

Artigo

Cybersquatting e direito de propriedade

Cybersquatting and property rights

José Nilson Fernandes Holanda Júnior¹

¹Doutorando em Ciências Jurídicas pela Universidad del Museo Social Argentino, Buenos Aires e Especialista em Direito Processual Civil pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. ORCID: 0009-0000-6502-2401. E-mail: falecomojunhao@gmail.com.

Submetido em: 02/10/2025, revisado em: 05/10/2025 e aceito para publicação em: 18/10/2025.

RESUMO: A incorporação da Inteligência Artificial (IA) à gestão escolar tem sido amplamente discutida na literatura acadêmica brasileira entre 2020 e 2025, impulsionada por demandas de inovação, eficiência e inclusão. Este artigo analisa oito estudos recentes sobre o uso da IA na administração escolar, identificando soluções, desafios e limitações apontadas pelos autores. As principais soluções envolvem a automação de tarefas administrativas, otimização de recursos, apoio à tomada de decisão baseada em dados e personalização do ensino. No entanto, persistem obstáculos como dependência de infraestrutura tecnológica, necessidade de políticas públicas inclusivas, formação continuada dos profissionais e riscos de ampliação das desigualdades sociais. A literatura destaca ainda lacunas quanto à participação democrática e à inclusão de grupos vulneráveis nos processos mediados por IA, além da necessidade de mitigação de vieses algorítmicos e garantia da mediação humana. Conclui-se que a adoção responsável da IA na gestão escolar requer políticas públicas robustas, investimento em infraestrutura, formação permanente e participação social efetiva para evitar a ampliação de fragilidades já existentes no sistema educacional brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: Inteligência Artificial; Gestão Escolar; Inclusão; Automação; Políticas Públicas.

ABSTRACT: The incorporation of Artificial Intelligence (AI) into school management has been widely discussed in the Brazilian academic literature between 2020 and 2025, driven by demands for innovation, efficiency, and inclusion. This article analyzes eight recent studies on the use of AI in school administration, identifying solutions, challenges, and limitations pointed out by the authors. The main solutions involve the automation of administrative tasks, optimization of resources, support for data-driven decision-making, and personalization of teaching. However, obstacles persist such as dependence on technological infrastructure, the need for inclusive public policies, continued training of professionals, and risks of widening social inequalities. The literature also highlights gaps in democratic participation and the inclusion of vulnerable groups in AI-mediated processes, in addition to the need to mitigate algorithmic biases and ensure human mediation. It is concluded that the responsible adoption of AI in school management requires robust public policies, investment in infrastructure, permanent training and effective social participation to avoid the expansion of weaknesses that already exist in the Brazilian educational system.

KEYWORDS: Artificial Intelligence; School Management; Inclusion; Automation; Public Policies.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O desenvolvimento da internet e de tantas outras tecnologias que impactaram o mundo trouxeram também grandes desafios à proteção da propriedade intelectual (PI), justamente em razão da velocidade com que os bens imateriais (intelectuais) são reproduzidos, apropriados, difundidos e compartilhados no mundo digital.

Temas que envolvem a tecnologia e sociedade, como a inteligência artificial, proteção de dados pessoais, nomes de domínio, softwares de computadores e celulares (exemplo: aplicativos – APP's), etc., relacionados à propriedade intelectual fazem parte dos estudos jurídicos no âmbito de se entender o produto, a invenção e quais os mecanismos de proteção da obra intelectual.

É importante dizer que são temas que abordam questões de grande importância para o cenário internacional, haja vista que com o advento da internet, as fronteiras físicas foram rompidas pela globalização digital. Isto se comprova quando do lançamento de um aplicativo em uma plataforma, no qual o produto encontra-se disponível ao mundo em uma difusão e compartilhamento simultâneo em questão de poucos segundos.

O presente trabalho visa explorar o mecanismo de resolução de conflito no que tange à prática conhecida como Cybersquatting. A palavra de origem inglesa é utilizada para designar a apropriação de um nome de domínio mediante registro feito de má-fé conforme dispõe King (2000).

Esse registro de domínio pode acontecer tanto pelo registro de um nome igual ao de uma marca conhecida, como também pelo registro de nomes similares com pequenos erros de digitação, tendo como objetivo revender o domínio e nisto esperando alcançar grandes lucros com tal operação, conforme KING (2000). Para Gilwit (2003), quando o registro de domínio ocorre com o registro de nomes com erros propositais de digitação, com substituição ou acréscimo ou decréscimo de caracteres no nome, esta operação recebe o nome de Typosquatting.

Nos Estados Unidos se permite que os proprietários de uma marca possam processar quem utiliza um nome de domínio que seja idêntico ou similar ao de uma marca exclusiva ou famosa conforme legislação americana EUA (2020).

Já em relação ao Brasil, não existe disposição que assegure esse direito, desta forma, cria-se uma situação desconfortável quando envolve nomes de domínio e leis de

proteção intelectual. Quanto à Argentina a relação está disciplinada na Lei 11.723 que foi alterada pela Lei 25.036, permitindo a proteção não somente do autor, mas também da obra deste autor (software, etc) e ao tratar de domínio, especificamente aplica-se a Resolução 49/2019.

