

LEANDRO SUÁREZ

Dominios en Internet

PROBLEMÁTICA JURÍDICA

ASPECTOS TÉCNICOS Y LEGALES RESPECTO A LA FIGURA DE LA CIBEROCUPACIÓN EN ARGENTINA

NOMBRES DE DOMINIO. NIC ARGENTINA. REGISTROS. REQUISITOS. DISPUTAS.
SANCIONES. ANÁLISIS DE NORMATIVA. CONCEPTOS Y NATURALEZA JURÍDICA.
CIBEROCUPACIÓN INVERSA O «REVERSE DOMAIN NAME HIJACKING».
CONFLICTOS ENTRE MARCAS Y NOMBRES DE DOMINIOS.
«PARKING» DE NOMBRES DE DOMINIO. MONETIZACIÓN. FIGURAS CONTRACTUALES
EN EL CCCN. SANCIONES APLICADAS A CIBEROCUPAS. EVIDENCIA DIGITAL.
BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN PARA SER UTILIZADA EN INFORMES TÉCNICOS
PERICIALES. FUENTES DE INFORMACIÓN PÚBLICA. REDES SOCIALES.
FORMAS DE RECUPERAR UN NOMBRE DE DOMINIO. ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN
DE CASOS DE CIBEROCUPACIÓN. JURISPRUDENCIA NACIONAL
Y DEL CENTRO DE ARBITRAJE Y MEDIACIÓN DE LA OMPI



INCLUYE CONTENIDO
AUDIOVISUAL

h
hammurabi
JOSE LUIS DEPALMA EDITOR

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS	7
ABREVIATURAS	9

CAPÍTULO I

EVOLUCIÓN DE INTERNET Y EL CRECIMIENTO DE LOS NOMBRES DE DOMINIO

§ 1. Historia de Internet	31
a) Año 1969	31
b) El papel del doctor Leonard Kleinrock	32
c) ¿Qué era la conmutación de paquetes?	33
d) Abril de 1969	33
§ 2. ARPANET	33
a) Primera conexión	33
b) Conexión permanente	34
c) Crecimiento de usuarios	34
§ 3. Sistema DNS	34
— Objetivo	35
§ 4. TCP/IP	36
a) Apertura de los Estados Unidos	36
b) Definición	36
c) ¿Cómo funciona la arquitectura TCP/IP?	37
— Las cuatro capas del modelo TCP/IP	37
d) Modelo OSI	38
§ 5. ¿Qué es una dirección IP?	39
— Clases de direcciones IP	40
1. Desde el punto de vista de la accesibilidad	40

2. Desde el punto de vista de la perdurabilidad	40
3. Desde el punto de vista de su clase	40
§ 6. ¿Cómo saber cuál es la dirección IP?	41
a) Windows	41
b) MAC	42
c) Linux	43
d) Android	44
e) Internet	45
§ 7. Nombres de dominio	46
a) Concepto	46
b) Estructura	48
c) Protocolo HTTP	49
d) Diferencia con el protocolo HTTPS	49
e) URL	49
f) HTML	50
— ¿Qué son las marcas?	50
h) Cambios significativos	50
i) Clasificación	52
1. Dominios genéricos	52
2. Dominios restringidos	54
I. Dominio .int	54
II. Dominio .edu	55
III. Dominio .gov	55
IV. Dominios .coop; .museum y .aero	55
V. Otros dominios	56
V.1 Dominio .biz	56
V.2 Dominio .info	56
VI. Nuevos dominios	57
VI.1 Dominio .name	57
VI.2 Dominio .bar	57
VI.3 Dominio .cafe	58
VI.4 Dominio .spa	58
VII. Dominios controvertidos	58
VII.1 Dominio .tv	58
VII.2 Dominio .tel	58
VIII. Dominios de nivel superior geográfico	59
— Norma ISO 3166	59

CAPÍTULO II

HISTORIA DE NIC ARGENTINA.

