Libro completo en https://tinyurl.com/y6bm6e69
2025. UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas,
https://www.juridicas.unam.mx/
Acervo de la BJV: https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
DOI: https://doi.org/10.22201/iij.9786075870816e.2025.c3

NOMBRES DE DOMINIO EN EL T-MEC

Ana Georgina ALBA BETANCOURT*

SUMARIO: I. *Introducción*. II. *Los nombres de dominio en Internet*. III. *Los nombres de dominio vistos desde el derecho*. IV. *La propiedad intelectual en tensión con los nombres de dominio*. V. *La Política Uniforme de Solución de Controversias*. VI. *Conclusión*. VII. *Bibliohemerografía*.

I. INTRODUCCIÓN

Los nombres de dominio en Internet representan una parte fundamental en la arquitectura digital, pues gracias a ellos los usuarios en Internet pueden encontrar de forma más amigable las direcciones virtuales. La figura desde el punto de vista legal ha planteado varios retos, iniciando por la definición de su naturaleza jurídica. El Tratado de Libre Comercio de América del Norte no hace alusión a los nombres de dominio, pero es una gran novedad el hecho de que se presente en el capítulo de propiedad intelectual en la renegociación de dicho Tratado, ahora denominado Tratado entre México, Estados Unidos, y Canadá (T-MEC); es crucial explorar tanto su función técnica como su implicación jurídica.

En la sección II, el artículo examina la estructura del Internet y del sistema de nombres de dominio (DNS, por sus siglas en inglés), así como las instituciones encargadas de su gestión, principalmente la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (ICANN), que lleva los registros de nombres de dominio.

En la sección III, profundizo en la percepción legal de los nombres de dominio, iniciando con las distintas teorías doctrinales sobre su naturaleza jurídica, desde la perspectiva de que su origen es contractual, pero también da un efecto de distintividad. La sección concluye con la referencia que se

* Investigadora en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Coordinadora de la línea de investigación "Propiedad intelectual".

hace en el T-MEC sobre esta figura, en donde veremos que el tratado trilateral se enfoca en obligar a las Partes a tener disponible un mecanismo de resolución de controversias, muy similar a lo que refiere la Política Uniforme del ICANN para los nombres de dominio, los cuales son asignados a los territorios de las partes (con los sufijos *.mx*, *.us* y *.ca*). Una nota que sobresale de la regulación es que, a diferencia de los conflictos entre marcas y nombres de dominio conforme a la política del ICANN, el Tratado convoca a las partes a que cuenten con remedios para daños y perjuicios ocasionados al titular de marca, esto por un registro de nombre de dominio que incumpla con los supuestos de la política uniforme.

En la cuarta sección se abordará, precisamente, el delicado equilibrio entre los nombres de dominio y los derechos de propiedad intelectual. En un primer momento, se explora a las marcas como signos distintivos que pueden confrontarse con los nombres de dominio. Se analiza también la figura de reservas de derecho al uso exclusivo, en la forma de protección a los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, así como la protección a los nombres de personajes y los nombres artísticos. La Ley Federal de Derechos de Autor habla de la protección a estas categorías, y dado que son nombres, pueden también ser objeto de controversia con nombres de domino. Posteriormente, la sección refiere a los avisos comerciales, las indicaciones geográficas y denominaciones de origen, dado que son categorías de propiedad intelectual, que pueden llegar a competir con el registro de nombres de dominio.

Finalmente, en la quinta sección examinaremos los mecanismos de resolución de controversias que se aplican en el contexto de los nombres de dominio y los derechos de propiedad intelectual, tanto a nivel internacional, a través de Política Uniforme de Solución de Controversias del ICANN, como a nivel local, mediante las políticas locales de resolución de disputas.

El objetivo del artículo es proporcionar una visión integral de los nombres de dominio y su contexto en la inclusión en el T-MEC, explorando la intersección del derecho, en específico las distintas categorías de propiedad intelectual y los mecanismos de resolución de conflictos en el ámbito digital.

II. Los nombres de dominio en Internet

1. *El Internet y su funcionamiento*

El Internet es una red global que conecta a computadoras y permite el intercambio de información entre los usuarios mediante protocolos. Su nombre

procede del inglés *Interconnected Networks* (redes interconectadas).[1] Un protocolo de red es un conjunto de reglas que rigen el intercambio de información a través de una red de computadoras; el más usado es el conocido como TCP/IP (Protocolo de control de transmisión y protocolo de Internet).[2]

La forma en que funciona el Internet es precisamente conectando a las computadoras entre sí. Las páginas de Internet (*webpages*) se encuentran alojadas en servidores. Los servidores son computadoras de gran capacidad capaces de almacenar grandes cantidades de datos y de recibir y mandar datos muy rápidamente. Por ejemplo, los videos en la página YouTube están "contenidos" en un servidor, que es una super computadora, en algún lugar de California. Cuando el usuario 1 de YouTube "sube" un video a esa página, este video se aloja en el servidor de Google, y cuando el usuario 2 busca ese video, la computadora solicita el video al servidor y el servidor lo manda a la computadora 2 para su reproducción.[3]

Cada dispositivo conectado a Internet tiene una dirección única (IP) con la cual puede comunicarse con otros dispositivos o computadoras, que le sirve de identificador virtual, y esto permite a otros dispositivos localizar y comunicarse con ese dispositivo en la red.[4] La dirección IP es en sí misma un número con una identificación única compuesta de números y caracteres. Dado que cada aparato que está con conexión a Internet tiene una dirección IP única, hay, entonces, millones de direcciones IP, que bajo la versión IPv4 se compone de 4 bloques, y cada bloque es un número del 0 al 255 y está separado por un punto, por ejemplo: 192.168.0.11 Dada la saturación de direcciones por el crecimiento de Internet, las direcciones de este protocolo se han saturado, por lo que actualmente está en función la sexta versión del protocolo (IPv6).[5]

Es gracias a estos protocolos que hay un lenguaje fluido y las computadoras pueden interactuar entre ellas a través de la conexión a la red. El *HyperText Transfer Protocol* (HTTP) es el protocolo que los navegadores y ser-

---

[1] Rouse, Margaret, "Guía sobre el Internet", *Techopedia*, disponible en: *https://www.techopedia.com/es/definicion/internet*.

