, ao segundo aspecto, eu não tenho certeza da relação com o trabalho do grupo. Eu sei que há uma parte do trabalho que se relaciona com esse assunto, mas talvez Eleeza possa identificar alguma outra coisa.

Nós nos centramos um pouco menos nesta segunda área.

ELEEZA AGOPIAN:

Com respeito à equipe de revisão de CCT há uma sub equipe dedicada as medidas de previsão e a confiança do consumidor, eu não sei em quantos detalhes eles estão trabalhando, mas

essa seria uma das suas contribuições que vão levar em conta para suas tarefas.

MARK CARVELL:

Obrigado Eleeza, muito bem, temos ainda 5 minutos para apresentar os nossos comentários. Este assunto é muito específico e complexo, mas basicamente o objetivo é proteger o interesse das companhias que possuem marcas comerciais.

Eu vou começar com uma pergunta e depois eu vou passar a palavra aos outros colegas para que também realizem perguntas.

Em um momento determinado, durante essas consultas com as companhias do Reino Unido, surgiu o seguinte, todas as notificações de reclamação carecem de um elemento de cumprimento efetivo e não há resposta para este assunto, o que se diz é o seguinte, esta é uma marca comercial e está registrada neste centro de informação e proteção de marcas comerciais, se diz isso, mas não é uma medida que exija o seu cumprimento efetivo.

Então os senhores consideram se o centro de informação e proteção de marcas comerciais precisa desta medida?

GREG RAFERT:

Obrigado Mark.

Sim, vimos este ponto nos comentários dos titulares de marcas comerciais. Parte dos dados e da análise do relatório tem a ver com esta questão, vimos a taxa de conflito, quanto a notificações por reclamações de marcas comerciais e surge que a taxa de resolução de conflitos é muito baixa.

Então eu acho que isso sugere que talvez não seja necessário esse mecanismo de cumprimento efetivo, mas se vemos que temos este grande efeito combinado com um pequeno número de conflitos, então talvez não seja necessário tomar essa medida de cumprimento efetivo.

MARK CARVELL:

Ok, muito bem, mas isso fica sujeito à coleta de maiores dados, mas sim se reconhece este efeito dissuasivo que tem um impacto. Muito bem, agora vamos passar a palavra a aqueles que vão pedindo.

Ali no fundo da sala e depois outra pessoa e depois Kavouss.

JAIFA MEZHER:

Eu sou Jaifa da Colômbia e eu tenho uma pergunta. Quais são os mecanismos de resolução de conflito que se utilizam mais?

GREG RAFERT: É uma pergunta interessante, eu não tenho o número aqui, mas com respeito à UDRP vs URS o primeiro mecanismos se utiliza com maior frequência que o segundo, claro que com mais elementos afins, eu não lembro agora os detalhes desses componentes, eu acho que a informação está no relatório, senão depois posso oferecer.

MARK CARVELL: Eu quero acrescentar que há um PDP da GNSO sobre mecanismos de proteção de direitos, há um subgrupo que se encarrega desse assunto, já tem uma carta orgânica, estão se encarregando de todas as questões referidas a mecanismos de proteção de direitos, ou mecanismos uniformes de suspensão rápida, ou URS e o procedimento para a resolução de disputas posteriores a delegação de nomes de domínios UDRP.

GREG RAFERT: Sim, eu tenho aqui o relatório e se vemos o UDRP e o URS, vemos que há muito mais atividade dentro do UDRP nos dados que temos para 2014, em 2015 temos 17.000 conflitos em UDRP e apenas 500 em URS.

MARK CARVELL: Muito bem, Kavouss, por favor.

IRÃ:

Bom dia, muito obrigado a Tom pelos documentos informativos. Como sempre muito obrigado Mark por esta informação fornecida a todos.

Eu vejo que se menciona que esta informação será apresentada ou incorporada ao processo do PDP e eu vejo que há um estudo que faz parte desse PDP e um desses estudos é o RPM, então como vai ser incorporado isto? Eu participei no grupo correspondente e o presidente, um dos copresidentes apresentou documentos e às vezes se apresenta de forma textual, palavra a palavra e também se pedem comentários.

Então em primeiro lugar deveríamos primeiro fornecer informação adicional, em segundo lugar responder qualquer comentário apresentado, geralmente há comentários apresentados porque esse é um grupo muito ativo e esqueci de mencionar que o senhor deu muitas estatísticas, estão suportadas por algum tipo de informação formal? Quando fala de 3%, de 70%, de 94%, em algum número em especial? Ou seja, talvez isso podemos perguntar ao PDP, como vai ser apresentado, quem vai apresentar, quem vai participar? Quem vai se encarregar dessa informação? O GAC tem que participar desse PDP.

