

# Resolución de disputas en línea como medio para solucionar conflictos en la industria de la moda

Guadalupe Yamila García Crespo <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** En el plano internacional, la industria de la moda tiene a su disposición diversos procedimientos para denunciar infracciones o buscar soluciones alternativas ante controversias que involucren a sus derechos de propiedad intelectual en el comercio electrónico. En Argentina el panorama normativo plantea un escenario particular ante esa situación, que debe ser analizado teniendo en cuenta la evolución de las decisiones judiciales y las buenas prácticas implementadas en el ecosistema digital.

**Palabras clave:** resolución alternativa de controversias - resolución de disputas en línea - denuncia y retirada de instancia privada - derechos de propiedad intelectual e industrial - industria de la moda.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 271]

---

<sup>(1)</sup> Es abogada egresada de la Universidad de Buenos Aires y Agente de la Propiedad Industrial. Cursó la Maestría en Propiedad Intelectual de la Universidad Austral, actualmente elaborando su tesis, y completó varios entrenamientos como el Programa de Derecho de Internet y Tecnología de las Comunicaciones de la Universidad San Andrés y el entrenamiento para profesionales practicantes de la Oficina Japonesa de Patentes para el cual fue becada. Ingresó a Mercado Libre hace 6 años y actualmente se desempeña como Brand Protection Manager. Previamente a sumarse a la compañía, fue asociada en el estudio Marval, O'Farrel y Mairal en Buenos Aires. [guadalupe.grespo@mercadolibre.com](mailto:guadalupe.grespo@mercadolibre.com)

## 1. Desafíos

Comenzar este artículo mencionando que desde un punto de vista jurídico el entorno digital nos enfrenta a nuevos desafíos puede implicar caer en un lugar común. Más aún, esa manifestación puede provocar cierto desconcierto si consideramos que en las últimas décadas se incrementó notablemente la actividad legislativa en el mundo enfocada en buscar variadas soluciones normativas que atendieran a la solución de las infracciones de propiedad intelectual en dicho entorno. Sin embargo, la constante transformación digital, la aparición de nuevos modelos de negocios en línea y el creciente uso de esos servicios

por parte de los consumidores llevan a que esa manifestación no pierda vigencia. Es en verdad un constante desafío.

Ese desafío además se incrementa si la región en la cual nos enfocamos para pensar soluciones a las infracciones de propiedad intelectual en línea es Latino América. En nuestra región, las regulaciones locales y las decisiones judiciales no tuvieron un desarrollo igual ni uniforme en los distintos países que la conforman, lo que lleva en la práctica a estar muy atentos a los avances normativos que se suceden en otras regiones del mundo. Esto porque aun cuando no hubiera aplicación extraterritorial, esas normas orientan la construcción de buenas prácticas para la industria en nuestra región.

En ese sentido, el reciente Reglamento de Servicios Digitales (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea, que modifica a la Directiva 2000/31/CE, innova en varios aspectos para atender a esta problemática. Entre ellos, plantea en sus artículos 20 y 21 incorporar un órgano de resolución extrajudicial de litigios al escenario de soluciones existentes para responder a la remoción de contenidos causadas, entre otros motivos, por infracciones a propiedad intelectual, en el entorno de los servicios de la sociedad de la información, incluidas las plataformas de comercio electrónico.

Esto introduce una nueva variable a un esquema que venía profundizando en el desarrollo de los mecanismos de denuncia y retirada de instancia privada, en ocasiones complementándolos en la práctica con iniciativas de colaboración público-privadas para la remoción de contenidos en infracción o la persecución de infractores.

En ese escenario, las infracciones a creaciones de la industria de la moda presentan un caso interesante. Esto porque si bien encuentran protección en distintos institutos de la propiedad intelectual, esta industria se caracteriza por un predominio de los derechos de autor o los modelos y diseños industriales, que como veremos más adelante son derechos cuyas infracciones no reciben la misma atención por parte de las distintas plataformas en sus mecanismos de denuncia y retirada de instancia privada.

El presente trabajo intenta contribuir a la conversación sobre el acceso a la justicia en conflictos que involucran creaciones de la industria de la moda, repasando algunas cuestiones relevantes de los temas mencionados arriba, buscando encontrar intersecciones que ayuden a construir un escenario posible aplicable al comercio electrónico en Argentina. Parte de ese repaso incluye una revisión del tratamiento que tuvieron conflictos que involucran a las creaciones de esa industria en los procedimientos de resolución alternativa de controversias de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Este artículo no pretende adentrarse de manera exhaustiva en cada tema planteado sino resaltar cuestiones relevantes a tener en cuenta en el camino a encontrar soluciones.

## 2. Panorama de Protección en Argentina

López Aufranc, Patricia (2014) explica que las creaciones de la industria de la moda se caracterizan por una estacionalidad que es necesario tener presente al momento de decidir sobre la protección más adecuada en base a derechos de propiedad intelectual e industrial. Las creaciones icónicas, o aquellas que se desarrollan con miras a alcanzar ese estatus,

ameritan la inversión para protegerlas y defenderlas en el largo plazo. Otras creaciones que por su temporalidad no están destinadas a perdurar en el tiempo en su comercialización, encuentran igualmente protección posible mediante esos derechos, aunque con estrategias distintas.

Además, la industria de la moda ha evolucionado para atender a diversas necesidades o intereses de los consumidores, introduciendo en sus creaciones tecnologías que pueden ser protegibles por distintos institutos legales. Esa evolución puede también llevar al desarrollo de nuevas creaciones o invenciones protegibles que busquen solucionar problemáticas como, por ejemplo, el impacto ambiental que la industria genera.

En Argentina, el espectro de derechos de propiedad intelectual e industrial disponible para buscar esa protección es amplio.

### **2.1. Marcas**

A las marcas tradicionales, que protegen signos distintivos y disponibles que utilicen palabras, logos o la combinación de ambos, para identificar productos o servicios, López Aufranc, Patricia (2014) explica que se suma la protección que pueda obtenerse mediante marcas no tradicionales, cuando la distintividad reposa en la percepción mediante otros sentidos distintos a la vista, como son el olfato o el tacto<sup>1</sup>.

Entre ellas, la autora brinda como ejemplos de marcas tridimensionales aplicables a la industria de la moda a los registros en Argentina de las características particulares de la puntera de una zapatilla, la forma distintiva de una cartera, los envases de perfumes, la forma y costuras de los bolsillos de un pantalón o el patrón de un tejido.

Comenta López Aufranc, Patricia (2014) que otras marcas no tradicionales que obtuvieron también protección en Argentina fueron las olfativas, si bien la cantidad de registros fue baja debido a la dificultad para cumplir con el requisito de representación gráfica. Como ejemplo, luego de una contienda judicial originada por las oposiciones que recibieran sus solicitudes de marca, L'Oreal obtuvo en 2009 los registros de fragancias frutales aplicadas a los envases de una línea de shampoos. Para que ello fuera posible, a pedido de la justicia, el INPI determinó que el solicitante debía brindar la composición química de las fragancias, las etiquetas de los envases, muestras del producto y cualquier otra documentación que acreditara su distintividad.

