



## II JORNADAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

### Retos ante las nuevas tecnologías

26 de abril de 2016

Día Mundial de la Propiedad Intelectual

**Real Casa de Correos. Puerta del Sol, 7  
(entrada por Callejón de San Ricardo)**



### PROGRAMA

9.00 h **Recepción de participantes**

9:30 h **Apertura de la Jornada**

Anunciada Fernández de Córdoba y Alonso-Viguera  
*Directora de la Oficina de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid*

Patricia García-Escudero Márquez  
*Directora General. Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)*

10:00 h **Retos jurídicos de las nuevas tecnologías, con especial foco en los temas de propiedad intelectual**

Alejandro Sánchez del Campo  
*Abogado de Telefónica y editor de replicantelegal.com*

10:30 h **Marca e Internet: Uso de marcas ajenas como “metatags” y “keyword advertising”**

Luís Gimeno Olcina  
*Jefe Unidad de Recursos. OEPM*

11:00 h **Marcas y nombres de dominio: solución de controversias**

José Ignacio San Martín Santamaría  
*Experto de la OMPI. Socio-asociado ELZABURU*

11:30 h **Pausa**

12:00 h **Mercado Único Digital y difusión de obras a través de internet: límites al derecho de autor, licencias abiertas y enlaces**

Alejandro Puerto Mendoza  
*Registrador de la Propiedad Intelectual de la Comunidad de Madrid*



12:30 h **Autorregulación y jurisdicción digital: procedimientos de cesación y retirada de contenidos ilícitos en internet**

Andy Ramos Gil de la Haza

*Abogado. Director del Departamento de Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnología en Bardají & Honrado Abogados*

13:00 h **Base de Datos de Obras Huérfanas**

Nicole Semjevski

José Vicente Torres

*Observatorio Europeo de las Vulneraciones de los Derechos de PI  
Oficina de Propiedad intelectual de la Unión Europea (EUIPO)*

13.30 h **Ruegos y Preguntas**

13.50 h **Clausura**

Alejandro Puerto Mendoza

*Registrador de la Propiedad Intelectual de la Comunidad de Madrid*

M<sup>a</sup> José de Concepción Sánchez

*Directora del Departamento de Patentes e Información Tecnológica (OEPM)*

*Entrada libre hasta completar aforo previa inscripción en la dirección  
de correo electrónico: [propiedad.intelectual@madrid.org](mailto:propiedad.intelectual@madrid.org)  
debiendo indicar nombre completo y DNI(\*)*

(\*) A los efectos de la LOPD se informa que los datos proporcionados serán incorporados a un fichero de titularidad de la Comunidad de Madrid con la única finalidad de realizar el control de acceso a la jornada. Los datos serán cancelados una vez terminada su celebración. Puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición ante el Registro de la Propiedad Intelectual de la Comunidad de Madrid, c/ Santa Catalina 6-28014 Madrid o mediante correo electrónico a la dirección [propiedad.intelectual@madrid.org](mailto:propiedad.intelectual@madrid.org).

# Retos jurídicos de las nuevas tecnologías, con especial foco en PI



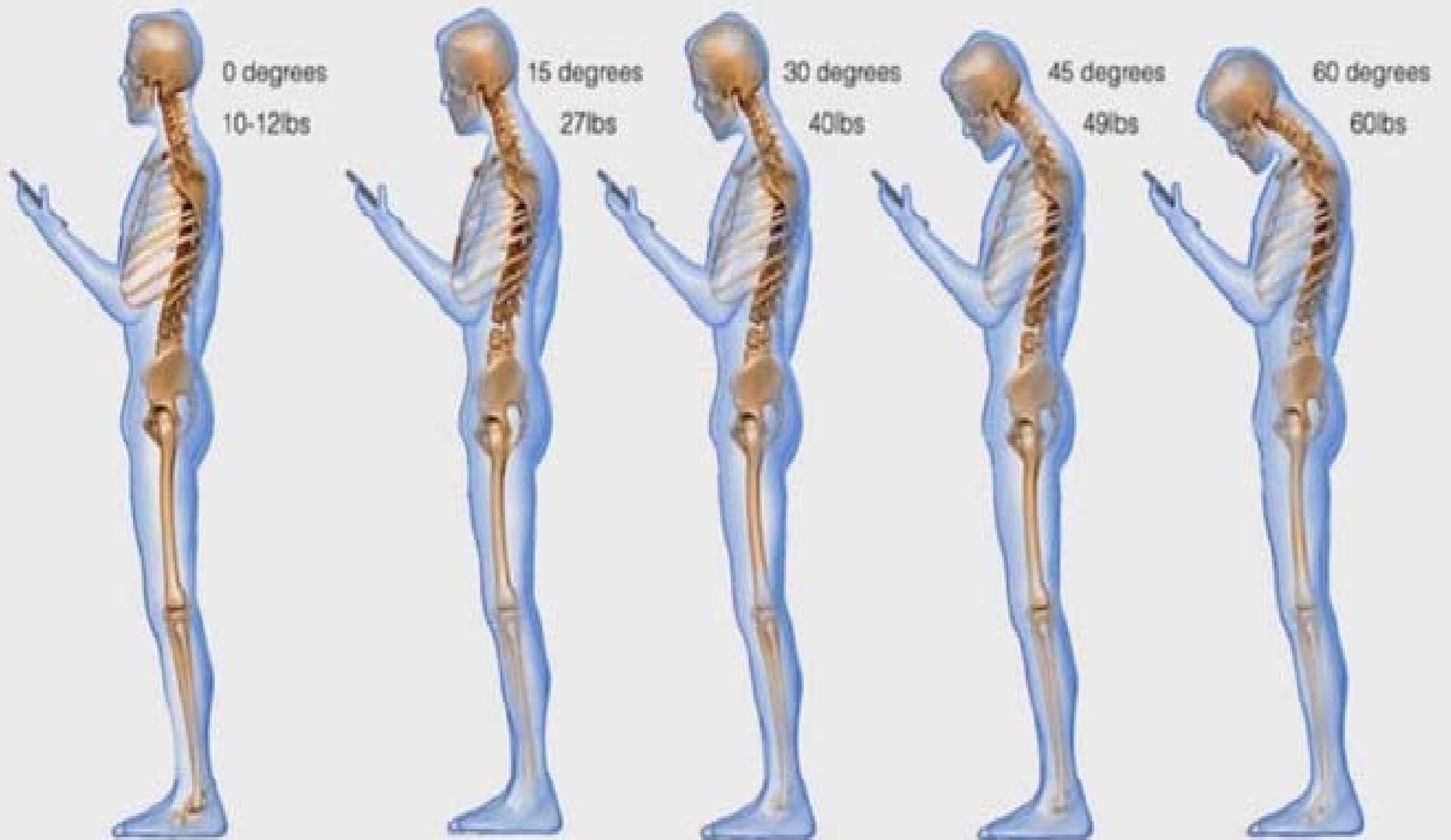
Alejandro Sánchez del Campo

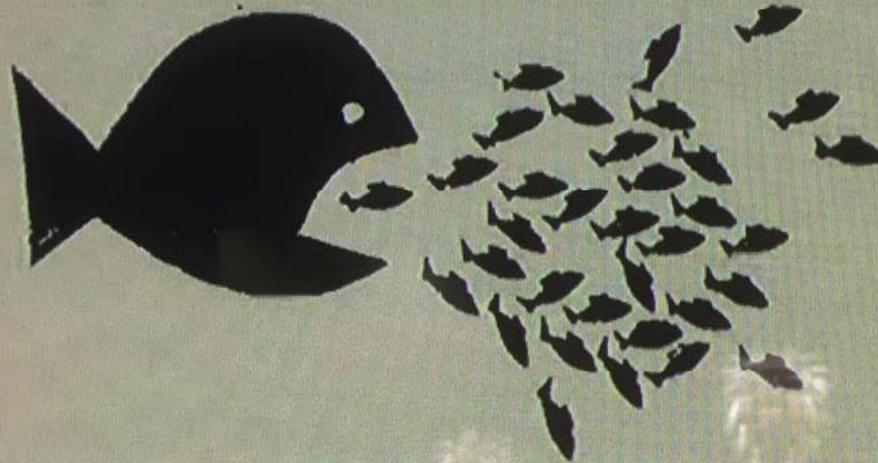
[@replicantelegal](#)

26 de abril 2016

¿Qué está pasando?

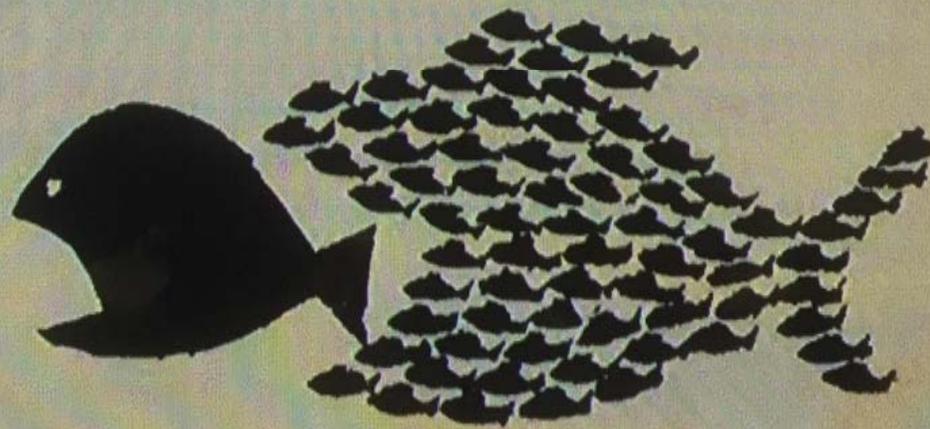






**Traditional  
& Old  
Economy**

**Disruptive  
& New  
Economy**



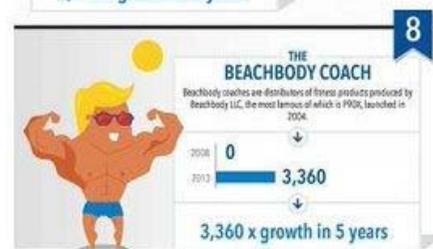
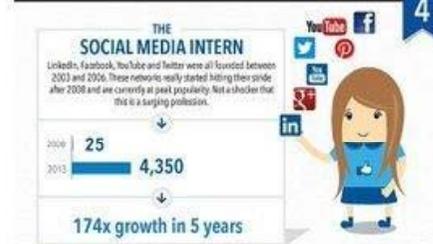
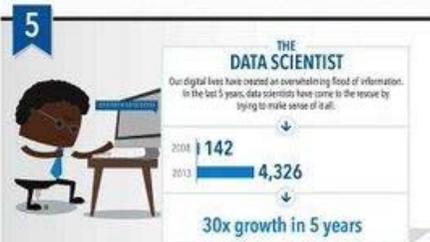
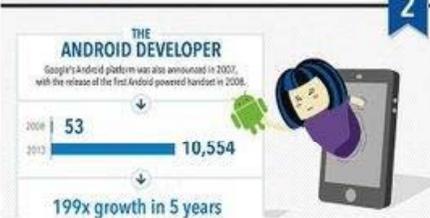
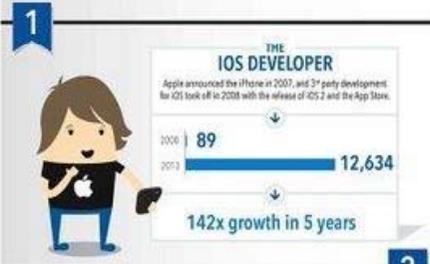
Digital is the main reason just over half of the **companies** on the Fortune 500 have **disappeared** since the year 2000

Pierre Nanterme  
CEO of Accenture



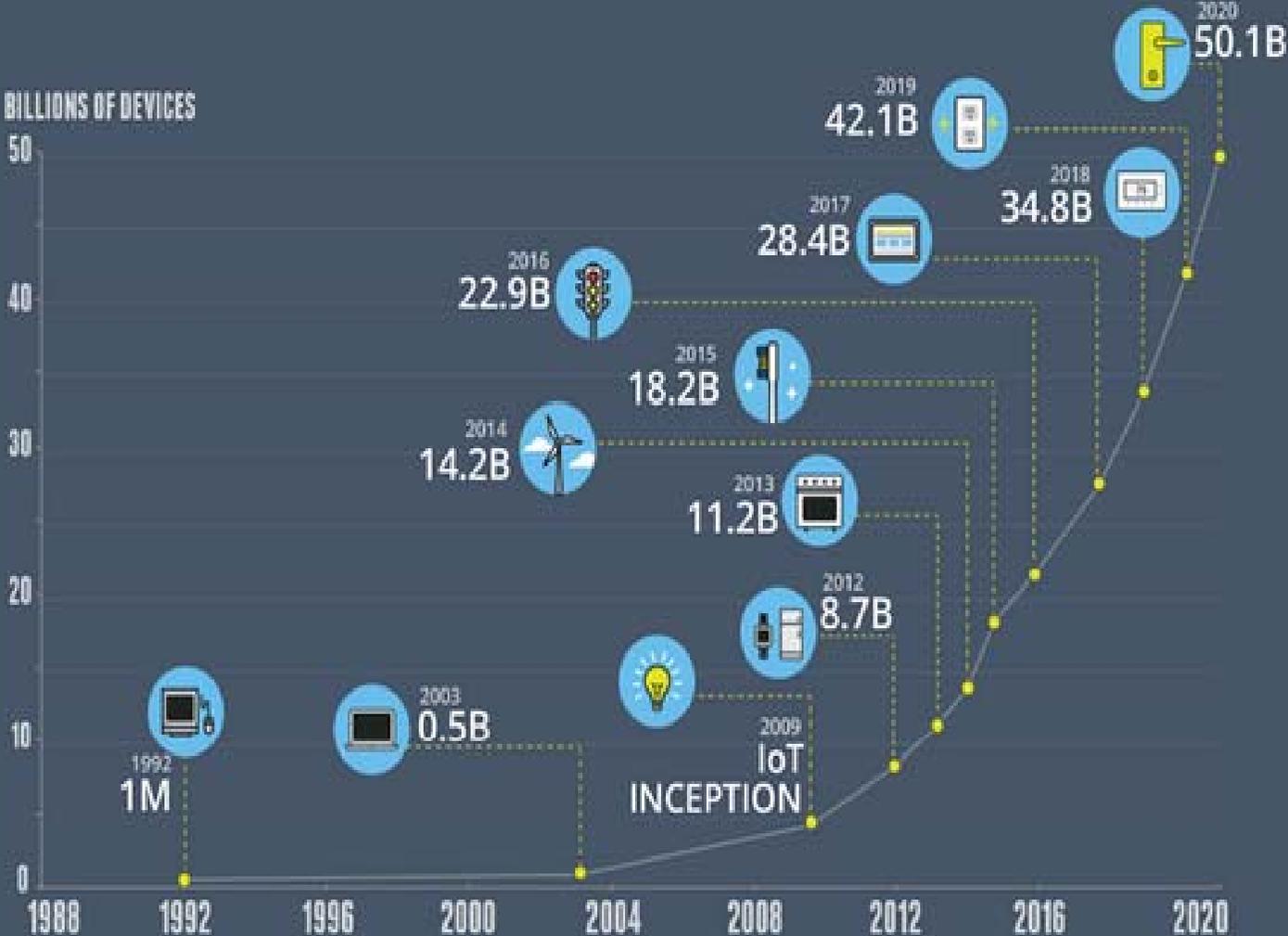
# 10 Jobs that Didn't Exist 10 Years Ago!

We examined over **259,000,000** LinkedIn member profiles to determine the 10 most popular job titles that were barely on the map in 2008. Technology and fitness are the biggest drivers for these fascinating changes.



# GROWTH IN THE INTERNET OF THINGS

THE NUMBER OF CONNECTED DEVICES WILL EXCEED **50 BILLION** BY 2020



Source: Cisco





Fast Company

@FastCompany



Siguiendo

A cop pulled over a Google car and found nobody to ticket—so what comes next?

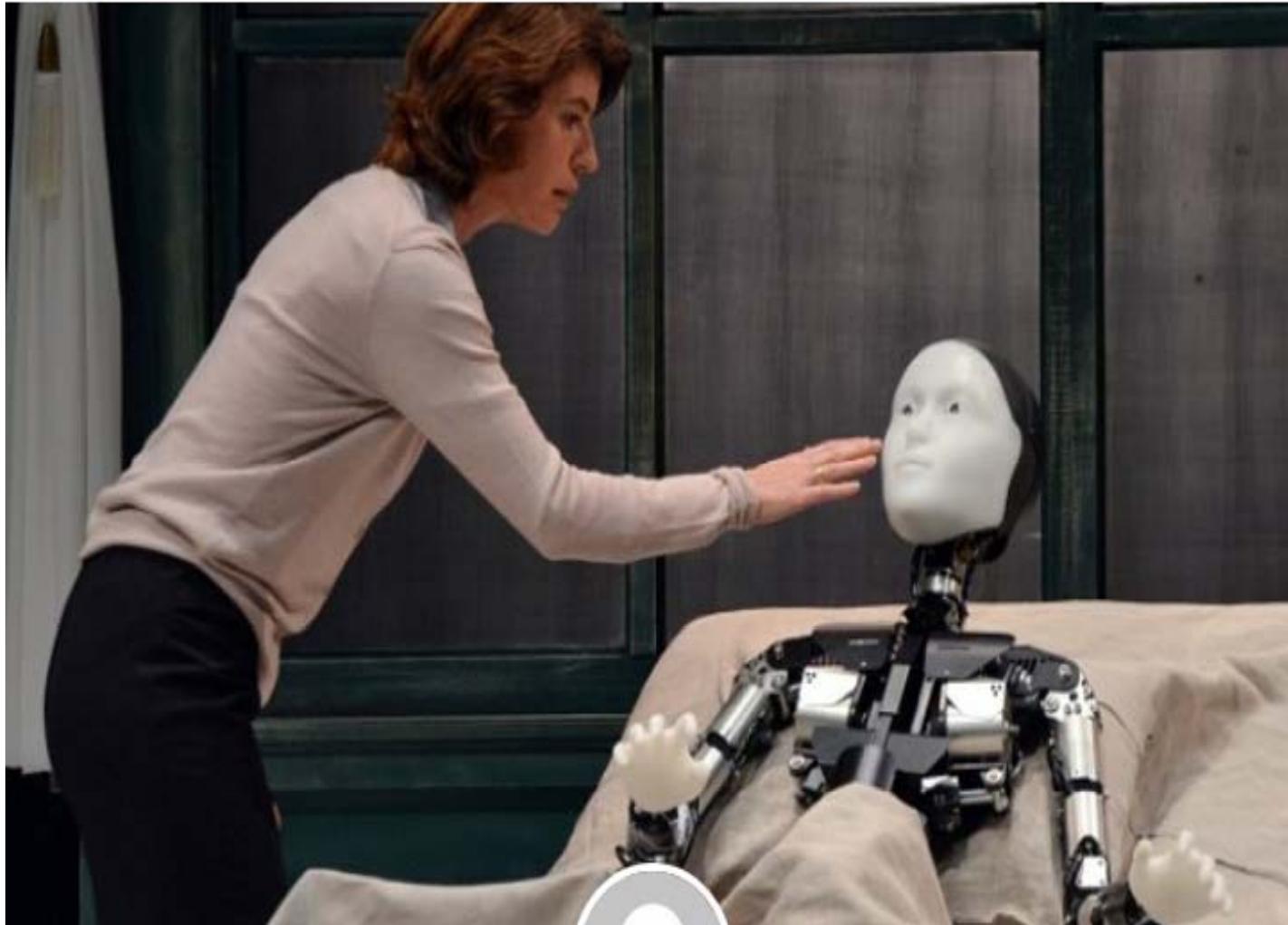
[buff.ly/1Lpz4h5](https://buff.ly/1Lpz4h5)