FUNDACIÓN, PRIMEROS PASOS Y ACTUALIDAD

§ 8. NIC Argentina	61
a) La computación en la República Argentina: antecedentes históricos	61

b) En Estados Unidos nace el proyecto ARPA	63
c) Año 1983: El retorno a la democracia en Argentina	63
d) Año 1985	64
e) Proyecto Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)	66
f) Año 1987: BITNET vs. UUCP	67
g) HOST.TXT	68
h) Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	69
i) Década de los 90	70
j) Fundación de NIC Argentina	71
1. Primeros años: sistema gratuito	72
2. Visión	72
3. Propósito	73
k) MRECIC	73
l) ARIU	73
m) ¿Qué significan las siglas «NIC»?	75
n) Autoridades antes del incidente con Google	75
o) Servicios adicionales	75
1. Sistema WHOIS	76
2. Herramientas Kit NIC	76
3. RDAP	76
I. ¿Qué es?	76
II. ¿Para qué sirve?	77
III. ¿Cuál es la diferencia entre WHOIS y RDAP?	77
IV. ¿Cómo se utiliza?	77
§ 9. Cómo averiguar datos relevantes a nivel internacional	78
a) WHOIS público	78
b) WHOIS privado	78
§ 10. NIC Argentina antes del incidente «Google.com.ar»	79
§ 11. Cuerpo normativo hasta el año 2022	80
§ 12. NIC Argentina en la actualidad	84
§ 13. Normativa vigente	85
— Principios básicos	86
— Excepciones al registro	87
I. Dominios reservados	87
II. Dominios restringidos	88
III. Términos sujetos a aprobación	88
§ 14. Reglas para el registro de nombres de dominio	89
a) ¿Quién puede registrar un nombre de dominio?	89
b) ¿Cómo se realiza el registro?	89
c) ¿Qué información debe suministrar el interesado?	90
d) Requisitos	91
e) Duración	91
f) Prohibiciones de registro	92
g) Función de NIC Argentina ante conflictos por nombres de dominio	92
h) Responsabilidad del usuario	94
i) Responsabilidad por el otorgamiento de nombres de dominio	94

j) Revocación de registros de nombres de dominio	95
k) Notificaciones	95
l) ¿Cuándo queda notificado el usuario/usuario?	96
§ 15. Transferencia de nombres de dominio	96
a) ¿Cómo se transfiere un nombre de dominio?	96
b) Perfeccionamiento de la transferencia	98
c) Imposibilidad de transferir un nombre de dominio	98
d) Fallecimiento del titular	98
§ 16. Solución de controversias	99
a) Resolución 43/2019	99
b) Resolución 2/2022	100
§ 17. Disputa de nombre de dominio	100
a) ¿Qué información debe contener?	101
b) ¿Se pueden modificar los plazos establecidos?	102
c) ¿Cómo se resuelve la cuestión?	102
d) ¿Es posible recurrir la decisión?	103
e) Sanciones	103
§ 18. Ausencia de control y fomento de la ciberocupación?	103
a) Disposición 226/2020	104
b) Misma situación pero con la nueva Resolución 2/2022	104
c) ¿Cómo es posible demostrar la mala fe en un registro?	105
d) ¿Era necesario redactar una nueva resolución para resolver este tipo de cuestiones?	106
— Procedimientos sancionatorio antes solicitudes múltiples de dominios sin pago	107
§ 19. Decepción por la extensión SEG.AR y expectativa por BET.AR	110
§ 20. Dominio .tur.ar	115
a) Ausencia de control por parte del Estado	117
b) Carácter obligatorio	117
c) ¿Dónde se realiza el registro?	118
d) Relación con su nombre comercial	118
e) Incumplimiento. Sanciones	118
f) Plazo para el cumplimiento	119
g) Excepción al registro tur.ar	119
h) Plazo para el cumplimiento	119
i) Resolución 194/2020	119
j) Resolución 415/2020	120
k) Resolución 574/2021	120
§ 21. Registro de nombres de dominio en Argentina	121
§ 22. Cuestiones de domicilio y nacionalidad	122
a) Persona humana o jurídica (nacional o extranjera) en Argentina con domicilio en el país	122
b) Persona humana o jurídica (nacional o extranjera) en Argentina sin domicilio en el país	123
1. Persona humana	124
2. Persona jurídica (empresa u organización)	124