Desta forma, cabe dizer que não é necessário que o nome de domínio guarde uma relação direta com o conteúdo do site, mas é de praxe que o produto ou serviço divulgado no respectivo site, esteja relacionado à proteção de marcas conforme aponta King (2000).

Neste cenário verifica-se um grande número de empresas que buscando proteger suas marcas acabam acionando os mecanismos de resolução de controvérsias, com a esperança de conseguirem lograr a reversão para si aqueles domínios que fazem referência às suas marcas, porém que encontram-se registrados no nome de terceiros.

O objetivo do presente trabalho é apresentar os meios de resolução de controvérsias referentes à infração de marca no âmbito da operação de cybersquatting, como também de demonstrar como são resolvidas as controvérsias ou disputas de nomes de domínios na esfera administrativa por meio da Cooperação da Internet para Atribuição de Nomes e Números (ICANN) e o NIC.ar. Ademais, o presente trabalho analisa o caso de conflito de domínio “google.com.ar” no ano de 2021 e o cybersquatting ocorrido com o Lending Club Bank x Qian Meng Dan que terminou no ano de 2022.

2 DOMÍNIOS, CYBERSQUATTING, NIC ARGENTINA E ICANN

2.1 NOMES DE DOMÍNIO E CYBERSQUATTING

Na cidade em que você vive, para poder localizar a sua moradia é necessário que você informe o seu endereço, no qual é formado pelo nome das ruas, o número do imóvel, o nome do Bairro, a cidade, o país, etc. Da mesma forma ocorre na internet, onde para se encontrar determinado site (página digital) de uma empresa ou uma pessoa ou organização ou governo, etc., é necessário que se saiba o endereço desta pessoa, seja ela física ou jurídica.

Dentro deste contexto, na internet os endereços são formados por um número IP, que nada mais é que um protocolo, conhecido por Protocolo Internet, no qual interliga todos os computadores, celulares, serviços, onde podem ser identificados de diversas maneiras e a partir de diferentes protocolos.

Conforme assevera Kruger (2015), o protocolo internet – IP, oferece uma numeração específica e única para identificar cada equipamento ligado na internet. Essa numeração é formada por uma sequência única de dígitos de 32 ou 128 bits, no qual não é de fácil assimilação para grande parte dos usuários.

Assim, com o desenvolvimento da World Wide Web – “WWW” e buscando atender a necessidade dos usuários em transformar a navegabilidade mais fluída e de forma que pudesse permitir uma experiência mais amigável aos usuários leigos em tecnologia, bem como para poderem desfrutar dos conteúdos hospedados em redes distintas e para a identificação dos recursos à disposição destes que surgiu o DNS conforme ICANN (2010).

Em razão dos endereços de internet serem muito longos e difíceis de serem lembrados, o Domain Name

System (DNS), permitiu que o número IP fosse mascarado, ou seja, substituído por uma série de letras ou uma combinação de letras e números (nome do domínio), no qual trouxe grande facilidade para a navegação na internet, permitindo a lembrança de sites e endereços de e-mail de acordo com ICCAN (2010).

É possível dizer de forma resumida que o nome de domínio fornece ao usuário um local que é fácil de lembrar, de identificar, bem como de forma simples evita que o usuário tenha que digitar uma longa lista de números para encontrar um site ou para navegar em algum portal de internet.

Logo no início da internet, o Stanford Research Institute – Network Information Center (SRI-NIC) mantinha uma lista contendo todos os nomes de domínio registrados em um arquivo chamado “HOSTS.TXT”, no qual era responsável por receber as alterações dos administradores participantes e compartilhar o arquivo atualizado com a ligação entre os nomes que identificavam os recursos e seus respectivo endereços IP.

Conforme aponta Tanenbaum (2007), com o crescimento exponencial da internet com a sua popularização e pelo seu grande uso, ficou impossível manter essa lista atualizada. Tanto que por questões de tráfego de informações, muito sites ficavam fora do ar, outras vezes a colisão de nomes não atendia ao referido endereço desejado, em outras situações existia a dificuldade de fazer a ligação do nome com o IP e registro do nome para determinado site. Então foi necessário pensar em uma solução que viesse à resolver esse problema permitindo que ocorresse o gerenciamento descentralizado e automatizado da divulgação de nomes e dos recursos, no qual deu origem ao DNS – Sistema de Nomes de Domínio.

É importante salientar que existem três usos comuns para a mesma sigla, que são eles: O sistema DNS (Domain Name System) que está vinculado ao serviço DNS (Domain Name Service), que é prestado por servidores DNS (Domain Name Server) ao redor do mundo. Esses servidores (computadores com grande capacidade de processamento e armazenamento de dados) estão organizados de maneira hierárquica e trocam atualizações entre si de maneira automática, onde cada um destes servidores mantém seu próprio banco de dados com os recursos disponíveis em determinado domínio.

Destaca-se que os registros de recursos são linhas nesses bancos de dados que contêm informações como o endereço ou nome do domínio a que aquele recurso se aplica, seu tempo de validade e o tipo de recurso disponível. Enquanto em redes privadas, os administradores de rede determinam o que está disponível dentro de um domínio.