Ver traducción



# Un robot, protagonista de La metamorfosis de Kafka

21 octubre, 2014 • 0 Comentarios

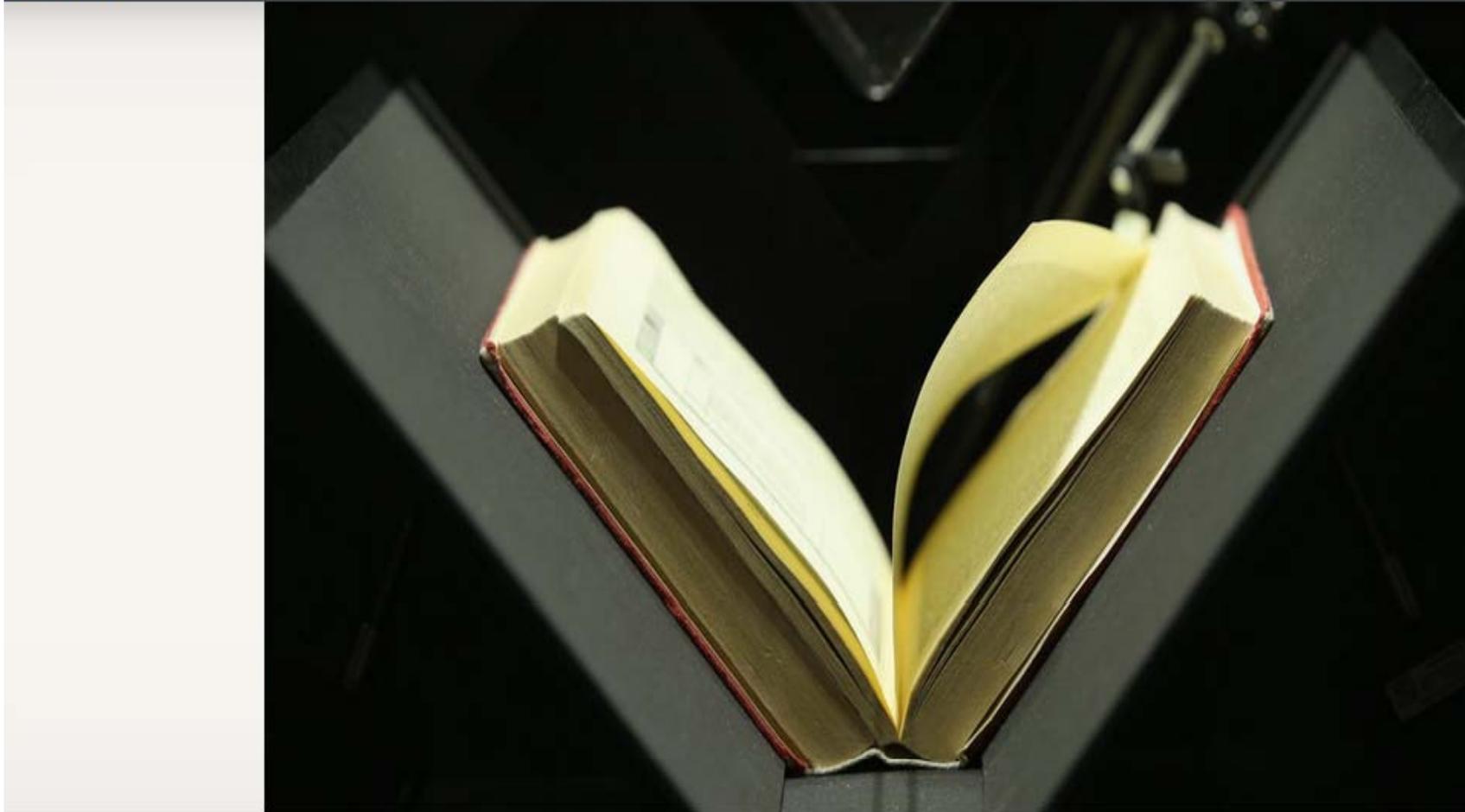




## Debuta en Londres el primer musical generado por ordenador 0

ESCRITO POR RAQUEL VALDEOLIVAS EL 4 DICIEMBRE, 2015

MÚSICA



## Japanese AI Writes a Novel, Nearly Wins Literary Award

Internacional - 07.11.2015

1  
comentarios

VOZPÓPULI



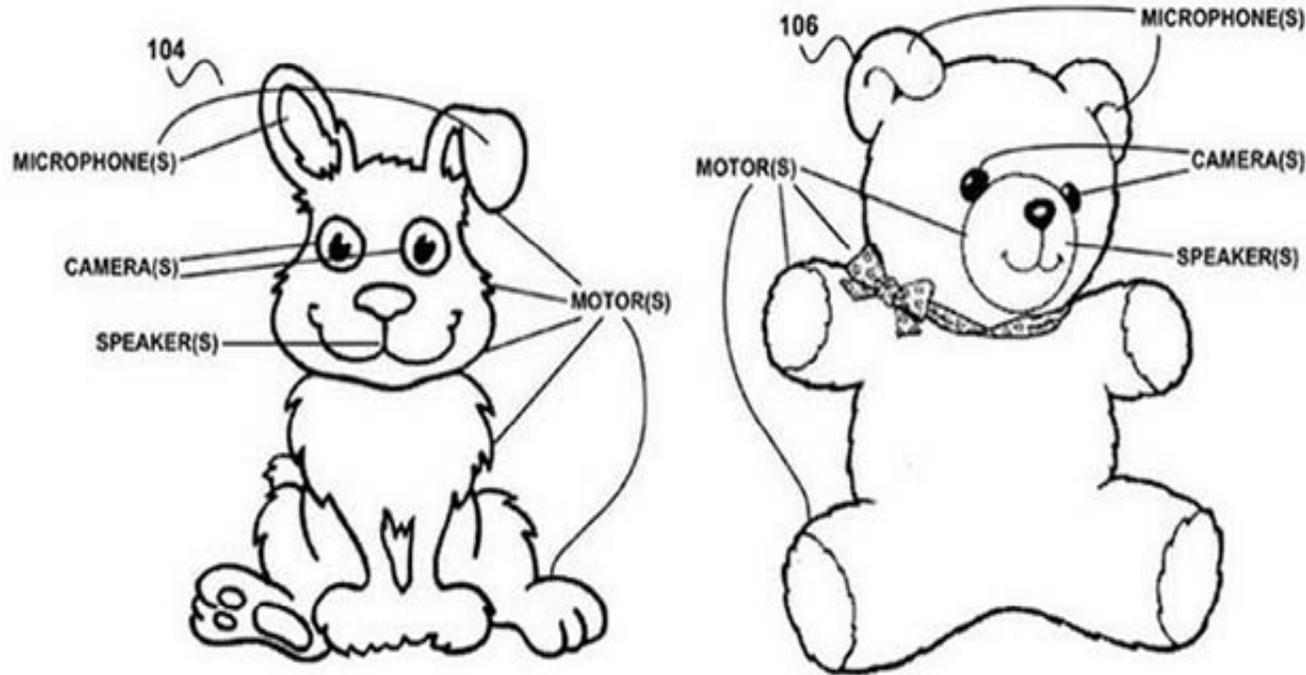
# China se acerca a Orwell: se plantea poner notas a sus ciudadanos

El Estado chino está preparando en el marco de su decimoquinto Plan Quinquenal una base de datos para evaluar el comportamiento financiero y social de sus ciudadanos que puede suponer recuperar los sistemas de control social de la época maoísta.



# Google patents creepy smart toys that interact with kids

 by [Steve Dent](#) | [@stevtdent](#) | May 25th 2015 at 6:27 am





The  
Economist

Intelligence  
Unit

## Money with no middleman

How Bitcoin and the technology that underpins it may revolutionise finance

[Report home](#)

[Multimedia](#)

[Sponsors](#)

[Blockchain revolution](#)

[A new era in finance](#)

[Animation](#)

---

### Beyond Bitcoin: the revolutionary potential of the “blockchain”

---

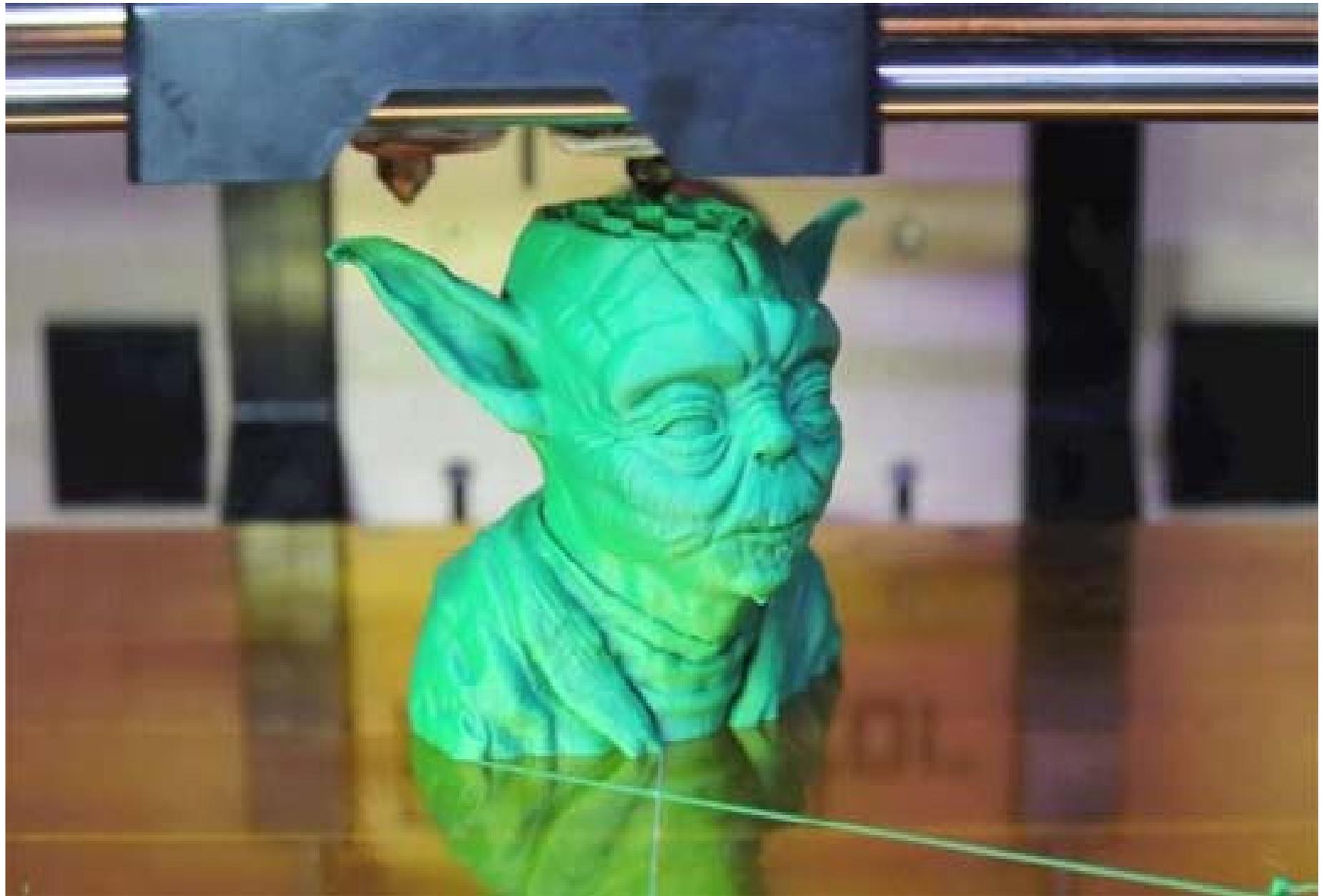
The technological mechanism that underpins cryptocurrencies such as Bitcoin could theoretically be used to anonymously verify any kind of transaction – and its impact could be enormous.

Proudly sponsored by



The 3DEXPERIENCE<sup>™</sup> Company

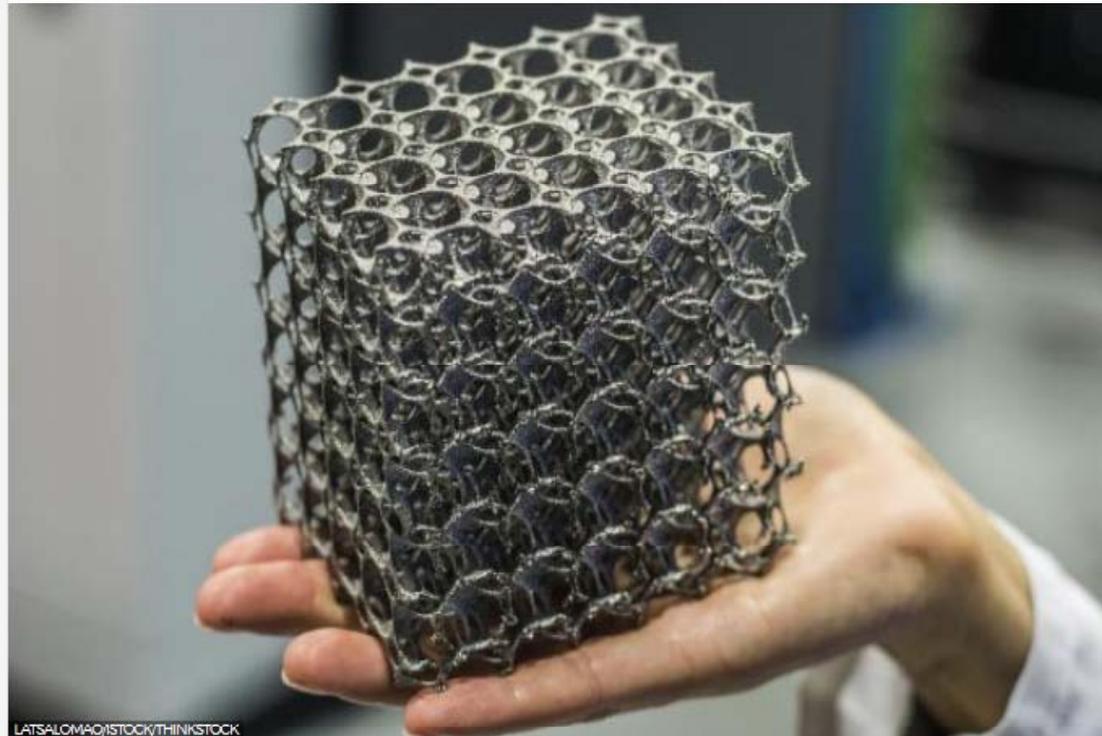




# Olvídate de las impresoras 3D, lo nuevo es la impresión 4D



PUBLICADO POR  
LUCIA YARZABAL



Mientras nosotros, los simples mortales, nos maravillábamos con las impresoras 3D y todas las impresionantes cosas que se podía hacer con ellas, en algún lugar del mundo, un ser superior ya estaba pensando en las **impresoras 4D**.

Si, es posible: la **impresión en cuatro dimensiones** ya es una realidad. ¿Estás impresionado? Nosotros también. Vamos a ver de qué se trata.

The image features a complex 3D molecular structure composed of numerous small, light blue spheres connected by thin, glowing lines. The structure is set against a dark teal background with a subtle pattern of small, dark specks. The word "NANOTECHNOLOGIA" is prominently displayed in the center, rendered in a large, glowing, blue, sans-serif font that appears to be floating or integrated with the molecular structure.

# NANOTECHNOLOGIA

BIOMEDICINA

## Una nueva 'tijera' para editar ADN con CRISPR podría poner fin a su guerra de patentes

*La proteína Cpfi también es capaz de editar los genes. Su hallazgo pronostica una explosión de nuevos métodos para alterar el ADN*

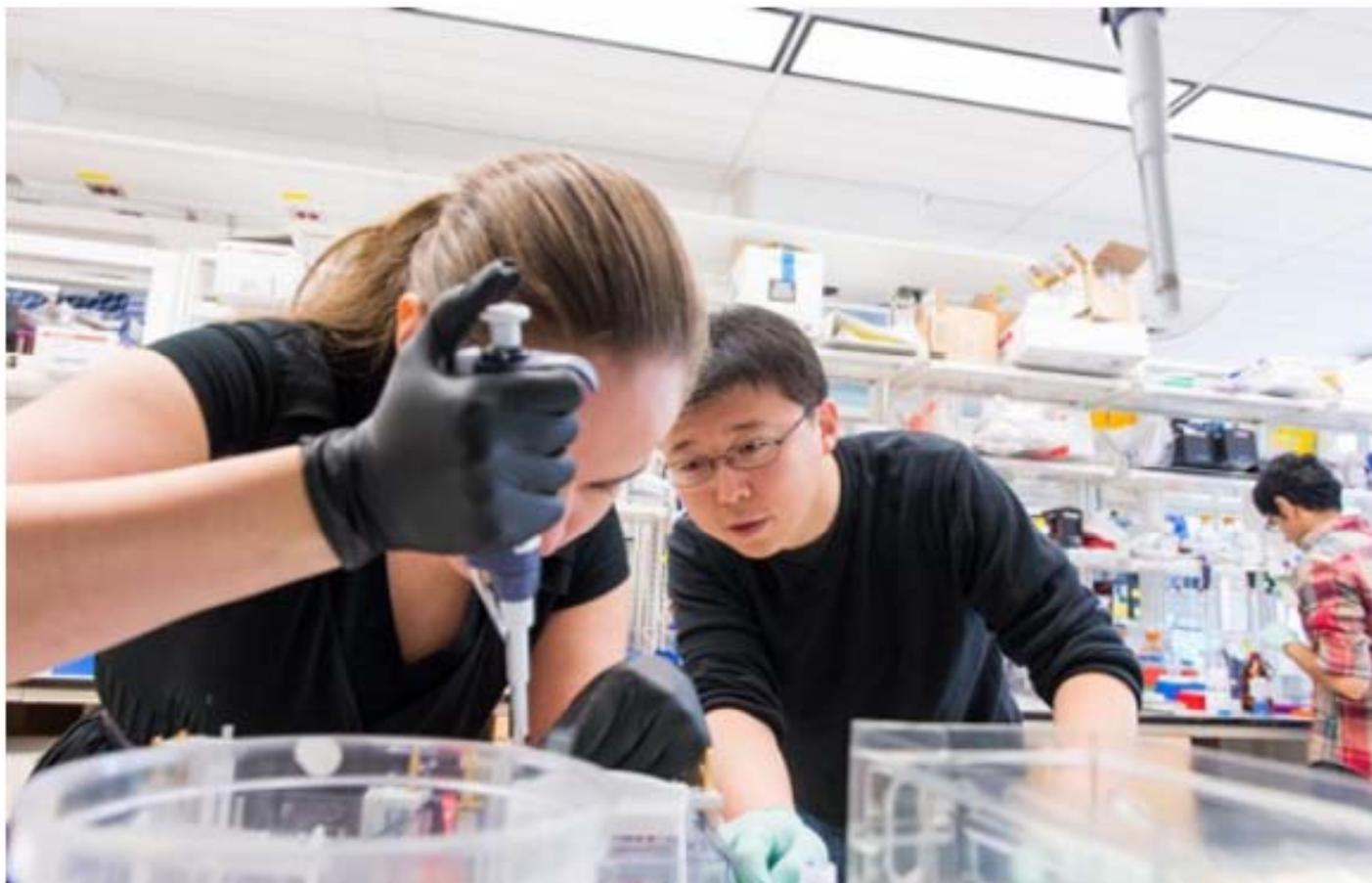
MARTES, 29 DE SEPTIEMBRE DE 2015 | POR ANTONIO REGALADO | TRADUCIDO POR TERESA WOODS

Imprimir

Compartir 26

Tweet

Share 24



# TIME

## Never Offline.

The Apple Watch is just the start. How wearable tech will change your life—like it or not.

BY LEV GROSSMAN  
AND MATT VELLA



# 'Ingestibles' could become the new wearables faster than you think

1.1k  
SHARES

134

Share

781

Tweet

10

Share

175

in

0

5

WHAT'S THIS?



