

Jurisdicción personal en la Internet: aplicación de la teoría de los contactos mínimos a la Internet

Julio César López Guzmán*

Introducción

El Internet, medio que hace unos cuantos años era totalmente desconocido por el consumidor promedio, se ha convertido hoy día en un fenómeno social y económico. Esta súbita popularidad se refleja en el gran aumento en el número de computadoras que tienen acceso a este servicio en los últimos años.¹ La Internet consiste hoy día de 13 millones de *host computers*,² en 90 países conectadas por más de 50 mil redes de computadoras.³ Aproximadamente de 30 a 60 mil individuos tienen acceso a la Internet y se espera que ese número exceda las 100 mil personas con acceso para el 1999.⁴ En el pasado, la Internet era utilizada mayormente para el traspaso de información técnica o científica. Hoy día, además del traspaso de información, la Internet se ha convertido en un medio poderoso para realizar infinidad de transacciones de negocios. Utilizando la Internet una compañía puede anunciar su producto e incluso venderlo; puede comunicarse con sus clientes sin importar dónde se encuentren en el mundo y realizar transacciones con éstos.

El aumento de transacciones y transmisiones electrónicas relacionadas al comercio a través de la Internet presenta nuevos retos en la aplicación de las normas tradicionales de jurisdicción personal.⁵ La manera de adquirir jurisdicción sobre personas que residen fuera de la jurisdicción, que han realizado a través de la Internet actos que conllevan responsabilidades civiles o criminales en el foro, es una controversia

*Egresado de la Facultad de Derecho de Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico.

¹Reno v. American Civil Liberties Union, 117 S. Ct. 2329, 2334 (1997).

²David Aubrey, *Bandwidth Blues*, COMPUTER SHOPPER 594 (Feb. 1997). Nombre con el que se le conoce a las computadoras que tienen la información que es accesada en la Internet.

³Véase Shea ex rel. Am. Reporter v. Reno, 930 F. Supp. 916, 925 (S.D.N.Y. 1996).

⁴Jill H. Ellsworth & Matthew V. Elsworth, *Marketing on the Internet* 5 (2nd ed. 1997) (quoting Vinton Cerf, an early Internet developer, testifying to the United States House of Representatives.)

⁵Richard S. Zembek, *Jurisdiction and the Internet: Fundamental Fairness in the Networked World of Cyberspace*, 6 ALB. L. J. SCI. & TECH. 339, 347-348 (1996).

novel de gran importancia debido al efecto adverso que puede tener en el desarrollo futuro de las comunicaciones globales y la Internet.

La pregunta más importante en este asunto de la jurisdicción personal en la Internet es si se podría llegar al escenario en donde se imponga jurisdicción personal sobre un no residente cuando sus únicos contactos con el foro se limitan a transacciones realizadas a través de la Internet. Por ejemplo: Happy Electronics es una compañía establecida en Puerto Rico que se dedica a la ventas de computadoras a través de su página en la Internet. Happy no tiene un local y todos sus clientes son residentes de Puerto Rico. El *web page* de Happy se puede acceder desde cualquier computadora en el globo que esté conectada a la Internet. Happy Inc. es una compañía localizada en Nuevo Méjico que se dedica a la venta de computadoras en todo el mundo a través de la Internet. Happy Electronics Inc. demandó a Happy en los Tribunales de Nuevo Méjico por violación a sus derechos de marca de fábrica. ¿Es eso posible? ¿Tiene Happy Electronics que ir a defenderse a Nuevo Méjico, por poner un anuncio en la Internet?

El propósito de este artículo es analizar la aplicación de las normas de jurisdicción personal en situaciones donde se pretende adquirir jurisdicción sobre un no residente cuyos contactos con el foro están limitados a transacciones realizadas utilizando la Internet. Para esto en la primera parte se presentará una breve descripción de la extensión, accesibilidad y funcionamiento de la Internet. Seguida por la segunda parte donde se ofrecerá el estado actual de la norma de jurisdicción personal sobre un no domiciliado. En la tercera parte se discutirá la aplicación de las normas de jurisdicción personal a la Internet. Por último, el autor ofrece recomendaciones y conclusiones respecto a la aplicación de la teoría de los contactos mínimos a la Internet.