Cabe destacar que na internet é necessário que os domínios estejam organizados de forma minuciosa, pois uma letra ou um número ou um carácter diferente em um nome pode invalidar o acesso ao site ou serviço na internet, podendo causar até mesmo um prejuízo financeiro quando se tratar de uma empresa que exerça atividade comercial, no qual os clientes ficarão privados de utilizar os serviços ou adquirir os produtos em razão de problemas no nome de domínio.

Em poucas palavras, um nome de domínio é o que existe entre o sinal de protocolo “Hypertext Transfer

Protocolo” (<http://>) e a primeira barra em um “Localizador Uniforme de Recursos” (URL) ou endereço da internet. Ele é formado por três partes, que respeitam a seguinte hierarquia: ([domínios de terceiro nível],[domínios de segundo nível],[domínios de nível superior1]) ou por exemplo: “www.yahoo.com”.

Obedecendo a hierarquia do DNS, os domínios de terceiro nível, geralmente são chamados de subdomínio, onde em passo seguinte estão os domínios de segundo nível, no qual estão localizados à sua direita.

Por exemplo, “www” é o domínio de terceiro nível mais conhecido. Se uma empresa usa vários domínios de terceiro nível, geralmente refere-se a um servidor específico dentro da empresa conforme aponta CRABB (2018). Em continuidade, os domínios de segundo nível seguem os domínios de nível superior. Por exemplo, no “www.yahoo.com.br”, a palavra “yahoo” é o domínio de segundo nível do domínio de nível superior “.com”.

Com muita frequência, os domínios de segundo nível são o nome da empresa ou fornecedor ou a marca de um produto que foi registrado o nome de domínio em um registrador. O grande problema reside precisamente no domínio de segundo nível que pode conter um significado ou significar um relacionamento com um registrante. E é justamente esse significado que pode garantir um grande valor no mercado de nomes de domínio permitindo um grande lucro aquele que registrou, além de sua utilidade funcional conforme OCDE (2004).

Os domínios de segundo nível, portanto, serão neste trabalho referidos apenas como “nomes de domínio”, justamente por ser a parte mais importante e que gera as discussões e controvérsias quanto à proteção da propriedade intelectual (PI).

Finalmente, para diferenciar um país de outro, especificamente para um que deseje usar um domínio de nível superior como “.gov” ou “.mil, dois domínios de letras foram estabelecidos e associados à países ou localizações geográficas, que são justamente o domínio de topo de código de país (country code top-level domain – ccTLD) ou domínio de topo de código de país internacionalizados (internationalized top-level domains – IDN ccTLD), um nome de nível superior com um formato codificado que permite que conjuntos de caracteres não latinos ou outros caracteres especiais sejam usados conforme disposto em CRABB (2018).

Conforme assevera CRABB (2018), vale dizer que os nomes de domínios realizam três coisas: a) cria uma impressão duradoura, pois o nome de domínio único ou memorável, assim como uma marca, falará para os clientes o qual importante é o produto ou serviço, bem como que poderá grudar na cabeça, fazendo lembrar como é fácil encontrar esse site na internet, como também o contrario é verdadeiro, ou seja, se o site tiver um nome de domínio difícil ou sem qualquer ligação com a marca poderá fazer com que os clientes esqueçam o site; b) Define a marca, haja vista que o nome de domínio é usado entre o cliente e a marca, informando a pessoa que realiza a compra no site que o produto é realmente de quem está vendendo. Isso cria um link que associa o nome ao produto. c) Otimiza o SEO, onde a otimização do mecanismo de busca feito pelos navegadores de internet utiliza palavras-chave que servem

para ajudar seu ranking de SEO e ajudar para que o domínio do respectivo site apareça logo nas primeiras páginas da busca realizada.

O ccTLD para o Brasil é “.br” onde é gerido pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), associação esta que também é responsável pelo registro de nomes de domínio e pela alocação de endereços IP. A atribuição de nomes de domínio pode ser feita de forma originária, ou seja, à quem primeiro solicitar (princípio do first come, first served), traduzindo: “primeiro a chegar, primeiro a ser servido” ou de forma derivada, por meio da transferência (geralmente a título oneroso) entre titulares.

Assim, caso alguém pretenda registrar um nome de domínio já registrado em nome de terceiro, é possível adquirir o direito de registrá-lo do atual titular, ou seja, da pessoa ou empresa que o registrou mais recentemente e que possui os direitos de uso do domínio.

O potencial financeiro dessas transações é tal que alguns registradores e outras empresas oferecem serviços relacionados à revenda de nomes de domínio, o que pode envolver um (demorado e complexo) processo de licitação ou leilão ICANN (2010).

Outros, usando de má-fé realizam o registro originário com a intenção exclusiva de posterior revenda do domínio visando a obtenção lucro, esta prática é conhecida como cyber-grilagem (em inglês, cybersquatting).

Conforme aponta King (2000) a prática de cybersquatting é um dos problemas que mais atingem os detentores de marcas e de domínios no meio digital. O cybersquatting na prática é a operação de registrar um domínio com a intenção de má-fé e está relacionada à apropriação indevida de marca.