## The Next Sensor Will Be IN You : The Insideables

1 de feb de 2014

17.591

628

125

in

f

g+

t

Radboudumc

„Insideables”



← Soft contact lens  
encapsulates electronics

← Sensor  
detects glucose in tears

← Chip & antenna  
receives power and sends info

# Cómo cambié con un 'tuit' la línea de producción de Artiach

Las famosas galletas con forma de dinosaurio miran todas hacia el mismo lado y no se las puede hacer pelear entre sí. Un comentario al respecto en las redes sociales encontró un respaldo masivo

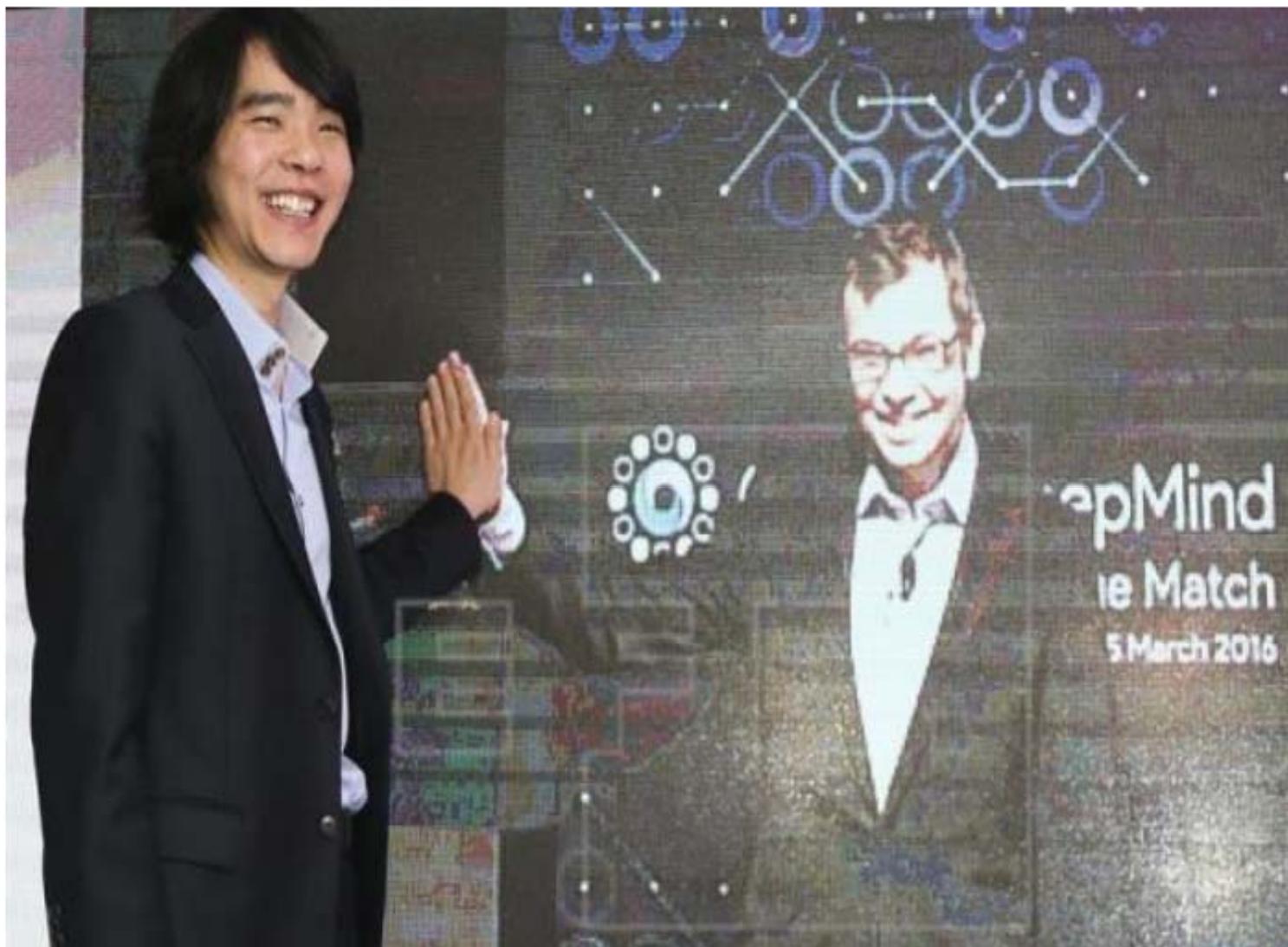




AJEDREZ ORIENTAL COREA DEL SUR

# Google gana la primera partida de máquina contra humano en el juego de "go"

EFE | Seúl | 9 mar 2016



¿Cómo hacemos cuándo un robot “inteligente” causa daños?



¿Se va a quedar el sector legal al margen?



# Los expertos opinan que no

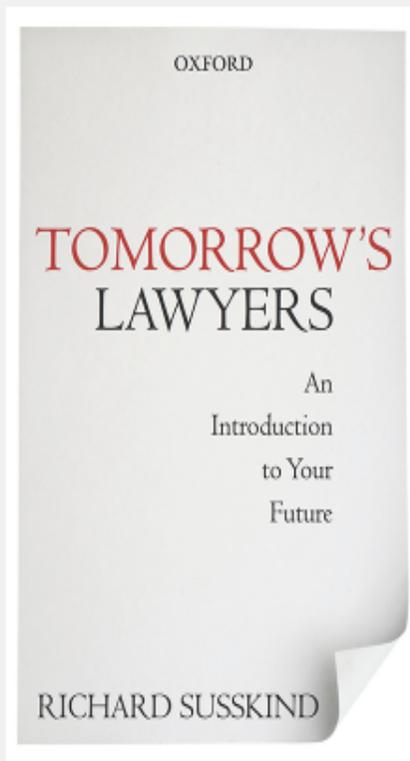
RICHARD'S LATEST BOOK

## Tomorrow's Lawyers

In his latest book, Richard claims that legal institutions and lawyers are poised to change more radically over the next two decades than they have over the last two centuries.

The future of legal service, he says, will be neither Grisham nor Rumpole. Instead, it will be a world of virtual courts, Internet-based global legal businesses, online document production, commoditized service, legal process outsourcing, and web-based simulated practice. Legal markets will be liberalized, with new jobs, and new employers, for lawyers.

Tomorrow's Lawyers is a guide to this future – for young and aspiring lawyers, and for all who want to modernize our legal and justice systems. It navigates the new legal terrain and offers practical guidance for those who intend to build careers and businesses in law.



Published by Oxford University Press

BELL

4:21 PM

100%

# EXAMINER REPORT FOR SAMPLE, ROBERT T

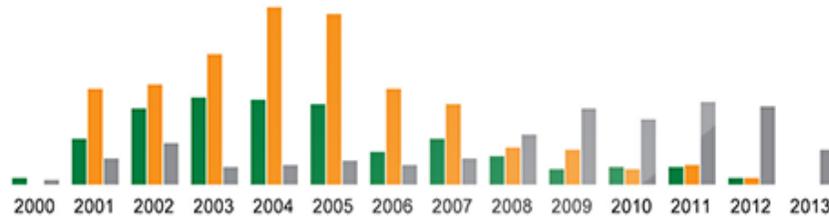
Generated 5/10/14 by Sample User

## SUMMARY

FILTERS: Include Foreign Priority; Include Continuations

Compare to Art Unit: 3643

### JURISTAT'S DATA SET



**954** TOTAL PATENT APPLICATIONS

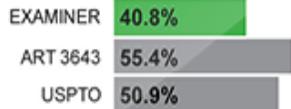
250 **Granted** Applications

444 **Abandoned** Applications

260 **Pending** Applications

EXAMINER  
ALLOWANCE RATE

**40.8%**



ART UNIT: 3643  
EXPERIENCE: 14 YEARS

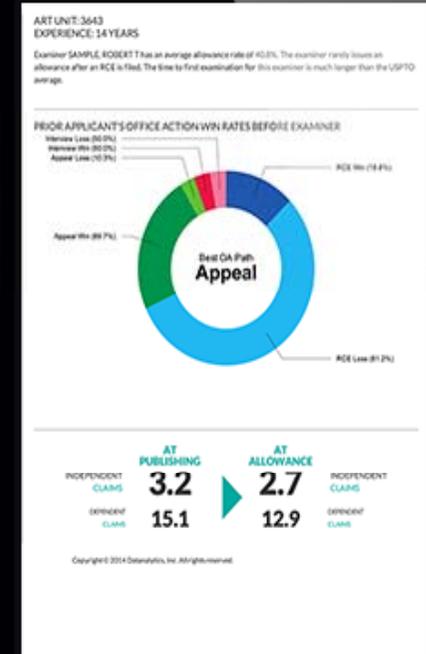
Examiner SAMPLE, ROBERT T has an average allowance rate of 40.8%. The examiner rarely issues an allowance after an RCE is filed. The time to first examination for this examiner is much longer than the average.

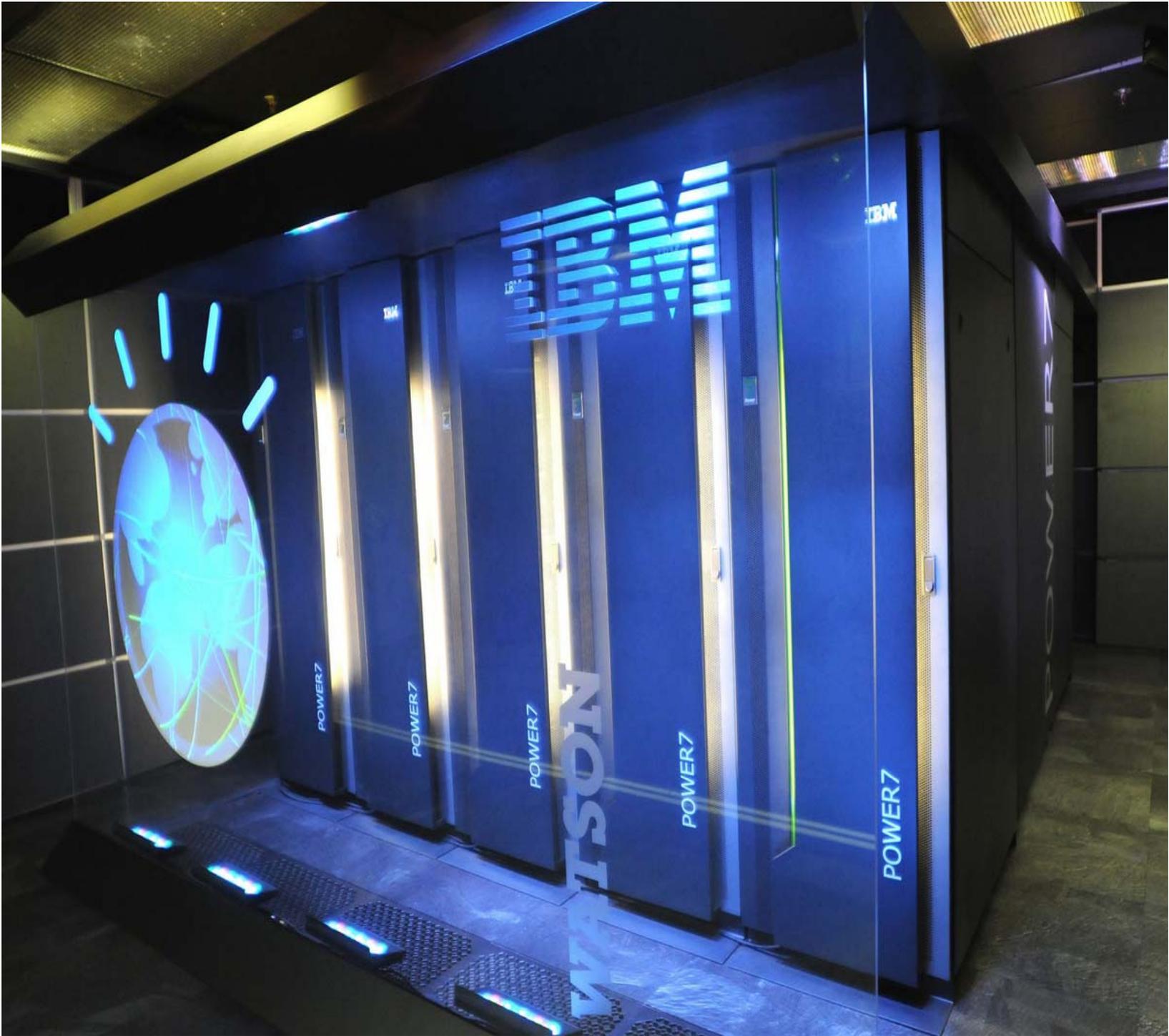
### PRIOR APPLICANT'S OFFICE ACTION WIN RATES BEFORE EXAMINER

- Interview Loss (50.0%)
- Interview Win (50.0%)
- Appeal Loss (10.3%)



AVERAGE NUMBER OF  
OFFICE ACTIONS





# Llega la 'uberización' al sector legal

- ¿Existe una herramienta para poder predecir los veredictos?



Sede de Axiom, diseñada por la firma BHDM.

POR MICHAEL SKAPINKER | FINANCIAL TIMES

Actualizado: 18/04/2016 19:00 horas

0 comentarios

**EVERYONE SHOULD UNDERSTAND WHAT THEY SIGN**

**NOT EVERYONE NEEDS A LAWYER**

JOIN PRIVATE BETA



# British teenager creates robot lawyer to help people with their legal queries

1.8k  
SHARES

1111

Share

481

Tweet

39

Share

128

in

0

1

Pin

WHAT'S THIS?

Ads by Google

[¿Todavía sin Dominio?](#) - Sólo 10€/año: .com .es .net . org Y este mes 3x2 ¡Registra ahora!

[www.arsys.es/Dominios](http://www.arsys.es/Dominios)



Hello, I am the UK's first robot lawyer. I can answer questions, draft documents and send appeals. At the moment, I can help with parking tickets, delayed flights/late trains and claiming PPI. Talk to me by typing in the message box below or ask "what can you do" for a list of some examples.

my flight to Malaga was delayed



So sorry to hear that. Would you like me to help you get compensation?

sure



Was your flight delayed by more than three hours?

¡Gracias!

@replicantelegal



# **Marcas e Internet: uso de las marcas ajenas como metatags y keyword advertising**

**Luis Gimeno Olcina**

**Jefe de la Unidad de Recursos**

**PhD, LLM Queen Mary University of London**



## Artículo 34. Derechos conferidos por la marca.

2. El titular de la marca registrada podrá prohibir que los terceros, sin su consentimiento, utilicen en el tráfico económico:

- a) Cualquier signo idéntico a la marca para productos o servicios idénticos a aquéllos para los que la marca esté registrada.
- b) Cualquier signo que por ser idéntico o semejante a la marca y por ser idénticos o similares los productos o servicios implique un riesgo de confusión del público; el riesgo de confusión incluye el riesgo de asociación entre el signo y la marca.
- c) Cualquier signo idéntico o semejante para productos o servicios que no sean similares a aquéllos para los que esté registrada la marca, cuando ésta sea notoria o renombrada en España y con la utilización del signo realizada sin justa causa se pueda indicar una conexión entre dichos bienes o servicios y el titular de la marca o, en general, cuando ese uso pueda implicar un aprovechamiento indebido o un menoscabo del carácter distintivo o de la notoriedad o renombre de dicha marca registrada.



Artículo 34. Derechos conferidos por la marca.

**3.** Cuando se cumplan las condiciones enumeradas en el apartado anterior podrá prohibirse, en especial:

e) Usar el signo en redes de comunicación telemáticas y como nombre de dominio.



# Funciones de la marca SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA de 29 de septiembre de 1998 Derecho de marca - Riesgo de confusión – **Canon Kabushiki Kaisha** y **Metro-Goldwyn-Mayer**





28: según jurisprudencia reiterada, la función esencial de la marca consiste en garantizar al consumidor o al usuario final la identidad de origen del producto o del servicio que con ella se designa, permitiéndole distinguir sin confusión posible dicho producto o servicio de los que tienen otra procedencia, y que, para que la marca pueda desempeñar su función de elemento esencial del sistema de competencia no falseado que el Tratado pretende establecer, debe constituir la garantía de que todos los productos o servicios designados con ella han sido fabricados bajo el control de una única empresa, a la que puede hacerse responsable de su calidad



# SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera)

de 18 de junio de 2009

**L'Oréal SA,**

**Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,**

**Laboratoire Garnier & Cie**

y

**Bellure NV,**





Entre dichas funciones no sólo figura la función esencial de la marca, consistente en garantizar a los consumidores la procedencia del producto o del servicio, sino también sus demás funciones, como, en particular, la consistente en garantizar la calidad de ese bien o de ese servicio, o las de comunicación, inversión o publicidad.



# Función Publicitaria: Google v Louis

## Vuitton:

Dado que el tráfico económico se caracteriza por la variada oferta de productos y servicios, el titular de una marca puede tener por objetivo no sólo indicar con dicha marca el origen de sus productos o servicios, sino también utilizar su marca con fines publicitarios para informar y atraer al consumidor.

Por lo tanto, el titular de una marca está facultado para prohibir el uso, sin su consentimiento, de un signo idéntico a su marca, para productos o servicios idénticos a aquellos para los que la marca esté registrada, cuando dicho uso afecte al empleo de la marca por su titular como elemento de promoción de las ventas o instrumento de estrategia comercial.



**Función de inversión:** Interflora:  
Por lo tanto, el titular de una marca está facultado para prohibir el uso, sin su consentimiento, de un signo idéntico a su marca, para productos o servicios idénticos a aquellos para los que la marca esté registrada, cuando dicho uso afecte al empleo de la marca por su titular como elemento de promoción de las ventas o instrumento de estrategia comercial.



# Función de comunicación:

¿?



# Metatags

```
view-source:www.oepm.es/es/index.html
Aplicaciones Oficina Española de P Recursos OEPM Importado de Interne Blackboard Learn ROMARIN OHIM - eSearch Consulta de expedien
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="es" xml:lang="es">
20
21
22 <head>
23 <title>Oficina Española de Patentes y Marcas</title>
24 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=ISO-8859-15" />
25 <meta http-equiv="Content-Language" content="es" />
26 <meta name="Keywords" xml:lang="es" content="Oficina Española de Patentes y Marcas" />
27 <meta name="Description" xml:lang="es" content="Oficina Española de Patentes y Marcas OEPM" />
28 <meta name="Author" xml:lang="es" content="Oficina Española de Patentes y Marcas" />
29 <meta name="Copyright" content="Oficina Española de Patentes y Marcas" />
30 <meta name="Robots" content="all" />
31 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/css/styles.css"
media="all" />
32
33 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/css/print.css" media="print" />
34 <!--[if IE 6]>
35 <link rel="stylesheet" type="text/css" media="all"
href="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/css/styles6.css" />
36 <![endif]-->
37 <!--[if IE 7]>
38 <link rel="stylesheet" type="text/css" media="all"
href="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/css/styles7.css" />
39 <![endif]-->
40 <!--[if gte IE 7]>
41 <link rel="stylesheet" type="text/css" media="all"
href="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/css/styles8.css" />
42 <![endif]-->
43 <script type="text/javascript" src="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/js/jquery-1.4.2.js"></script>
44 <script type="text/javascript" src="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/js/jquery-ui-1.8.custom.min.js">
</script>
45 <script type="text/javascript" src="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/js/common.js"></script>
46 <script type="text/javascript" src="/export/system/modules/es.ieci.opencms.content/resources/js/jquery.fontSize.js"></script>
47
48 <script type="text/javascript">
49 function createCookie(name,value,days)
f
```



En principio clara infracción salvo  
aplicación de límites



En España, diversas decisiones de jurisprudencia menor parten de la existencia de infracción en el uso de una marca ajena como metatag



# Keyword advertising en principio no hay infracción salvo...perjuicio a las funciones de la marca

The screenshot shows a Google search for the keyword "travel". A blue box highlights the search bar and navigation tabs. A purple box highlights a "Pay per click" advertisement for "Travel the World with Us".