También como marca no tradicional menciona que la textura de un relieve puede ser objeto de protección marcaria en Argentina. Si bien, como ejemplo podemos citar el registro de la superficie de una pelota<sup>2</sup>, que no se relaciona directamente con productos de la industria de la moda, resultaría posible replicar esa protección para creaciones de la moda si éstas reunieran los requisitos de distintividad, representación gráfica y percepción.

Sin embargo, desde un punto de vista práctico, aunque las texturas de sus productos sean relevantes para la industria de la moda, podemos pensar que la marca táctil no sea la protección más elegida. Fridolin Fischer (2008) reflexiona que el alcance de la creatividad de los diseñadores de moda se encuentra limitado por la necesidad de confeccionar productos que se adapten al cuerpo humano y de responder a la tendencia de la sociedad de uniformar los códigos de vestimenta. En ese sentido, esto puede implicar que la decisión

comercial no sea buscar distintividad mediante las texturas de las prendas de indumentaria, sino privilegiar los gustos del consumidor y brindarle opciones con las que se encuentre familiarizado y que tengan una probada aceptación.

Con todo, la protección mediante derechos marcarios en general resulta conveniente para esas creaciones distintivas que se apliquen en la industria con miras a perdurar en el tiempo y a tener un uso constante. Esto porque con una gestión prolija, las renovaciones cada 10 años permiten estrategias a largo plazo. Conllevan, sin embargo, un trámite de solicitud de marca que sin oposiciones o vistas del examinador actualmente puede demorar en Argentina entre 14 y 18 meses, otorgan una protección limitada a los productos de la clase donde se obtiene el registro e implican una protección territorial que debe articularse con la seguida en otros países si la estrategia fuera regional o global.

Por último, la representación gráfica que se requiere para obtener un registro marcario cobrará especial relevancia al momento de ejercer estos derechos mediante los mecanismos de denuncia y retirada de instancia privada. Esto porque facilitará la denuncia de infracciones tanto de los productos ofrecidos como del contenido de sus publicaciones. No quiere decir por esto que las marcas no tradicionales no puedan defenderse en ese entorno, pero plantean un desafío mayor y dependen en gran medida de las descripciones que de los productos ofrecidos hagan los usuarios de las plataformas de comercio electrónico.

## **2.2. Modelos y Diseños Industriales**

Según López Aufranc, Patricia (2014) otros derechos industriales que pueden formar parte de una estrategia de protección son los modelos y diseños industriales. Mediante ellos, la industria de la moda puede proteger los aspectos ornamentales incorporados o aplicados a un producto, sean tridimensionales o dispuestos en una superficie plana, que presenten una configuración y fisonomía propia, y cumplan con la novedad y la aplicación industrial requerida legalmente<sup>3</sup>.

En Argentina, la autora cita como ejemplos el aspecto particular de la suela de un calzado deportivo, la repetición de un monograma formando un patrón aplicado en carteras o la forma de un frasco de perfume. Estos ejemplos están en consonancia con lo que Fisher destaca ocurre en la Unión Europea, donde los diseñadores eligen estos derechos para proteger accesorios más que prendas de vestir.

Por la celeridad en el trámite para obtenerlos en Argentina, los modelos o diseños industriales pueden ser una opción adecuada para lograr una protección rápida que permita aplicar esa forma estética a cualquier tipo de productos.

Pero para considerarlos parte de una estrategia, es importante ponderar si el plazo de protección responde a las expectativas de la industria. Al tratarse en Argentina de un depósito que se otorga por 5 años y que contempla la posibilidad de renovarlo por dos períodos iguales y consecutivos antes de caer en el dominio público, no sería adecuado para estrategias de protección a largo plazo. Por otro lado, si la protección en nuestro país forma parte de una estrategia más general que involucre otros países o regiones del mundo, puede que este tipo de derechos no sean priorizados dentro de una planificación, por la especial atención que se debe prestar al articular una estrategia en varios países que no afecte la no-

vedad y según Fischer (2008) también por considerarse que el plazo de protección excede el necesario para cuidar creaciones que son efímeras.

Además, otro factor que puede desincentivar a los diseñadores de moda a elegir la protección mediante modelos o diseños industriales, es que su otorgamiento no se condiciona a la realización de un examen de fondo por parte de la autoridad, y con ello pueden obtenerse títulos que no eviten eficazmente todos los cuestionamientos que se realicen contra su protección o alcance.

Por último, si todos los aspectos estéticos protegidos por un modelo o diseño industrial pueden visualizarse en las imágenes mediante las que se ofrezcan los productos en el comercio electrónico, el ejercicio de su defensa mediante la utilización de mecanismos de denuncia y retirada planteará desafíos normales. Esos desafíos pueden incrementarse en la medida que se dificulte visualizar en una oferta todas las distintas perspectivas por las que se obtuvo protección.

### ***2.3. Patentes y Modelos de Utilidad***

Las patentes y modelos de utilidad son otros de los derechos industriales mediante los cuales la industria de la moda puede buscar proteger sus invenciones técnicas en Argentina, siempre que reúnan los requisitos de novedad, altura inventiva y aplicación industrial<sup>4</sup>. Si bien en Argentina se han otorgado patentes sobre invenciones desarrolladas por el sector, no son los derechos que predominan en el portafolio de un diseñador de moda. Esto puede deberse en parte a que desarrollar y proteger por patentes puede requerir una inversión considerable, que en Argentina no existe una protección provisoria durante el trámite de solicitud y que concluido el plazo de protección la innovación cae indefectiblemente en el dominio público. Las patentes dentro de una estrategia de protección parecieran entonces quedar reservadas a innovaciones sobre las que pueda obtenerse un retorno económico importante de manera rápida y que de ser posible incluya un esquema de otorgamiento de licencias.

Podemos citar como ejemplos de patentes en Argentina a las otorgadas a diferentes compañías de indumentaria y artículos deportivos, a saber, suela externa para zapato deportivo<sup>5</sup>, método para tejer componentes de un calzado<sup>6</sup>, cierre de calzados<sup>7</sup> y pala de artículo de calzado que incorpora un componente textil con elementos tensores para variar selectivamente el calce en el pie<sup>8</sup>.

El mayor desafío que en la práctica pueden encontrar estos derechos al momento de ejercerlos ante supuestas infracciones en el comercio electrónico, lo tendrán las patentes de procedimiento, porque en gran medida dependerá de lo que el usuario describa en su oferta. La defensa ante supuestas infracciones de ofertas en línea sobre patentes de productos encontrará un escenario ligeramente más favorable, si en la oferta y su descripción pueden identificarse los aspectos funcionales de la patente. Pero estas dificultades no deberían interpretarse como una imposibilidad absoluta para que el titular de derechos pueda ejercerlos en línea, si consideramos que lo que puede describirse en la primera reivindicación pueda también ser su mayor atractivo comercial.