§ 23. Zonas especiales	125
a) ¿Qué significa la habilitación de zonas especiales?	126
b) Requisitos para iniciar el trámite	126
1. Dominio .mil.ar	127
2. Dominio .gob.ar	127
3. Dominio .gov.ar	127
4. Dominio .int.ar	127
5. Dominio .org.ar	127
6. Dominio .tur.ar	127
7. Dominio .musica.ar	128
8. Dominio .bet.ar	128
9. Dominio .coop.ar	128
10. Dominio .mutual.ar	128
11. Dominio .senasa.ar	129
c) Objetivo	129
§ 24. Normativa vigente: Resolución 2/2022	129
a) Resolución 1/2022	130
b) Resolución 2/2022	131
c) Resolución 13/2022	132
§ 25. Registro de nombres de dominio en Uruguay. Comparación con NIC Argentina	133
a) Información histórica sobre el registro de nombres .UY	133
b) Procedimiento	134
1. Gestión de dominios	135
2. Datos del dominio	135
c) Tabla comparativa	135

CAPÍTULO III

¿ES POSIBLE DETERMINAR LA NATURALEZA JURÍDICA DE LOS NOMBRES DE DOMINIO? SITUACIÓN LUEGO DE LA REFORMA DEL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

§ 26. Naturaleza jurídica de los nombres de dominio	137
— Posible categoría de los nombres de dominio: primera aproximación	140
§ 27. Derechos reales, personales e intelectuales	141
a) Derechos reales	141
b) Derechos personales	144
1. ¿Cuántas instancias se encuentran en la obligación?	146
2. ¿Existe la oponibilidad en el ámbito de las obligaciones?	147
3. Registro de un nombre de dominio	147
4. Principio de relatividad	148
c) Derechos intelectuales	149
— ¿Son los nombres de dominio una posible obra intelectual?	150
§ 28. Los principios contractuales en el derecho argentino	151

CAPÍTULO IV

CIBEROCUPACIÓN EN ARGENTINA:**¿ABUSO DEL DERECHO****SIN FIN?**

§ 29. Ciberocupación	153
a) ¿Cuándo surge el término «ciberocupación»?	153
b) Concepto elaborado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual	154
c) Otros conceptos	156
§ 30. Elementos	157
a) Conocimiento de la existencia de una marca	157
b) Adquirir el nombre de dominio con la intención de beneficiarse	158
c) Búsqueda de ventajas económicas con su registro	158
d) Impedir que el verdadero titular pueda acceder al registro	159
§ 31. Ciberocupación inversa, secuestro inverso de nombres de dominio o «reverse cybersquatting» o «reverse domain name hijacking»	159
a) Caso «Inbay.com»	160
b) Caso «Mondial Assistance SAS c. Compana LLC»	162
c) Caso «thesun.com»	164
d) Elementos necesarios para la configuración del secuestro inverso de nombres de dominios	166
1. Cuando el registro de un determinado nombre dominio es de fecha anterior a cualquier registro marcario	167
2. Cuando la queja interpuesta ante la Organización Mundial de la Propiedad Industrial no ha brindado ninguna evidencia del registro de mala fe o uso dirigidos hacia el demandante	167
3. Cuando el demandante ha intentado engañar al propietario del dominio o realiza declaraciones falsas o no es capaz de revelar información de carácter material	168
4. Cuando el demandante rompe las tratativas con el demandado o fracasan las negociaciones	168
5. Cuando el demandante utiliza los mecanismos que brinda la Organización Mundial de la Propiedad Industrial como último recurso	169
e) Tasas aplicables a los procedimientos bajo la Política UDRP	169
§ 32. ¿Cómo actuar ante un caso de secuestro inverso de nombres de dominio?	170
— Defensa técnica	170
§ 33. Diferencias entre los sistemas de nombres de dominio y el derecho marcario	171
a) ¿Quién administra el sistema de nombres de dominio?	171
b) ¿Cuáles son los principios que rigen en materia de nombres de dominio?	172
c) Derecho marcario: normativa vigente	172
§ 34. Marcas en Argentina	173
a) ¿Cuál es la función de una marca?	173
b) Marcas vs. Nombres de Dominio	174
c) Principio de exclusividad en el derecho marcario	176
d) Principio de territorialidad en el derecho marcario (país o región)	177