**Search Bar:** Web Images Video News Maps more »  
travel keyword Search Advanced Search Preferences

**Results:** Results 1 - 10 of about 649,000,000 for travel [definition] (0.08 seconds)

**Search Results:**

- Travel - Airfares, hotels, vacations, cruises, car rentals and more ...**  
Offers a variety of **travel** services, including fare finder, hotel and car rental information, reservations, and destination information.  
[www.travelocity.com/](http://www.travelocity.com/) - 96k - 25 Feb 2007 - [Cached](#) - [Similar pages](#)
- Cheap airline tickets, hotels, reviews, cars, cruises and ...**  
**Travel** is a comprehensive online **travel** destination, where you can reserve cheap... has competitive prices on everything from airfare to lodging, ...  
[travel.yahoo.com/](http://travel.yahoo.com/) - 86k - 25 Feb 2007 - [Cached](#) - [Similar pages](#)
- Travel - Guides and Deals for Hotels, Restaurants and Vacations ...**  
Expert **travel** advice for destinations around the world from The New York Times, inc... hotel, restaurant, and vacation tips and deals.  
[travel.nytimes.com/](http://travel.nytimes.com/) - 25 Feb 2007 - [Similar pages](#)
- Expedia Travel: Cheap Airfare, Hotels, Car Rental, Vacations & Cruis...**  
Purchase airline tickets, make hotel reservations, find vacation packages, car rental deals at the **travel** agency rated #1 in customer satisfaction.  
[www.expedia.com/](http://www.expedia.com/) - 38k - [Cached](#) - [Similar pages](#)
- Cheap airline tickets, hotels, reviews, cars, cruises and ...**  
deals at the **travel** agency rated #1 in customer satisfaction.  
[www.expedia.com/](http://www.expedia.com/) - 38k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

**Sponsored Links:**

- Travel the World with Us**  
Bring the world into your classroom as we **travel** with Semester at Sea.  
[www.gng.org](http://www.gng.org)
- Travel Agent in Taiwan**  
English speaking **travel** services in Taiwan for flights, hotels, tours



# Funcionamiento del sistema: Google Adwords



Google  
AdWords



https://www.google.es/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=interflora



Aplicaciones Oficina Española de P Recursos OEPM Importado de Interne Blackboard Learn ROMARIN OHIM - eSearch Consulta de expedien



interflora



Iniciar sesión

Todo Imágenes Maps Noticias Vídeos Más Herramientas de búsqueda



Aproximadamente 4.370.000 resultados (0,53 segundos)

### interflora.es - Interflora Web oficial

Anuncio [www.interflora.es/Web\\_Oficial](http://www.interflora.es/Web_Oficial) 917 94 61 13

Envía flores frescas desde 26€. Consulta nuestras ofertas en Ramos.

Envío a 140 países en 24h · 60 años siendo líder · Especial Día de la Madre

#### Flores para cumpleaños

Sorpréndele en su día. Enviamos tus flores en el mismo día.IVA incluido

#### Ramos de flores

Tu ramo con entrega en el día y el IVA incluido en nuestros precios

#### Ofertas día de la Madre

Compra Ramos, Centros, Cestas y más Entrega garantizada el 1 de Mayo.

#### Entrega en hospitales.

Para celebrar un nacimiento. Con el IVA incluido en el precio

### Enviar Flores a Domicilio - FloraQueen.es

Anuncio [www.floraqueen.es/](http://www.floraqueen.es/)

Acuérdate de Enviarle Flores a Mamá ¡Date Prisa! Sólo Quedan 6 días

Entrega Inmediata · Rosas para Sant Jordi · Puntualidad Garantizada

### Interflora: Líder en venta de flores online - Interflora

[www.interflora.es/](http://www.interflora.es/)

Envía flores online con la calidad Interflora, líderes en envío de flores a domicilio. Elige entre flores, rosas, plantas y muchos más para enviar en la ocasión que ...

#### Enviar flores a domicilio

Mandar flores a domicilio con Interflora es rápido y sencillo ...

#### Flores para Funerales - Interf...

Coronas - Centros y ramos - Palma blanca - ...

#### Enviar flores Madrid

Envío de flores a domicilio Madrid: nuestras floristerías de Madrid ...

#### Plantas

Todo el catálogo de plantas de Interflora: centros y cestas de ...

#### Flores

Descubre el catálogo de flores de Interflora: ramos de flores ...

#### Interflora Internacional

Inicio » Internacional ... El hecho de que Interflora esté presente ...

Más resultados de interflora.es »

### Floristería Iris - En Madrid - Tfno. 91 332 79 40 - Envío de ...

[www.floristeriairis.net/](http://www.floristeriairis.net/)



## Interflora - Fleurop Interflora España S.A.

Sitio web

Cómo llegar

2,7 ★★★★★ 21 reseñas de Google

Floristería

Dirección: Edificio D-1, C/ Julián Camarillo, 29 4º, 28037 Madrid

Teléfono: 902 25 45 65

Horario: Abierto hoy · 8:00-22:00

Sugerir un cambio

### Reseñas

Escribir una reseña

Añadir una foto



"He hecho varios pedidos con ellos y no he tenido ningún problema."



"Patético, hice un pedido para que lo mandaran a una dirección y no llego nunca."



"Va muy bien para envios florales."

Ver todas las reseñas de Google

### Otras personas también buscan

Ver otros 15





iberia



Iniciar sesión



Web

Imágenes

Vídeos

Mapas

Noticias

Explorar

12.900.000 RESULTADOS

Fecha

Idioma

Región

### Iberia Ofertas - La Aerolínea nº1 en España.

Anuncio · [www.iberia.com/Ofertas-Vuelos](http://www.iberia.com/Ofertas-Vuelos)

La Aerolínea nº1 en España. ¡Reserva Online en **Iberia.com!**

- Disfruta tus Avios
- Vuelos Baratos en España
- Vuelos Baratos en Europa
- Vuelos Baratos a América
- +100 Destinos en Europa
- +200 Destinos en América

### Vuelos baratos - Reserva Ahora tu Vuelo.

Anuncio · [www.rumbo.es/iberia](http://www.rumbo.es/iberia)

Reserva Ahora tu Vuelo. ¡Encuentra los Vuelos más Baratos!

- Vuelos desde 19€
- Vuelos Baratos a España
- Vuelos Low Cost
- Superbuscador de Ofertas

### Vuelos Iberia - Vuelos Baratos con Iberia!

Anuncio · [iberia.jetcost.es](http://iberia.jetcost.es)

Vuelos Baratos con **Iberia!** Compara 900+ Vuelos en 1 búsqueda.

- Vuelos Baratos desde 9€
- Hoteles hasta -70%
- Alquiler de Coches
- Buscador Vuelos Baratos
- Toda la oferta de Hoteles Baratos
- Vuelos Bajo Coste por Calendario

### Vuelos desde 19€ - Compara Precio Vuelos. 100% Gratis.

Anuncio · [Vuelos-Baratos.Liligo.es](http://Vuelos-Baratos.Liligo.es)

Compara Precio Vuelos. 100% Gratis. Fácil - Rápido - Transparente

### IBERIA.COM en España.Los Mejores Precios en vuelos de ...

[www.iberia.com](http://www.iberia.com)

Consulta la oferta de vuelos baratos desde España y reserva tu billete de avión online con

## Iberia

Aerolínea



Iberia, es una aerolínea española, fundada en 1927 con el nombre de Iberia, Compañía Aérea ... +

Wikipedia

Servicio al cliente: 902 400 515

Fecha de fundación: 28 de jun. de 1927

Sede central: Madrid, España · Chamartín, España

### Otras personas también buscan



Air Europa

British Airways

Lufthansa

Datos de: Wikipedia

Comentarios



# Intereses en conflicto:

titular de marca

competidores

consumidores

sistema de libre competencia

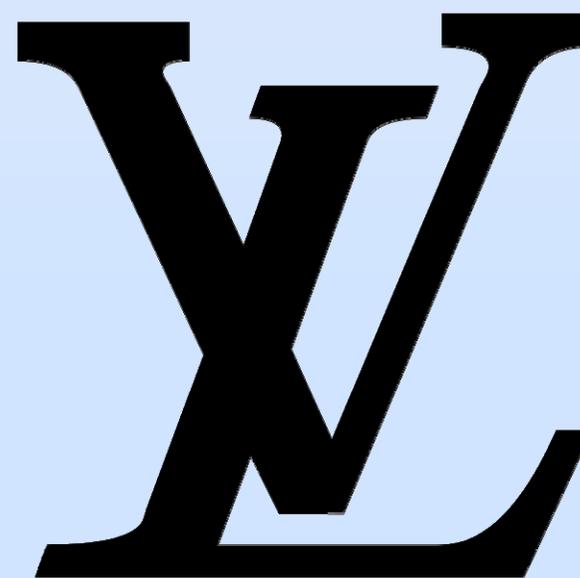


¿Responsabilidad del buscador?  
Claramente excluida siempre que  
siga lo señalado por el TJUE



**Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala) de 23 de marzo de  
2010.**

**Google France SARL y Google Inc. contra Louis Vuitton Malletier  
SA**



**LOUIS VUITTON**



**El prestador de un servicio de referenciación en Internet que almacena como palabra clave un signo idéntico a una marca y organiza la presentación en pantalla de anuncios a partir de tal signo no hace uso de dicho signo en el sentido del artículo 5, apartados 1 y 2, de la Directiva ... o del artículo 9, apartado 1, del Reglamento ...**

**El artículo 14 de la Directiva sobre el comercio electrónico, debe interpretarse en el sentido de que la norma que establece se aplica al prestador de un servicio de referenciación en Internet cuando no desempeñe un papel activo que pueda darle conocimiento o control de los datos almacenados. Si no desempeña un papel de este tipo, no puede considerarse responsable al prestador de los datos almacenados a petición del anunciante, a menos que, tras llegar a su conocimiento la ilicitud de estos datos o de las actividades del anunciante, no actúe con prontitud para retirar los datos o hacer que el acceso a ellos sea imposible.**



En España los pronunciamientos de la jurisprudencia han excluido la responsabilidad del buscador

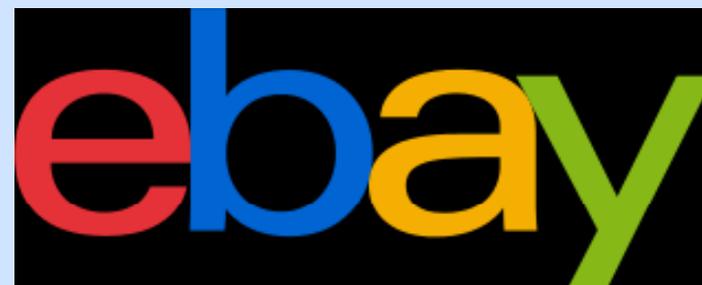


# Responsabilidad de tiendas online



# SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Gran Sala) de 12 de julio de 2011 **L'Oréal SA v Ebay**

L'ORÉAL





**El operador de un mercado electrónico no hace un «uso», en el sentido de los artículos 5 de la Directiva y 9 del Reglamento, de signos idénticos o similares a marcas que aparecen en ofertas de venta presentadas en su sitio web.**

**El artículo 14, apartado 1 de la Directiva sobre el comercio electrónico, debe interpretarse en el sentido de que se aplica al operador de un mercado electrónico cuando éste no desempeñe un papel activo que le permita adquirir conocimiento o control de los datos almacenados.**

**Este operador desempeña tal papel cuando presta una asistencia consistente, en particular, en optimizar la presentación de las ofertas de venta en cuestión o en promover tales ofertas.**



**En el supuesto de que el operador del mercado electrónico no haya desempeñado un papel activo ...y, en consecuencia, a su prestación del servicio le resulte de aplicación (la exención de responsabilidad), ese operador no podrá, no obstante, en un asunto que puede concluir con una condena al pago de una indemnización por daños y perjuicios, acogerse a la exención de responsabilidad .. cuando haya tenido conocimiento de hechos o circunstancias a partir de los cuales un operador económico diligente hubiera debido constatar el carácter ilícito de las ofertas de venta en cuestión y, en caso de adquirir tal conocimiento, no haya actuado con prontitud .....**



# Responsabilidad del anunciante



Basta similitud si nos encontramos con  
**confusión: SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE  
JUSTICIA (Sala Primera)**  
de 25 de marzo de 2010: **Die BergSpechte  
Outdoor Reisen und Alpinschule Edi  
Koblmüller GmbH,**  
y  
**Günter Guni,  
trekking.at Reisen GmbH**





**el titular de una marca está facultado para prohibir a un anunciante que, a partir de una palabra clave idéntica o similar a la marca y seleccionada por el anunciante sin consentimiento del titular en el marco de un servicio de referenciación en Internet, haga publicidad de productos o servicios idénticos a aquellos para los que se ha registrado la marca, cuando dicha publicidad no permita o apenas permita al internauta medio determinar si los productos o servicios anunciados proceden del titular de la marca o de una empresa económicamente vinculada a éste o si, por el contrario, proceden de un tercero.**



# Venta de productos de segunda mano



# SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera) de 8 de julio de 2010

## Portakabin Ltd, Portakabin BV y Primakabin BV





**El artículo 7 de la Directiva 89/104, en su versión modificada por el Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo, de 2 de mayo de 1992, debe interpretarse en el sentido de que el titular de una marca no está facultado para prohibir a un anunciante que haga publicidad, a partir de un signo idéntico o similar a esa marca, seleccionado por el anunciante como palabra clave sin consentimiento del titular en el marco de un servicio de referenciación en Internet, de la reventa de productos fabricados por dicho titular y comercializados en el Espacio Económico Europeo por éste o con su consentimiento, a menos que exista un motivo legítimo, en el sentido del apartado 2 de dicho artículo, que justifique que dicho titular se oponga a esa comercialización, como un uso de dicho signo que haga pensar que existe un vínculo comercial entre el comerciante y el titular de la marca, o un uso que menoscabe seriamente la reputación de la marca.**



**El órgano jurisdiccional nacional, al que corresponde apreciar si existe o no dicho motivo legítimo en el asunto que le ha sido sometido:**

- no puede declarar, por el mero hecho de que un anunciante utilice una marca ajena añadiendo términos que indican que los productos de que se trata son objeto de reventa, como «usado» o «de segunda mano», que el anuncio hace pensar que existe un vínculo económico entre el comerciante y el titular de la marca o que menoscaba seriamente la reputación de ésta;**
- debe declarar que existe dicho motivo legítimo cuando el comerciante haya eliminado, sin el consentimiento del titular de la marca que utiliza en la publicidad de sus actividades de reventa, la mención de esta marca de los productos fabricados y comercializados por dicho titular y haya sustituido esta mención por una etiqueta con el nombre del comerciante, disimulando así dicha marca, y**
- debe considerar que no puede prohibirse a un comerciante especializado en la venta de productos de segunda mano de una marca ajena que use esta marca para anunciar al público actividades de reventa que incluyen, además de la venta de productos de segunda mano de dicha marca, la venta de otros productos de segunda mano, a menos que la reventa de estos otros productos, debido a su volumen, presentación o mala calidad, entrañe un riesgo de desvalorizar gravemente la imagen que el titular ha logrado crear en torno a su marca.**



SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera)  
de 22 de septiembre de 2011  
**Interflora y Marks & Spencer**



MARKS &  
SPENCER

Los artículos ...., deben interpretarse en el sentido de que el titular de una marca está facultado para prohibir que un competidor haga publicidad –a partir de una palabra clave idéntica a esa marca que el citado competidor seleccionó en el marco de un servicio de referenciación en Internet sin el consentimiento del titular– de productos o servicios idénticos a aquéllos para los que la marca esté registrada, cuando dicho uso pueda menoscabar una de las funciones de la marca. Este uso:

- menoscaba la función de indicación del origen de la marca cuando la publicidad mostrada a partir de la palabra clave no permite o permite difícilmente al consumidor normalmente informado y razonablemente atento determinar si los productos o servicios designados por el anuncio proceden del titular de la marca o de una empresa vinculada económicamente a éste o si, por el contrario, proceden de un tercero;
- en el marco de un servicio de referenciación de las características del que se trata en el litigio principal, no menoscaba la función publicitaria de la marca, y;
- menoscaba la función de inversión de la marca si supone un obstáculo esencial para que dicho titular emplee su marca para adquirir o conservar una reputación que permita atraer a los consumidores y ganarse una clientela fiel.



**...deben interpretarse en el sentido de que el titular de una marca de renombre está facultado para prohibir que un competidor haga publicidad a partir de una palabra clave correspondiente a dicha marca que el mencionado competidor seleccionó en el marco de un servicio de referenciación en Internet sin el consentimiento del citado titular, cuando de ese modo el competidor obtiene indebidamente provecho del carácter distintivo o de la notoriedad de la marca (parasitismo) o cuando dicha publicidad menoscaba su carácter distintivo (dilución) o su notoriedad (difuminación).**

**En particular, una publicidad realizada a partir de esa palabra clave menoscaba el carácter distintivo de la marca de renombre (dilución), si contribuye a que dicha marca se desnaturalice transformándose en un término genérico.**



**En cambio, el titular de una marca de renombre no está facultado para prohibir, concretamente, publicidad mostrada por sus competidores a partir de palabras clave correspondientes a dicha marca y que proponga una alternativa frente a los productos o a los servicios del titular de ésta sin ofrecer una simple imitación de los productos o de los servicios del titular de dicha marca, sin causar una dilución o una difuminación y sin menoscabar por lo demás las funciones de la mencionada marca de renombre.**



# masaltOS.com



Procedimientos en:

- Madrid
- Alicante
- Granada



**masaltOS.com**

STS 19/2/2016: infracción

STS 26/2/2016: no infracción



# STS 19/2/2016: infracción

De la sentencia de Primera instancia (incluyendo erratas): En el presente caso observamos que los actos de infracción consistirían en dos grupos de actuaciones. En primer lugar en página web de la demandada [www.hiplus.com](http://www.hiplus.com) se contienen expresiones tales como " Hiplus- Hombres MAS ALTOS. Zapatos con alzas para ser MAS ALTOS" y en la pagina [www.hiplus.com/masaltos](http://www.hiplus.com/masaltos) "Hiplus- Hombres MASALTOS. Zapatos con alzas para ser MASALTOS". En segundo lugar se indica que la demandada utilizaría en el sistema de búsqueda Google los términos Más altos y masaltos, por lo tanto junto y separado como comandos de búsqueda. Tanto en el sistema Adwords o sistema de referenciacion de pago, como en mediante la inclusión en su código fuente para que permitir la identificación de la página en el sistema de búsqueda natura o seo.



STS 26/2/2016: no infracción  
*“Aumentar su altura de 7 cm /  
bertulli-zapatos.es  
zapatos con plantillas para  
aumentar la altura  
[www.bertulli-zapatos.es](http://www.bertulli-zapatos.es)”*



## Infracción por confusión:

- 1.- que aparezca la marca también en el anuncio, en el link.
- 2.- ¿en el contenido de la página del demandado?
- 3.- que no aparezca marca alguna en la página del demandado:  
¿asociación?