## 2.4. Derechos de Autor

Son los derechos que protegen a las creaciones de la industria de la moda por excelencia. López Aufranc, Patricia (2014) comenta que presentan la facilidad de no requerir un registro obligatorio y de otorgar una protección automática, mundial y en general, con plazos de protección más extensos en comparación con los derechos de propiedad industrial<sup>9</sup>. Fueron los primeros derechos para los cuales se consagró normativamente un mecanismo de denuncia y retirada de instancia privada mediante el cual se pudiera ejercer su defensa. Dentro del comercio electrónico, los derechos de autor comparten con las marcas la posibilidad de denunciar tanto a los productos ofertados que pudieran resultar infractores como al contenido de las publicaciones que los ofrecen. Sin embargo, su ejercicio en el entorno digital continúa presentando varios desafíos, en ocasiones provocados por la falta de certeza sobre la titularidad u originalidad de las supuestas obras tuteladas.

## 2.5. Otros derechos de propiedad intelectual e industrial

Si bien en Argentina no se registran intentos por parte de la industria de la moda de buscar la protección de sus productos mediante Denominaciones de Origen, podría replicarse la experiencia que tuvo el sombrero aguadeño en Colombia, conforme el ejemplo que López Aufranc, Patricia (2014) brinda sobre ese país. Su defensa exitosa ante infracciones en línea debe involucrar necesariamente a los organismos facultados para gestionar estos derechos. Así también, los secretos comerciales serían otra herramienta de la industria de la moda para proteger sus prácticas, como el ejemplo que menciona la OMPI (2005) del caso de modelos empresariales que agilicen la confección y suministro de productos, pero su defensa ante supuestas infracciones en línea requiere que el esclarecimiento del daño sea debatido en sede judicial.

## 3. Soluciones de Instancia Privada

Habiendo establecido en el capítulo anterior que la industria de la moda cuenta con distintos institutos de propiedad intelectual e industriales para proteger sus creaciones e innovaciones en Argentina, me enfocaré en este capítulo en la posibilidad de ejercer su defensa utilizando mecanismos de denuncia y retirada disponibles en las plataformas de comercio electrónico, repasando el marco legal argentino en el que se desenvuelven.

### 3.1. Directrices sobre la Responsabilidad de los Intermediarios en Internet

Es importante tener presente que Argentina no cuenta con una regulación legal específica en materia de responsabilidad de intermediarios.

De todos modos, resultan de aplicación las reglas generales sobre responsabilidad civil (contractual o extracontractual) y/o penal. En el primero de los casos (responsabilidad civil) el factor de atribución subjetivo se encuentra previsto en el artículo 1724 del Código Civil y Comercial de la Nación, mientras que el factor de atribución objetivo se desprende del artículo 1722. El Código Civil y Comercial de la Nación recepta también como novedad desde el 2015 la responsabilidad civil preventiva en el art. 1710. En cuanto al segundo de los supuestos (responsabilidad penal) los tribunales han tenido que resolver, principalmente, en torno a los artículos 71, 72 y 72 bis de la Ley de Propiedad Intelectual. Asimismo, en aquellos casos en que se entienden vulnerados derechos constitucionales es común que se acuda a acciones expeditas (ej. amparo), tal como prevé el artículo 43 de la Constitución Nacional (Gonzalo Bustos Frati, Pablo Palazzi y Silvana Rivero, 2021, p.45-46).

En ausencia de una normativa específica, Bustos Frati, Palazzi y Rivero (2021) analizan entonces el desarrollo jurisprudencial en Argentina para encontrar directrices aplicables a la responsabilidad de los intermediarios de Internet. Sustentan ese análisis en decisiones judiciales, agrupándolas según los derechos sobre cuya afectación se pronunciaban: derechos personalísimos, derechos de los consumidores y derechos de propiedad intelectual. Dentro del primer grupo, los autores citados mencionan que la mayoría de las acciones civiles fueron precedidas por medidas cautelares que primero resolvían en términos amplios (bloqueo de nombres) para luego evolucionar a un enfoque más restringido (bloqueo de urls). A continuación de esa referencia general, concentran su análisis en el *leading case* “Rodríguez, María Belén” (2014), destacando que los fundamentos para resolverlo fueron luego ratificados en “Gimbutas” (2017) cuando la Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN) tenía una composición diferente.

Ambas sentencias resolvían conflictos originados por la indexación de contenidos de carácter sexual o difamatorio en los que se vinculaban a personas públicas o notoriamente conocidas afectando su nombre e imagen. Explican Bustos Frati, Palazzi y Rivero (2021) que en estas decisiones judiciales no se aplicaron las normas de la responsabilidad objetiva buscando equilibrar los derechos afectados con la libertad de expresión y el libre acceso a la información pública.

En ese sentido, la CSJN adoptó la postura de juzgar a los intermediarios aplicando las reglas de la responsabilidad subjetiva, derivada de la inexistencia de una obligación general de monitoreo. En “Rodríguez, María Belén” (2014) además se consideró que la conducta antijurídica se configura cuando teniendo un conocimiento efectivo, el intermediario no lleva adelante las medidas necesarias para que cese la situación lesiva mediante la pronta eliminación o bloqueo de los enlaces que se hubieran identificado. En un *obiter dictum*, la CSJN brinda una orientación sobre lo que considera efectivo conocimiento. Para hacerlo, distingue entre dos situaciones que suponen cursos de acción diferentes.

La primera situación se caracteriza por una ilegalidad manifiesta y grosera, que incluye contenidos<sup>10</sup> relacionados con pornografía infantil, apología del racismo, datos que pongan en peligro la vida o integridad física de las personas, incitación a la violencia, violaciones graves a la privacidad, entre otras ilicitudes. Ante estos casos, la Corte considera que

es suficiente una notificación extrajudicial porque la naturaleza ilícita de esos contenidos surge de manera clara con sólo consultarlos, sin necesidad de ninguna otra valoración.

La segunda situación involucra contenidos que puedan implicar lesiones al honor o de otra naturaleza, que por ser dudosos u opinables necesiten de esclarecimiento o precisión por parte de la autoridad competente. Para estos, la CSJN entiende que corresponde exigir una notificación administrativa o judicial porque el intermediario de servicios de Internet no puede suplir la función de los jueces.

Con relación al segundo grupo de casos, a saber, los que involucran una afectación a derechos de los consumidores, Bustos Frati, Palazzi y Rivero (2021) citan el fallo “Kosten” (2018), que decidió sobre el pedido de resarcimiento iniciado contra una plataforma de comercio electrónico ante la falta de entrega de un automotor adquirido a través del sitio web. Destacan que para decidir sobre la inexistencia de responsabilidad civil, el tribunal tuvo en cuenta que el intermediario no había desempeñado un rol activo, siguiendo la misma postura adoptada en “Rodríguez, María Belén” (2014) sobre la inexistencia de responsabilidad del intermediario basada en la no obligatoriedad de una vigilancia general.

Por último, en los casos que decidieron sobre afectaciones a derechos de propiedad intelectual, Bustos Frati, Palazzi y Rivero (2021) citan dos causas penales<sup>11</sup> iniciadas la primera contra YouTube y la otra contra Taringa. En ambas decisiones se absolvió a las plataformas. En la primera consideró el tribunal que no podía entenderse a la querrelada como garante de los contenidos a los que brindaba acceso y/o partícipe necesario de las actividades ilícitas que se realizaran por la incorporación de vídeos en su plataforma.