§ 35. Cuando el registro de una marca no es prioridad	177
a) ¿Qué debemos hacer antes de iniciar el registro?	178
1. Consulta en el sitio oficial del Instituto Nacional de Propiedad Industrial	179
2. TMView	180
b) Nombre registrado como marca. Oposición	180
§ 36. Estadísticas oficiales y su relación con la ciberocupación	181
a) Situación de NIC Argentina antes del arancelamiento	182
b) Reglas	184
c) ¿Fue correcta la primera implementación?	185
d) ¿La Res. 654/2009 afectó derechos adquiridos?	186
e) Interés legítimo	186
f) ¿No era más conveniente hacer el sistema pago de una sola vez?	187
g) Situación de NIC Argentina luego del arancelamiento	187
1. Primera actualización: precio de 160 pesos	188
2. Segunda actualización: precio de 160 pesos a 220 pesos	189
3. Tercera actualización: precio de 270 pesos	191
4. Cuarta actualización: precio de los dominios .ar a 540 pesos	195
5. Quinta actualización: precio de los dominios a 950 pesos	198
§ 37. Problemáticas en torno a la nueva extensión .ar	199
a) Disposición 226/2020 y los problemas con el sistema «Rapipago»	200
1. Procedimiento sancionatorio ante solicitudes múltiples de dominios sin pago	202
2. Problemática con Rapipago y la demora de su solución	203
b) ¿Qué dice el nuevo Código Civil y Comercial en materia de abuso del derecho?	204
c) ¿Qué debe hacer NIC Argentina ante los registros especulativos?	205
§ 38. Disposición 30/2022	206
a) Análisis del comportamiento empleado	207
b) Cantidad de registros realizados	207
c) Ausencia de información sobre el resto de los inhabilitados	208
d) Mala fe en el registro	209
e) Reclamos iniciados ante la inactividad de NIC Argentina	209
f) Concepto de «ciberocupación»	210
g) Sanción	210

CAPÍTULO V

GENERAR GANANCIAS CON NOMBRES DE DOMINIO. ¿MITO O REALIDAD?

§ 39. «Parking» de nombres de dominios	211
a) Concepto	213
b) Elementos	214
1. Nombre de dominio	214
2. Enlaces publicitarios	214
3. Delegación del nombre de dominio a una empresa de «parking»	215
4. Empresa prestadora del servicio de «parking» de nombres de dominio	216

§ 40. Empresas de «parking» de nombres de dominio	216
a) ¿Cuáles son las diferencias entre las distintas empresas?	217
b) Proceso de verificación de nombres de dominio	218
§ 41. ¿Resulta conveniente apostar por el sistema de «parking» de nombres de dominio?	220
a) Aspectos positivos	220
b) Aspectos negativos	221
§ 42. La empresa SEDO	222
a) Componentes internos del sistema de «parking» de nombres de dominio	222
b) Herramientas del sistema de «parking» de nombres de dominio	224
1. Mi Sedo	224
2. Insertar dominios	225
3. «Domain Parking»	225
4. «Buyer Control Panel»	226
5. Alerta de palabras clave	227
6. «Transfer Center»	227
7. Ver pagos	227
8. «Fake Traffic»	227
9. Estadísticas de afiliado	228
10. Datos de usuario	229
11. Datos bancarios	230
12. Modificar contraseña	231
13. Detalles de pago	231
14. Certificado de usuario	231
§ 43. Importancia de la figura del «parking» de nombres de dominio	232
a) Si ganamos dinero, ¿cómo se cobra?	234
b) ¿Cómo es el proceso de notificación?	234
§ 44. ¿Qué es PayPal?	234
a) Concepto	234
b) Relación con otras figuras	235
c) Realizar compras con PayPal	236
d) Conflicto entre comprador y vendedor: ¿Qué sucede?	236
e) Solicitar cheques	237
f) ¿Es posible solicitar cheques en cualquier momento?	238
g) Efectuar pagos a terceros	239
h) Hacer donaciones	239
i) Cómo funciona PayPal	239
j) Clases de cuentas	241
k) Funcionamiento interno	242
l) Cómo se envía dinero	242
m) ¿Existen costos por enviar o recibir dinero?	243
n) Cómo se retira dinero	246
ñ) Opción de retiro: NUBI	247
o) Opción de retiro: Banco Macro	248
p) Verificación de cuentas PayPal	249
q) ¿Qué pasaba hace 14 años?	249
r) ¿Cómo es el proceso de verificación?	250