Para King (2000) o cybersquatting é a operação em que se registra um domínio conhecido com a intenção de vender para o detentor da marca. Por exemplo: a marca “telefônica” que possui nome de domínio em vários países como “www.telefonica.com.es” (Espanha), “www.telefonica.com.pe” (PERU), “www.telefonica.com.ar” (Argentina), para poder registrar no Brasil com o nome de domínio “www.telefonica.com.br” (Brasil) teve que negociar com Greco Produções, empresa de vídeo e foto de São Paulo.

Na época dos fatos o dono da empresa, Carlos Alberto Greco, afirma que não pretendia vender seus domínios para a telefônica, uma vez que a sua empresa já trabalhava com internet, vídeo e som. Somente com o decorrer do tempo ocorreu uma negociação em que o Sr. Greco Produções realizou a transferência do nome de domínio para e a empresa telefônica, onde acabou recebendo um valor pela transferência que não foi divulgado conforme Stivaletti (1999).

Logo, o Cybersquatting tem por finalidade registrar vários nomes de marcas conhecidas com o propósito de no futuro vender o nome de domínio na internet para os reais detentores e proprietários das marcas, recebendo uma quantia financeira por esta operação.

Esta prática ocorreu principalmente durante o período inicial da internet, quando ainda se vislumbrava a importância de se registrar um nome de domínio e o valor

econômico da internet. Mas, mesmo hoje em dia ainda é possível identificar empresas entrando em contendas judiciais e extrajudiciais para garantir a proteção da sua marca e do seu nome de domínio, bem como ainda existem grileiros buscando receber algo em troca da transferência do nome de domínio.

Vale dizer que existe um subtipo de cybersquatting que tem cada vez mais ganhado força na internet que é conhecido como typosquatting. Esta prática consiste no registro de nome de domínio com erros de digitação ou ortografia como variações de páginas populares ou marcas. Assim, não se utiliza o nome exato da marca, porém registram-se nomes de domínios populares que estão sujeitos a erros de tipografia por parte da digitação dos usuários no processo de tentar acessar o respectivo endereço.

Conforme destacado por Gilwit (2003), a idéia neste tipo de grilagem virtual é atrair o tráfego à página original para o domínio registrado com fim de gerar lucro com a publicidade, e não revender o nome de domínio aos detentores da marca.

É comum que o praticante dessa espécie de infração vise promover os próprios serviços ou produtos, buscando aproveitar-se da fama do titular do nome de domínio original, bem como até mesmo para realizar outra prática, que é o phishing, que consiste em um modalidade criminosa de roubo de informações pessoais, como números de identidade e de dados dos cartões de crédito.

É importante mencionar que o typosquatting e o cybersquatting são tipificados como crimes de concorrência desleal pela Lei n. 9.279/1996 BRASIL (1996), mais conhecida como Lei de Propriedade Industrial (LPI), e relacionam-se ao uso indevido de marca com intuito de causar confusão ao consumidor. Da mesma forma, tal conduta também é considerada infração no que encontrase registrado na legislação da Argentina conforme legislação disposta na Lei 11.723, Lei 25.036 e Resolução 43/2019.

2.2 NIC ARGENTINA

A NIC.ar é autoridade de administração e registro dos ccTLDs “.ar”, ou seja, é o encarregado da direção nacional do registro de domínios de internet na Argentina NIC (2021). A sua função é coordenar a administração dos recursos críticos de internet conhecidos como direcionadores IP, DNS e nomes de domínios entre outros.

Além disso, incentiva a competição no espaço de nomes de domínio e ajuda a elaborar a política da Internet. A maioria dos países ou territórios dependentes têm uma entidade que os administra sob sua jurisdição. Neste sentido, da mesma forma que a Argentina possui o NIC.ar, o Brasil possui o NIC.br.

Conforme Resolução nº 49/2019, no artigo 9, a NIC Argentina está habilitada a cobrar taxas para todos os procedimentos de registro, assim entendidos: Registros, Transferências, Renovações e Disputas. Em nenhum caso a taxa paga à NIC Argentina será reembolsada ao Usuário quando o procedimento em questão não continuar por sua exclusiva responsabilidade.

Outrossim, determina em seu artigo 10 que a NIC Argentina pode revogar imediatamente a propriedade de um nome de domínio por motivos técnicos ou de serviço,

por não conformidade com as disposições da norma ou para a resolução de um procedimento de disputa.

Enquanto no artigo 27 em caso de falecimento do usuário titular de um nome de domínio da Internet, qualquer pessoa que comprove com segurança sua condição de sucessor poderá solicitar ao NIC Argentina que o transfira para seu nome.

Determina ainda no artigo 20 que o prazo de duração para o registro do nome de domínio é de 1 (um) ano contado a partir da data do cadastro, podendo ser renovado periodicamente.