I. Noción general de la extensión, accesibilidad y funcionamiento de la Internet

El Internet es la red de computadoras más grande del mundo.⁶ La Internet surge como consecuencia de un programa militar llamado ARPANET.⁷ Esa primera red fue creada con el propósito de interconectar

⁶John R. Levine & Carol Baroudi, *Internet for Dummies* 7 (2da ed. 1994).

⁷Las siglas de la red de computadoras desarrollada por la Advance Research Project

computadoras operadas por los militares, contratistas de la defensa y las universidades que realizaban investigaciones relacionadas con la defensa, de manera que se pudieran comunicarse entre sí, incluso si algunas partes de la red fuesen dañadas durante la guerra.⁸ Aunque el ARPANET ya no existe, proveyó un ejemplo para un número de redes civiles que fueron uniéndose unas con otras y que hoy en día permiten a millones de personas comunicarse unas con otras y acceder a vastos bancos de información existentes en todo el mundo; es a ese grupo de redes interconectadas lo que hoy se conoce como la Internet. La Internet es un medio único y enteramente nuevo de comunicación humana mundial.⁹

Para acceder a la Internet se necesita una computadora con *modem*¹⁰ y una cuenta con un proveedor de Internet. Hay proveedores nacionales como America Online o CompuServe y proveedores locales como Coquinet o La Telefónica de Puerto Rico; además algunas instituciones educativas proveen el servicio libre de costo a sus estudiantes. Independientemente del método que se utilice para conectarse, una vez conectado se goza de los servicios de correo electrónico, *news service*, *chat rooms* y del World Wide Web. Todos estos métodos se pueden utilizar para transmitir el texto y la mayoría pueden transmitir sonidos, fotos y videos. Estas herramientas, en conjunto, constituyen un medio único conocido por sus usuarios como *Cyberspace*, situado en ninguna localización geográfica en particular, pero disponible para cualquier persona, dondequiera en el mundo, con acceso a la Internet.

Aunque existen varios métodos para comunicarse en la Internet, los más comunes son el correo electrónico y el *World Wide Web*.¹¹ El correo electrónico permite a los usuarios de la Internet enviarse mensajes en forma de notas o cartas que se almacenan en un buzón electrónico

Agency. Agencia militar afiliada al Departamento de Defensa de los Estados Unidos.

⁸American Civil Liberties Union v. Reno, 117 S.Ct. 2329, 2334 (1996).

⁹*Id.*

¹⁰El *modem* convierte la señal digital de la computadora en una señal capaz de utilizar las líneas de teléfono para enviar o recibir información. Jim Hoskins, IBM PS/2: A Business Perspective 68 (1989).

¹¹El World Wide Web, "Web" de ahora en adelante, puede ser descrito como una colección de un vasto número de documentos electrónicos, localizados en millones de computadoras a través del mundo. La tecnología detrás del World Wide Web permite a un individuo ver el contenido de cualquier documento en el web sin preocuparse en qué formato está el programa que lo creó o el tipo de computadora utilizada para crearlo. Véase Reno v. ACLU, 117 S.Ct. 2329, 2334-37 (1997).

identificado por un nombre que el usuario escoja y una dirección. Desde este buzón electrónico el usuario puede leer sus mensajes, contestar los mensajes que le han sido enviados o crear nuevos mensajes que pueden ser enviados a uno o más receptores a la vez, con gran eficacia y rapidez.

El *World Wide Web*, por otra parte, es la forma más moderna de ofrecer información en la Internet. La información se ofrece en forma de páginas electrónicas, llamadas *web pages*, que permiten incorporar textos, imágenes, video y sonido en su contenido. Al igual que el correo electrónico, los *web pages* han creado una gran innovación en la Internet. Desde un *web page* se puede apreciar el verdadero potencial de este medio. El valor principal de los *web pages* es la capacidad de acceder desde una página a otra marcando enlaces que se conocen como el *hypertext*. El *hypertext* se identifica en un *web page* como palabras o imágenes destacadas de un modo diferente, más oscuras, de otro color o subrayadas. Seleccionando en ellas se accede a otras páginas relacionadas con la palabra o imagen señalada. Una vez en la nueva página pueden aparecer otros textos o imágenes destacados que le llevarán a otras diferentes posibilidades. De esta forma las páginas de la red se enlazan unas con otras, conformando el *World Wide Web*.