s) Cuando se necesitaba el código de un papel	251
t) Tipos de saldos	252
§ 45. «CashParking»: apuesta de la empresa GODADDY	252
a) Política de reparto de las ganancias	253
b) ¿Qué clase de publicidad aparece en el nombre de dominio?	253
c) ¿Es recomendable este sistema?	253
§ 46. Nombres de dominio más caros de la historia	254

CAPÍTULO VI

EL «PARKING» DE NOMBRES DE DOMINIO DENTRO DEL DERECHO ARGENTINO LUEGO DE LA REFORMA DEL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

§ 47. El «parking» de nombres de dominio dentro del derecho argentino	261
§ 48. Elementos generales de los contratos	264
a) Objeto	264
1. Antes de la reforma	264
2. Luego de la reforma	265
3. Dominios administrados por un tercero	268
4. Obligación de control por parte de la empresa. ¿Es materialmente posible?	269
5. Exoneración de responsabilidad	269
b) Causa	270
1. Antes de la reforma	271
2. Luego de reforma	271
c) Consentimiento	272
— Capacidad	273
I. ¿Cómo es posible?	274
II. ¿Cómo se abona el servicio?	275
III. ¿Resulta complejo conocer la edad de un sujeto que adquiere un determinado servicio?	275
IV. Posible solución	275
§ 49. Modalidades de contratación	275
a) Contratos electrónicos	275
b) Contrato de adhesión	277
— Contrato de adhesión en el Código Civil y Comercial	277
§ 50. Firma electrónica	278
§ 51. Firma digital	279
a) Definición	279
b) Beneficios de la firma digital	280
c) Requisitos	281
§ 52. Forma	281
— ¿Qué implica la libertad de forma?	282

§ 53. Prueba	283
a) Antes de la reforma	284
b) Luego de la reforma	284
§ 54. Derechos de la empresa prestadora del servicio	285
§ 55. Obligaciones de la empresa prestadora del servicio	286
§ 56. Derechos de los usuarios	286
§ 57. Obligaciones de los usuarios	287
§ 58. Finalización del contrato de «parking» de nombres de dominio	287
§ 59. Cesión de derechos	288
a) Caracteres	289
b) ¿Qué derechos pueden ser cedidos?	289
c) Prohibición	289

CAPÍTULO VII

EVOLUCIÓN DE LA JURISPRUDENCIA ARGENTINA
EN MATERIA DE NOMBRES DE DOMINIO

§ 60. Fallos judiciales en Argentina	291
— Oposición y disputa, ¿es lo mismo?	292
§ 61. Mecanismos de resolución de conflictos de carácter internacional	293
§ 62. OMPI	297
§ 63. Jurisprudencia	297
a) Jurisprudencia del Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI. Decisiones del Panel Administrativo	297
1. «Bodegas y Viñedos López S.A. v. Raúl Didier», caso n° D2000-1798	297
I. Resumen	297
II. Transcripción de la decisión	298
II.1 Las partes	298
II.2 El nombre de dominio y el registrador	298
II.3 «Iter» procedimental	298
II.4 Antecedentes de hecho	299
II.5 Alegaciones de las partes	300
II.6 Discusión	302
II.7 Decisión	308
2. «Frávega S.A. c. Alejandro Razzotti», caso n° D2000-1268	308
I. Resumen	308
II. Transcripción de la decisión	309
II.1 Las partes	309
II.2 Nombre de dominio y registrador	309
II.3 Historia procesal	309
II.4 Antecedentes de hecho	310
II.5 Argumentos de las partes	311
II.6 Discusión y hallazgos	315
II.7 Decisión	321