Mas, especificamente em relação as controvérsias ou disputas de nome de domínio, esta entidade possui condições de resolver a disputa, desde que não ocorra o cybersquatting, ou seja, que não se verifique a má-fé ou quando não ocorra a cobrança para a transferência do domínio para o real detentor da marca (nome), neste sentido verifica-se que é necessário se atentar para os artigos 28 a 37 da referida Resolução, onde de forma resumida apresenta-se abaixo as seguintes considerações:

O artigo 29 especifica que as disputas devem ser protocoladas através da plataforma PROCEDIMENTOS A DISTÂNCIA-TAD- e podem ser iniciadas a partir do momento do registro, não se procedendo mais de um procedimento simultaneamente sobre o mesmo nome de domínio.

Em continuidade com o procedimento, a NIC Argentina notificará o titular do domínio em disputa, através da plataforma TAD, a interposição do mesmo enviando a documentação apresentada pelo reclamante, concedendo-lhe o prazo de 10 (dez) dias úteis administrativos para apresentar sua defesa conforme artigo 32. Uma vez respondida a controvérsia ou expirado o prazo para fazê-lo, apesar de devidamente notificado, o NIC Argentina resolverá de acordo com os autos do processo.

Lembrando que a resolução será notificada através do TAD, podendo os requerentes recorrer da mesma nos termos do Regulamento de Procedimentos Administrativos conforme disposto no artigo 36. No qual, encerrada a fase recursiva sem que haja impugnação, a resolução será aceita, não podendo as mesmas partes iniciar novo procedimento de contestação para o mesmo registro de acordo com o artigo 37.

2.3 ICANN

A Internet Corporation for Assigned and Numbers - ICANN é uma empresa sediada nos Estados Unidos, sem fins lucrativos, fundada em 1998, no qual reúne participantes de todo o mundo que se dedicam a manter a internet segura, estável e interoperável. Ela promove a concorrência e desenvolve políticas sobre os identificadores exclusivos da internet (IP), bem como credencia registradores de nomes de domínios de primeiro nível genéricos (gTLD – generic top-leveldomain) conforme ICANN (1998).

Quando se verifica algum caso de cybersquatting, esta controvérsia é resolvida de forma administrativa pela ICANN com o uso das regras da Política de Resolução de Litígios Uniforme em Relação a Nomes de Domínio. A Política Uniforme é um processo de arbitragem, com regras processuais especiais, determinadas pelo conjunto de

regras que compõem o "Regulamento da Política Uniforme para Resolução de Disputas sobre Nomes de Domínio" Aprovado pela ICANN em 24 de outubro de 1999.

Frisa-se que este processo foi criado com a convicção que era necessário um procedimento alternativo de resolução de litígios, que permitisse obter soluções rápidas, uniformes e vinculativas a nível internacional, evitando conflitos que possam surgir na esfera dos tribunais, culminando em ações judiciais.

Desta forma, o primeiro requisito para a resolução do conflito determina que é obrigatório que todos os registradores de "TLDs genéricos de primeiro nível" sejam credenciados perante a ICANN.

O segundo ponto muito importante é de que a UDRP protege apenas os titulares de direitos de marca. Entretanto, uma tendência jurisprudencial sustentada também tem resguardado os direitos de certas personalidades que, apesar de não terem seus nomes registrados como marcas, eram suficientemente populares para serem consideradas marcas "de fato". Como exemplo: o caso juliaroberts.com foi um dos principais casos que respaldaram esse critério, hoje aceito de forma mais pacífica pela comunidade digital.

Conforme URDP, deve submeter-se a um procedimento administrativo obrigatório no caso de um terceiro (o "requerente") afirmar perante o prestador correspondente, de acordo com o Regulamento, o seguinte:

- a) que seu nome de domínio é idêntico ou semelhante a uma marca registrada de bens ou serviços sobre os quais o reclamante tem direitos;
- b) que você não tem direitos ou interesses legítimos em relação ao nome de domínio;
- c) que seu nome de domínio foi registrado e está sendo usado de má fé.

Neste procedimento administrativo, o autor deve provar que todos os elementos acima estão presentes. Para isso é necessário a comprovação de registro e uso de má-fé. Onde no fim da seção 4(a)(iii), as seguintes circunstâncias, entre outras, se encontradas pelo júri, constituirão evidência suficiente de registro de má-fé e uso de um nome de domínio:

- a) circunstâncias que indiquem que seu objetivo principal ao registrar ou adquirir o nome de domínio era vender, alugar ou de outra forma ceder o registro de tal nome de domínio ao autor da marca registrada ou marca de serviço ou a um concorrente do referido requerente por mais do que os custos diretos documentados diretamente relacionados ao referido nome de domínio;
- b) se você registrou o nome de domínio para evitar que o proprietário da marca dos produtos ou serviços reflita a marca em um determinado nome de domínio, desde que você tenha incorrido em tal conduta;
- c) se seu objetivo principal ao registrar o nome de domínio foi prejudicar os negócios de um concorrente; ou
- d) se, ao usar o nome de domínio, você tiver intencionalmente tentado atrair, com fins

lucrativos, internautas para seu site ou outro site online, criando confusão com a marca do autor quanto à origem, patrocínio, afiliação ou promoção de seu site ou um produto ou serviço em seu site online.