Otra característica innovadora de los *web pages* es su *interactividad*. Una página *web* puede contener elementos que permiten una comunicación activa entre usuario e información, la página responderá a sus acciones. Por ejemplo: formularios, a través de los cuales la empresa podrá disponer de un modo de solicitud de información, un buzón de sugerencias o la posibilidad de realizar suscripciones y pedidos. Además de acceder y manejar bases de datos de todo tipo.

Tener una página en el *Web* es lo suficientemente simple para que usuarios individuales y organizaciones de pequeñas comunidades tengan sus propias páginas, equivalentes a hojas informativas acerca del individuo o la organización, que estarán disponibles a cualquiera que quiera accederlas en el *World Wide Web*.¹²

II. Estado actual de la norma de jurisdicción personal sobre no domiciliados

¹²Reno v. American Civil Liberties Union, 117 S.Ct. 2329, 2335 (1997).

La Cláusula de Debido Procedimiento de Ley de la Constitución de Estados Unidos limita el poder de nuestros Tribunales, así como de los Tribunales de los Estados de la nación americana, para asumir jurisdicción y dictar sentencias contra personas naturales o jurídicas cuando éstas no se encuentran en el estado y no tienen domicilio en ese estado. El Tribunal Supremo Federal en *International Shoe Company vs. State of Washington*,¹³ desarrolló las nociones modernas relativas a la jurisdicción de los Tribunales sobre no domiciliados en acciones *in personam*. El Tribunal determinó que para asumir jurisdicción sobre una persona natural o jurídica no domiciliada, en acciones *in personam*, el debido proceso de ley requiere que la persona haya tenido contactos mínimos con el foro local y que la causa de acción surja de o esté relacionada con dichos contactos, de forma tal que no se quebranten las nociones tradicionales del juego limpio y justicia sustancial.¹⁴ Este caso causó que las legislaturas de los Estados crearan nuevas leyes para emplazar y para poner en vigor la doctrina de contactos mínimos. Estas leyes se conocen como los estatutos de largo alcance o *long arm statutes*. Nuestra jurisdicción no fue la excepción.

Nuestro estatuto de largo alcance lo es la Regla 4.7 de las Reglas de Procedimiento Civil.¹⁵ Esta Regla enumera una serie de circunstancias en las que un Tribunal podrá asumir jurisdicción sobre la persona de un no domiciliado, a saber:

a. Cuando la persona a ser emplazada no tuviere su domicilio en Puerto Rico, el Tribunal General de Justicia de Puerto Rico tendrá jurisdicción personal sobre dicha persona, como si se tratase de un domiciliado del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, si el pleito o reclamación surgiere como resultado de dicha persona:

1. Haber efectuado por sí o por su agente, transacciones de negocios dentro de Puerto Rico. Esta instancia del estatuto de largo alcance ha sido refinada varias veces por nuestra jurisprudencia.

El Tribunal Supremo de Puerto Rico en *Medina v. Tribunal*,¹⁶ al referirse a las transacciones de negocios, nos dice que éstas no tienen que

¹³326 U.S. 310, 316 (1945).

¹⁴*Id.*

¹⁵32 L.P.R.A. ap. III (1979).