[2] Bia, Alejandro y López-Tarruella, Aurelio, "Fundamentos técnicos y organizativos de Internet", en López-Tarruella, Aurelio y García Mirete, Carmen, *Derecho TIC. Derecho de las tecnologías de la información y de la comunicación*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2016, pp. 19-48.

[3] Váese Lesics Española, "¿Cómo funciona Internet?", *YouTube*, disponible en: *https://www.youtube.com/watch?v=rw41W8crZ_Y*.

[4] Rouse, Margaret, *op. cit.*

[5] Palomares Chust, Alberto, "Protocolos básicos de internet", Universidad Politécnica de Valencia, 2012, disponible en: *https://riunet.upv.es/handle/10251/16312* (fecha de consulta, 20 de febrero de 2024).

vidores de la red usan para comunicarse unos con otros en Internet. Permite la transferencia de documentos de tipo "hipertexto", es decir, documentos que permiten acceder a otros documentos mediante enlaces. Las páginas *web* (páginas en línea) están desarrolladas en un lenguaje de hipertexto que puede transmitirse usando este protocolo.[6] El *https* aumenta la palabra "secure" al nombre, y su propósito es encriptar los datos para asegurar una transmisión de datos segura y refiere que el servidor está autenticado. El propósito es proteger los datos que se transmiten, ya que una conexión *http* puede ser interceptada y es más susceptible de sufrir ataques. Aunque el *http* y el *https* son los protocolos más comunes, también existen otros como "File Transfer Protocol", "Mailto", entre otros.[7]

2. *Sistema de nombres de dominio (DNS)*

Este sistema permite a los humanos y a las computadoras comunicarse más fácilmente. Como hemos visto en la sección anterior, las computadoras usan una serie de números para comunicarse entre sí a través de la red. Para los humanos, sin embargo, es más natural usar nombres para poder comunicarse. Así, el sistema de nombres de dominio (DNS) es un sistema que permite localizar las direcciones IP a través de nombres, funciona como una agenda telefónica. Se puede decir que la función del DNS es traducir la solicitud de un nombre, tecleado por una persona, a números IP específicos que las computadoras entiendan.[8]

Así, los nombres de dominio se componen de un "nombre" y un "sufijo". Por ejemplo, el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM tiene una página en Internet bajo el nombre de dominio *juridicas.unam.mx*. Vamos a tomar este ejemplo para explicar los sufijos, ya que existen los de *Top Level Domain* (TLD) y los de segundo nivel, *Second Level Domain* (SLD).

Los TLD se dividen en dos principales categorías: los genéricos (*Generic Top Level Domains*, [gTLD]) y los territoriales (*Country-Code Top Level Domain*, [ccTLD]).

Es una distinción importante, porque los primeros están basados en una gestión de registro global a través del ICANN (institución de la que habla-

---

[6] *Idem*.

[7] "HTTP", *Concepto*, disponible en: *https://concepto.de/http/* (fecha de consulta: 31 de enero de 2024).

[8] Bustos, Gustavo, "¿Qué es DNS y cómo funciona?", *Hostinger Tutoriales*, 20 de mayo de 2019, disponible en: *https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-dns* (fecha de consulta: 31 de enero de 2024).

remos más adelante); en el caso de los ccTLD, su registro y gestión está con base en el territorio, y son precisamente aquellos a los que concierne el capítulo de propiedad intelectual del T-MEC.

A. *Dominios genéricos de nivel superior (gTLD)*

Se trata de nombres de dominio que, en principio, pretendían identificar el tipo de actividad que correspondía al titular, así pues, se tienen los de libre registro que no establecen requisitos o condiciones para su uso y registro. Por ejemplo: el *.com*, se utilizaba para aquellos titulares que se dedican al comercio; el *.org* para organizaciones con fines no lucrativos; el *.net* para proveedores de servicio de la red.[9]

Por otro lado, existen gTLDs de registro restringido en los que el solicitante debe acreditar el cumplimiento de un determinado requisito, también se les conoce como gTLDs "patrocinados" pero sólo desde el punto de vista de representación a una comunidad en específico.[10] Por ejemplo, *.post* es operado exclusivamente por Universal Postal Union, *.bbc* es operado por British Boradcasting Corporation; o *.wtc* operado por el World Trade Centers Association.[11]

B. *Nombres de dominio territoriales de nivel superior (ccTLDs)*

La principal función de los ccTLDs es la vinculación a determinado territorio; su formato es básico pues se asignaron con la combinación única de dos letras para 240 países, por ejemplo: *.mx* para páginas de México; *.uk* para páginas del Reino Unido; *.jp* para páginas de Japón, etcétera.

Cada uno de los ccTLDs se gestiona por una entidad designada por la Internet Assigned Number Authority (IANA), la asociación responsable de coordinar algunos de los elementos esenciales que mantienen al Internet funcionando a través de varias actividades referentes al manejo de los nombres de dominio, coordinación de los números IP, y la asignación de

---

9 García Vidal, Ángel, *Derecho de marcas e Internet*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2002, p. 58.

10 Agustinoy Guilayn, Albert, "El sistema de nombres de dominio y sus aspectos jurídicos", en López-Tarruella, Aurelio y García Mirete, Carmen, *op. cit.*, pp. 49-75.

11 La lista se puede consultar en el sitio *web* de ICANN, "Generic Top-Level Domain (gTLD) Registry Agreements", disponible en: *https://www.icann.org/en/registry-agreements.*

sistemas de protocolos de Internet.[12] Las entidades designadas por IANA tienen plena independencia en la regulación y gestión del registro de su correspondiente dominio territorio.[13]

C *Nombres de dominio de segundo nivel (SLD)*

Un nombre de dominio de segundo nivel es una parte específica de un sitio de Internet, que va antes del nombre de dominio de nivel superior.[14] En el ejemplo señalado anteriormente, de *juridicas.unam.mx*, la palabra "unam" es el nombre de dominio de segundo nivel.