Para se desincumbir da respectiva controvérsia administrativa, deve o demandado provar seus direitos e seus interesses legítimos sobre o nome de domínio ao responder a uma ação. Neste ponto, cabe salientar que ao receber uma reclamação, deve consultar a cláusula 5 das Regras para determinar como deverá preparar a resposta. Qualquer uma das circunstâncias descritas abaixo, entre outras, servirá como prova de seus direitos ou interesses legítimos sobre o nome de domínio para os fins da seção 4(a)(ii), desde que o grupo de especialistas os considere comprovados:

- a) antes de receber a notificação da reclamação, você usou, ou fez preparativos demonstráveis para usar, o nome de domínio ou um nome correspondente ao nome de domínio em conexão com uma oferta de produtos ou serviços de boa-fé;
- b) você (como indivíduo, empresa ou outra organização) é comumente conhecido pelo nome de domínio, mesmo que não tenha adquirido direitos de marca registrada;
- c) você está fazendo um uso legítimo não comercial ou justo do nome de domínio, sem intenção de confundir os consumidores ou manchar a marca dos produtos ou serviços em questão com fins lucrativos.

Feitas estas considerações, o presente trabalho apresentará o estudo de caso dentro da temática de proteção do nome de domínio.

3 DISPUTAS DE DOMÍNIOS – PROBLEMÁTICA ATUAL

3.1 O REGISTRO DO DOMÍNIO: “WWW.GOOGLE.COM.AR”

Conforme matéria apresentada no jornal CLARIN (2021), na data de 21 de Abril de 2021, o designer digital Nicolás David Kuroña, ao pesquisar no site NIC.ar, que é o órgão administrador do registro de nomes de domínios da Argetina, identificou que o nome “google.com.ar” estava disponível para compra. Então realizou o pagamento de 540 pesos pelo registro do respectivo nome e desta forma entendeu que tinha comprado um nome de domínio de forma legal, haja vista que após a compra pesquisou no site NIC.ar e o administrador do país, confirmou o registro em 21 de Abril em nome de Nicolás David.

Ocorre que em razão de uma falha não explicada pelo Google e tampouco pelo site NIC.ar, o nome de domínio do “google.com.ar” ficou fora do ar por cerca de 1 (uma) hora, situação essa que o domínio não estava realmente expirado, mas que havia ocorrido uma transferência, já que expirou em Julho.

Porém, chama atenção o fato de não ter sido explicado se a data de Julho era a data de expiração original

ou a que mudou quando o Google conseguiu restabelecer a propriedade do domínio.

Neste contexto, a problemática apresentada não possui relação com cybersquatting, pois não se viu a cobrança de valor para a devolução do nome de domínio para a empresa Google, como também não se identificou uma má-fé por parte do Sr. Nicolás que acreditou no registro do nome de domínio como uma operação legal.

Para a resolução desta demanda utiliza-se a Resolução nº 43/2019, no qual no seu artigo 10, determina que a NIC Argentina pode revogar imediatamente a propriedade de um nome de domínio por motivos técnicos ou de serviço, por descumprimento do disposto neste regulamento, ou pela resolução de procedimento de conflito.

Outros casos semelhantes com o disposto em TOTAL (2003) ocorreram no passado com a empresa Microsoft, de Bill Gates, que no ano de 2003 esqueceu de renovar o domínio “Hotmail.com.uk” e viu toda sua base de usuários ficar sem acesso ao serviço de e-mail e demais serviços associados.

3.2 LENDINGCLUB BANK, ASSOCIAÇÃO NACIONAL X QIAN MENG DAN

O caso em tela UDRP (2021) refere-se ao registro de nome de domínio de dezenas de nomes com modificações do nome LENDINGCLUB registrados por Qian Meng Dan. Em breve resumo a pessoa jurídica, banco Lending Club é proprietária de várias marcas registradas em todo o mundo. Inclusive várias delas com registro de marca nos Estados Unidos, Austrália, Canadá, etc. O banco foi fundado em 2006 e é um banco líder de mercado digital com sede nos Estados Unidos e que opera on-line de forma internacional. O banco oferece uma gama enorme de produtos e serviços por meio de uma plataforma digital que possibilita seus clientes a pagar menos dinheiro para as financeiras, como também a tomar empréstimos e poupar com oportunidade de ganhos financeiros. Ocorre que já opera digitalmente desde 2007 e possui uma carteira de clientes de 3,8 milhões de membros que aderiram ao serviço on-line.

Os nomes de domínio apresentados e alvo da ação em questão foram todos registrados em 30 de agosto de 2021, no qual existe links pay-per-click (“PPC”), que são um forma de publicidade on-line em que um anunciante pagará quando um cliente em potencial clica em um anúncio e desta forma é direcionado para o site anunciante.

O banco alega que os nomes de domínio contestados são confusamente semelhantes à marca LENDING CLUB com base no fato de que cada um dos nomes de domínio contestados é um erro ortográfico óbvio da marca registrada do banco com diferenças tipográficas ao adicionar letras (como em <leendingcluboffers.com>, substituindo letras (como em <lrndingcluboffers.com>) ou removendo letras (como em

<lendingcluboffers.com>), a adição de um termo genérico “ofertas” e o nome de domínio genérico de nível superior sufixo (“gTLD”) “.com” são insuficientes para evitar a descoberta de que os nomes de domínio contestados são confusamente semelhantes à sua marca LENDING CLUB.