¹⁶104 D.P.R. 346 (1975).

ser con propósito de lucro, ni tienen que ser comerciales, lo importante es que la persona se aproveche de las leyes del foro para realizar cualquier tipo de actividad. En *Pou v. American Motors*,¹⁷ siguiendo decisiones del Tribunal Supremo Federal, el Tribunal Supremo de Puerto Rico estableció que bajo la doctrina de los contactos mínimos se requiere que el contacto dentro de la jurisdicción resulte de un acto afirmativo de la parte demandada. También se resumió en ese caso las tres reglas que se han elaborado para determinar si se están realizando transacciones de negocios en Puerto Rico.

i. El demandado no residente debe realizar algún acto o consumir alguna transacción dentro del foro. No es necesario que la actividad se efectúe físicamente dentro del foro; el acto o transacción puede realizarse por correo. Un sólo acto o transacción basta si sus efectos en el foro son suficientemente sustanciales para cualificar bajo la regla tercera.

ii. La causa de acción debe surgir o resultar de las actividades del demandado dentro del foro. Es concebible que la causa de acción precisa se plasme fuera del foro, pero que debido a las actividades del demandado en el foro aún exista el contacto mínimo sustancial que es necesario.

iii. Habiéndose establecido bajo las reglas precedentes un contacto mínimo entre el demandado y el foro, la asunción de jurisdicción fundada en ese contacto debe ser compatible con los principios de 'trato imparcial' y 'justicia sustancial' del debido procedimiento de ley. Si se satisface esta norma, existe un contacto mínimo sustancial entre el foro y el demandado.

2. Si participó, por sí o por su agente, en actos torticeros dentro de Puerto Rico.

3. Si estuvo involucrado en un accidente mientras, por sí o por su agente, manejaba un vehículo de motor en Puerto Rico.

4. Si estuvo involucrado en un accidente en Puerto Rico en la operación, por sí o por su agente, de un negocio de transportación de pasajeros o carga en Puerto Rico, entre Puerto Rico y Estados Unidos, entre Puerto Rico y un país extranjero, o el accidente ocurriera fuera de Puerto Rico en la operación de dicho negocio cuando el contrato se hubiere otorgado en Puerto Rico.

5. Si es dueño, usa o posee, por sí o por su agente, bienes inmuebles sitios en Puerto Rico.

¹⁷127 DP.R. 810 (1991).

La enumeración que se hace en esta Regla 4.7 no es exhaustiva; podría haber otras circunstancias que estén dentro de los parámetros constitucionales de la doctrina de contactos mínimos.¹⁸

La doctrina de contactos mínimos tiene los propósitos de proteger al demandado de la carga que supone litigar en un foro distante o inconveniente y asegurar que los Estados, por medio de sus Tribunales, no habrán de rebasar los límites que recaen sobre ellos por su condición de soberanos iguales entre sí en un sistema federal de gobierno. La relación entre el demandado y el foro debe ser de tal naturaleza que sea razonable requerirle a éste que comparezca y se defienda de la acción particular incoada en dicho foro. En los casos apropiados se considerará el interés del foro local en adjudicar el litigio; el interés del demandante en obtener un remedio conveniente y efectivo; el interés del sistema judicial interestatal en lograr la más eficiente resolución de las controversias; y el interés compartido de los distintos Estados en promover políticas sociales fundamentales.¹⁹

III. Aplicación de las normas de jurisdicción personal a la Internet

Nuestras normas de la jurisdicción personal, incluyendo la Regla 4.7 de Procedimiento Civil²⁰ y la jurisprudencia interpretativa, son producto de las delimitaciones que el Tribunal Supremo Federal ha establecido en casos como *International Shoe Co. v. Washington State*,²¹ *Hanson v. Denckla*,²² *Kulko v. California Superior Court*²³ y *Asahi Metal Industry Co. v. Superior Court*.²⁴ Estas decisiones delimitaron las teorías de contactos mínimos que luego fueron adoptadas, como se ha explicado, por nuestro ordenamiento jurídico. De todos esos casos, para fines de este estudio, es particularmente importante la decisión de *Asahi*,²⁵ ya que en el Tribunal delimita la teoría relacionada a la colocación de productos en las vías comerciales, que ha sido utilizada por algunos tribunales inferiores a la hora de determinar la existencia de contactos mínimos cuando los contactos son realizados a través de la Internet.

¹⁸Pou v. American Motors, 127 DP.R. 810 (1991).