En conclusión, ante la inexistencia de un marco normativo específico y con fundamento en el desarrollo jurisprudencial descrito por Bustos Frati, Palazzi y Rivero (2021), podemos entender que ante supuestas infracciones a derechos de propiedad intelectual o industrial, que pueden encuadrarse en esos casos dudosos u opinables que requieran esclarecimiento o precisión por parte de la autoridad, es necesaria una notificación mediante orden judicial o administrativo que determine la infracción e identifique los contenidos a remover (informando las urls).

Sin embargo, en la práctica encontramos intermediarios que operan en Argentina y brindan soluciones para solicitar la remoción de contenidos en supuesta infracciones a esos derechos, sin necesidad de una orden judicial. Lo trataremos a continuación.

### ***3.2. Mecanismos de Denuncia y Retirada de Instancia Privada***

Las directrices que emanan de las decisiones judiciales locales citadas en la sección anterior, se basan en derecho y jurisprudencia comparada que regulan la responsabilidad de los intermediarios en Internet. En “Rodríguez, María Belén” (2014) se mencionaba a la directiva europea 2000/31, la ley 17.336 (modificada por la ley 20.345) de Chile, el Marco Civil de Internet de Brasil, la ley española Nro 34 de 2002 y la Communications Decency Act de Estados Unidos de América, entre otras, como ejemplos de normas que establecen la no obligatoriedad de un monitoreo general por parte del intermediario.

Adicionalmente, en lo que hace más específicamente a la creación de mecanismos de denuncia y retirada de instancia privada, pueden citarse distintos ejemplos de regulaciones

que las estipulan u orientan a su creación. La Directiva 2000/31/CE, pensada para actuar en combinación con la Directiva 2001/29 a fin de armonizar las reglas generales sobre la responsabilidad de intermediarios con los aspectos de derechos de autor y derechos conexos, conformaban el escenario supranacional que existía en la Unión Europea previo a las recientes modificaciones introducidas por la Digital Service Act. Esas modificaciones mantienen la libertad de cada Estado de la Unión para regular sobre los mecanismos de denuncia extrajudiciales, pero otorgan mayores detalles sobre el diseño que se espera de los procedimientos que regula. Aun así, recurrimos a otra normativa, la *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA) de los Estados Unidos de América, para adentrarnos en las particularidades de la instrumentación de un mecanismo de denuncia y retirada de instancia privada, porque todavía resta conocer cómo los países de la Unión Europea implementarán estas modificaciones.

La DMCA de 1998, que modificó a la *Copyright Act*, introdujo la regulación de los puertos seguros<sup>12</sup> estableciendo una inmunidad condicionada. Esta normativa regula los requisitos formales y plazos para un procedimiento extrajudicial simplificado de denuncia y retirada, incluyendo la posibilidad de una contradenuncia por parte del usuario que hubiera creado el contenido, apelación que de ser presentada por el usuario implica que la supuesta infracción deba luego ser decidida en una instancia judicial. En Latino América, este mismo procedimiento fue recepcionado por la normativa mexicana en la modificación a su Ley de Derechos de Autor en 2020 como resultado del acuerdo extrarregional T-MEC<sup>13</sup>.

Ahora bien, volviendo al plano local, estas normas del derecho comparado pueden tomarse, ante la ausencia de leyes específicas en Argentina, como orientaciones o buenas prácticas a ser contempladas en la instrumentación de procedimientos de denuncia y retirada que puedan disponibilizar intermediarios que operen en nuestro país. Nuestros tribunales acogen ya varios de los principios rectores que sustentan esas reglas. El interrogante que puede presentarse es cuál sería la motivación de los intermediarios en implementar estos mecanismos si no hay regulación que los obligue.

En ese sentido, el cumplir con estándares mínimos que los posicionen para competir en el plano internacional puede ser un incentivo. Otro incentivo puede encontrarse en la necesidad de una mejora continua en la calidad del servicio que prestan a sus usuarios, quienes por la internacionalización de los modelos de negocio que se desarrollan en Internet, pueden conocer sobre las buenas prácticas en otros países y empujar para que se repliquen.

Como ejemplos de autorregulación pueden citarse plataformas que nacieron como sitios de comercio electrónico, como Mercado Libre<sup>14</sup> u OLX<sup>15</sup>, y plataformas que nacieron como redes sociales y desarrollaron luego estos modelos de negocio, como el Marketplace de Facebook<sup>16</sup> (actualmente renombrada como Meta).

Sin embargo, recordando que el foco del presente trabajo es entender las soluciones que se encuentren al alcance de la industria de la moda para defender sus creaciones en el entorno digital, esta autorregulación no llega a cubrir de manera general, suficiente y efectiva esa necesidad. Esto porque cada plataforma diseña su propio mecanismo de denuncia y retirada, que pueden diferir entre sí en cuanto al procedimiento, alcance y consecuencias. Mientras algunas sólo admiten denuncias basadas en infracciones a derechos de autor, otras incluyen también a las infracciones de derechos marcarios y una sola extiende la posibilidad a cualquier tipo de derecho de propiedad intelectual o industrial (con algunas

pocas salvedades). Además, los procedimientos y sus consecuencias varían. Mientras algunas plataformas se inspiran en el exacto diseño contemplado en la DMCA (en ocasiones hasta invocando esa ley expresamente), por lo que solicitan que los pedidos de remoción de contenidos se realice mediante email y reactivan una publicación si la denuncia es apelada por el usuario, otras brindan programas especialmente diseñados para identificar las publicaciones, denunciarlas y dar seguimiento al proceso, sin reactivar la publicación en el caso de que el usuario apele la denuncia.

En conclusión, según la estrategia de protección decidida por el diseñador de modas para sus creaciones, al momento de defender sus derechos por infracciones incurridas por ofertas en el comercio electrónico en Argentina, encontrará mayores desafíos cuanto más diversificado tenga su portafolio de derechos (donde las infracciones a derechos de autor serán las únicas que debieran procesarse siempre si verifica su titularidad sobre una obra que merece protección por su originalidad). Deberá además priorizar entre las distintas plataformas de comercio electrónico aquellas en las que la visibilidad o comercialización de sus productos sea mayor o se presenten más infracciones (ponderando también el esfuerzo a destinar según la complejidad que presente el uso de los mecanismos de la plataforma).

#### 4. Nociones del ODR y Métodos ADR de la OMPI

Lo tratado en los capítulos anteriores repasaba las posibilidades que tiene la industria de la moda para proteger sus creaciones e invenciones y defenderlas ante infracciones en el ámbito del comercio electrónico en Argentina. En este capítulo nos adentraremos en los procedimientos con los que cuentan los diseñadores del sector para intentar una resolución extrajudicial de sus controversias, involucrando el uso de tecnologías.