D. *Localizador Uniforme de Recursos (Uniform Resource Locator [URL])*

Es la ubicación de determinado sitio, página o archivo en Internet. Se compone de los protocolos (*http* o *https*, regularmente) después de ellos, vienen dos puntos y dos barras, que es lo que divide el protocolo del resto de la URL —está desapareciendo la referencia "www" que se refería a la *world wide web*, cada vez está siendo menos usada—, posteriormente, sigue el nombre de dominio con sus respectivos sufijos. Puede ser que, separado por barras, se incluya información diversa, por ejemplo, el camino a la videoteca del Instituto de Investigaciones Jurídicas se da con la URL *juridicas.unam.mx/videoteca*. También se pueden incluir una cadena de parámetros (*parameter string*) que inicia con algún signo, como "?" o bien, con un ancla como # que direcciona al navegador a una parte específica de la página.[15]

3. *Instituciones vinculadas al funcionamiento del Internet*

A. *Internet Assigned Numbers Authority (IANA)*

Si bien, no hay un sistema global de gobierno de Internet, sí existen instituciones que ayudan a su regulación. No es el objetivo de este artículo

[12] La página *web* de la Internet Assigned Numbers Authority (IANA) está disponible en: *iana.org/about*.

[13] Agustinoy Guilayn, Albert, *op. cit*.

[14] Rouse, Margaret, "What does Second-Level Domain Mean?", *Techopedia*, 2017, disponible en: *https://www.techopedia.com/definition/15489/second-level-domain-sld*.

[15] Véase Eye on Tech, "What is a URL? URL Components and How it Works", *YouTube*, disponible en: *https://www.youtube.com/watch?v=-LPe4tYckkg*.

hablar de la evolución del Internet, pero si es importante notar que IANA surgió en 1988 en el contexto de la transición del ARPANET al Internet. Es en 1994 cuando se hace notar que IANA sería responsable de la coordinación y manejo del sistema de nombres de dominio, en el documento RFC 1591.[16] IANA se convirtió así en la autoridad de registro, concesión y administración de los protocolos de comunicación de Internet (IP) y los nombres de dominio. Las funciones principales de IANA incluían la coordinación de la asignación de parámetros de protocolo técnico, incluida la gestión del dominio de nivel superior (TLD) del área de parámetros de enrutamiento y direcciones; la administración de ciertas responsabilidades asociadas con la gestión de la zona raíz del sistema de nombres de dominio (DNS) de Internet, como los gTLDs y de ccTLD; y la asignación de recursos de numeración de Internet, entre otros servicios.[17]

B. *Corporación para la Asignación de Nombres y Números en Internet (ICANN)*

La Corporación para la Asignación de Nombres y Números en Internet (ICANN, por sus siglas en inglés) es una organización sin fines de lucro que asumió la responsabilidad de coordinar las direcciones de IP, la ubicación del espacio, los protocolos (*http*, *https*), los nombres de dominio, entre otros. Desde su creación en 1998, su misión es coordinar y brindar soporte a los identificadores únicos en todo el mundo, como una corporación de bien público y sin fines de lucro.[18]

Inició sus funciones por iniciativa del gobierno de Estados Unidos para tener una organización no gubernamental que administrara las políticas de los nombres de Internet y el sistema de direcciones. Era importante tener una disociación del gobierno (en un mismo territorio) para llegar a la integración de una comunidad global de Internet.

Uno de los principios fundamentales del ICANN, dado que su modelo se compone de diversos actores, es, justamente, que todos los puntos de vista

---

[16] Los RFC son documentos técnicos sobre la regulación del Internet. Véase Snyder, Joel; Komaitis, Konstantinos y Robachevsky, Andrei, "The History of IANA", *Internet Society*, 9 de mayo de 2016, disponible en: *https://www.internetsociety.org/ianatimeline/*.

[17] Véase la página *web* de la ICANN, en su apartado "About ICANN", disponible en: *https://www.icann.org/resources/pages/welcome-2012-02-25-en.*

[18] Véase la Infografía "Conociendo la Corporación para la Asignación de Nombres y Números en Internet (ICANN)", disponible en: *https://www.icann.org/es/system/files/files/getting-to-know-icann-quicklook-30apr20-es.pdf*.

sean considerados apropiadamente. Se organiza bajo el lema de que todos los usuarios de Internet merecen opinar sobre cómo se regula.[19]

4. *Registros de nombres de dominio*

Para poder registrar un nombre de dominio, toda persona interesada debe de aplicar ante un registrador acreditado por el ICANN. El registrador verifica si el nombre de dominio se encuentra disponible, y si lo está, crea un registro con la información del titular del nombre de dominio. También es posible registrar dominios mediante revendedores de un registrador.[20] WHOIS era un protocolo de Internet que se usaba para consultar bases de datos y obtener la información sobre el registro de un nombre de dominio y cuál es la dirección IP que le corresponde. Los datos que se incluyen son: la fecha de creación del nombre de dominio, la de vencimiento del nombre de dominio y, lo que es muy importante, la información del titular del nombre registrado, así como su contacto. Es por ello por lo que el servicio WHOIS podía ser utilizado para identificar al titular del nombre de dominio.[21] Desde 2019, el ICANN ha cambiado el protocolo WHOIS por el Protocolo de Acceso a los Datos de Registro (RDAP), que pretende tener un acceso más seguro a los datos, tiene un formato estandarizado que facilita el uso, tiene mayor compatibilidad internacional y se puede tener un acceso más diferenciado a los datos de registro.[22]

Así, el contrato de registro constituye el instrumento imprescindible para obtener la titularidad de un nombre de dominio y poder vincularlo a una dirección numérica. Además del formulario electrónico que el registrador debe de llenar ante la entidad acreditada por el ICANN, deben de cubrirse las tarifas determinadas por el registrador, que cubrirá por un periodo mínimo de un año. Cabe mencionar que el contrato de registro es de adhesión, y responde a un modelo básico elaborado por el ICANN, mientras que en los contratos de los ccTLDs, la redacción dependerá del NIC correspondiente al territorio.[23]

---

[19] Véase la página *web* de la ICANN, en su apartado "About ICANN", disponible en: *https://www.icann.org/resources/pages/welcome-2012-02-25-en*.