Conclusión:

infracción de marca si:

- hay confusión
- si interfiere sustancialmente con el uso de la marca para adquirir o preservar una reputación ( ¿?¿?)
- si menoscaba la reputación o el carácter distintivo
- si se dedica a productos piratas

El titular de la marca tendrá que soportar el uso de su marca si se limita a usarla como keyword para promocionar sus productos o servicios como una alternativa



## Competencia desleal

-actos de confusión e imitación: art 6 y 11

-actos de aprovechamiento de la  
reputación ajena: art 12

acto de obstaculización: cláusula general:  
art 4



**MUCHAS GRACIAS**

*Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)*

# ELZABURU

DESDE 1865 PROTEGIENDO LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

## Marcas y nombres de dominio: solución de controversias

José Ignacio San Martín

Abogado-Socio asociado

26 de abril de 2016



MADRID - BARCELONA - ALICANTE - VALENCIA - BEIJING - MUNICH

## Planteamiento del problema

- Concepto marca. Adquisición por registro. Derecho exclusivo. *ius prohibendi*
- Nombres de dominio: una suerte de signo distintivo *de facto* sin validez legal.
- Inmediatez. First come, first served.
- Principio ~~X~~ de territorialidad
- Principio ~~X~~ de especialidad

## Planteamiento del problema: ciberocupación

- Dificultad de ejecutar las resoluciones judiciales: internacionalización del problema
- Volatilidad: facilidad en el cambio de los servidores
- Creatividad de los infractores
  - Ocultación de la identidad de los infractores
  - Problemática en la localización y persecución de los infractores

## Políticas de resolución de disputas

### (a) Cuestiones generales

- Origen: necesidad de agilizar la resolución de conflictos entre marcas y nombres de dominio: procedimiento sencillo y rápido
- Sometimiento obligatorio por titulares de nombres de dominio
- Sólo para conflictos entre marcas (“derechos previos”) y nombres de dominio
- Decisiones no recurribles (aunque la ejecución puede suspenderse)
- Informe del primer proceso OMPI de 30 de abril de 1999:  
*“la política uniforme de resolución de disputas” (UDRP)*

## (b) Política de resolución de disputas de los gTLD: UDRP

### - Normas aplicables: (<https://www.icann.org/resources/pages/help/dndr/udrp-en>)

- ▶ Política Uniforme de la ICANN de 26-8-1999
- ▶ Reglamento de la Política Uniforme aprobada 28-9-2013
- ▶ Reglamento Adicional de la OMPI (desde 31-7-2015)

### - Buscador de casos:

<<http://www.wipo.int/amc/es/domains/search/index.html>>

<<http://www.wipo.int/amc/es/domains/search/legalindex/>>

### - Proveedores de resolución de disputas:

## Proveedores de Servicio de Resolución de Disputas Aprobados por ICANN

- Centro Asiático de Resolución de Disputas de Nombres de Dominio
- National Arbitration Forum
- Centro de Arbitraje y Mediación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)
- Tribunal de Arbitraje/Centro de Arbitraje Checo para Disputas de Internet

## (c) Política de resolución de los ccTLD <.es>

<<http://www.dominios.es/dominios/es/todo-lo-que-necesitas-saber/sobre-registros-de-dominios/recuperacion-de-dominios>>

### - Normas aplicables:

- ▶ Orden ITC/1542/2005 de 19 de mayo del Plan Nacional de Nombres de Dominio
- ▶ Instrucción de 7-11-2005 por la que se establece el Reglamento del procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos
- ▶ Ley 17/2001 de 7 de diciembre, de marcas (art. 34)

“la sujeción al procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos es obligatoria para todos los titulares de nombres de dominio bajo “.es” de conformidad con el apartado c) de la Disposición adicional única del Plan Nacional” (artículo 1 del Reglamento del procedimiento extrajudicial de conflictos para nombres de dominio “.es”)

## Proveedores en prestación de servicios de resolución extrajudicial de conflictos:

- Asociación Española de la Economía Digital (Adigital).
- Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol)
- Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España.
- Centro de Arbitraje y Mediación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

Casos: [www.dominios.es](http://www.dominios.es) (Sobre registro de Dominios/ Recuperación/ Resoluciones dictadas)

## (d) Política de resolución de conflictos de los ccTLD <.eu>

### - Normas aplicables: (<[http://eu.adr.eu/adr/adr\\_rules/index.php](http://eu.adr.eu/adr/adr_rules/index.php)>)

- ▶ Reglamento (CE) nº 733/2002 de 22-4-2002 relativo a la aplicación del dominio de primer nivel <.eu> (Art. 4.2.d)
- ▶ Reglamento (CE) nº 874/2004 de 28-4-2004 relativo a la aplicación y funciones del dominio <.eu> (Arts. 21 y 22)
- ▶ Reglamento de Resolución Alternativa de Controversias <.eu>
- ▶ Reglamento Adicional de la Corte de Arbitraje Checa

### - Casos: <[eu.adr.eu](http://eu.adr.eu)>

### - Proveedores de resolución de disputas: Corte de Arbitraje Checa

## ANTES DEL PROCEDIMIENTO DE IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

- Obtención del Whois del nombre de dominio  
(Nic.es, Eurid, Domaintools, Cuwhois, etc.)
- Búsquedas en Google sobre titular
- Preparación de pruebas sobre la web
- Remisión de requerimiento
  - Derechos previos
  - Ausencia de derechos e intereses legítimos
  - Uso del nombre de dominio
  - Exigencias: cancelación / transferencia

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO: TASAS

		<u>gTLD</u>	<u>cc.EU</u>	<u>cc.ES</u>
Nº dominios				
1 experto	1 a 5	1.500 USD	500-1.300 €	1.400 €
	6 a 10	2.000 USD	800-1.600€	2.000 €
	Más de 10	Consultar	desde 1.150-1.800 €	Consultar
3 expertos	1 a 5	4.000 USD	3.100-3.900€	N/A
	6 a 10	5.000 USD	4.000-4.800€	N/A
	Más de 10	Consultar	desde 4.700-5.450€	N/A

## (ii) Requisitos para la estimación de la demanda

1.- Identidad /similitud

2.- Ausencia de derechos o intereses legítimos

3.- Mala fe

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

### (ii) Requisitos para la estimación de la demanda (5.000 palabras)

- gTLD: > Identidad/similitud marca  
> Ausencia de derechos o intereses legítimos  
> Dominio registrado Y usado de mala fe
- <.es>: > Identidad o similitud con un derecho anterior  
> Carencia de derechos o intereses legítimos  
> Registrado O usado de mala fe
- <.eu>: > Coincidencia o similitud con derecho nacional o comunitario  
> Ausencia de derechos o intereses legítimos O  
Registrado O que se utiliza de mala fe

## 1. IDENTIDAD O SEMEJANZA MARCA – NOMBRE DE DOMINIO

¿Qué se entiende por marca y derecho previo?

gTLD (UDRP): **Marcas**. No especifica si se trata de marca registrada o no registrada. El Panelista de la OMPI Antonio Millé en el Caso D2000-1697 <lorenzsilva.com> estudio sobre el sentido de la expresión “marca de productos o de servicios sobre la que la demandante tiene derechos” y desarrolló el concepto “marca de hecho”. También <joseluissampedro.com>

<.es>: Denominaciones de entidades registradas en España, indicaciones de origen, nombres comerciales, marcas registradas, nombres civiles o seudónimos notorios y denominaciones oficiales.

<.eu>: Nombre sobre el que se haya reconocido o establecido un derecho en virtud del derecho nacional o comunitario (art. 21.1 del Reglamento), incluidas marcas registradas nacionales y comunitarias, indicaciones de origen, nombres de empresas, apellidos y títulos distintivos de obras literarias y artísticas protegidas

## 2. AUSENCIA DE DERECHOS O INTERESES LEGÍTIMOS

¿Quién debe probar la ausencia de derechos e intereses legítimos?

- En principio, debe hacerlo el demandante (prueba diabólica). En el caso <pedrodelhierro.com> se sostiene que es el demandado quien debe probar sus derechos e intereses legítimos.

- Otros casos:

<potomacmills.net>: El mero registro de un ND no otorga derechos

<niketown.com>: Una relación contractual no legitima un registro

<laurentperrier.com>: Es lícito que los individuos registren su propio nombre como ND, pero si coincide con el de un tercero conocido existe la presunción de que trata de aprovecharse de la reputación ajena

“Prima facie case”: realmadrid.casa y .work

### 3. MALA FE cuando:

- 1) El Demandado haya registrado o adquirido el nombre de dominio fundamentalmente con el fin de vender, alquilar o ceder por cualquier título el registro del nombre de dominio al Demandante que posee derechos previos o a un competidor de éste, por un valor cierto que supera el coste documentado que esté relacionado directamente con el nombre de dominio; o
- 2) El Demandado haya registrado el nombre de dominio a fin de impedir que el poseedor de derechos previos utilice los mismos a través del nombre de dominio, siempre y cuando el Demandado haya desarrollado una actividad de esa índole; o
- 3) El Demandado haya registrado el nombre de dominio fundamentalmente con el fin de perturbar la actividad comercial de un competidor; o
- 4) El Demandado, al utilizar el nombre de dominio, ha intentado de manera intencionada atraer, con ánimo de lucro, usuarios de Internet a su página web o a cualquier otra, creando la posibilidad de que exista confusión con la identidad del Demandante en cuanto a la fuente, patrocinio, afiliación o promoción de su página web o de un producto o servicio que figure en su página web; o
- 5) El Demandado haya realizado actos similares a los anteriores en perjuicio del demandante

### 3. MALA FE

#### ¿Cuándo hay mala fe?

- Datos falsos en el whois: <homedirector.com>
- Marca notoria o renombrada
- La no contestación a una demanda o la utilización pasiva de un nombre de dominio es contraria a la buena fe: <donsimon.com> y <telstra.org>
- Ofrecimiento de venta: <musicweb.com> y <dior.org>
- Contador de visitas: <homeinteriors.net>
- Titularidad de otros nombres de dominio coincidentes con marcas famosas: <adobeacrobat.com>, <christiandior.com> y <antena3.com>
- Página web pornográfica: <caledonia-motors.com> y <betyboop.com>
- Riesgo de dilución o erosión de una marca notoria: <veuveclicquot.com>
- Redireccionamiento de un nombre de dominio a un domain park <dkny.es>

# IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

[Dkny.es](#) - La mejor información y recursos sobre Diseño web Hosting Publicidad en internet.

Página 1 de 2

Enlaces relacionados: Dkny Ropa Hombre Mujer | Diseño web Hosting Publicidad en internet | Viajar | Salud | PC | Música | Juegos | Internet | Finanzas | Electrónica

**ALTA PÁGINA WEB**  
Obtén tu dominio gratis con email y espacio web ¡Regístrate!  
[www.nominalia.com](#)

**DISEÑO WEB PROFESIONAL**  
websites corporativos, aplicaciones flash, php, mysql, actionscript...  
[www.dfutura.com](#)

**LENGUAJE NATURAL PARA WEB**  
Contrate un Asistente Virtual en su página Web y venda más!  
[www.vi-clone.com](#)

**MASTER DISEÑO GRÁFICO WEB**  
Conoce Todas las Herramientas Web. No Necesitas Conocimiento Previos.  
[Foro.es/Master\\_Diseño\\_Web](#)

**WEB PARA PYMES**  
Diseño y Alojamiento Web. ¡Precios especiales para pymes!  
[www.eQuanimity.es](#)

**DISEÑAMOS TU WEB POR 259€**  
En tan sólo 5 días. Llámanos 93 512 80 72  
[www.PixelConsultors.com](#)

<http://www.sedoparking.com/dkny.es>

3/1/2008

## Qué es el Parking

Deje que Sedo trabaje por usted

El Parking de Dominios es una forma sencilla mediante la que usted puede ganar dinero con sus dominios sin desarrollar, a la vez que incrementa las posibilidades de venderlos. A través de la palabra clave que usted nos indique para cada dominio, nosotros mostraremos publicidad relacionada con esta palabra en su página de Parking. Asimismo, en caso de que usted desee vender el dominio a través de Sedo, en la página de Parking se indicará que está en venta.

Pueden ver un ejemplo del Parking en el dominio:  
[www.auto.es](#)

Qué le ofrecemos

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

### Número de expertos

- 1 ó 3 para los gTLD y los <.eu>
- Siempre 1 para los <.es>

### Remedios que se pueden solicitar

- gTLD y <.es>: cancelación o transferencia
- <.eu>: cancelación o transferencia (si el demandante reúne los requisitos generales de elegibilidad para ser titular del nombre de dominio: empresa con domicilio social o centro de actividad en la UE y persona física residente en la UE)

# IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

A WIPO Screwup, for a change Página 1 de 3

Welcome to Nokiagirls.com  
A Proud Addition to:  
**THE UDRP CANCELLED DOMAIN COLLECTION**  
courtesy of the World Intellectual Property Organization (WIPO)

**WIPO**  **SUCTION**

Old-domain Inventory Management (OdIM)

**OUR FOUNDER**

  
source: WIPO

Mr. Geert Glas, Nokiagirls.com Arbitrator

The nokiagirls.com domain name is the first to be "cancelled" by WIPO, even though it seemed as if, among the three UDRP providers, WIPO at least had a clue that there is no way to "cancel" a domain name.

As WIPO has clearly stated:

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

### Presentación de la demanda

- gTLD: > Electrónica: e-mail o en línea (desde el 1-3-2010 no cabe presentar en papel)  
Normativa específica sobre tamaño/peso de los documentos  
<<http://www.wipo.int/amc/en/domains/modalities/eudrp/>>
- <.es>: > Electrónica: e-mail  
> Impresa: original + 2 copias
- <.eu>: > Inicialmente a través de la Plataforma on-line  
> (Impresa, sólo si lo exige el proveedor: original + 3 copias)  
> Exige utilización del formulario creado ad hoc

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

### - Comunicación de la demanda al demandado:

gTLD:

<.es>:

<.eu>:

Lo hace el Proveedor, después de admitir la demanda y de que Red.es/Registrador haya bloqueado el nombre de dominio

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

### - Contestación a la demanda

#### (i) Plazo

gTLD: 20 días (se entiende naturales) desde la fecha que el proveedor indique como de comienzo del procedimiento administrativo y su notificación al demandado (extensión automática de 4 días a solicitud del demandado).

<.es>: 20 días naturales desde la notificación y bloqueo del nombre de dominio.

<.eu>: 30 días hábiles desde la notificación y bloqueo del ND.

Exige utilización del formulario creado ad hoc

La ausencia de respuesta puede ser motivo suficiente para la estimación de la demanda (art. 22.10 del Reglamento)

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

### (ii) Alegaciones (límite 5.000 palabras)

- Acreditación de los derechos o intereses legítimos
- Dominios gTLD y <.eu>: confirmar si acepta designación de un panelista o si desea resolución adoptada por tres panelistas, en cuyo caso el demandado se hace cargo de parte de la tasa
- Posibilidad de solicitar del Panel una declaración de "Domain Name reverse hijacking" Secuestro a la inversa de nombre de dominio (dominios gTLD y <.eu>)

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

¿Cómo probar derechos o intereses legítimos por parte del demandado?

- (i) antes de recibir la notificación de la demanda, usted ha utilizado, o ha efectuado preparativos demostrables para utilizar el nombre de dominio o un nombre correspondiente al nombre de dominio en relación con una oferta de buena fe de productos o servicios;
- (ii) usted (en calidad de particular, empresa u otra organización) es conocido comúnmente por el nombre de dominio, aunque no haya adquirido los derechos de marca correspondientes;
- (iii) usted está haciendo un uso legítimo no comercial o un uso leal del nombre de dominio, sin intención de confundir a los consumidores o empañar la marca de los productos o servicios en cuestión con ánimo de lucro.

También por ejemplo ser titular de una marca registrada, salvo que sea evidente que el registro se ha efectuado únicamente para dar cobertura a un uso ilegítimo del nombre de dominio.

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

- **Resolución administrativa**
  - Si el Panel está integrado por 3 Expertos, la decisión debe adoptarse por mayoría.  
[En los gTLD se prevé la posibilidad de incluir un voto particular]
  - No cabe la condena en costas
  - No admite recurso de ningún tipo ante el proveedor de resolución de disputas

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

### - Ejecución de las resoluciones administrativas

gTLD: - 10 días hábiles si no se acredita la interposición de una demanda ante la jurisdicción competente

- Jurisdicción competente: Oficina principal del Registrador o domicilio del titular del nombre de dominio

<.es>: - 15 días naturales a partir de la notificación, salvo que se acredite la presentación de una demanda ante la jurisdicción competente.

- Jurisdicción competente: Juzgados y Tribunales de Madrid

<.eu>: - 30 días naturales a partir de la notificación de la resolución, salvo que se acredite la presentación de una demanda ante la jurisdicción competente.

- Jurisdicción competente: Oficina principal del Registrador (si está dentro de la UE) o domicilio del demandado.

## IMPUGNACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO

### - Acuerdo previo a la resolución del Panel

gTLD: } Mecanismo e impreso adhoc para informar de negociaciones y acuerdo  
No hay devolución de tasas si ya se ha nombrado el Panel  
<.eu>: } Devolución parcial de las tasas si no se ha nombrado el Panel

<.es>: - No hay devolución de tasas si ya se ha designado el Experto  
- Si no se ha designado Experto, el Proveedor puede acordar la devolución parcial de las tasas.

Calle Miguel Ángel, 21  
28010, **MADRID**  
Tel: +34-917009400  
Fax: +34-913193810  
[elzaburu@elzaburu.es](mailto:elzaburu@elzaburu.es)  
[www.elzaburu.es](http://www.elzaburu.es)

**BARCELONA**  
Tel: +34 672630447  
[barcelona@elzaburu.es](mailto:barcelona@elzaburu.es)  
[pvb@Elzaburu.es](mailto:pvb@Elzaburu.es)

Muelle de Poniente s/n  
Antigua Casa del Mar  
03001, **ALICANTE**  
[rcg@elzaburu.es](mailto:rcg@elzaburu.es)

C/ Roger de Lauria 19,  
5º, 46002, **VALENCIA**  
Tel: +34-963527546  
Fax: +34-963520424  
[info@elzaburuolleros.es](mailto:info@elzaburuolleros.es)  
[www.elzaburuolleros.es](http://www.elzaburuolleros.es)

Office 1203, Jing Guang  
Centre Business Building, Hu  
Jia Lou,  
Chao Yang District,  
**Beijing**, 100020 **CHINA**  
[beijing@elzaburu.es](mailto:beijing@elzaburu.es)

Leopoldstraße 23, 5th floor  
80802 - Munich,  
**ALEMANIA**  
Tel. +49 89244423201  
[lsa@elzaburu.es](mailto:lsa@elzaburu.es)

MADRID - BARCELONA - ALICANTE - VALENCIA - BEIJING - MUNICH



Registro Territorial de la  
Propiedad Intelectual  
**Comunidad de Madrid**

**II JORNADAS**  
**SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL**

26 DE ABRIL DE 2016

**MERCADO ÚNICO DIGITAL Y  
DIFUSIÓN DE OBRAS A TRAVÉS DE INTERNET**

Alejandro Puerto Mendoza  
Registrador de la Propiedad Intelectual  
Comunidad de Madrid





## Esquema general de la exposición

1. Mercado Único Digital (MUD): objetivos y estado actual
2. Propiedad intelectual y entorno digital: principales implicaciones
3. Acciones para el logro del MUD. Comunicación de la Comisión Europea:  
*“Hacia un marco moderno y más europeo de los derechos de autor”*  
(9/12/2015).
4. Reflexiones finales



## 1. Estado actual del Mercado Único Digital (MUD)

- Realización del MUD vs. Mercado físico interior.
- Crear condiciones adecuadas para desarrollo nuevos modelos de negocio, investigación, innovación...
- Elementos del MUD:
  - Protección de datos
  - Comercio electrónico/derechos consumidores
  - Telecomunicaciones: acceso banda ancha, neutralidad, interoperabilidad...
  - Competencia
  - Fiscalidad
  - Comunicación audiovisual
  - Protección de infraestructuras críticas y ciberseguridad
  - Administración electrónica
  - .....



- 2010: toma de conciencia EUROPA 2020/Agenda Digital para Europa: crisis económica + pérdida competitividad
- Voluntad política: el paso de los *Libros Verdes* a la regulación jurídica :

-Reglamento Europeo de PD: aprobación PE (14 abril)

-Neutralidad: Reglamento 2015/2120, PE y Consejo, de 25 de noviembre, por el que se establecen medidas en relación a una internet abierta. Supresión roaming (2017).

-Firma electrónica: Reglamento 910/2014, sobre identificación electrónica. Reconocimiento transfronterizo certificados digitales.

-Propuesta dos Directivas: sobre contratos de suministro de contenidos digitales y compraventa en línea (diciembre de 2015). Centradas en aspectos derecho consumidores.





## 2. Propiedad intelectual y entorno digital: principales implicaciones

- Propiedad intelectual como elemento configurador del MUD
- Contenidos digitales como objeto de propiedad intelectual
- Regulación territorial: 28 regulaciones
- Normativa rígida, poco adaptable al entorno tecnológico.
- Monopolio, salvo los límites al derecho de autor.





## Repercusión de internet sobre los derechos de explotación PI

- Proceso de puesta a disposición en línea incluye las siguientes fases:
  - Digitalización (en su caso)
  - Almacenamiento en el servidor
  - Transmisión desde el servidor al dispositivo del usuario
  - Acceso a la obra por el usuario.
- Derechos de explotación afectados: reproducción y comunicación pública.
  - Ampliación del derecho de reproducción y de c.pública
  - Crisis de la distinción uso y explotación (uso=reproducción= explotación)

### Conclusión:

sólo contenido propio, límite legal, dominio público, licencia o autorización



- Evolución PI y UE:

- 1ª etapa: poca importancia para la realización de los fines. TJCCEE declara incluidos. Ej. Asuntos *“Deutsche Gramophon”*-1971; *“Musisik-Vertrieb”*-1981. *“Phil Collins”*-1993.

-2ª etapa armonización. Primera Directiva sobre programas de ordenador (1991). 11 Directivas. Impacto muy favorable (ej. armonización derechos explotación/agotamiento distrib/regulación ISP). INSUFICIENTE.

-3ª etapa. Irrupción de internet como motor económico. Problemática: fragmentación de mercados/discriminación/incertidumbres/falta de seguridad jurídica nuevos modelos negocio y actividades.

→ Papel del TJUE en su esfuerzo de adaptación e interpretación.

-Enlaces: Asuntos *“Svensson”* y *“Bestwater”*-2014.

-Responsabilidad intermediarios y medidas de cesación: Asuntos *“Scarlet Extend”*-2011; *“Netlog”*-2012/*“Telekabel”*-2014

-Copias caché y RAM por usuarios: Asunto *“Public Relations”*-2014.