Além disso, o Sr. Qian Meng Dan não possui quaisquer direitos ou interesses legítimos nos nomes de domínio, como também não é conhecido pelos nomes de domínio e não é afiliado ao banco e tampouco foi licenciado ou autorizado pelo banco Lending à fazer uso de tais nomes.

Ademais, afirma ainda que o Sr. Qian está tentando atrair tráfego para os sites, com ganho comercial, captação de usuários da Internet para os sites de publicidade do Requerido, no qual acabou criando um risco de confusão com a marca do Reclamante quanto à fonte, patrocínio, afiliação e qualidade de um produto ou serviço.

O Sr. Qian foi chamado ao processo para manifestar-se sobre as dezenas de nomes de domínio criados com as variações já acima mencionadas, mas não manifestou qualquer defesa sobre o caso.

A decisão apresentada foi de que realmente ocorreu má-fé por parte do Sr. Qian, como também objetivava confundir os usuários levando-os a clicar em anúncios que levavam para outros sites de publicidade.

Realizando a análise do caso é preciso considerar que inicialmente que o banco Lending Club exigiu que fosse desconsiderado o idioma chinês do contrato de registro para os vários nomes de domínio que estão em disputa. Pois, todos os sites de nomes de domínio contestados estão em inglês e que consistem de acréscimos de variações das palavras em inglês “office” e “offers”.

O parágrafo 4(a)(i) da Política exige que um reclamante demonstre que um nome de domínio é idêntico ou semelhante a uma marca registrada ou marca de serviço sobre a qual o reclamante tem direitos. Neste quesito isto foi plenamente demonstrado pelo banco Lending, pois forneceu provas de que é proprietário da marca LENDING CLUB nos EUA, Austrália e Canadá.

Quanto aos direitos ou interesses legítimos, o parágrafo 4(a)(ii) da Política exige que o reclamante demonstre que o reclamado não tem direitos ou interesses em relação ao nome de domínio. O banco apresentou provas de que não autorizou ou licenciou o Requerido a usar a marca LENDING CLUB e também apresentou provas de que seus registros e uso das marcas são anteriores aos registros dos nomes de domínio em disputa em pelo menos 13 anos.

Quanto ao registro realizado de má-fé, o banco apresentou provas de que os nomes de domínio contestados direcionavam para páginas estacionadas contendo links “PPC” que competem com o Reclamante. Ressalta-se que “pay per click” (pague por clique) é um modelo de publicidade online em que os anunciantes veiculam anúncios em uma plataforma como o Google Ads e pagam uma taxa sempre que alguém clica nele. Logo, por todas as evidências e provas apresentadas pelo banco Lending Club se concluiu tratar de um caso de cybersquatting e também de typosquatting.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelas premissas acima expostas é possível depreender que o Cybersquatting tem por finalidade registrar nomes de domínios com nomes de marcas conhecidas com o propósito de futuramente vender o nome deste domínio na internet para os reais detentores e

proprietários das marcas, recebendo uma quantia financeira por esta operação, bem como, também desmonstrando uma forma de má-fé na operação realizada.

Além deste tipo de registro, existe o typosquatting que consiste no registro de nome de domínio com erros de digitação ou ortografia como variações de páginas populares ou marcas que visa também a obtenção de lucro e configurando uma prática desleal no mundo digital, desta forma resultando também em má-fé.

Para combater essa prática nociva e para o bom andamento das relações na internet, a entidade NIC.ar possui um papel fundamental na coordenação e administração dos números de IP e no controle do DNS e dos nomes de domínio. No qual, a legislação argentina tem permitido que muitas disputas por domínios sejam resolvidos de forma administrativa, tornando mais célere a resolução dos conflitos e apresentando custos mais baixos para as partes envolvidas quando se comparados com as ações nos tribunais.

Já a ICANN, com o processo de arbitragem realizado por meio da Política de Resolução de Litígios Uniforme em Relação a Nomes de Domínio, também contribui como processo alternativo de resolução de litígios, permitindo a obtenção de soluções rápidas, uniformes e vinculativas a nível internacional, evitando conflitos que possam surgir na esfera judicial. Vale dizer que muitas das disputas de nomes de domínios que são resolvidas pelo ICANN, também são passíveis de serem contestadas na esfera judicial conforme o país que o domínio esteja registrado.

Por fim, é importante destacar que os nomes de domínio não são apenas identificadores visuais que facilitam a vida do usuário para o acesso ao site de determinada empresa ou pessoa, mas são identidades que relacionam um nome a seu público e constroem vínculos de confiança, cuja proteção significa não apenas a proteção da propriedade, mas também a manutenção dos princípios de qualidade e transparência que encontram-se interligados para atender as expectativas do público e da boa-fé objetiva.

REFERÊNCIAS

ARGENTINA. Ley nº 11.723, de 28 de septiembre de 1933. Régimen Legal de la Propiedad Intelectual. **Boletín Oficial**, Buenos Aires, 30 set. 1933. Disponível em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/4000/0-44999/42755/texact.htm>. Acesso em: 3 maio 2022.