##### 4.1. La “cuarta parte”

Wing, Leah; Martinez, Janet; Katsh, Ethan y Rule, Colin (2021) explican que en los inicios de Internet los conflictos eran poco frecuentes porque su uso estaba circunscripto a un número limitado de usuarios, no había intermediarios facilitando la interacción de la población en general y ciertas actividades estaban prohibidas. Pero esta situación cambió en 1992, cuando se levantaron varias prohibiciones y se permitió el comercio electrónico, coincidiendo con la época en la que apareció la *World Wide Web*. Como consecuencia, se registró un aumento del número de disputas y surgió la necesidad de crear nuevos procesos que las resolvieran.

Según estos autores, los métodos *Alternative or Appropriate Dispute Resolution* (o ADR, por su sigla en inglés), demoraron en reconocer la necesidad y el valor de desarrollar procesos de *Online Dispute Resolution* (ODR, por su sigla en inglés), y a lo largo de dos décadas la incorporación de la tecnología (algoritmos y herramientas de machine learning) a la resolución de disputas demostró que un ODR no es simplemente la versión en línea de un ADR. La tecnología es entonces identificada como la “cuarta parte” en una disputa, dentro

de una dinámica donde la “primera parte” y la “segunda parte” son quienes se encuentran en conflicto y la “tercera parte” el mediador o árbitro que deben permanecer neutrales. En esa dinámica, la “cuarta parte” tiene que ser vista y funcionar como un socio de las otras<sup>17</sup>. Wing, Leah; Martinez, Janet; Katsh, Ethan y Rule, Colin (2021) explican que la “cuarta parte” se expande de manera constante a medida que se vuelve más capaz y rápida en los procesos que realiza, implicando descargara a las otras partes de carga operativa, y actuando despojada de sentimientos o parcialidad (porque los algoritmos no son influenciados, por ejemplo, por el carisma). Actualmente, el ámbito de actuación de la tecnología incluye la admisión y gestión de casos, el diagnóstico de problemas, el procesamiento de pagos, la recolección de grandes volúmenes de información, la gestión de documentos, notificaciones, recordatorios y agendamientos en general. Los autores citados pronostican que a futuro la tecnología estará involucrada en la investigación y evaluación de casos, quizás identificando zonas de potenciales acuerdos, preparando borradores de documentos y presentándolos ante entidades jurídicas e incluso automatizando negociaciones.

En esa evolución, los autores citados reflexionan que los negociadores podrían migrar de ser personas sin asistencia de la tecnología, a convertirse en avatares en un modelo híbrido o terminar siendo agentes (programas de computación totalmente impulsados por algoritmos que realizan acciones automatizadas). Todas las partes en un proceso de resolución de disputas podrían ser asistidos por un agente, los agentes de cada parte negociarían en su nombre y al alcanzar un potencial acuerdo podrían compartirlo con sus representados para su aprobación final.

Wing, Leah; Martinez, Janet; Katsh, Ethan y Rule, Colin (2021) comentan que en el mundo comercial, estos agentes ya se utilizan para renegociar el pago de deudas o resolver reclamos de consumidores, aplicando modelos de negociación que se basan en parámetros mapeados sobre las concesiones que pueden comprometerse para luego contactar directamente con los clientes mediante correos electrónicos o mensajes de texto.

En este contexto, los autores citados comentan que en las últimas décadas el uso de los ADR se ha expandido por los beneficios que presentan en comparación con los procesos judiciales, a saber, resultan más rápidos, insumen menos costos e involucran una mayor participación de las partes en el proceso de toma de decisiones, que puede estar facilitado por la intervención de un tercero neutral.

En ese escenario, teniendo en cuenta el incremento de conflictos mencionado al principio del capítulo, explican que la expansión de los ADR es conveniente se encuentre acompañada por el diseño de un sistema de gestión de procesos múltiples, conocido como *Dispute System Design* (o DSD por su sigla en inglés), que se articula con los ODR para brindarles flexibilidad y contemplar el factor de complejidad en los procesos de análisis de información y comunicaciones. Los DSD sopesan distintos aspectos que dan forma a un flujo de conflictos, considerando objetivos como la eficiencia, el acceso a la justicia y la prevención de disputas, entre otros, completando el diseño con las características de las partes involucradas y la relación entre ellas, para que el proceso se lleve a cabo con la finalidad de prevenir, gestionar o resolver el conflicto. Existen otros aspectos, como el contexto de las circunstancias del caso, la cultura y los recursos para usar y operar el sistema, que también deben ser considerados<sup>18</sup>.

Para concluir, Wing, Leah; Martinez, Janet; Katsh, Ethan y Rule, Colin (2021) reflexionan sobre la escasez que hubo hasta hace poco tiempo en el desarrollo de valores éticos aplicables a los ODR. Mencionan una dependencia de los estándares aplicables a los ADR que no abordaba el uso de la tecnología.

En ese sentido, Wing, Leah (2016) explora la construcción de un conjunto de principios éticos que deben estar presentes en el diseño e implementación de un ODR para gobernar la integración de la tecnología a las prácticas de resolución de disputas en línea de manera de incrementar el acceso a la justicia.

Enuncia la autora los siguientes principios: 1. accesibilidad (diseño e implementación eficaz y eficiente para que no sólo sea usado por un gran número de personas sino también por quienes no compartan el mismo contexto cultural o jurisdiccional); 2. *accountability* (debe poder rendir cuentas a las instituciones, marcos legales y comunidades a las que sirve); 3. competencia (ser capaces de brindar acceso eficaz a la justicia); 4. confidenciales; 5. empoderamiento (deben potenciar el crecimiento y el cambio positivo de las personas, instituciones y sociedad en general); 6. igualdad (deben brindar un trato digno a todos los participantes); 7. ecuanimidad (respetar el debido proceso); 8. honestidad; 9. imparcialidad (evitar patrones de privilegio); 10. asegurar una participación informada sobre todos los aspectos del proceso; 11. siempre innovar en las oportunidades de mejora de los servicios; 12. integración tecnológica tanto con sistemas internos como externos; 13. cumplir las obligaciones legales aplicables según la jurisdicción; 14. neutralidad (los conflictos de intereses deben transparentarse); 15. prevenir y minimizar el riesgo y daño que pudieran sufrir los involucrados en una disputa, en particular aquellos que están marginados o con dificultad para acceder a la justicia; 16. seguridad en la transmisión de datos y comunicaciones; y por último, 17. transparencia (sobre los verdaderos propósitos, riesgos y obligaciones legales).

#### ***4.2. Métodos ADR de la OMPI y su aplicación a conflictos de la industria de la moda***

El Centro de Arbitraje y Mediación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) brinda distintos servicios para la resolución de controversias en esa materia. Los procedimientos incluyen: (i) mediación, que implica un procedimiento no vinculante donde un tercero neutral intenta un acercamiento de las partes para que resuelvan un conflicto (a elección de las partes, de no llegar a una solución, el procedimiento puede seguir en un arbitraje); (ii) arbitraje, que trata de un procedimiento vinculante por el cual uno o varios árbitros dictan una decisión obligatoria (las partes pueden elegir llevar adelante previamente una mediación o un proceso de decisión de experto); (iii) arbitraje acelerado, trata de un procedimiento que tiene las mismas características que el arbitraje pero es más breve y menos costoso (misma posibilidad de elegir tener una mediación precedente); y (iv) proceso de decisión de experto, por el cual uno o varios expertos dictan una decisión que será vinculante salvo que las partes definan lo contrario<sup>19</sup>.