[20] Consúltese la Herramienta de búsqueda de datos de registración de la ICANN Lookup, disponible en: *https://lookup.icann.org/es*.

[21] Véase la página *web* de la ICANN, en su apartado "Acerca de Whois", disponible en: *https://www.icann.org/resources/pages/what-2013-03-22-es*.

[22] Véase la página *web* de la ICANN, en su apartado "Registration Data Access Protocol (RDAP)", disponible en: *https://www.icann.org/rdap*.

[23] Agustinoy Guilayn, Albert, *op. cit.*, pp. 58 y 59.

III. Los nombres de dominio vistos desde el derecho

1. *Naturaleza jurídica de los nombres de dominio*

Podemos asegurar que no hay un consenso sobre una única naturaleza jurídica de los nombres de dominio. Para efectos de este trabajo de investigación definiremos primero qué entendemos por naturaleza jurídica: "se refiere a las características, connotación, elementos esenciales y de existencia, así como al estado de la cuestión de un concepto, figura o institución...".[24] Por ejemplo, podemos decir que la naturaleza jurídica de la figura del matrimonio, es un acto jurídico que se encuentra determinado por la voluntad de los contrayentes y la intervención del Estado, que establece los requisitos (como la mayoría de edad), formalidades (que se hace por escrito) y la autoridad ante la que se constituye (juez del Registro Civil) para su existencia y validez.

Así, podemos distinguir las siguientes posturas respecto a la naturaleza jurídica de los nombres de dominio:

— Postura 1: los nombres de dominio son bienes (inmateriales) con contenido patrimonial que pueden transferirse, grabarse o embargarse.[25]
— Postura 2: los nombres de dominio son el efecto de un contrato de prestación de servicios entre la entidad registradora y el titular.[26]
— Postura 3: los nombres de dominio son signos distintivos para las empresas y se equipara al nombre del establecimiento comercial en la red.[27] Al respecto, también se ha dicho que los nombres de dominio son una suerte de identidad en la red, necesaria para la transmisión de información.[28]

---

[24] Pérez Contreras, María de Montserrat, voz "Natutaleza jurídica", en *Derecho de familia y sucesiones*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2010, disponible en: *https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3270/24.pdf*, p. 254.

[25] Postura sustentada por la Anticibersquatting Consumer Protection Act., en Morales Andrade, Marcos, "Naturaleza jurídica de los nombres de dominio", *Revista Chilena de Derecho Informático*, núm. 5, 2004, disponible en: *https://doi.org/10.5354/rchdi.v.0i5.10743*.

[26] *Idem*.

[27] *Idem*.

[28] Becerra Ramírez, Manuel, *La propiedad intelectual en transformación*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2017. p. 145.

— Postura 4: es una licencia, pues consiste en la autorización para emplear una dirección electrónica con el fin de acceder a un contenido *on line*.[29]

Considero que si bien debe tomarse en cuenta que el origen de los nombres de dominio es contractual (sin contrato no existe en la red), forma parte de un derecho patrimonial del titular que lo registra, quien puede hacer transferencia del nombre de dominio, no sólo a otra persona, sino inclusive a otro servidor. Finalmente, también es importante establecer que se trata de un nombre que da distintividad al producto, servicio o actividad que realiza el titular en Internet.

2. *Los nombres de dominio en el T-MEC*

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) no contaba con alguna mención respecto a los nombres de dominio; ahora, en la renovación del tratado, (ahora llamado Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá [T-MEC]) ya se encuentran mencionados dentro del capítulo relativo a la propiedad intelectual. Sin embargo, en el artículo 20.27, el Tratado no define a los nombres de dominio como sí define cuáles son los tipos de signos que van a ser registrables como marcas (artículo 20.17), o cuál va a ser la materia susceptible de ser protegible por patente (artículo 20.36).

Lo que refiere el Tratado es la obligación de cada una de las partes de tener disponible un procedimiento adecuado para la solución de controversias que se base en los principios de la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio (UDRP, por sus siglas en inglés), para los nombres de dominio ccTLD de la región económica, éstos son *.mx*, *.us* y *.ca*. Cabe notar que la referencia a esta figura se encuentra dentro de la sección C del Tratado, relativa a marcas, y deja en claro en el párrafo 2 del artículo 20.27 que los recursos apropiados que deben disponer las partes son para cuando un nombre de dominio sea idéntico o confusamente similar a una marca. Es decir, el Tratado únicamente refiere que puede haber colisión entre nombres de dominio y marcas, omitiendo mencionar otras categorías de propiedad intelectual, que veremos en el apartado IV.

[29] Ortega Rueda, José David, "Régimen jurídico de los dominios en internet (I) introducción, funcionamiento y naturaleza", *Revista Lex Mercatorio*, núm. 4, 2017, p. 91, disponible en: *revistalexmercatoria.umh.es*.

Como veremos más adelante, esta mención al sistema de solución de controversias y los requisitos al procedimiento son iguales a los que sigue la UDRP. Además, el T-MEC exige a las partes que el procedimiento de solución de controversias disponible sea expedito, de bajo costo, justo y equitativo, no gravoso y que no impida recurrir a procedimientos judiciales. Por último, el Tratado somete a una obligación para las partes acerca de que deben de dejar en acceso público en línea una base de datos que sea confiable y precisa con la información de contactos sobre los registrantes de nombres de dominio.

Es importante mencionar que el T-MEC amplía los remedios en caso de que se muestre que hubo un registro indebido del nombre de dominio, ya no solamente es la cancelación del nombre de dominio o la transferencia de este, sino que se amplía al pago de daños y perjuicios.

IV. La propiedad intelectual en tensión con los nombres de dominio

1. *Los derechos de propiedad intelectual*

Los derechos de propiedad intelectual son derechos exclusivos otorgados por el Estado sobre las creaciones del intelecto humano. La propiedad intelectual se divide en dos grandes ramas: derechos de propiedad industrial y derechos de autor.[30]

A continuación, me voy a permitir referir algunos principios de la propiedad intelectual que son relevantes para reflexionar sobre la tensión que puede haber entre ciertas categorías de propiedad intelectual y los nombres de dominio.