ARGENTINA. Ley nº 25.036, de 11 de noviembre de 1998. Propiedad Intelectual. Modificación de la Ley Nº 11.723. **Boletín Oficial**, Buenos Aires, 11 nov. 1998. Disponível em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/5000/0-54999/54178/norma.htm>. Acesso em: 3 maio 2022.

ARGENTINA. Secretaría Legal y Técnica. Dirección Nacional del Registro de Dominios de Internet. Resolución nº 43/2019. Buenos Aires: INFOLEG, 2019. Disponível em:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/3200/00-324999/321820/norma.htm>. Acesso em: 15 maio 2022.

ARBITRATION CENTER FOR INTERNET DISPUTES (Czech Arbitration Court). **LendingClub Bank, National Association v. Qian Meng Dan**. Case No. 104298. [S. l.]: ADR.eu, 2022. Disponível em: <https://udrp.adr.eu/adr/decisions/index.php?page=5>. Acesso em: 18 maio 2022.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 15 maio 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 16 maio 2022.

CAYÓ Google Argentina, un joven registró el dominio a su nombre y revolucionó las redes. **Clarín**, Buenos Aires, 21 abr. 2021. Tecnología. Disponível em: https://www.clarin.com/tecnologia/cayo-google-argentina-dia-venciadominio_0/Rv9pvgLbe.html. Acesso em: 20 maio 2022.

CRABB, Kristin. Types of Domain Names: A Helpful Guide. **Domain.com Blog**, [s. l.], 30 out. 2018. Disponível em: <https://www.domain.com/blog/2018/10/30/domain-name-types/>. Acesso em: 12 maio 2022.

ESTADOS UNIDOS. **U.S. Code**: Title 15 – Commerce and Trade. Washington, DC: Office of the Law Revision Counsel, [2020]. Disponível em: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text>. Acesso em: 10 maio 2022.

FERNANDES, A. G. O Domínio de Internet e a sua Relação com a Propriedade Intelectual. **Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 41-59, 2016. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadipic/article/view/1517>. Acesso em: 3 maio 2022.

GILWIT, Dara B. The Latest Cybersquatting Trend: Typosquatters, Their Changing Tactics, and How to Prevent Public Deception and Trademark Infringement. **Washington University Journal of Law & Policy**, Saint Louis, v. 11, p. 267-294, jan. 2003. Disponível em: https://openscholarship.wustl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1326&context=law_journal_law_policy. Acesso em: 2 maio 2022.

INTERNET CORPORATION FOR ASSIGNED NAMES AND NUMBERS (ICANN). **Política para resolução uniforme de litígios sobre nome de domínio**. [S. l.]: ICANN, 1999. Disponível em: <https://www.icann.org/resources/pages/policy-2012-02-25-pt>. Acesso em: 19 maio 2022.

INTERNET CORPORATION FOR ASSIGNED NAMES AND NUMBERS (ICANN). **Regras para a política uniforme de resolução de conflitos com nomes de**

domínio. [S. 1.]: ICANN, 2013. Disponível em: <https://www.icann.org/resources/pages/udrp-rules-2015-03-13-pt>. Acesso em: 19 maio 2022.

KING, Stacey H. The Law That It Deems Applicable: ICANN, Dispute Resolution, and the Problem of Cybersquatting. **Hastings Communications and Entertainment Law Journal**, San Francisco, v. 22, n. 3, p. 453-508, 2000. Disponível em: https://repository.uchastings.edu/hastings_comm_ent_law_journal/vol22/iss3/4. Acesso em: 20 maio 2022.

KRUGER, Lennard G. **Internet Domain Names: background and policy issues.** Washington, DC: Congressional Research Service, 2015. (CRS Report 97-868). Disponível em: <https://fas.org/sgp/crs/misc/97-868.pdf>. Acesso em: 1 maio 2022.

MICROSOFT se esquece de renovar domínio do Hotmail. **Total Security**, 7 nov. 2003. Disponível em: https://www.totalsecurity.com.br/noticia/129/Microsoft_se_esquece_de_renovar_dominio_do_Hotmail. Acesso em: 20 maio 2022.

NIC ARGENTINA. **Registro de domínios de Internet: aspectos básicos.** Buenos Aires: NIC.ar, jun. 2021. Disponível em: https://nic.ar/es/descargas/Registro_de_Dominios_de_Internet-Aspectos_basicos.pdf. Acesso em: 11 maio 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI). **Understanding Industrial Property.** 2. ed. Genebra: OMPI, 2016. Disponível em: <https://tind.wipo.int/record/35229>. Acesso em: 20 maio 2022.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Generic Top Level Domain Names: market development and allocation issues.** Paris: OCDE, 2004. Disponível em: <https://www.oecd.org/internet/ieconomy/32996948.pdf>. Acesso em: 12 maio 2022.

STIVALETTI, Thiago. Disputa por nomes de sites chega ao país. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 fev. 1999. Cotidiano. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff28029925.htm>. Acesso em: 14 maio 2022.

TANENBAUM, Andrew S. **Redes de computadores.** 4. ed. Tradução: Vandenberg D. de Souza. Rio de Janeiro: Campus, 2003.