La OMPI provee además cláusulas modelo que pueden ser incorporadas en los contratos para la selección entre los distintos procedimientos que ofrece.

En comparación con los procesos judiciales, tanto la mediación como el arbitraje de la OMPI requieren que las partes acuerden someterse a ellos, pudiendo seleccionar al me-

diador o a los árbitros especializados (ambos especializados en la materia a decidir) que desean intervengan y son procedimientos privados y confidenciales que las partes pueden modificar y que resultan eficientes para encontrar soluciones transfronterizas en controversias internacionales. Existen diferencias entre la mediación y el arbitraje. En el arbitraje (al igual que el juez en un proceso judicial), el árbitro decide la controversia, mientras que el mediador no lo hace. Por otro lado, existe posibilidad de apelación del laudo arbitral, aunque limitada, mientras que en la mediación por su naturaleza esta posibilidad no existe. Por último, por su naturaleza, estos métodos ADR propician que se preserven las relaciones entre las partes.

Con relación a la utilización de tecnología a estos procesos de resolución alternativa de controversias, la OMPI pone a disposición herramientas en línea para la administración de casos, denominada WIPO eADR, que permite que las partes, mediadores, árbitros y expertos puedan enviar comunicaciones electrónicas a un expediente en línea<sup>20</sup>. Adicionalmente, pueden acordar celebrar reuniones o audiencias de forma remota a través de herramientas en línea, incluyendo aplicaciones de videoconferencia<sup>21</sup>.

Los montos de las tasas administrativas pueden oscilar entre los USD 250 hasta los USD 40.000 dependiendo de la cuantía en disputa. En cuanto a los honorarios, los más bajos se registran en el arbitraje acelerado (USD 1.000) pudiendo ascender hasta los USD 25.000 según la cuantía en disputa<sup>22</sup>.

Con relación a la industria de la moda, los procedimientos de mediación y de arbitraje del ADR de la OMPI fueron utilizados en diferentes disputas relacionadas con incumplimientos de contratos de distribución exclusiva y de coexistencia marcaría involucrando marcas de lujo, existiendo la posibilidad de recurrir a estos procedimientos ante situaciones de infracciones en materia de derechos de autor, marcas, diseños industriales y patentes en el ámbito del comercio electrónico<sup>23</sup>.

Según Wollgast, Heike; Accornero, Chiara; Palombella, Ida and Caretta, Federica (2021) la industria de la moda encuentra en el ADR de la OMPI herramientas adecuadas para resolver conflictos que respondan a las características del sector, como ser el corto ciclo de vida de sus creaciones y la necesidad de soluciones rápidas que preserven la relación comercial en curso y evitan publicidad negativa, ahorrando costos y tiempo. Estas autoras indican que una mediación de la OMPI puede típicamente insumir 4 meses y a pedido de las partes ese tiempo puede reducirse. Además, mencionan que en el 70% de las mediaciones y en el 30% de los arbitrajes los conflictos han terminado con un acuerdo entre las partes antes de una decisión formal<sup>24</sup>.

Wollgast, Heike; Accornero, Chiara; Palombella, Ida and Caretta, Federica (2021) como ejemplo de colaboración, citan el acuerdo celebrado entre Cámara Nacional de la Moda Italiana (CNMI) y el Centro de la OMPI, por el cual los miembros de esa entidad se benefician de utilizar los servicios de resolución de controversias a precios reducidos y con procedimientos especialmente concebidos para controversias relacionadas con su industria de la moda.

Sin dudas, podemos concluir que en materia de conflictos que involucran a la industria de la moda, el ADR de la OMPI constituye un foro especializado en propiedad intelectual e industrial que resulta adecuado para la resolución de controversias que respondan a las necesidades del sector y a las particularidades de sus creaciones. Sin embargo, estará

limitado a aquellos conflictos que se susciten en el plano internacional. A nivel local, serían interesante replicar acuerdos como el celebrado entre la OMPI y el INDAUTOR en 2021, para fomentar la práctica de estos mecanismos alternativos en Argentina.

## 5. El Reglamento de Servicios Digitales y la resolución extrajudicial de controversias

En el capítulo anterior el foco estuvo en conocer los mecanismos alternativos de resolución de controversias especializados en materia de propiedad intelectual e industrial que, combinados con el uso de la tecnología, tiene a su disposición la industria de la moda para acceder a la justicia. Resta ahora entender el nuevo escenario que para este tema plantea la Digital Service Act (DSA)<sup>25</sup> en sus artículos 20 y 21 al involucrar a las plataformas de comercio electrónico en esa dinámica para garantizar el acceso a la justicia de los usuarios que hubieran sido afectados por la remoción de sus contenidos resultante de una denuncia a través de los mecanismos de instancia privada.

Kuczerawy, Aleksandra (2022) explica que el racional detrás de la DSA es garantizar el acceso a la justicia. Toda violación de derechos requiere una corrección y toda restricción de contenidos realizada por un intermediario debe estar acompañada de una declaración que explique al usuario creador del contenido los motivos que llevaron a tomar esa medida. Esa declaración debe además contener información sobre los mecanismos de reparación que la autora describe como un abordaje de tres niveles: un sistema interno de gestión de reclamaciones, resolución extrajudicial de litigios y la vía judicial.

El primer nivel consagrado en el artículo 20, establece que la plataforma debe disponibilizar un sistema interno para recibir y gestionar reclamaciones para pueda utilizarse durante por lo menos los 6 meses próximos a contar desde la remoción del contenido. Esto implica la posibilidad de apelar decisiones que la plataforma hubiera tomado como resultado de denuncias recibidas por titulares de derechos de propiedad intelectual o industrial, o por medidas consecuencia de su propia iniciativa, y que hubieran concluido con la remoción de contenidos, la restricción de su visibilidad o la suspensión o inhabilitación de cuentas o servicios. A su vez, esta apelación debe poder realizarse tanto si la remoción se debió a una supuesta ilegalidad del contenido como también si lo fue por una violación a los términos y condiciones del sitio. Además, la posibilidad de apelar debe estar disponible no sólo para el usuario afectado sino también para cualquier tercero, aún cuando no fuera usuario de la plataforma.

Establece también que la plataforma debe revertir la decisión tomada si la apelación contiene argumentos suficientes para justificar la conducta del usuario. La norma estipula que las decisiones de la plataforma no deben ser discriminatorias ni arbitrarias y deben estar direccionadas a resultados justos pero no brinda mayores indicaciones al respecto. Por último, las decisiones no pueden ser tomadas solamente basadas en recursos automatizados, por lo que requerirán de una supervisión apropiada por parte de un equipo calificado, y deben ser informadas a todas las partes dejando abierta la vía de un mecanismo de resolución extrajudicial de litigios.