A. *Principio de exclusividad*

El propietario, llamado titular del derecho, tiene la exclusividad sobre la utilización del activo de propiedad intelectual. Sin el permiso, o motivo lícito, nadie está autorizado a utilizar la PI; sin embargo, es importante distinguir que la exclusividad aplica a la propiedad inmaterial y no al objeto en el que se encuentra contenida. Por ejemplo: en un teléfono inteligente

[30] "¿Qué es la propiedad intelectual?", *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*, disponible en: *https://www.wipo.int/about-ip/es/*.

se incorporan varias patentes, el teléfono es propiedad del comprador, pero el titular de las patentes puede evitar que terceros utilicen las invenciones patentadas en similares o distintos aparatos.[31]

B. *Principio de prioridad*

Aplica a los derechos que, para su existencia, deben de ser registrados, el derecho de PI será para "el primer solicitante". [32] Es especialmente relevante en la solicitud y concesión de patentes y marcas.

C. *Principio de territorialidad*

La extensión de la protección del derecho de propiedad intelectual se limita al territorio nacional en el que éste se otorga o reconoce. Así pues, los derechos de PI adquiridos en virtud de la legislación de un país sólo tienen validez en ese territorio.[33] Es importante notar que este principio se reta de manera especial cuando el derecho de propiedad intelectual se puede "alcanzar" desde cualquier lugar del mundo, gracias al Internet.

2. *Nombres de dominio* versus *marcas*

Conforme a la ley mexicana, se entiende por marca todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de protección y que distingue bienes y servicios de otros de su misma especie en el mercado.[34]

Así, para que un signo pueda ser registrado como marca debe de tener la principal característica de ser distintivo. La finalidad de la protección de la marca es distinguir a un producto/servicio de los demás del merca-

---

[31] National Intelectual Property Administration y Organización Mundial de la Protección Intelectual, *Fundamentos de propiedad intelectual: preguntas y respuestas para estudiantes*, Beijing-Ginebra, CNIPA-OMPI, 2019, disponible en: *https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_1056.pdf*, p. 14

[32] *Ibidem*, p. 20

[33] *Ibidem*, p. 15

[34] Artículo 171, Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial (LFPPI), disponible en: *https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPI.pdf*.

do, por lo que, el propio signo debe de ser suficientemente "distintivo".[35] El clásico ejemplo respecto a la distintividad *versus* la descripción es la marca Apple, mientras que es muy distintivo como marca para productos de computadora, no podría ser utilizado para manzanas porque simplemente se estaría describiendo el producto. De tal manera, las marcas que sólo son descriptivas no serán registrables, si la marca simplemente describe la naturaleza o identidad del bien para el que está siendo usada. Las marcas denominadas son las que pueden concurrir con los nombres de dominio.

3. *Reservas de derecho al uso exclusivo*

La reserva es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva el nombre, las denominaciones, las características físicas y psicológicas distintivas o las características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza.[36]

Es una protección a:

— Los títulos de las publicaciones periódicas (que pretenden continuarse indefinidamente).
— Los títulos de las difusiones periódicas (emitidas en partes sucesivas, con variedad de contenido y susceptibles de transmitirse).
— Personajes humanos de caracterización, ficticios o simbólicos.
— Nombres de artistas y grupos artísticos.
— Promociones publicitarias.

Reflexionando sobre la reserva de derechos, es importante mencionar que, en sí, los títulos de obras (entendidas bajo el concepto de derecho de autor) no pueden ser independientes de la obra, ni se les confiere un valor independiente de ella. Tienen un valor intelectual, intrínseco y fundamental, incluso complementario al de la obra, pero podemos distinguir entre títulos que son genéricos y que por ello no gozarían de protección, por ejemplo: "derecho procesal", "cálculo diferencial", "garantías individuales", ya que estos no hacen una identificación específica a la obra.

---

[35] Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas, Motivos de denegación para todos de tipos de marcas, documento WIPO/STrad/INF/5, 30 de agosto de 2010, disponible en: *https://www.wipo.int/export/sites/www/sct/es/meetings/pdf/wipo_strad_inf_5.pdf.*

[36] Artículo 173, Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA).

El título es el signo identificador de la obra, su importancia radica en que es el primer punto de contacto entre autor y público, y puede llegar a ser un factor de atracción para el público hacia la obra. Como decíamos arriba, el título va estrechamente unido a la obra, es parte integrante de la misma, y no puede desprenderse. Bajo este concepto, el título de una obra en sí mismo no es materia de la reserva de derechos al uso exclusivo.

A. *Títulos de las publicaciones periódicas*

Lo que sí es materia de la reserva son las publicaciones periódicas, entendidas como los materiales cuya edición se realiza en partes sucesivas, con variedad de contenido y que pretenden continuarse indefinidamente, ya sea en formato impreso y/o electrónico. Por tanto, son susceptibles de protección mediante esta figura: los títulos de periódicos, revistas, directorios, cabezas de columna, folletos, boletines, suplementos, gacetas, catálogos, guías y colecciones, ya sea en formato impreso o electrónico.

Por ejemplo: El título del *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, en su versión electrónica, es objeto de una reserva de derechos como publicación periódica, por tratarse de un material que aunque electrónico, su edición se realiza en partes sucesivas con variedad de contenido, y cuya edición pretende continuarse indefinidamente.

B. *Títulos de difusiones periódicas*

En cuanto a los títulos de las difusiones periódicas protegibles mediante reserva de derechos, se podrá en aquellos que tengan una variedad de contenido y sean susceptibles de transmitirse, tales como programas de televisión, programas de radio y las difusiones vía red de cómputo. Aquí cabe resaltar que el sistema de propiedad intelectual mexicano permite una protección acumulada con las marcas, pues el título puede protegerse también como el nombre de un producto de la clase 16.

Es importante distinguir que la reserva de derechos de difusiones, vía red de cómputo, protege el nombre o título que se aprecie a primer golpe de vista y de manera predominante en la página *web*, por lo que no protege la URL ni el nombre de dominio.