¹⁹Siderúrgica v. Thyssen Steel Caribbean, 114 D.P.R. 548 (1983).

²⁰32 L.P.R.A. ap. III (1979).

²¹326 U.S. 310 (1945).

²²357 U.S. 235 (1958).

²³436 U.S. 84 (1978).

²⁴480 U.S. 102 (1987).

²⁵*Id.*

En *Asahi* el Tribunal Supremo de los Estados Unidos determinó que el colocar un producto en las vías del comercio, aun con el conocimiento de la posibilidad de que el producto llegará al foro, no es por sí solo un acto intencional dirigido hacia ese foro por parte de quien introdujo el producto al mercado. Se necesita una conducta adicional que indique la intención de servirse del mercado en el foro y de sus leyes. Por ejemplo: diseñar el producto tomando en cuenta el foro, anunciarse en éste, proveer consejos a los clientes del foro, o mercadear el producto a través de un distribuidor en el foro.²⁶ La propiedad intelectual, aun cuando no es un bien tangible, se disemina a través de la Internet de una manera muy parecida a un artículo cuando entra en las vías comerciales, excepto que la propiedad intelectual en la Internet se encuentra instantáneamente disponible a todos los usuarios de ésta. Partiendo de esta comparación, se puede llegar a la conclusión que el tener una página en el *Web*, sin ninguna otra actividad, de por sí no confiere jurisdicción personal, a menos que se den otros actos adicionales que indiquen la intención del autor de la página de servirse del mercado en el foro. Sin embargo, como no todos los tribunales concuerdan con ese análisis, ni todas las páginas de la Internet son anuncios pasivos donde la única interacción del usuario es leer, la presente controversia es digna de discusión.

A. Actividad comercial en la Internet, cuando hay otros contactos adicionales con el foro

Existe una circunstancia particular donde el demandado, además de mantener un *web site* que puede ser accesado desde el foro, ha realizado transacciones comerciales con ciudadanos del estado utilizando la Internet. El Tribunal Apelativo Federal del Sexto Circuito en *CompuServe v. Patterson*²⁷ y el Tribunal Federal de Distrito de Pennsylvania en *Zippo Manufacturing v. Zippo Dot Com*.²⁸ entran en el análisis de este “issue”.

1. *CompuServe v. Patterson*²⁹

²⁶*Asahi Metal Industry Co. v. Superior Court*, 480 U.S. 102, 113 (1987).

²⁷89 F.3d 1257 (6th Cir. 1996).

²⁸952 F. Supp. 1119 (W.D. Pa. 1997).

²⁹89 F.3d. 1257 (6th Cir. 1996).

CompuServe es un proveedor del servicio en la Internet localizado en Columbus, Ohio. Patterson es una compañía localizada en Houston, Texas, que utiliza el servicio de CompuServe. Patterson entró en un contrato de distribución de programas *shareware*,³⁰ donde Patterson le proporcionaba los programas a CompuServe para que CompuServe los vendiera a través de la Internet. CompuServe vendía los programas de Patterson y, además, comenzó a vender un programa de nombre similar al de Patterson. Patterson le notificó a CompuServe, por correo electrónico, que al vender esos programas estaba violando sus derechos de marca de fábrica sobre esos programas. Eventualmente CompuServe cambió el nombre de sus programas, pero de cualquier manera Patterson demandó por \$100,000 por violación a su derecho de marca de fábrica. Patterson respondió la demanda con una moción de sentencia declaratoria en la Corte Federal de Ohio. Patterson contestó la moción alegando falta de jurisdicción sobre su persona. La Corte Federal de Distrito en Ohio le otorgó la razón a Patterson. En apelación a esa decisión el Tribunal Apelativo del Sexto Circuito revocó la decisión al aplicar la doctrina de contactos mínimos, determinando que sí existía jurisdicción sobre Patterson consistente con el debido procedimiento de ley.