-Infracción transfronteriza y lugar de determinación del daño: Asunto *“Pickney”*-2013, Reglamento Bruselas I y “lugar del daño”.





- **Horizonte actual:**

- *“Una Estrategia para el Mercado Único Digital”*, Comunicación CE, de 6 de mayo de 2015. Multisectorial.

- *“Hacia un marco moderno y más europeo de los derechos de autor”*, Comunicación CE, de 9 de diciembre de 2015.

- ›Reto: hacer accesibles los contenidos en toda la UE.

- Manteniendo la necesidad de recompensar la creatividad y la inversión
    - Mecanismos eficaces de protección
    - Respetando equilibrio con otros derechos: educación, cultura, investigación..

- ›Identificación de los principales obstáculos y medidas para solucionarlos





- **Acceso transfronterizo (I)**

- **Realidad**. Imposibilidad acceso a contenidos disponibles en otros Em. Geoblocking. Dificultad de localización de obras europeas.

- **Consecuencias**. Usuario: pérdida capacidad elección/oferta cultural; Falta de comprensión/pérdida legitimidad proyecto europeo. Uso VPN/piratería.

- **Motivos**. Licenciamiento territorial de contenidos.

- **Prácticas comerciales de distribuidores**.

- **Fragmentación de mercados como medio de financiación y rentabilización de la inversión**.

- **Acciones propuestas**.

- › Estudios para lograr acceso pleno multiterritorial, asegurando el modelo de financiación. Revisión Directiva 93/83, retransmisión cable y satélite (posible inspiración de criterios)

- › Apoyo a la creación de agregador europeo de herramientas de búsqueda de contenidos legales para usuarios finales.

- › Promoción del ayudas al subtulado y doblaje





- **Acceso transfronterizo (II)**

-Portabilidad transfronteriza servicios de contenido en línea en desplazamientos temporales de usuarios. **Propuesta de REGLAMENTO de 9/12/15:**

- › 1ª ocasión uso del Reglamento en el ámbito pi.

- › Derecho de acceso y uso de abonados a servicios en línea presentes temporalmente en un Em distinto para el que contrataron los servicios.

- › Solución legal: localización jurídica del servicio en el Em licenciamiento.

- › Efectos de la entrada en vigor:

- Inaplicabilidad cláusulas contractuales que se opongan

- Retroactividad a contratos ya suscritos





## ● Revisión límites al derecho de autor

-**Realidad**. Gran divergencia, nula armonización por Directiva 2001/29, por su carácter facultativo, salvo “copia técnica”.

### -Consecuencias

- › Falta de adaptación entorno digital: búsqueda de soluciones fuera de la pi (ej. copia caché: licencia implícita, Directiva Comercio electrónico, uso inocuo...).
- › Imposibilidad de extender el límite fuera de la frontera nacional
- › Impide la realización del MUD, carácter infractor del uso depende del Em. Inseguridad jurídica. Especialmente grave en ámbito educativo e investigador. Pérdida competitividad ante las nuevas formas de tratamiento de datos (**text and data mining**). Copia privada. Personas con discapacidad. Consulta remota fuera de establecimiento.

### -Acciones

Compromiso para presentación de acciones legislativas concretas respecto:

- › Aclaración del límite de la ilustración de la enseñanza en el ámbito digital y conservación.
- › Minería de datos con finalidad investigadora
- › Hacer obligatorios los límites más relevantes para asegurar su operatividad transfronteriza.
- › Todo ello, respetando los compromisos internacionales: *regla de los tres pasos*.





- **Possible redefinición del derecho de comunicación pbca en internet.**

### **Realidad**

- No agotamiento del derecho de c pbca. vs. dcho.distribución.
  - Esencialidad para crear un mercado de venta de obras suministradas a través de internet.
  - Plataformas online y otros servicios: actividades que no responden directamente al concepto de puesta a disposición , pero que “de facto” sí explotan esas obras o bdd (enlaces, agregadores, comparadores...).
- Ej: SS Svensson (enlaces ordinarios) y Bestwater (framing) y concepto de “público nuevo”.  
Conclusiones Abogado General (7/4/16): Asunto “*GS Media vs. Sanoma/Playboy*” .  
Comparadores: STJUE (19/12/2013): legalidad de bdd y “screen scraping”

### **Consecuencias**

- Consideración por los titulares de actos de explotación→ usos comerciales no compensables→ incompatibles con ppio de autorización y remuneración.
- ¿Estamos realmente ante actividad meramente técnica, pasiva y neutral?

### **Acciones**

- › Más genéricas ante lo delicado de los cambios.
- › Repensar si el marco es justo y coherente.¿modificación Directiva Comercio electrónico?
- › Examen de la conveniencia de nueva configuración legal del derecho de comunicación pública/puesta a disposición.
- › Tratamiento conjunto a los agregadores.





## • Refuerzo lucha infracciones derechos pi a escala comercial

### Realidad

- Intangibilidad de los derechos los hace muy vulnerables, especialmente en el ámbito digital. Alto uso ilegítimo a escala comercial.

### Consecuencias

- Falta de confianza en el mercado ante la imposibilidad de proteger los contenidos frente a explotaciones ilícitas.

- Equilibrio: La falta o insuficiencia de protección devalúa el esfuerzo y el valor; la sobre protección impide el acceso a la cultura, educación, innovación... → Directiva 2004/48, sobre respeto a los derechos de pi.

### Acciones

› Enfoque protector según el criterio *“follow the money”* : adopción de medidas contra los intermediarios de pagos y empresas de publicidad.

› Refuerzo de los mecanismos de autorregulación y códigos de conducta. Procedimientos de **aviso y retirada voluntaria** de contenidos: efectividad y transparencia.

› Estudiar la necesidad de reformar el marco legal para mejorar la identificación de los infractores, mejor cumplimiento transfronterizo de las medidas cautelares y provisionales



- Reflexiones finales

¿Oportunidad de incluir un “fair use”/uso justo?

› Sistema cerrado de límites (europeo) vs. sistema abierto (copyright EEUU).  
más relevantes para asegurar su operatividad transfronteriza.

› Ejemplo Asunto **Authors Guild v. Google** (Sentencia Tribunal Apelación Segundo Circuito de 16 octubre 2015). Análisis del *text & data mining* a la luz del “fair use” y el llamado uso transformativo.

¿Promover el uso de licencias y repositorios abiertos?

› Facilitar la reutilización

› Contenidos generados por usuarios

¿Concepto europeo de originalidad de la obra intelectual?

› Conveniencia y dificultad de la armonización

› STJUE Infopaq (16/7/2009).





Registro Territorial de la  
Propiedad Intelectual  
Comunidad de Madrid

# REGISTRO TERRITORIAL DEL PROPIEDAD INTELECTUAL COMUNIDAD DE MADRID

C/ SANTA CATALINA N° 6 (Barrio de Las Letras)  
28014-MADRID

E-MAIL: [propiedad.intelecual@madrid.org](mailto:propiedad.intelecual@madrid.org)

Horario atención al público: de lunes a viernes a 9.00 a 14.00  
Teléfono: 91- 720 82 43



**Autorregulación y Jurisdicción Digital:**  
procedimientos de cesación y retirada de  
contenidos ilícitos en internet

Andy Ramos Gil de la Haza  
26 de abril de 2016



# Autorregulación

## Infracciones de Derechos de Propiedad Intelectual





# La Jurisdicción Digital

Infracción de Derechos de Propiedad Intelectual



Buofax



Procedimiento Judicial



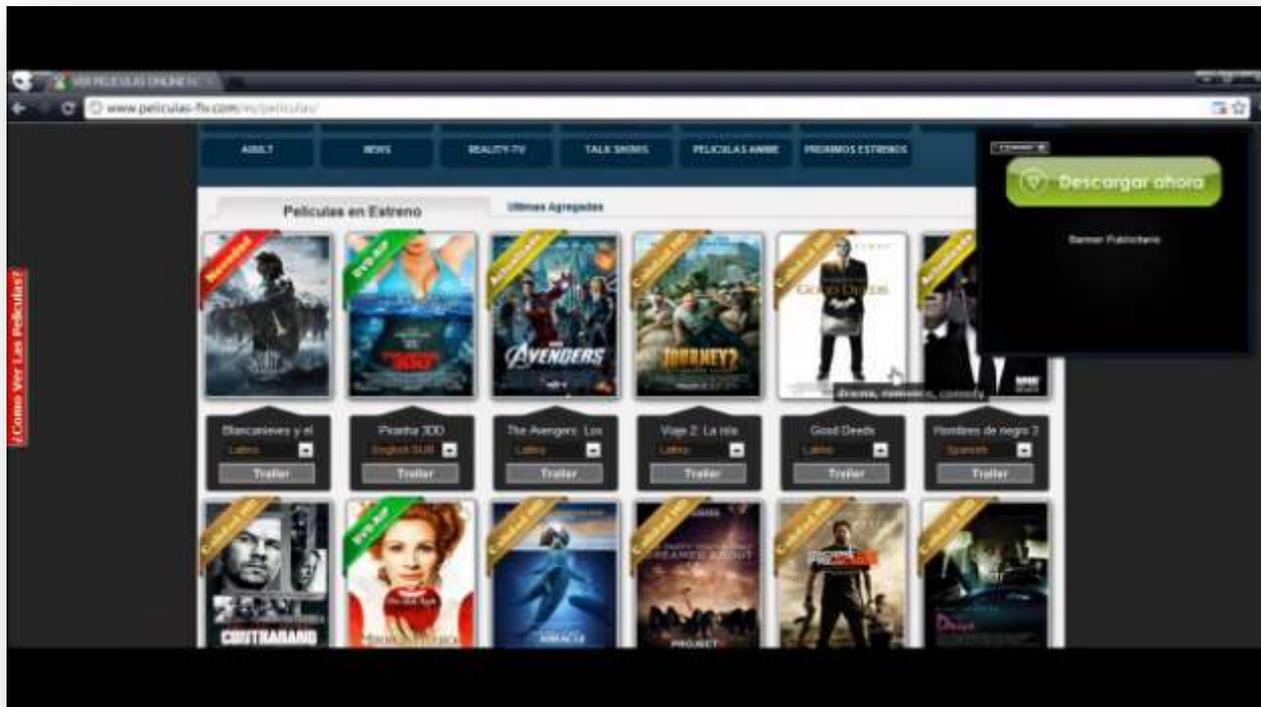
# La Jurisdicción Digital





# La Jurisdicción Digital

## Infracción de Derechos de Propiedad Intelectual





# La Jurisdicción Digital



Google ver star wars gratis

Todo Videos Shopping Maps Imágenes Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 884.000 resultados (0,54 segundos)

**Ver Star Wars: El despertar de la Fuerza Online Gratis ...**  
www.maxipelis.net/.../ver-online-star-wars-el-despertar-de-la-fuerza-grati...  
Ver Star Wars: El despertar de la Fuerza Online. Título Original: Star Wars: Episode VII - The Force Awakens (Star Wars 7) Año: 2015. Actores: Adam Driver ...

**Ver Star Wars 7 Online (2015) The Force Awakens VII Gratis ...**  
cuevana3.com.ar/ver-star-wars-7-online-2015-force-awakens-vii-pelicul...  
Ver Star Wars 7 Online (2015) The Force Awakens VII Gratis HD Película Completa  
Sinopsis: Séptima entrega de la saga Star Wars. Fue confirmada en octubre ...

**Ver Pelicula Star Wars Episodio I: La amenaza fantasma ...**  
www.repelis.tv/9421/.../star-wars-episodio-i-la-amenaza-fantasma.html  
Ambientada treinta años antes que "La guerra de las galaxias" (1977), muestra la infancia de Darth Vader, el pasado de Obi-Wan Kenobi y el resurgimiento de ...

**Ver La guerra de las galaxias. Episodio I: La amenaza ...**  
pelis24.com › Actualizadas  
12 dic. 2015 - Películas para ver Online Gratis, Ver Películas de Estrenos Online - ...  
Título original: Star Wars ... ver Película La guerra de las galaxias.

**Ver Pelicula Star Wars 7 Online Gratis en Español Latino**  
miraiogratis.com/ver-pelicula-star-wars-7-online.html  
Ver Pelicula Star Wars 7 Online en Latino. Descargar La Guerra de las Galaxias 7 Gratis. Bajar Pelicula Star Wars 7 en Español Latino Completa.

**Ver Star Wars: Episodio I – La amenaza fantasma (1999 ...**  
gnula.nu/.../ver-star-wars-episodio-i-la-amenaza-fantasma-1999-online/  
15 mar. 2015 - Ver Star Wars: Episodio I – La amenaza fantasma (1999) online ... a los administradores de esta pagina la unica que me dejo verlas gratis y ...



# La Jurisdicción Digital

## Infracción de Derechos de Propiedad Intelectual

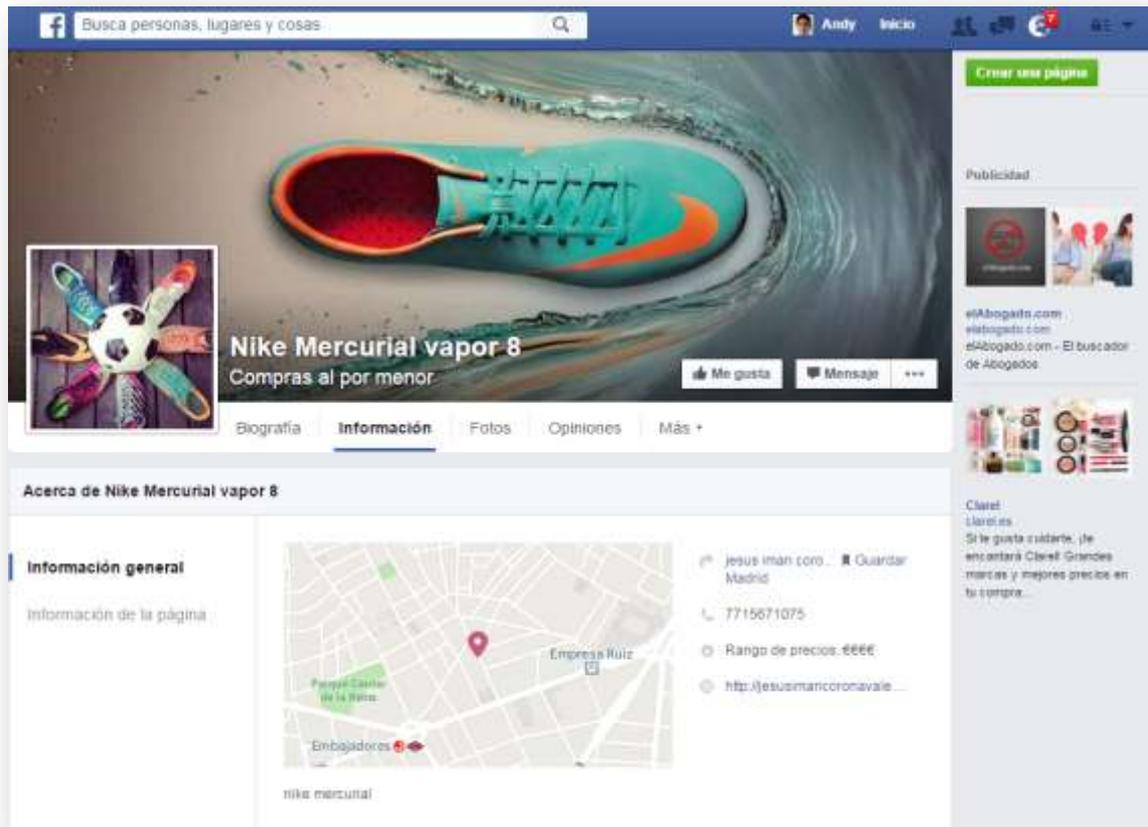
The screenshot shows a YouTube search for "película completa" with approximately 3,040,000 results. The left sidebar includes navigation options like "Inicio", "Mi canal", and "Suscripciones", along with a "BIBLIOTECA" and "SUSCRIPCIONES" section. The main content area displays four video results:

- Mejor Imposible película completa 1997 YouTube**  
Luisa Felt  
Hace 2 meses • 135.422 visualizaciones  
Melvin Udall (Jack Nicholson), un escritor obsesivo y maniático, es uno de los seres más desagradables y desagradecidos que ...
- Plan de Escape Película completa en ( Español HD )**  
PelículasDeCine HD  
Hace 1 mes • 2.311.767 visualizaciones  
Suscribirse' para seguir viendo las mejores películas del cine. ¡GRACIAS!
- Resacón en Las Vegas Ellas También Español Película Completa**  
Sofia Naatally  
Hace 3 semanas • 53.330 visualizaciones  
Películas Comedia Perver!. comenten debajo que otras películas les gustaría que suba! Se agradece si se suscribeen CHIC@S!
- Super Hero Movie película en castellano completo**  
Yendor el verdadero ankama cubano  
Hace 6 meses • 1.687.973 visualizaciones  
espero que te guste esa película amigos ;) además no faltes el respeto ni me diga pinche o ni mierda de mala palabra ok!!!



# La Jurisdicción Digital

## Infracción de Derechos de Propiedad Industrial





# La Jurisdicción Digital

## Legislación

ORDEN CUL/1079/2005, de 21 de abril, por la que se dispone la publicación del Acuerdo del Consejo de Ministros, de 8 de abril de 2005, por el que se aprueba el Plan integral del Gobierno para la disminución y la eliminación de las actividades vulneradoras de la propiedad intelectual.

LEY DE ECONOMÍA SOSTENIBLE

### LEY DE ECONOMÍA SOSTENIBLE

Orden PRE/1743/2008, de 18 de junio, por la que se establece la relación de equipos, aparatos y soportes materiales sujetos al pago de la compensación equitativa por copia privada, las cantidades aplicables a cada uno de ellos y la distribución entre las diferentes modalidades de reproducción.

LEY DE ECONOMÍA SOSTENIBLE

### Código Penal 2015

Orden ECD/2166/2014, de 14 de noviembre, por la que se determina la cuantía de la compensación equitativa por copia privada correspondiente al ejercicio 2013, con cargo a los Presupuestos Generales del Estado y su distribución entre las tres modalidades de reproducción referidas legalmente

LEY DE ECONOMÍA SOSTENIBLE

Orden ECD/2574/2015, de 2 de diciembre, por la que se aprueba la metodología para la determinación de las tarifas generales en relación con la remuneración exigible por la utilización del repertorio de las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual

### Artículo 158 ter

LEY GENERAL DE COMUNICACION  
Audiovisual



# La Jurisdicción Digital



Lumpi - <https://pixabay.com/es/caballos-turismo-cabezas-de-caballo-1268691/>



# La Jurisdicción Digital

- Actores Involucrados - Responsabilidad:

· Infracción Directa de Derechos de Terceros:

- Derechos de Propiedad Intelectual o Industrial
- Derechos de Honor, Intimidad y Propia Imagen
- Protección de Datos de Carácter Personal
- Derecho de la Publicidad, etc.

· Responsabilidad por acciones de terceros

- “Op-out” o de exención de responsabilidad



# La Jurisdicción Digital

## Ley de los Servicios de la Sociedad de la Información

**Artículo 16.** Responsabilidad de los prestadores de servicios de alojamiento o almacenamiento de datos.

1. Los prestadores de un servicio de intermediación consistente en albergar datos proporcionados por el destinatario de este servicio no serán responsables por la información almacenada a petición del destinatario, siempre que:

- No tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información almacenada es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización, o
- Si lo tienen, actúen con diligencia para retirar los datos o hacer imposible el acceso a ellos.

Se entenderá que el prestador de servicios tiene el conocimiento efectivo a que se refiere el párrafo a) cuando un órgano competente haya declarado la ilicitud de los datos, ordenado su retirada o que se imposibilite el acceso a los mismos, o se hubiera declarado la existencia de la lesión, y el prestador conociera la correspondiente resolución, sin perjuicio de los procedimientos de detección y retirada de contenidos que los prestadores apliquen en virtud de acuerdos voluntarios y de otros medios de conocimiento efectivo que pudieran establecerse.

2. La exención de responsabilidad establecida en el apartado 1 no operará en el supuesto de que el destinatario del servicio actúe bajo la dirección, autoridad o control de su prestador.