IMAGEN 1

C. *Nombres de personajes*

Esta es una figura jurídica que se refiere a la facultad de usar y explotar en forma exclusiva el nombre y las características físicas y psicológicas de los personajes, ya sean humanos, de caracterización ficticios o simbólicos.[37]

De esta manera, no sólo se trata del "nombre" del personaje, sino que debe de incluir características físicas y psicológicas del personaje:

— Físicas: color de cabello, cara, color de ojos, edad, sexo, vestuario, colores, etcétera.
— Psicológicas: aquellas que tengan que ver con el comportamiento o la forma de ser del personaje, por ejemplo, si es positivo, depresivo, simpático, tranquilo, acelerado, violento, valiente, etcétera.

Esas características físicas y psicológicas deben de ser distintivas, no desprenderse del común de las personas. Ejemplo: si se habla de un personaje que usa *smoking*, habla inglés con acento británico, que es un espía para el gobierno de la Gran Bretaña, que se distingue por ser un conquistador de mujeres, entonces las personas, en general, reconocerían que se está hablando de James Bond.

Es importante mencionar que cuando el personaje ficticio es parte de una obra, no requiere de un registro bajo la figura de reserva de derechos

[37] Artículo 190, LFDA.

al uso exclusivo, pues se encuentra protegido como parte de la obra por el mismo derecho de autor.[38] Así, la titularidad del personaje pertenece al autor por haberlo creado, o bien haberlo materializado.

Si el personaje no puede desvincularse de la obra en la que fue creado, cabe preguntarse si puede, a través de la reserva de derechos, tener una vida económica mayor a la obra, o bien, si el personaje puede llegar a ser parte del dominio público. Tomemos como ejemplo al personaje de drácula. Las historias de vampiros son leyendas que existen desde hace mucho tiempo. Bram Stoker escribió una novela, la cual está o estuvo (dependiendo del país) protegida por derechos de autor, y con ésta los personajes que en ella describe, pero únicamente se protege el Drácula con las características que define el autor, y esto no quiere decir que Stoker tenga el monopolio sobre otros condes, vampiros, o incluso el uso del nombre del personaje "drácula". Podemos, entonces, decir que el personaje está en el dominio público.

En México, esta figura de reserva de derechos de personajes existe también para otro tipo de personajes que no están ligados a una obra: los luchadores; como personajes, también tienen características físicas, como los vestuarios que son originales de cada uno de ellos, la máscara, o bien el hecho de que no lleven máscara, e incluso también puede decirse que se registra su personalidad pues se describe si son del bando de los rudos o de los técnicos.

D. *Reserva de derechos al nombre artístico*

Esta reserva se refiere al nombre artístico del artista o grupo artístico. Se trata de un nombre distinto del de la persona que lleva a cabo la actividad artística, con el cual se identifica ante el público. El público conoce el artista por su nombre artístico, sin que necesariamente tenga conocimiento de su nombre real. Por ejemplo, Stefanie Joanne Angelina Germanotta, es mejor conocida por su nombre artístico "Lady Gaga"; o bien, Alberto Aguilera Valadez, era mejor conocido por el nombre artístico de "Juan Gabriel". Así pues, estos nombres artísticos se protegen en México, para que ningún otro artista puede llevar ese nombre. Al igual que los personajes de caracterización humana, el nombre artístico va ligado al artista con un vínculo estrecho e indisoluble.

---

[38] Véase la tesis con rubro: Tesis I.1°.A33 A, PERSONAJES FICTICIOS. SE ENCUENTRAN PROTEGIDOS EN MÉXICO SIN NECESIDAD DE REGISTRO ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR, SI FORMAN PARTE DE UNA OBRA, Décima Época, tomo II, Tribunales Colegiados de Circuito, Tesis Aislada, diciembre de 2013.

Por otro lado, los nombres artísticos también sirven para identificar a grupos musicales, y dado el caso de que el grupo llegara a cambiar a miembros, no perdería su identidad.

4. *Avisos comerciales*

En la legislación actual en México, un aviso comercial se entiende como las frases u oraciones que tienen por objeto anunciar al público ya sea un establecimiento, un servicio o un producto, con el fin de distinguirlo de aquellos de su misma especie o clase.[39] También entendemos por avisos comerciales eslóganes publicitarios. En nuestro país tienen una vigencia de diez años, y es susceptible de renovarse por periodos de la misma duración; en cuanto a reglas, se rigen por las mismas que las marcas. Como ejemplos de avisos comerciales podemos mencionar: "just do it" (asociado con los productos de la marca Nike); "soy totalmente Palacio" (asociado con la marca de la tienda departamental Palacio de Hierro).

5. *Indicaciones geográficas y denominaciones de origen*

La función de la indicación geográfica (IG) es, principalmente, identificar el lugar de donde es originario un producto, siempre que tenga una calidad, reputación o bien una característica relacionada a ese origen geográfico.[40] La Ley Federal de Protección a la propiedad Industrial (LFPPI), en su artículo 265, refiere que la IG conlleva un reconocimiento a la zona geográfica (para designar un producto como originario de la misma); una referencia que indique un producto como originario, o bien, la combinación del nombre del producto y la zona geográfica.

La diferencia con las denominaciones de origen es que ésta se da cuando el producto vinculado a la zona geográfica tiene calidad, características o reputación que se deba exclusiva o esencialmente al origen geográfico de las materias primas, procesos de producción, así como factores naturales y culturales que incidan en él (artículo 264, LFPPI).

---

[39] Artículo 201, LFPPI.

[40] Alba Betancourt, Ana, "Marcas e indicaciones de origen en productos vitivinícolas", en Tortolero Cervantes, Francisco (coord.), *Tres retos regulatorios para el sector vitivinícola de México*, Serie opiniones técnicas sobre temas de relevancia nacional, núm 50, México, UNAM Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2021, disponible en: *https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/14/6681/1.pdf.*

Por ejemplo, en México se reconoce al Tequila como nombre de dominio exclusivo para la bebida de agave azul que se produce en esa zona geográfica del país con el mismo nombre.