De esta manera, considera Kuczerawy, Aleksandra (2022) que se garantiza un equilibrio al incluir ambos escenarios, otorgando la posibilidad de ser oídos tanto a quienes se consideran víctimas de infracciones por contenidos en línea como a quienes se consideran afectados por su remoción. Sin embargo, opina que operar un sistema interno como el establecido por la norma puede ser costoso, complejo de operar en cuanto a volúmenes si los usuarios o terceros se vuelcan masivamente a apelar decisiones de las plataformas (lo que la autora considera esperable) y puede terminar implicando la reactivación de un mayor número de contenidos removidos previamente. Lo que preliminarmente concluye Kuczerawy es que ciertamente obligará a las plataformas a una mayor transparencia en sus términos y condiciones con relación a los contenidos que consideran prohibidos.

El segundo nivel se encuentra consagrado en el artículo 21 y puede activarse tanto ante resultados insatisfactorios a la apelación descrita en el artículo 20 como cuando el conflicto no hubiera pasado por ese sistema interno<sup>26</sup>. Los órganos de resolución extrajudicial de litigios deben haber obtenido una certificación para actuar (certificación que obtienen por un plazo máximo renovable de 5 años) y sus decisiones no serán vinculantes (lo que implica una diferencia con algunos de los procedimientos del ADR de la OMPI). La instancia del artículo 21 no requiere ser agotada previamente para dejar abierta la vía judicial y la plataforma puede decidir no participar. El órgano de resolución extrajudicial tendrá un plazo de 90 días para alcanzar una decisión, tiempo que puede extenderse por un plazo igual ante cuestiones complejas. En cuanto a los costos de estos procedimientos iniciados por los usuarios, Kuczerawy, Aleksandra (2022) opina que al tener que ser afrontados casi exclusivamente por las plataformas, esto puede impactar en las decisiones que tomen ante apelaciones de usuarios. Opina también que la solución establecida en el artículo 21 parece un “experimento” que deja varias incertidumbres sobre su implementación.

Para completar el esquema que presenta Kuczerawy, Aleksandra (2022), el tercer nivel es el órgano jurisdiccional. Esta vía se encuentra siempre habilitada en cualquiera de las otras dos instancias que contempla la DSA.

Por lo expuesto, es difícil pronosticar los efectos que en el corto y mediano plazo tendrá el novedoso sistema que establece la DSA, no sólo para la industria de la moda sino para el ecosistema digital en general. Como plantean tanto Kuczerawy, Aleksandra (2022) como Ortolani, Puerto (2022), preliminarmente estas modificaciones al sistema anterior deberían traer beneficios en cuanto a una mayor transparencia y a la ampliación de las posibilidades de resoluciones extrajudiciales.

## 6. Reflexiones finales.

El escenario planteado en Argentina evidencia varios desafíos de los que no escapan las industrias creativas, entre ellas el sector de la moda.

La falta de regulación específica en materias como la responsabilidad de intermediarios o los mecanismos de denuncia y retirada de instancia privada, fue suplida por decisiones judiciales y por las buenas prácticas que el comercio electrónico implementa aprendiendo de la experiencia en otros países. Pero cuando el derecho comparado en el que se basan

esas decisiones o buenas prácticas evoluciona hacia nuevos esquemas, aún cuando los principios rectores que los sustentan no se modifiquen, se generan varios interrogantes.

En materia de resolución alternativa de controversias integradas por soluciones tecnológicas (ODR), el panorama local no difiere cuando se necesitan atender conflictos que se susciten en el ámbito de la propiedad intelectual o industrial.

Bustos Frati, Palazzi y Rivero (2021) sugieren comenzar un camino para la co-creación de principios sostenibles en materia, generando espacios de diálogo entre los diferentes actores de la economía digital e impulsando una agenda que profundice la articulación entre las políticas digitales y las estrategias de ciberdiplomacia.

En el mismo sentido, Wing, Leah (2016) al hablar de las motivaciones para construir un conjunto robusto de principios éticos aplicables a los ODR, menciona a la confianza como primer argumento. Si no se logra esa confianza, según la autora, se corre el riesgo de que quienes no estén familiarizados con la práctica construida hasta el momento, decidan reglas, o peor aún regulaciones, que no reflejen los valores compartidos por quienes participan de ese espacio. Los principios pueden constituir un estándar aún más alto que el alcanzado mediante una regulación.

Esa confianza se construye mediante la práctica. Según concluían Wing, Leah; Martinez, Janet; Katsh, Ethan y Rule, Colin (2021), el uso de la tecnología en la resolución de disputas era visto décadas atrás como futurista y deshumanizante pero ahora se transformó en algo corriente, en varias ocasiones solicitado por las partes involucradas en un conflicto.

Pero mientras se recorre el camino tanto para popularizar la adopción de métodos alternativos de resolución de controversias como para construir una agenda política que articule a los distintos actores de la economía digital, es importante el rol de la práctica legal privada y de las autoridades judiciales para constituirse en protagonistas de estrategias de concientización.

## Notas

1. Ley de Marcas 22.362. 1981.
2. Reg. Nro. 2371827. Se reivindica que toda la superficie presenta una particular textura que comprende una serie de pequeñas hendiduras circulares dispuestas en una trama ortogonal a espacios regulares.
3. Decreto-Ley 6673/63.
4. Ley de Patentes de Invención y Modelos de Utilidad N° 24.481. Modificada por la ley N° 24.572 (T.O.1996). Ver artículos 4, 53 y 55.
5. Patente de Invención Nro. 239884.
6. DI-2021-11-APN-ANP#INPI
7. Patente de Invención Nro. 251715.
8. DI-2021-362-APN-ANP#INPI
9. Ley 11.723. Régimen Legal de la Propiedad Intelectual. Texto original de 1933 y modificatorias.

10. Antonio Millé, en su colaboración en la obra coordinada por Pablo Palazzi (2012), explica que “el término “contenidos” es una de las adiciones al lenguaje provocadas por la jerga de la sociedad en línea. La denominación comprende cualquier texto, imagen, sonido o combinación multimedia, con individualidad, estabilidad y autonomía, que esté encerrado dentro de un contenedor digital. [...] Los contenidos quedan a disposición de todos o parte de la “población” de internet cuando quien tiene su control efectúa operaciones correspondientes, que básicamente consisten en incluir el contenido dentro del código fuente del programa de computación que organiza la presentación del sitio web o en incluir en dicho programa de computación una instrucción que brinde acceso al contenido alojado el otra división del computador conectado al aludido por medio de una red local o de internet” (p. 353).

11. Una es la denuncia iniciada por los titulares de los derechos de autor de la película argentina “Un cuento Chino”, decidida por la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Criminal y Correccional, Sala 5 CCC, 13630/2012/CA2. “P, L. y otros”. Sobreseimientos. II 20/162, 28 de octubre de 2013. La otra denuncia penal fue decidida por el Tribunal Oral en lo Criminal y Correccional Nro. 26 de la Capital Federal, CCC 16029/2009/TO1/1, 17 de diciembre de 2018.