3. «Banco Río de la Plata, S.A. v. Alejandro Razzotti», caso n° D2001-0173	321
I. Resumen	321
II. Transcripción de la decisión	322
II.1 Las partes	322
II.2 Nombres de dominio y entidades registradoras	323
II.3 «Iter» procedimental	323
II.4 Hechos	324
II.5 Alegaciones de las partes	325
II.6 Debate y conclusiones	327
II.7 Decisión	332
4. «Lionel Andrés Messi Cuccittini v. Carolina Rodríguez, Privacy Limited», caso n° D2015-2103	332
I. Resumen	332
II. Transcripción de la decisión	333
II.1 Las partes	333
II.2 El nombre de dominio y el registrador	333
II.3 Antecedentes procesales	333
II.4 Antecedentes de hecho	334
II.5 Argumentos de las partes	334
II.6 Discusión y hallazgos	336
II.7 Decisión	339
5. «Promociones Aéreas S.R.L. c. Nicolás Andrés Benítez», caso n° D2019-1075	339
I. Resumen	339
II. Transcripción de la decisión	339
II.1 Las partes	339
II.2 El nombre de dominio y el registrador	340
II.3 «Iter» procedimental	340
II.4 Antecedentes de hecho	341
II.5 Alegaciones de las partes	342
II.6 Debate y conclusiones	343
II.7 Decisión	346
6. «Club Atlético Boca Juniors Asociación Civil c. Perfect Privacy LLC/ Admin. Boca Juniors», caso n° D2019-2634	346
I. Resumen	346
II. Transcripción de la decisión	347
II.1 Las partes	347
II.2 El nombre de dominio y el registrador	347
II.3 «Iter» procedimental	347
II.4 Cuestión preliminar: idioma del procedimiento	348
II.5 Antecedentes de hecho	349
II.6 Alegaciones de las partes	351
II.7 Debate y conclusiones	353
II.8 Decisión	359
7. «Mattievich S.A. c. Domain Administrator, PrivacyGuardian.org/nelporkydomainsilo», caso n° D2020-3487	359
I. Resumen	359
II. Transcripción de la decisión	359
II.1 Las partes	359

II.2 El nombre de dominio y el registrador	360
II.3 «Iter» procedimental	360
II.4 Antecedentes de hecho	361
II.5 Alegaciones de las partes	361
II.6 Debate y conclusiones	362
II.7 Decisión	366
b) Jurisprudencia argentina (1997-2019)	366
1. Juzgado en lo Civil y Comercial Federal n° 7, 26/11/97, «Heladerías Freddo S.A. c. Spot Network s/A apropiación indebida de nombre "Freddo" para Internet»	366
I. Resumen	366
II. Transcripción del fallo	367
2. Juzgado Nacional en lo Civil y Comercial Federal n° 4, 4/6/99, «Camuzzi de Argentina S.A. c. Arnedo, Juan Pablo s/Medidas Cautelares»	369
I. Resumen	369
II. Transcripción del fallo	370
3. Juzgado Nacional en lo Civil y Comercial Federal n° 3, 5/3/99, «Errepar S.A. c. Besana, Guillermo Antonio s/Medidas Cautelares»	373
I. Resumen	373
II. Transcripción del fallo	374
4. Cámara Federal Civil y Comercial, Sala II, 30/12/99, «Pugliese, Francisco Nicolás c. Pérez, Carlos Enrique s/Medidas Cautelares»	374
I. Resumen	374
II. Transcripción del fallo	375
5. Análisis de los casos planteados hasta el año 1999	379
6. Juzgado Federal n° 2, Secretaría A, 3/10/00, «La Gallega Supermercados c. Ortiz, Guillermo s/Medida Cautelar»	380
I. Resumen	380
II. Transcripción del fallo	380
7. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, Sala III, 27/3/14, «New Yetem S.A. c. Proyecto Tegner s/Medidas Cautelares»	383
I. Resumen	383
II. Transcripción del fallo	384
8. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal de la Capital Federal, 14/2/14, «Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. c. Castaneda, Matías s/Cese de uso de marcas / Daños y perjuicios»	388
I. Resumen	388
II. Transcripción del fallo	389
9. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, Sala III, 17/2/16, «Grupo Editorial Planeta S.A.I. y C. s/Medidas Cautelares»	412
I. Resumen	412
II. Transcripción del fallo	413
10. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, Sala II, 22/5/19, «Invertironline Com Argentina S.A. c. Stamat, Pedro Alfonso s/Medidas Cautelares»	420
I. Resumen	420
II. Transcripción del fallo	421