V. La Política Uniforme de Solución de Controversias

Desde el ICANN se observó que la vía judicial para dirimir las controversias entre los nombres de dominio y la propiedad intelectual (marcas) hacían difícil la solución, por las dificultades y costes que implicaba. De tal suerte, se decidió que era necesario desarrollar un sistema de resolución de controversias que fuera referido específicamente al registro y uso de mala fe de nombres de dominio correspondientes a marcas registradas, una política para que las empresas no estuvieren en desventaja o fueran rehenes de algunos individuos que lograron registrar un determinado nombre de dominio antes de que la compañía llegara a Internet.[41]

La Política Uniforme de Solución de Controversias (UDRP) se compone de un conjunto de reglas que ayudan a decidir quién debe tener un nombre de dominio en el caso de una disputa sobre la propiedad del mismo. La Política Uniforme se elaboró para que los titulares de marcas pudieran recuperar nombres de dominio de Internet sin tener que pasar por un proceso judicial largo y costoso.[42]

A pesar de que se trata de una política, podemos decir que esta tiene un carácter obligatorio para todos los titulares de los nombres de dominio pues, cuando un solicitante elige un nombre de dominio, debe "declarar y garantizar", entre otras cosas, que el registro del nombre "no infringirá ni violará los derechos de terceros", y acuerda someterse al procedimiento de la UDRP en caso de que cualquier tercero hiciere valer dicha reclamación, aunque no exime el derecho que tienen los individuos a acudir a la vía judicial si así lo quieren.[43]

Conforme al párrafo cuarto de la UDRP, refiere cuándo es aplicable la política y cuáles son las razones por la que las partes tendrán que someterse al procedimiento administrativo. Éstas son:

---

[41] Agustinoy Guilayn, Albert, *op. cit.*, p. 61.

[42] Véase ICANN, Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, aprobada el 26 de agosto 1999, disponible en: *https://archive.icann.org/en/udrp/udrp-policy-24oct99.htm*.

[43] Agustinoy Guilayn, Albert, *op. cit.*, p. 62.

a) Que el nombre de dominio es idéntico o confusamente similar a la marca sobre la que el quejoso tiene derechos.
b) Si el titular del nombre de dominio no tiene derechos o interés legítimo respecto a los nombres de dominio, en este aspecto se dirime, quién tiene un mejor derecho de uso sobre el nombre. En el análisis de este elemento se puede observar la influencia del sistema jurídico del *Common Law*, pues ha llegado a aceptarse que puede existir un uso justo (*fair use*) por parte de fans, o bien para hacer alguna crítica, o bien si se hace uso del nombre conforme al significado del diccionario.
c) Si el nombre de dominio ha sido registrado y está siendo usado de mala fe.[44]

El procedimiento de la UDRP debe conducirse por alguno de los proveedores de servicios del ICANN, entre los cuales se incluye al Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI.[45]

Política local de resolución de controversias

NIC México es la organización encargada de la administración del nombre de dominio territorial (ccTLD) *.mx*, que es el código de nuestro país. Entre sus funciones está proveer servicios de información y registro para el ccTLD, así como la asignación de direcciones de IP y el mantenimiento de bases de datos de usuarios.[46]

La Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para *.mx* (LDRP) refiere que las principales diferencias entre la UDRP y esta política local sobre algunos rubros son las siguientes. El primero de ellos es respecto a los derechos protegidos, pues mientras en la UDRP se limita a la protección de los derechos de marca, bajo la LDRP se puede invocar una falta a una marca de servicio, un aviso comercial, denominaciones de origen o también reservas de derechos, conforme a lo explicado en la sección anterior.

Otra diferencia es respecto a la mala fe, pues resulta suficiente con probar el registro o uso del nombre de dominio por mala fe por parte del de-

[44] ICANN, Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, *cit*.

[45] Véase World Intellectual Property Organization, Domain Name Dispute Resolution Service for Generic Top-Level Domain, disponible en: *https://www.wipo.int/amc/en/domains/gtld/*.

[46] Sitio *web* de NIC México, disponible en: *https://www.nicmexico.mx/quien-es-nic-mexico.*

mandante, mientras que en la UDRP el demandante debe probar ambos. En cuanto a la forma de presentación de la queja, es importante que se presente en idioma español y la política local permite también que la demanda y el escrito de contestación se presenten en formato electrónico.[47]

La política refiere que pueden existir dos tipos de disputas de nombres de dominio:

a) Disputas por titularidad. Cuando una persona considera que le corresponde la titularidad del nombre de dominio, siempre y cuando no esté relacionado con temas de propiedad intelectual.
b) Disputas por propiedad intelectual. Cuando se trata de una controversia derivada de alguna violación a derechos de propiedad intelectual, ahí se aplica la Política y su reglamento.[48]

En caso de que el promovente haya logrado probar que el titular del nombre de dominio estaba en falta, conforme a la LDRP, puede solicitar la cancelación del registro del nombre de dominio, o solicitar la transmisión al promovente de la titularidad del nombre de dominio.[49] Al menos al cierre de este artículo, la política local no ha incorporado lo que el T-MEC refiere respecto de algún mecanismo para reclamar daños y perjuicios ocasionados a los titulares de propiedad intelectual.

VI. Conclusión

La inclusión de los nombres de dominio como parte de las obligaciones de los Estados parte en el T-MEC para tener un mecanismo de solución de controversias entre un nombre de dominio ccTLD y una marca, deja fuera otras categorías de propiedad intelectual que podrían desamparar a titulares de derechos de propiedad intelectual en México frente a abusos de registro de nombres de dominio en Canadá y en Estados Unidos. Las categorías que se analizan en este artículo no necesariamente tienen que, o pueden, calificar como marcas, y de hecho, en nuestro país no se registran como tales. El T-MEC siguió la inercia de la UDRP, sin tomar en cuenta las circunstancias particula-

[47] Servicio de la OMPI para solución de controversias relativo a *.mx*, disponible en: *https://www.wipo.int/amc/es/domains/cctld/mx/index.html*.

[48] Véase NIC México, Políticas generales de nombre de dominio *.mx*, disponible en: *https://www.dominios.mx/politicas-generales-de-nombre-de-dominio-mx/#customTabs|0*.