12. Requisitos que deben cumplir los intermediarios para beneficiarse de la limitación de responsabilidad ante infracciones por contenidos de terceros.

13. En este punto no citamos al Marco Civil de Internet de Brasil, porque requiere de una notificación judicial, ni a la ley 4.868 sancionada en 2013 en Paraguay para regular el comercio electrónico, porque requiere una notificación judicial o administrativa. Tampoco incluimos como ejemplo a la normativa costarricense de derechos de autor porque la alternativa que brinda a la notificación judicial es un sistema de notice and notice, lo mismo que la regulación chilena en materia de derechos de autor cuya alternativa a la notificación judicial es un forward of notice.

14. <https://www.mercadolibre.com.ar/brandprotection/enforcement>

15. <https://help.olx.com.ar/hc/es-419/articles/209280286-Condicion-de-Uso>

16. [https://es-la.facebook.com/policies\\_center/commerce](https://es-la.facebook.com/policies_center/commerce)

17. El trabajo de Wing, Leah; Martinez, Janet; Katsh, Ethan y Rule, Colin (2021) fue publicado en tiempos de pandemia del COVID-19. Es interesante algunas pocas referencias que hacen a esa situación a lo largo de su artículo, en las que destacan la creciente relevancia que recientemente adquirieron los ODR debido al distanciamiento social que debimos cumplir durante esa época. Sin embargo, resaltan también las preocupaciones que la práctica de la videoconferencia empleada para un ODR puede provocar debido a cuestiones de ciberseguridad, privacidad y desbalance entre las partes debido al desconocimiento del uso de esas tecnologías. Como parte también de esos estándares éticos, debe cuidarse la transparencia sobre todo en el manejo de grandes bases de datos.

18. Resulta interesante el ejemplo de aplicación del DSD que brindan los autores al proceso de resolución de disputas en línea para compradores y vendedores de eBay. Esto porque es un ejemplo relacionado con una plataforma de comercio electrónico. Si bien el ejemplo no involucra cuestiones de propiedad intelectual foco del presente trabajo, interesa conocer cómo fueron considerados los distintos aspectos de la matriz del DSD.

19. Fuente: <https://www.wipo.int/amc/es/center/wipo-adr.html>. La OMPI también ofrece un procedimiento especial para la resolución de controversias que involucran nombres de dominio bajo la Política uniforme de resolución de controversias en materia de nombres de dominio (UDRP).
20. Un ejemplo de acuerdo de colaboración con autoridades de nuestra región para la gestión de controversias mediante el uso de la tecnología, es el celebrado con el INDAUTOR en 2021. <https://www.wipo.int/amc/es/center/specific-sectors/ipoffices/mexico/indautor/index.html>
21. Fuente: <https://www.wipo.int/amc/es/eadr/index.html> y <https://www.wipo.int/amc/en/eadr/wipoeadr/>
22. Fuente: <https://amc.wipo.int/adr-fee-calculator/>
23. Fuente: <https://www.wipo.int/amc/en/center/specific-sectors/fashion/>
24. Según datos de la OMPI, entre 2012 y 2021 se gestionaron cerca de 900 mediaciones, arbitrajes y decisiones de expertos, habiéndose presentado la mayoría de los casos en los últimos años. <https://www.wipo.int/amc/en/center/caseload.html>
25. Puede consultarse la versión en español en el siguiente link <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065&from=EN>
26. Según Ortolani, Pietro (2022) esta opción se encuentra disponible incluso para quienes hubieran notificado una infracción mediante los mecanismos de denuncia y retirada de instancia privada y esa denuncia hubiera sido rechazada por la plataforma.

## Referencias bibliográficas

- López Aufranc, P. (2014). Art Law Commission. Fashion Law in Latin America. <https://www.uianet.org/en/library>.
- Fridolin Fischer. (2008). Design law in the European fashion sector. *WIPO Magazine*. [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2008/01/article\\_0006.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2008/01/article_0006.html).
- Bustos Frati, G.; Palazzi, P. A. y Rivero, S. (2021). Responsabilidad de intermediarios de internet en América Latina: Hacia una regulación inteligente de la economía digital. Monografía del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Corte Suprema de Justicia de la Nación, Rodríguez, María Belén c/Google Inc. s/Daños y Perjuicio, 28 de octubre de 2014.
- Corte Suprema de Justicia de la Nación, Gimbutas, Carolina Valeria cl Google Inc. s/ Daños y Perjuicios, CIV 114474/2006/CSJ y Gimbutas, Carolina Valeria cl Google Inc. s/ Hábeas Data, 12 de septiembre de 2017.
- Palazzi, P. A. (Coordinador). (2012). La Responsabilidad Civil de los Intermediarios de Internet. Universidad San Andrés. Abele Perrot.
- Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial Sala D, Kosten, Esteban c/ Mercado Libre S.R.L. s/Ordinario, registro n° 34503/2014, 22 de marzo de 2018.
- Copyright Law of the United States and Related Laws Contained in Title 17 of the United States Code. Circular 92. (2022). <https://www.copyright.gov/title17/title17.pdf>.

- Wing, L.; Martinez, J.; Katsh, E. and Rule, C. (2021). Designing Ethical Online Dispute Resolution Systems: The Rise of the Fourth Party. *Negotiation Journal*. *Negotiation Journal*.
- Wing, L. (2016). Ethical Principles for Online Dispute Resolution: A GPS Device for the Field. *International Journal on Online Dispute Resolution*.
- Wollgast, H.; Accornero, C.; Palombella, I. and Caretta, F. (2021). Gestión de riesgos y controversias en la industria de la moda. *Revista OMPI*. [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2021/01/article\\_0008.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2021/01/article_0008.html).
- Kuczerawy, A. (2022). Remedying Overremoval. The Three-Tiered Approach of the DSA. <https://verfassungsblog.de/remedying-overremoval/>.
- Ortolani, P. (2022). If You Build It, They Will Come. The DSAs “Procedure Before Substance” Approach. <https://verfassungsblog.de/dsa-build-it/>.

---

**Abstract:** At the international level, the fashion industry has at its disposal various procedures to report infringements or seek alternative solutions to disputes involving its intellectual property rights in electronic commerce. In Argentina, the regulatory landscape poses a particular scenario in this situation, which must be analyzed taking into account the evolution of judicial decisions and good practices implemented in the digital ecosystem.

**Keywords:** alternative dispute resolution - online dispute resolution - complaint and withdrawal of private instance - intellectual and industrial property rights - fashion industry.

**Resumo:** No plano internacional, a indústria da moda dispõe de diversos procedimentos para denunciar infrações ou buscar soluções alternativas para disputas envolvendo seus direitos de propriedade intelectual no comércio eletrônico. Na Argentina, o cenário regulatório apresenta um cenário particular nesta situação, que deve ser analisado levando em consideração a evolução das decisões judiciais e boas práticas implementadas no ecossistema digital.

**Palavras chave:** resolução alternativa de litígios - resolução de litígios online - reclamação e retirada de instância privada - direitos de propriedade intelectual e industrial - indústria da moda.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---