CAPÍTULO VIII

ARGENTINA: PARAÍSO DE LA CIBEROCUPACIÓN

§ 64. Consejos prácticos para evitar ser víctimas de ciberocupación	427
§ 65. Ciberocupación y redes sociales	427
§ 66. Política de integración de sitios web y redes sociales	428
§ 67. Comienzos de un proyecto. Puntos para tener en cuenta	428
— ¿Qué hacemos primero?, ¿perfil en redes sociales o sitio web?	429
§ 68. Herramientas de publicidad	430
§ 69. Desarrollo web	432
a) Sitio web	432
b) Falta de conocimiento. ¿Una excusa?	433
§ 70. Registro de nombres de dominio para el emprendimiento	434
a) Cuando el que registra no es titular: problemática actual	435
— Posible solución	436
b) ¿Es necesario registrar todos los dominios?	436
§ 71. Cómo elegir un nombre de dominio en la República Argentina	438
a) Simplicidad	439
b) Longitud	439
c) Palabras clave	439
d) Evitar los guiones	439
e) Nombre de la marca	439
f) Números: en caso de ser necesario	440
§ 72. Servicio de «hosting»	441
— ¿Qué es un servicio de hosting?	441
§ 73. Proceso de identificación en redes sociales. Cómo es posible individualizar una cuenta en particular	442
a) Facebook	442
1. ¿A dónde podemos reclamar?	443
2. Fan Page	444
I. Eliminar o cambiar permisos	445
b) Instagram	446
c) Twitter	447
d) YouTube	448
— Cómo realizar un reclamo	450

CAPÍTULO IX

EVIDENCIA DIGITAL: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS. SU IMPORTANCIA EN LA INVESTIGACIÓN

§ 74. Evidencia digital	453
a) Concepto	454
b) Características de la evidencia digital	455

§ 75. La situación en la República Argentina	457
a) Río Negro	457
b) Procuración General de la Nación	458
c) Ministerio de Seguridad de la Nación	459
d) Neuquén	459
e) Corrientes	460
f) Santa Fe	461
g) Santa Cruz	461
h) Unidad Fiscal Especializada en Ciberdelincuencia (UFECI) y la Dirección General de Cooperación Regional e Internacional (DIGCRI)	461
i) Convenio de Budapest	462
j) Unidad 24/7 de Delitos Informáticos y Evidencia Digital	463
k) Protocolo de actuación para la investigación científica en el lugar del hecho. Resolución 528/21	464
1. Preservación del lugar del hecho y potenciales elementos de prueba. Capítulo IV	466
2. Exploración, localización, valoración y recolección de potenciales elementos de prueba (PEP). Capítulo X	466
3. Profesionales: Orden de intervención	468
4. Autorización judicial	468
5. Actas e informes	469
6. Cadena de custodia: embalaje, rotulado y remisión de potenciales elementos de prueba. Capítulo XI	469
§ 76. Principios. Norma ISO 27037	470
§ 77. Objetivo de la norma ISO/IEC 27037	471
§ 78. Importancia de la evidencia digital	472
§ 79. Metodología aplicada a la búsqueda de información	472
— ¿Qué significa QSINT?	473
§ 80. Cómo iniciar un proceso de investigación en un caso de ciberocupación	475
§ 81. Análisis de correos electrónicos	477
a) ¿Qué se entiende por correo electrónico?	478
b) Validez de su incorporación	478
c) Ofertas de nombres de dominio por correo electrónico	478
d) Información en correos electrónicos. El caso «Gmail»	479
— Análisis técnico	479
e) Información en correos electrónicos. El caso «Outlook»	480
— Análisis técnico	480
f) Información en correos electrónicos corporativos	482
— Análisis técnico	482
g) Formas de incorporar correos electrónicos a un proceso judicial	482
§ 82. Resguardo de evidencia digital	483
a) Dispositivo de almacenamiento utilizado para el caso concreto	483
b) Intervención de un escribano público. Metodología	484
1. ¿Pueden aparecer problemas de legitimación activa?	485
2. Primer paso: obtener IP del lugar de trabajo	485
1. Página NIC Argentina	486