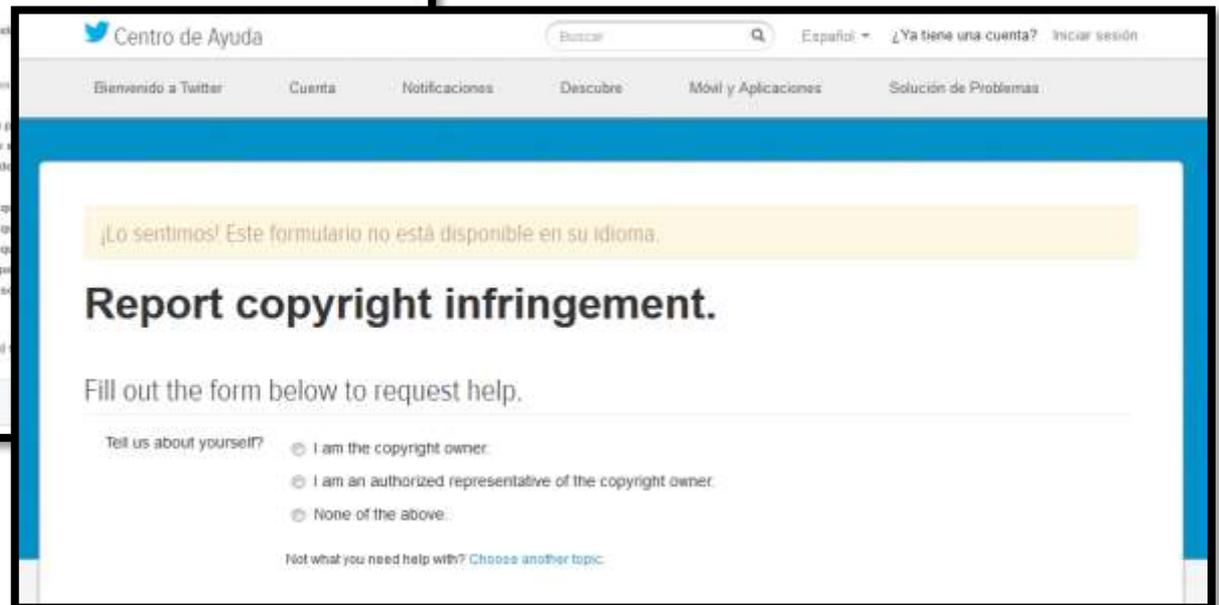
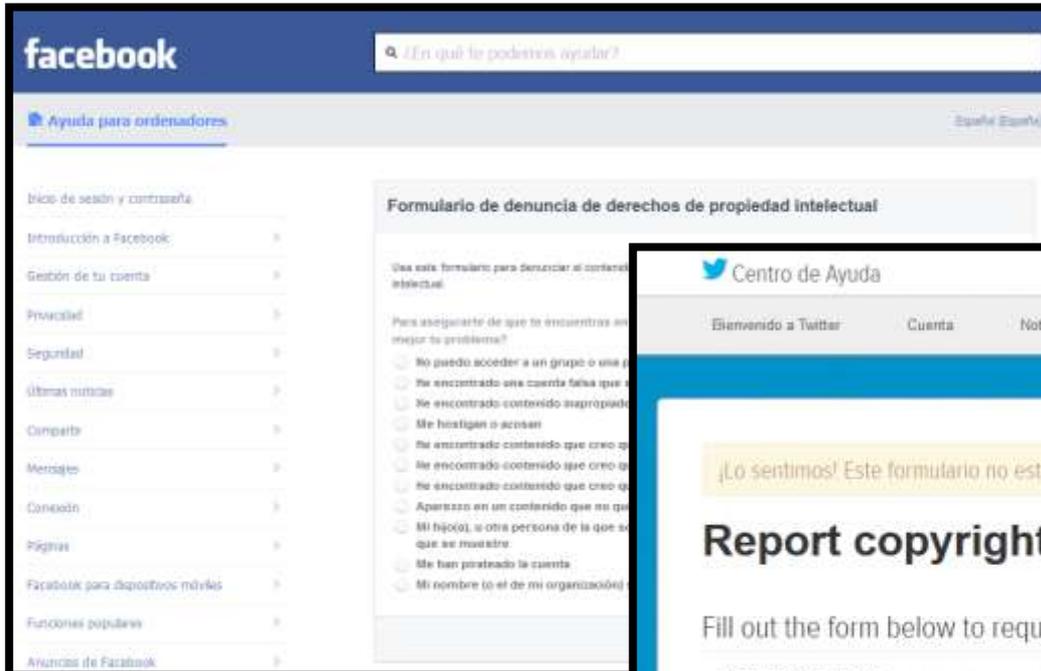
# La Jurisdicción Digital

- Medios de Conocimiento Efectivo: cualquier medio o forma de conocer las realidad
  - Un correo electrónico con acuse de lectura
  - Un burofax
  - Un requerimiento notarial
  - Comunicación por fuerzas del orden
  - Mecanismo propio de notificación
  - Cualquier otro que permita demostrar la recepción del mensaje



# La Jurisdicción Digital

- ¿Hacia una Jurisdicción Digital?





# La Jurisdicción Digital

- ¿Hacia una Jurisdicción Digital?

The screenshot shows the YouTube Help page for "Submit a copyright takedown notice". The page has a red header with the YouTube logo, a search bar, and user information. The main content area is white with a red border. The title "Submit a copyright takedown notice" is prominently displayed. Below the title, there is a paragraph explaining the process of submitting a copyright infringement notification. A red button labeled "SUBMIT A COPYRIGHT COMPLAINT" is at the bottom. On the right side, there is a sidebar with a list of related topics.

YouTube Help

Search YouTube Help

Andy 68

Copyright and rights management > How to manage your copyrights on YouTube

## Submit a copyright takedown notice

If you believe your [copyright-protected](#) work was posted on YouTube without authorization, you may submit a copyright infringement notification. Be sure to consider whether [fair use](#), fair dealing, or a similar exception to copyright applies before you submit. These requests should only be submitted by the copyright owner or an agent authorized to act on the owner's behalf.

The fastest and simplest way to notify YouTube of alleged copyright infringement is via our webform. You'll find this easier to use on a desktop or laptop computer than on a mobile device or tablet.

[SUBMIT A COPYRIGHT COMPLAINT](#)

### How to manage your copyrights on YouTube

- [Submit a copyright takedown notice](#)
- [Retract a claim of copyright infringement](#)
- [How Content ID works](#)
- [Qualifying for Content ID](#)
- [Content Verification Program](#)
- [Copyright Contact Information](#)



# La Jurisdicción Digital

Google Informe de transparencia

[www.google.com/transparencyreport/removals/copyright](http://www.google.com/transparencyreport/removals/copyright)



<b>76.248.145</b>	URLs cuya retirada se solicitó
<b>72.546</b>	Dominios especificados
<b>6.712</b>	Propietarios de los derechos de autor
<b>3.262</b>	Organizaciones notificadoras



<b>91.368.656</b>	URLs cuya retirada se solicitó
<b>76.198</b>	Dominios especificados
<b>7.213</b>	Propietarios de los derechos de autor
<b>3.430</b>	Organizaciones notificadoras



# La Jurisdicción Digital

## - Jurisdicción Digital

### PROS

- No Identificación
- Tiempos
- Costes
- Disuasión
- Global

### CONTRAS

- Localización
- Volumen de Requerimientos
- Desestimación
- Tiempo de Respuesta
- No Indemnización
- Poca Transparencia



# La Jurisdicción Digital

Google Informe de transparencia

## Organizaciones informadoras

Última semana Mes pasado Año pasado Todos los datos disponibles

Organización notificadora	Propietarios de los derechos de autor	Dominios especificados	URLs
Degban	112	31.105	239.749.331
BPI (British Recorded Music Industry) Ltd	358	4.462	204.536.749
rivendell	47	18.744	164.546.940
MarkMonitor AntiPiracy	96	75.998	84.437.407
Remove Your Media LLC	39	60.766	77.842.228
Recording Industry Association of America, Inc.	2	10.751	73.926.073
Takedown Piracy LLC	146	21.541	52.963.061
Fox Group Legal	2	11.711	51.947.917
AudioLock.NET Limited	2.615	23.301	48.894.645



Reputación Digital Online<sup>©</sup>



# La Jurisdicción Digital

## - Autorregulación - Armonización

If this matter is still a concern, please reply to this email with detailed information to enable us to locate the content and we will further investigate your request.

For each of the following URLs you've provided, please identify the exact content that you claim infringes upon your copyright:

[http://www.ultimapelicula.net/pelicula/mundo+perro+pomo/page/15/%3C/page/34/?echo\\_\\$search](http://www.ultimapelicula.net/pelicula/mundo+perro+pomo/page/15/%3C/page/34/?echo_$search)  
<http://xxxpomtube.com/sgV/n3UBkDMhcbi6MNYR2A==>

Once we have received this information, we will be able to continue our investigation.

Regarding the following URL(s) hosted on xhamster and pornhub:

[http://es.xhamster.com/movies/1324264/jonathan\\_simms\\_till\\_sex\\_do\\_us\\_part\\_2002.html](http://es.xhamster.com/movies/1324264/jonathan_simms_till_sex_do_us_part_2002.html)  
[http://es.xhamster.com/movies/1477433/les\\_esclaves\\_de\\_sirius\\_the\\_slaves\\_of\\_sirius.html](http://es.xhamster.com/movies/1477433/les_esclaves_de_sirius_the_slaves_of_sirius.html)  
[http://es.xhamster.com/movies/4341548/marc\\_rodriguez\\_diet\\_of\\_sex\\_frontal\\_erect\\_p1.html](http://es.xhamster.com/movies/4341548/marc_rodriguez_diet_of_sex_frontal_erect_p1.html)  
[http://es.xhamster.com/movies/4349326/marc\\_rodriguez\\_diet\\_of\\_sex\\_frontal\\_erect\\_p2.html](http://es.xhamster.com/movies/4349326/marc_rodriguez_diet_of_sex_frontal_erect_p2.html)  
[http://es.xhamster.com/movies/450004/one\\_of\\_the\\_5\\_hot\\_stories\\_for\\_her.html](http://es.xhamster.com/movies/450004/one_of_the_5_hot_stories_for_her.html)  
[http://es.xhamster.com/movies/4646210/dora\\_venter\\_88\\_mundo\\_perro.html](http://es.xhamster.com/movies/4646210/dora_venter_88_mundo_perro.html)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=1200639267](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=1200639267)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=1336820810](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=1336820810)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=1665017851](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=1665017851)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=1879282995](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=1879282995)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=261445180](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=261445180)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=283211525](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=283211525)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=331628963](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=331628963)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=448332898](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=448332898)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=833185645](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=833185645)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=ph559ebbd5a2845](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=ph559ebbd5a2845)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=ph55ea0679d2b51](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=ph55ea0679d2b51)  
[http://www.pornhub.com/view\\_video.php?viewkey=ph56b0e7172f692](http://www.pornhub.com/view_video.php?viewkey=ph56b0e7172f692)

Please confirm that you have first attempted to use the site's removal procedure at <http://xhamster.com/dmca.php> and [www.pornhub.com/information#dmca](http://www.pornhub.com/information#dmca). Removal of this content from Google's search results will not remove it from the web, and will not prevent users from viewing the content via other avenues, such as other search engines, social media, or web pages containing links to the content in question.

Regards,  
The Google Team



# La Jurisdicción Digital

## - Autorregulación - Armonización

### ver Spotlight (En Primera Plana) Online Español Latino

[www.superpelis.tv/2015/12/ver-spotlight-en-primera-plana.html](http://www.superpelis.tv/2015/12/ver-spotlight-en-primera-plana.html) ▼  
gratis online ver Spotlight (En Primera Plana), Spotlight (En Primera Plana)  
subtitulada ver online, Spotlight (En Primera Plana) ver ... (Califica esta Pelicula!).

### Ver Spotlight 01 Online Español Latino y Subtitulada HD ...

[www.yaske.cc/es/pelicula/0008761/ver-spotlight-01-online.html](http://www.yaske.cc/es/pelicula/0008761/ver-spotlight-01-online.html) ▼  
Ver Pelicula Spotlight 01 Online. Ver Spotlight 01 en Español Latino. Descargar  
Pelicula Spotlight 01 Gratis Spotlight 01, un film de comedia del año .

### Ver En primera plana / spotlight (2015) Online ... - Películas

[www.multicineonline.com/spotlight-en-primera-plana-2015/](http://www.multicineonline.com/spotlight-en-primera-plana-2015/) ▼  
Ver En primera plana / spotlight (2015) Online Pelicula Gratis en Español latino y  
subtitulada, Estrenos de Cine Peliculas Online , Historia real de cómo un ...

### En primera plana - Wikipedia, la enciclopedia libre

[https://es.wikipedia.org/wiki/En\\_primera\\_plana](https://es.wikipedia.org/wiki/En_primera_plana) ▼  
Crítica de Los Ángeles, Mejor película, Spotlight, Ganadora. Mej  
McCarthy & Josh Singer, Ganadores. Online Film Critics Society,

### Ver En primera plana (Spotlight) Online Gratis E

[www.peliscity.com/primera-plana-spotlight/](http://www.peliscity.com/primera-plana-spotlight/) ▼  
Ver En primera plana (Spotlight) Online Pelicula Completa en es  
castellano y subtitulada en la mejor calidad Ver En primera plana (

### SuperCensor - Forum - Others - Spotlight Online

[dev.bukkit.org/.../89877-spotlight-online-pelicula-completa](http://dev.bukkit.org/.../89877-spotlight-online-pelicula-completa)  
hace 3 días - Ver o descargar Spotlight película Completa en es  
Gratis. link film completa >> <http://boxmovi.com/esp/?movie=314365>.

### SuperCensor - Forum - Others - Spotlight Online película Co...

[dev.bukkit.org/.../89877-spotlight-online-pelicula-completa-en-espanol-l...](http://dev.bukkit.org/.../89877-spotlight-online-pelicula-completa-en-espanol-l...) ▼  
hace 3 días - Ver o descargar Spotlight película Completa en español online HD  
Gratis. link film completa >> <http://boxmovi.com/esp/?movie=314365>.

*En respuesta a las diversas quejas recibidas en relación con la US Digital Millennium Copyright Act (ley estadounidense de protección de los derechos de autor), hemos eliminado 19 resultados de esta página. Si lo deseas, puedes leer las quejas de la DMCA que han originado la retirada de estas páginas en [LumenDatabase.org](http://LumenDatabase.org): [Queja](#), [Queja](#), [Queja](#), [Queja](#).*



# La Jurisdicción Digital

## - Autorregulación - Armonización

The image shows a screenshot of a DMCA (Copyright) Complaint to Google from Lumen. The complaint is from MarkMonitor AntiPiracy on behalf of Open Road Films, dated January 15, 2015. It lists 231 URLs, including:

- 215. <http://uploadrocket.net/es33icwq5kre/WBB.SP0TLiGHT.DVDSCR.HDC0OL.rar.html>
- 216. <http://uploadboy.com/ub5bhsuij12r/Spotlight-2015-www.caffefilm.com.rar>
- 217. <http://uploadboy.com/dpuso59c6u9e/WBB.SP0TLiGHT.DVDSCR.HDC0OL.rar>
- 218. [http://secureupload.eu/maik71fb9obt/Spotlight\\_2015\\_DVDSCR.rar?](http://secureupload.eu/maik71fb9obt/Spotlight_2015_DVDSCR.rar?)
- 219. <http://redbunker.net/6tl2lbn8uz9/Spotlight.2015.DVDScr.XVID.AC3.HQ.Hive-CM8.avi.html>
- 220. <http://rapidu.net/7212861569/Spotlight.2015.SUBPL.DVDScr.XVID.AC3.HQ.Hive-CM8.rar>
- 221. <http://rapidgator.net/file/d27e55a95b2c3d2859c6e986068d8ee5/TW.Sptlghtdsr-ngty.rar.html>
- 222. <http://rapidgator.net/file/b30d1c1bbfd33e36b7b946d774eb6c44/WBB.SP0TLiGHT.DVDSCR.HDC0OL.rar.html>
- 223. [http://mejortorrent.com/uploads/torrents/peliculas/Spotlight\\_2015\\_DVDScr\\_XVID.torrent](http://mejortorrent.com/uploads/torrents/peliculas/Spotlight_2015_DVDScr_XVID.torrent)
- 224. <http://fileshark.pl/pobierz/10053095/ae3c4/spotlight-2015-subpl-dvdscr-xvid-ac3-hq-hive-cm8-rar>
- 225. <http://catshare.net/w0znGzvnYIKCb3cY/Spotlight.2015.SUBPL.DVDScr.XVID.AC3.HQ.Hive-CM8.rar>
- 226. <http://btstor.cc/spotlight-dvdscr-x264-turg-tf5010695.html>
- 227. <http://btstor.cc/spotlight-dvdscreeener-750mb-shaanig-tf5011720.html>
- 228. <http://btstor.cc/spotlight-dvdscr-750mb-mkv cage-tf5009975.html>
- 229. <http://btstor.cc/spotlight-2015-dvdscr-xvid-mp3-viznu-tf5010233.html>
- 230. <http://btstor.cc/spotlight-2015-dvdscr-555-mb-iextv-mp4-tf5009926.html>
- 231. <http://24uploading.com/1ljkjvzm1qfw/WBB.SP0TLiGHT.DVDSCR.HDC0OL.rar.html>



# La Jurisdicción Digital



## Withdrawal procedure of public content

	Not manifestly illicit content *	Manifestly illicit content *
What content ?	All contents that do not fall into the category of manifestly illicit content	The contents related to child pornography, to justify crimes against humanity, incitement to racial hatred. (source : CA Paris, 4 april 2013)
Which has jurisdiction to rule on the illegality ?	The Judge	The Notifier
Form of the withdrawal request	<ul style="list-style-type: none"><li>• Order on motion</li><li>• Summary judgment</li><li>• Judgment on the substance</li></ul>	<p>Notification in the form of Article 6-1-5 LCEN :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• date of notification</li><li>• if the notifier is a natural person: full name, profession, address, nationality, date and place of birth; if the applicant is a corporation: its form, its name, registered headquarters and the body that represents it legally</li><li>• Recipient's name and address or, if he is a legal person, its name and its headquarters</li><li>• the description the litigious facts and their precise location</li><li>• the reasons why the content should be removed, including the mention of the legal provisions and the facts of justifications</li><li>• the copy of the correspondence with the author or publisher of the contentious information or activities requesting their interruption, withdrawal or modification, or justification for what the author or publisher could not be contacted.</li></ul>

\*distinction made in accordance with the decision of the Constitutional Council of 10 June 2004.

Attention, any denunciation of content that is not pre-qualified or is mischaracterized under the rules set out above will not be considered.