[49] NIC México, Procedimiento de solución de controversias, sección g "Efectos", disponible en: *https://www.dominios.mx/politicas-generales-de-nombre-de-dominio-mx/#customTabs|1*.

res de la riqueza de categorías de propiedad intelectual que pueden tener una intersección con los nombres de dominio. Por ejemplo, tomando en cuenta que las palabras "cajeta de Celaya" se refieren a una indicación geográfica reconocida en México, podría hacerse el registro del nombre de dominio *cajetadecelaya.ca*, y para poder defender la indicación geográfica conforme a la política uniforme de Canadá, la industria celayense tendría que protegerla como si fuese una marca en Canadá. De igual forma, el sentido en que quedó redactado el Tratado dejaría desprotegido los nombres de personajes no vinculados a una obra, pero protegidos en México, por lo que podría existir el registro de un nombre de dominio *mistico.us* (siendo Místico el nombre de un luchador que está protegido conforme a la regulación mexicana) y el titular de ese nombre, no podría oponerse conforme a la política local de Estados Unidos, mientras que ese nombre no sea registrado como marca. El obligar el registro como marcas a figuras de la propiedad intelectual, como la indicación geográfica y nombre de un personaje, es desconocer el objeto de protección de estas figuras de la PI.

Por otro lado, dado que se incluye la obligación para las partes en el T-MEC de tener a disposición de particulares el mecanismo de solución de controversias, podemos pensar que se pierde la naturaleza contractual con la que se puede llevar una controversia entre un titular de un nombre de dominio y un titular de derechos de PI. Entonces, queda la pregunta si la inclusión en el T-MEC de este mecanismo crea un sistema de arbitraje obligatorio para las partes. Considero que la respuesta a esta pregunta es que en principio sí, ya que el Tratado obliga a las partes contratantes a tener disponible este mecanismo. Sin embargo, igualmente se conserva el derecho de los titulares a acudir a los mecanismos judiciales que consideren necesarios.

VII. Bibliohemerografía

AGUSTINOY GUILAYN, Albert, "El sistema de nombres de dominio y sus aspectos jurídicos", en LÓPEZ-TARRUELLA, Aurelio y GARCÍA MIRETE, Carmen, *Derecho TIC. Derecho de las tecnologías de la información y de la comunicación*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2016.

ALBA BETANCOURT, Ana, "Marcas e indicaciones de origen en productos vitivinícolas", en TORTOLERO CERVANTES, Francisco (coord.), *Tres retos regulatorios para el sector vitivinícola de México*, Serie opiniones técnicas sobre temas de relevancia nacional, núm 50, México, UNAM Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2021, disponible en: *https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/14/6681/1.pdf.*

BECERRA RAMÍREZ, Manuel, *La propiedad intelectual en transformación*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2017.

BIA, Alejandro y LÓPEZ-TARRUELLA, Aurelio, "Fundamentos técnicos y organizativos de Internet", en LÓPEZ-TARRUELLA, Aurelio y GARCÍA MIRETE, Carmen, *Derecho TIC. Derecho de las tecnologías de la información y de la comunicación*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2016.

BUSTOS, Gustavo, "¿Qué es DNS y cómo funciona?", *Hostinger Tutoriales*, 20 de mayo de 2019, disponible en: *https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-dns* (fecha de consulta: 31 de enero de 2024).

EYE ON TECH, "What is a URL? URL Components and How it Works", *YouTube*, disponible en: *https://www.youtube.com/watch?v=-LPe4tYckkg.*

GARCÍA VIDAL, Ángel, *Derecho de marcas e Internet*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2002.

"HTTP", *Concepto*, disponible en: *https://concepto.de/http/* (fecha de consulta: 31 de enero de 2024).

ICANN, Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, aprobada el 26 de agosto 1999, disponible en: *https://archive.icann.org/en/udrp/udrp-policy-24oct99.htm*.

LESICS ESPAÑOLA, "¿Cómo funciona Internet?", *YouTube*, disponible en: *https://www.youtube.com/watch?v=rw41W8crZ_Y*.

MORALES ANDRADE, Marcos, "Naturaleza jurídica de los nombres de dominio", *Revista Chilena de Derecho Informático*, núm. 5, 2004, disponible en: *https://doi.org/10.5354/rchdi.v.0i5.10743*.

NATIONAL INTELECTUAL PROPERTY ADMINISTRATION y ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROTECCIÓN INTELECTUAL, *Fundamentos de propiedad intelectual: preguntas y respuestas para estudiantes*, Beijing-Ginebra, CNIPA-OMPI, 2019, disponible en: *https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_1056.pdf*.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas, Motivos de denegación para todos de tipos de marcas, documento WIPO/STrad/INF/5, 30 de agosto de 2010, disponible en: *https://www.wipo.int/export/sites/www/sct/es/meetings/pdf/wipo_strad_inf_5.pdf*.

ORTEGA RUEDA, José David, "Régimen jurídico de los dominios en internet (I) introducción, funcionamiento y naturaleza", *Revista Lex Mercatorio*, núm. 4, 2017, disponible en: *revistalexmercatoria.umh.es.*

PALOMARES CHUST, Alberto, "Protocolos básicos de internet", Universidad Politécnica de Valencia, 2012, disponible en: *https://riunet.upv.es/handle/10251/16312* (fecha de consulta: 20 de febrero de 2024).

PÉREZ CONTRERAS, María de Montserrat, voz "Natutaleza jurídica", en *Derecho de familia y sucesiones*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2010, disponible en: *https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3270/24.pdf.*

"¿QUÉ es la propiedad intelectual?", *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*, disponible en: *https://www.wipo.int/about-ip/es/*.

ROUSE, Margaret, "Guía sobre el Internet", *Techopedia*, disponible en: *https://www.techopedia.com/es/definicion/internet*.

ROUSE, Margaret, "What does Second-Level Domain Mean?", *Techopedia*, 2017, disponible en: *https://www.techopedia.com/definition/15489/second-level-domain-sld*.

SNYDER, Joel; KOMAITIS, Konstantinos y ROBACHEVSKY, Andrei, "The History of IANA", *Internet Society*, 9 de mayo de 2016, disponible en: *https://www.internetsociety.org/ianatimeline/*.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION, Domain Name Dispute Resolution Service for Generic Top-Level Domain, disponible en: *https://www.wipo.int/amc/en/domains/gtld/*.