MARK CARVELL: Obrigado Irã.

Eu estou me postulando para fazer parte do grupo de trabalho, o farei em breve, não sei se Greg quer falar das estatísticas.

GREG RAFERT: A respeito das estatísticas que utilizamos nessa apresentação surgem do relatório, se o senhor quer ver mais tabelas ou maior documentação dos assuntos que lhe interessam, então esse nível de detalhe vai poder encontrar no relatório se for o caso.

MARK CARVELL: Obrigado Greg, eu acho que alguém tinha pedido a palavra?

ENG ALAN SALAHADDEEN: Há tantas marcas comerciais tão reconhecidas a nível mundial, estamos aqui trabalhando para proteger estas marcas comerciais? Ou para proteger apenas as principais marcas comerciais? Supondo que existem companhias comerciais que têm um bom nome e prestígio e não reservaram esse nome ou não compraram esse nome, isso significa que essa companhia via poder manter o seu nome?

Por outra parte, alguns países podem utilizar grandes nomes, importantes nomes, em diferentes setores, como o setor da

tecnologia da informação, como podemos tratar este assunto ou este problema?

MARK CARVELL: Passo a palavra para Greg.

GREG RAFERT: Sim, com prazer.

Nós não tratamos esse assunto nesta revisão em especial que o senhor apresenta, nós decidimos não comentar, ou fazer comentários sobre marcas comerciais que não são permitidas dentro do centro de marcas comerciais, eu acho que é um assunto importante que a comunidade vai querer debater.

MARK CARVELL: Eu vou pedir aos colegas da Índia que tenham a gentileza de dar mais 2 minutos. Estados Unidos e depois a WIPO e peço desculpas aos que pediram a palavra depois.

ESTADOS UNIDOS: Muito obrigado por esta apresentação. Sabemos que devemos continuar reunindo e analisando dados, agora viram as tarifas do período de pré-registro, de registro, viram os preços e há elementos de pensar que é um elemento dissuasivo para fazer registros de sunrise? De pré-registros?

GREG RAFERT: Pergunta interessante, não conseguimos fazer isso quando fizemos o rascunho, mas com base nos comentários recebidos vamos trabalhar nesse aspecto e vamos incluir razão pela qual algumas marcas comerciais decidem não comercializar no período de pré-registro.

MARK CARVELL: Agora Brian, por favor, da OMPI.

OMPI: Obrigado, em primeiro lugar obrigado por este relatório, é muito útil e para o futuro também. Eu acho que no relatório há alguns supostos que se sobrepõem.

Eu gostaria que ficasse nos registros de hoje que há muito debate sobre as externalidades negativas para as partes contratadas. Quanto à ampliação destas reclamações, mas também temos que considerar o que acontece com os titulares das marcas comerciais. Eu quero, a respeito dessas externalidades negativas, vemos que há uma desproporção entre o descumprimento e o registro do nome de domínio.

Se vemos os dados, segundo o relatório, há 100.000 nomes nos primeiro 90 dias e depois há muitos outros mais nos 90 dias

posteriores, então com isso se questiona esse suposto de que não há ampliação de prazo para reclamação, além desses 90 dias iniciais, mas no caso do UDRP e URS, vemos que quando o titular das marcas comerciais também enfrenta certas situações referidas aos registros.

Então talvez isso também possa ser levado em conta no processo de tomada de decisões para decidir se uma registoção está ou não cumprindo as normas correspondentes.

Muito obrigado pelo relatório.

MARK CARVELL:

Muito obrigado Brian.

Bom, vamos ter que dar por encerrada esta sessão, surgiram muitas questões de muito interesse, como os mecanismos de proteção de direitos e o alcance correspondente, com certeza que os colegas vão refletir a respeito da sessão de hoje e das deliberações de hoje, com certeza que vamos continuar interagindo no GAC com respeito a esta revisão e dos mecanismos de proteção de direitos.

Obrigado Greg e Eleeza por estarem aqui conosco, eu acho que temos um bom caminho para andar.

Muito obrigado para aqueles que realizaram as perguntas, passo a palavra para Thomas.

THOMAS SCHNEIDER: Muito obrigado Mark por liderar tão bem essa sessão.

Obrigado a todos.