II. IP Privada: utilizando comando CMD	486
III. IP pública: utilizando páginas de Internet	487
3. Segundo paso: obtener datos del dispositivo informático	487
I. Desde «Panel de control»	487
II. Por medio de un comando	488
III. Por medio de un programa	488
4. Tercer paso: obtener los datos del dispositivo provisto por el cliente	488
— ¿Qué es necesario incorporar?	489
5. Desarrollo del acta notarial	489
c) ¿Cómo funciona la memoria caché del procesador?	490
d) ¿Es necesario borrar la memoria caché antes de cada constatación?	491
§ 83. Navegadores	492
§ 84. Análisis de sitios web, redes sociales, plataformas de video, aplicaciones de mensajería instantánea. Metodología	493
a) ¿Qué significa HTML?	493
b) ¿Cómo se analiza un sitio web?	494
c) ¿Es necesario descargar el sitio web completo?	494
d) Información adicional para incorporar al acta notarial	494
e) ¿Qué clases de sitios web podemos encontrar?	496
f) Venta de nombres de dominio	497
§ 85. Redes sociales	498
a) Facebook	499
1. ID de Facebook	499
2. Conversación en Facebook	500
b) Instagram	501
1. ID de Instagram	501
2. Conversación en Instagram	502
c) Twitter	503
— Conversación en Twitter	503
§ 86. Aplicaciones de mensajería instantánea	504
a) ¿Qué es WhatsApp?	505
b) ¿Dónde se guardan las conversaciones en WhatsApp?	505
c) Procedimiento para extraer una conversación en WhatsApp	506
§ 87. Capturas de pantalla	507
— Capturas de pantalla admitidas en el proceso judicial	508
§ 88. «Hash»	509
— Programas	509
1. File Checksum	510
2. HTML5 File Hash Online Calculator	510
3. HashMyFiles	510
4. QuickHash	510
5. MultiHasher	511
§ 89. Pericia informática	511
— ¿Cuándo es necesaria la presencia de un perito informático?	512

CAPÍTULO X

**CIBEROCUPACIÓN. SITUACIÓN
EN ARGENTINA: CASOS**

§ 90. La pandemia de la ciberocupación	513
a) Situación a nivel internacional: OMPI y el aumento de disputas en 2020	513
b) Estadísticas de la OMPI (2000-2021)	515
§ 91. Caso «Google.com.ar»	519
a) Autoridades	520
b) Incidente del 21 de abril de 2021	521
c) Datos brindados por la organización Open Data Córdoba	522
d) Procedimiento aplicado al caso: registro del nombre de dominio «Google.com.ar»	523
e) ¿Es posible revocar un registro?	525
f) Trámite de disputa	525
1. ¿Era necesario iniciar una disputa por un error de sistema?	526
2. Sanciones	526
3. ¿Existe la posibilidad de aplicar una sanción por un error del sistema?	527
g) La marca Google en Argentina	527
h) Registro del dominio «google.com.ar»	528
— ¿Qué necesitaba el usuario para registrar el nombre de dominio «google.com.ar»?	528
§ 92. Caso «gobs.ar»	529
a) Email «Spoofing»	534
b) ¿Qué podemos hacer?	535
§ 93. Mayores registradores de nombres de dominio en la República Argentina	536
a) Cuando la igualdad no existe	539
b) Información de libre acceso: Boletín Oficial	539

BIBLIOGRAFÍA GENERAL	541
-----------------------------------	-----