



Los signos distintivos y las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs): innovación, oportunidades y acceso masivo versus conflictos jurídicos, vacíos normativos y aspectos sin solución normativa razonable.

Distinctive signs and new information and communication technologies (ICTs): innovation, opportunities and mass access vs. legal conflicts, regulatory gaps and aspects without a reasonable regulatory solution.

Palabras Clave: Nombres de Dominio; Tecnologías de información y comunicación (TICs); Signos distintivos
Key Words: Domain Names; Information and communication technologies (ICTs); Distinctive signs

Jan Naselli, Romina Yésica, Gladys Lopez, Jose Corbacho, Huilen Saquetti.

*Universidad Juan Agustín Maza. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.
Carrera de Abogacía. Argentina.*

Contacto: rominajan@hotmail.com



INTRODUCCIÓN:

Análisis de los nuevos medios y canales de publicidad y comunicación a través de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs):

- * internet
- * uso de nombres de dominio

Las TICs:

- *contribución para actividades económicas, sociales y culturales, internet.
- *difusión general de la información,
- *acceso masivo a bienes económicos y culturales.
- *incide en la propiedad intelectual, en economía del conocimiento.



El uso de TICs con fines comerciales y publicitarios dio lugar entre otras cosas, a la aparición y generalización de los nombres de dominio.



Nombres de dominio: son mecanismos tecnológicos que individualizan los «espacios virtuales» dentro de redes de ordenadores que conservan y administran información en soportes informáticos.



Nombres de dominio: El valor patrimonial de éstos dentro del tráfico comercial generó conflictos de intereses subjetivos en la asignación de titularidades:

*Requieren soluciones jurídicas – legales

***TICs** pueden ser utilizadas para vulnerar derechos.



Analizaremos la función identificatoria y publicidad de los signos distintivos (marcas, indicaciones de origen) en tanto pueden facilitar el añadido de valor al producto.

Las TICs, permiten una publicidad permanente, masiva y a ínfimo costo facilitando el acceso a nuevos mercados a pequeños y medianos productores en consonancia con los [Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030](#).



OBJETIVO: Nuestro objetivo es evaluar en que medida es necesaria la modificación de normas jurídicas para el uso adecuado de nombres de dominio; si es necesario un proyecto de ley para su modificación, y pautas que debería contener el mismo.



METODO UTILIZADO: Cualitativo

Aplicamos el Método Cualitativo: Paradigma interpretativo-crítico.

Datos: Interpretación comparativa, teleológica, sistémica, deductiva.

Paradigma fenomenológico. Análisis comparativo de tres casos de estrategias de comunicación y publicidad:

mediano productor con bodega,
mediano productor sin bodega y
pequeño productor.

Análisis del fomento estatal de añadido de valor.

Recolección de datos mediante entrevista.



Objetivos / Importancia

Esperamos analizar la faceta económica, comercial y comunicacional de las TICs, en particular internet y nombres de dominio y demostrar que el valor agregado del producto deriva del registro del signo distintivo, los derechos que confiere y sus funciones.

Identificar los conflictos jurídicos entre los nombres de dominio y signos distintivos, marcas y posibles soluciones.

Reconocer que una correcta tutela del derecho sobre los mismos, permitiría poner fin o solucionar de manera eficiente conflictos sobre derechos de propiedad intelectual que atenten contra sanas prácticas comerciales.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