# La Jurisdicción Digital

The Laborers Who Keep Dick Pics and Beheadings Out of Your Facebook Feed



A contractor at the Manila office of TaskUs, a firm that provides content moderation services to U.S. tech companies.  MDISES SAMAN/MAGNUM

**THE CAMPUSES OF** the tech industry are famous for their lavish cafeterias, cushy shuttles, and on-site laundry services. But on a muggy February afternoon, some of these companies' most important work is being done 7,000 miles away, on the second floor of a former elementary school at the end of a row of auto mechanics' stalls in Bacoor, a gritty Filipino town 13 miles southwest of Manila. When I climb the

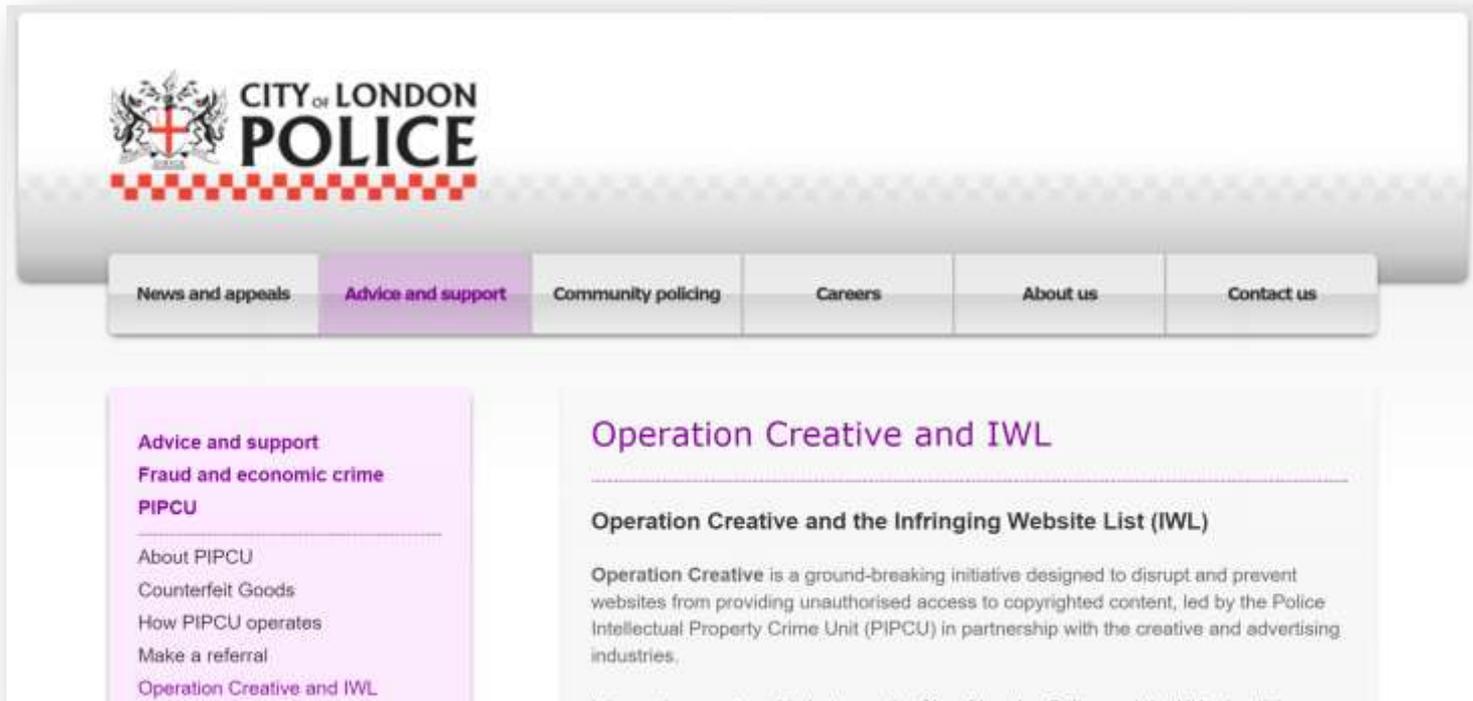


<http://www.wired.com/2014/10/content-moderation>



# La Jurisdicción Digital

- Autorregulación – Evitar Infracciones



**Andy Ramos Gil de la Haza**

andyramos@bardajihonrado.com

www.interiuris.com

 @andyramosgil

Gracias por la atención.

# Base de Datos de Obras Huérfanas

Observatorio Europeo de las Vulneraciones de los Derechos de  
Propiedad Intelectual

Abril 2016

## Contexto

Obras huérfanas – obras que están protegidas por derechos de autor, pero cuyos titulares no pueden ser localizados

- Las obras huérfanas son parte de las colecciones actualmente mantenidas por bibliotecas, museos, archivos, los organismos de conservación del patrimonio cinematográfico o sonoro y los organismos públicos de radiodifusión
- La falta de información sobre su autoría constituye un obstáculo para poner estas obras a disposición online

## Base legal

La Directiva 2012/28/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2012, sobre ciertos usos autorizados de las obras huérfanas

Establece un marco legal para el uso y acceso transfronterizo a las obras huérfanas

En virtud del artículo 3, apartado 6, la EUIPO (antes OAMI) será la responsable de crear y gestionar una base de datos de obras huérfanas en línea única y accesible al público.

## Organismos beneficiarios

Organismos que sean de servicio público establecidos en los Estados Miembros de la UE

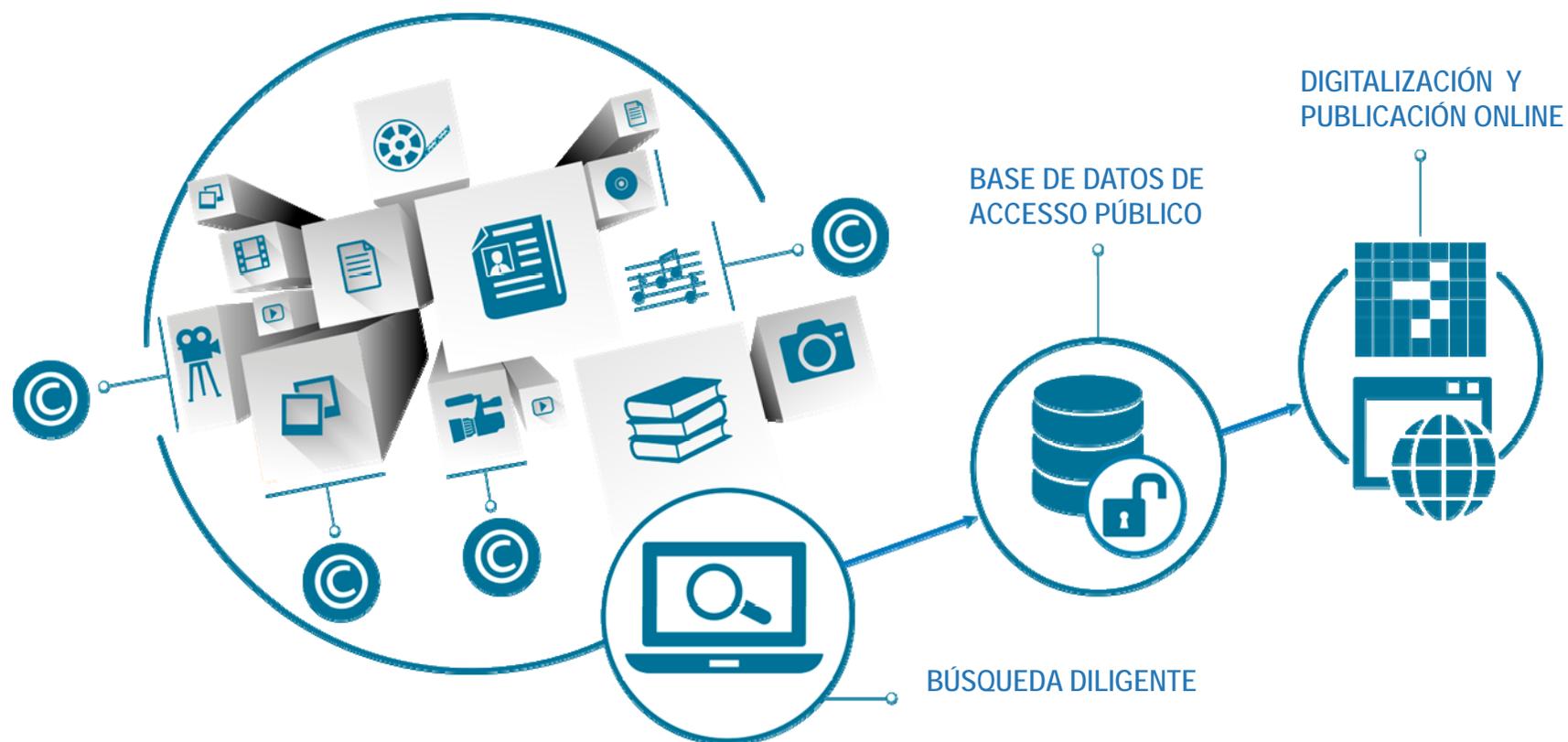
- Bibliotecas
- Museos
- Instituciones educativas
- Archivos
- Organismos de conservación del patrimonio cinematográfico o sonoro
- Organismos públicos de radiodifusión

## El alcance de la base de datos

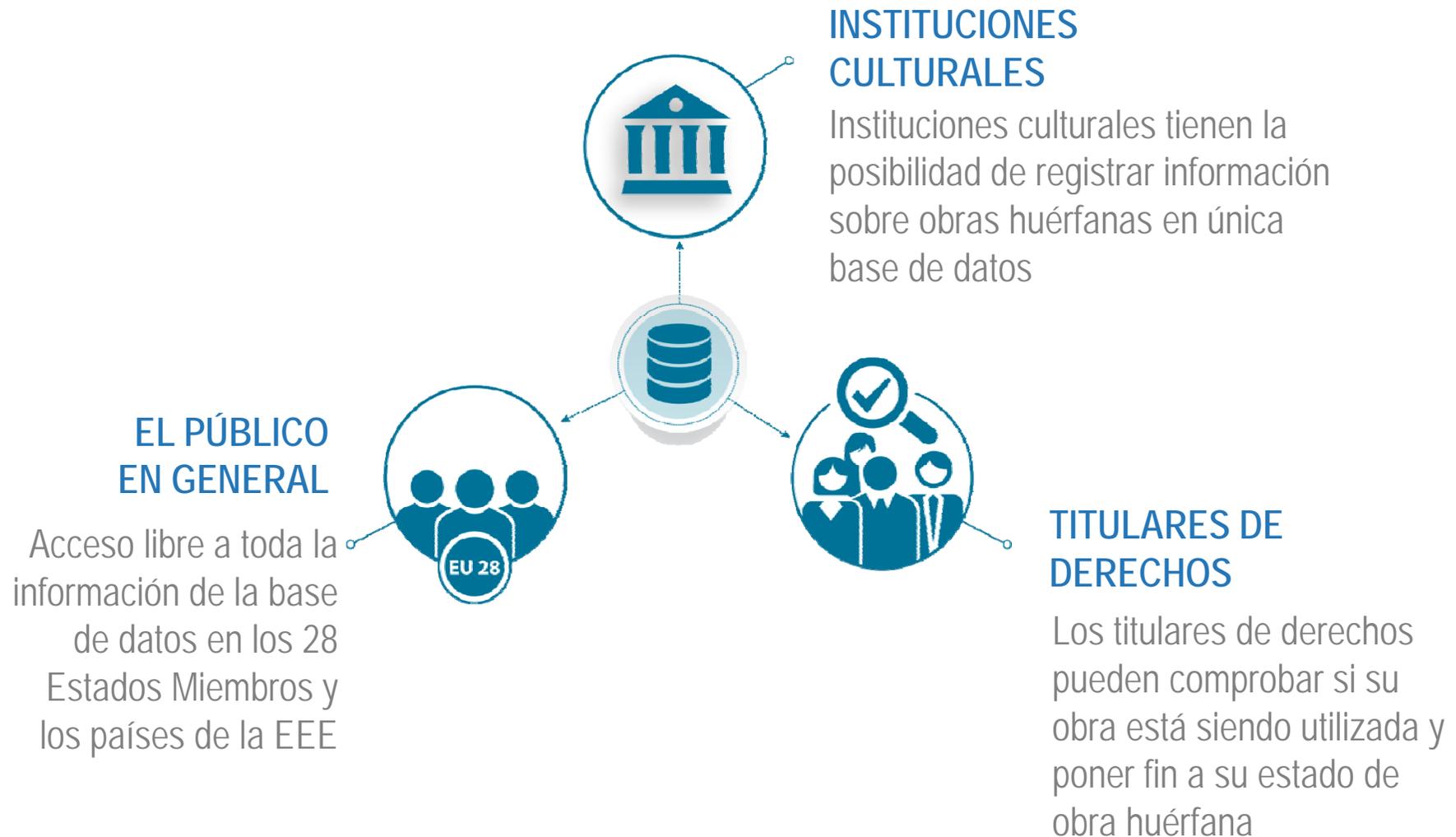
La base de datos incluye información sobre una amplia variedad de obras publicadas o difundidas por primera vez en los Estados miembros de la UE

- obras impresas, como libros, diarios, periódicos, revistas y otros escritos;
- obras cinematográficas o audiovisuales y fonogramas;
- obras inéditas bajo ciertas condiciones;
- obras insertadas o incorporadas en otra obra o en un fonograma, por ejemplo imágenes o fotografías;
- obras parcialmente huérfanas, en concreto aquellas para las que se hayan identificado y localizado a uno o más de los titulares de derechos y estos hayan autorizado el uso de la obra en relación con los derechos de los que son titulares.

## La base de datos de obras huérfanas



## ¿Cuáles son las ventajas de la base de datos para sus usuarios?



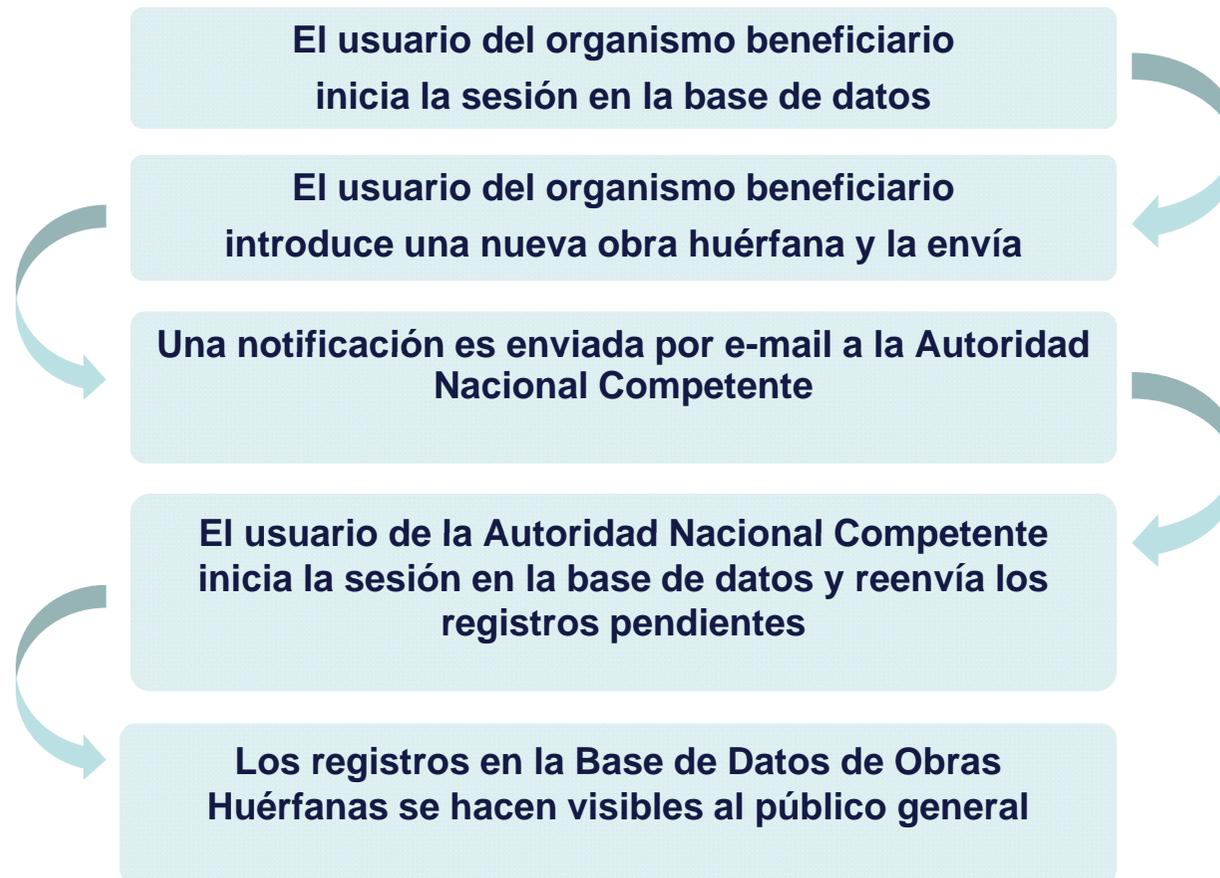
## ¿Cuál es la información disponible en la base de datos?



## El flujo de trabajo para los organismos beneficiarios



## El flujo de trabajo para registrar obras huérfanas



## Página web



The screenshot shows the EUIPO Observatorio website. At the top left is the EUIPO logo. To its right is the tagline "Promover y dar apoyo al valor de la propiedad intelectual" and a search icon. Below this is a navigation menu with five items: "Inicio", "Acerca del Observatorio", "Propiedad intelectual para...", "Informes y Estudios", and "Noticias y eventos". The "Propiedad intelectual para..." item is highlighted in green and contains a sub-menu with "La propiedad intelectual (PI) y la ejecución, la PI para las empresas, PI para la educación y la cul...". Below the menu is a breadcrumb trail: "Home > Propiedad intelectual para... > PI para la educación y la cultura > Base de Datos de Obras Huérfanas". The main heading is "Base de Datos de Obras Huérfanas". Below this is an illustration of a person sitting at a desk with a lamp and books, with a play button icon overlaid. To the right of the illustration is the text: "¿Qué son las obras huérfanas? Se entiende por «obras huérfanas» libros, artículos de diarios, periódicos, revistas y películas que están aún protegidas por derechos de autor, pero cuyos titulares no pueden ser localizados. Las obras huérfanas son parte de las colecciones actualmente mantenidas en la Unión Europea por bibliotecas, museos, archivos, instituciones de cinematografía y de herencia auditiva, y empresas de radiodifusión que sean servicio público. La ausencia de datos sobre su titularidad ha constituido con frecuencia un obstáculo a su digitalización y a hacerlas disponibles en línea."

<https://euipe.europa.eu/orphanworks/>

observatory.orphanworks@euipe.europa.eu

Orphan Works  
Database

Buscar y registrar obras huérfanas >

## Estadísticas – Abril 2016

- Países con organismos beneficiarios registrados en la Base de Datos  
Países en total = 22

### Distribución por sectores

Bibliotecas= 31

Audiovisual = 14

Museos = 11

Archivos = 14

Universidades = 7

Organismos públicos de radiodifusión = 3

Total = 80

- Países sin organismos beneficiarios registrados en la Base de Datos  
Total = 9



## Estadísticas – Abril 2016

Nuevos países con organismos beneficiarios registrations: **Eslovaquia, Austria y Croacia**

**Top 3** de países con mayor número de organismos beneficiarios registrados en la Base de Datos:

- United Kingdom (14)
- Germany (12)
- Lithuania (11)

## Estadísticas – Abril 2016

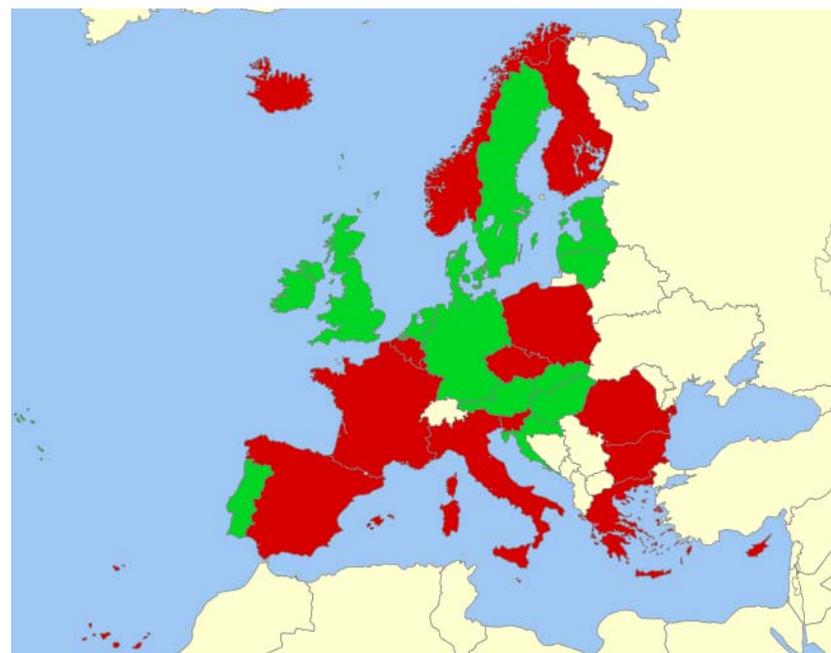
- Países donde se han registrado obras huérfanas = 14

Obras huérfanas registradas

Obras huérfanas = 1684

Obras insertadas y/o incorporadas = 10923

Total = 12.607



- Países que no han registrado obras huérfanas = 17

## Estadísticas – Abril 2016

Nuevos países con obras huérfanas registradas en la Base de Datos:  
**Eslovaquia, Irlanda y Austria**

**Top 3** de países con mayor número de obras huérfanas registradas en la Base de Datos:

- Gran Bretaña (11132)
- Holanda (796)
- Hungría (491)



[www.euipo.europa.eu](http://www.euipo.europa.eu)



---

@EU\_IPO



---

youtube/euipo

Gracias