El Tribunal determinó que la colocación del software en la Internet sin ningún otro acto por parte de Patterson dudosamente sería suficiente para adquirir jurisdicción. Para esto recurre a *Asahi Metal Indus. Co. v. Superior Court*, con el cual establece una comparación:

Patterson's injection of his software product into the stream of commerce, without more, would be at best a dubious ground for jurisdiction. Compare *Asahi Metal Indus. Co. v. Superior Court* ("The placement of a product into the stream of commerce, without more, is not an act of the defendant purposefully directed toward the forum State.")³¹

Sin embargo, la Corte en este caso encontró que había jurisdicción sobre Patterson, ya que éste había realizado actos adicionales que lo sometieron a la jurisdicción como: contratar con CompuServe para distribuir los

³⁰“Shareware” es un programa computacional que se puede probar antes de comprarlo por un periodo de prueba el que al terminar el usuario es requerido pagar una cantidad para continuar el uso del mismo. *CompuServe Inc. v. Patterson*, 89 F.3d AT 1260.

³¹107 S.Ct. 1026, 1032 (1987).

programas, intercambiar múltiples conversaciones con esta misma compañía a través de la Internet y limitarse a mercadear sus productos a través del servicio que le proporcionaba CompuServe en Ohio, sin utilizar otros medios para esto. El Tribunal determinó que, con estos actos, Patterson voluntariamente se había hecho accesible al privilegio de hacer negocios en Ohio y beneficiarse de sus leyes.

2. *Zippo Manufacturing v. Zippo Dot Com*³²

Zippo Manufacturing es una compañía que manufactura encendedores de puros en Pennsylvania. Zippo Dot Com es una corporación de California que opera un *web page* y un *News Service*. Zippo Dot Com utilizaba la palabra Zippo en su *web page*, *News Service* y en su *domain name*³³ con el que se anuncia en Pennsylvania. Zippo Manufacturing demandó a Zippo Dot Com por violar sus derechos de marca de fábrica. Zippo Dot Com solicitó moción de desestimación por falta de jurisdicción.

La Corte en Pennsylvania reconoció que los contactos mínimos eran casi exclusivamente a través de la Internet. Los contactos de Zippo Dot Com en Pennsylvania consistían en anunciar su *Internet News Service* en su *web page* y contratar con usuarios del Internet en Pennsylvania que estaban interesados en el *News Service*. Además, Zippo Dot Com contrató con siete proveedores de Internet en Pennsylvania para proveer el *News Service* a los usuarios.

Aunque los contactos de Dot Com con los residentes de Pennsylvania eran a través de su *web page*, la Corte encontró que existía jurisdicción sobre Dot Com utilizando un razonamiento similar al de *CompuServe*. La Corte en *Zippo* encontró que Dot Com voluntariamente se había sometido a las leyes de Pennsylvania al entrar en acuerdos con los proveedores de la Internet en Pennsylvania y con los usuarios de su *News Service* que residían en Pennsylvania.

³²952 F. Supp. 1119 (W.D. Pa. 1997).

³³El "domain name" sirve como un identificador del usuario en la Internet. *Panavision Inten, L. P. v. Toeppen*, 938 F.Supp. 616 (C.D.Cal. 1996). Los negocios que utilizan la Internet normalmente utilizan el nombre de su negocio como parte del "domain name" e.g. IBM.com). *Id.*, la designación ".com" identifica al usuario como una entidad comercial.

Segundo, la Corte determinó que la reclamación surgía de los contactos mínimos de Zippo Dot Com con Pennsylvania debido a que Zippo Manufacturing es una corporación de Pennsylvania y que sus derechos de marca se verían afectados cuando los residentes del estado accedieran a la *web page* de Zippo Dot Com. El Tribunal, al referirse a la razonabilidad de ejercer jurisdicción personal, entendió que era razonable que Pennsylvania tuviera interés en las disputas sobre derechos de marca de corporaciones en su jurisdicción y que, además, Dot Com, con sus acciones, conscientemente escogió realizar negocios en Pennsylvania al percibir ingresos de las relaciones contractuales con los residentes en Pennsylvania.

B. Páginas pasivas en la Internet

En el lado opuesto de este análisis se encuentran las situaciones donde el demandado solamente ha colocado información en un *web page* que está accesible a usuarios en otra jurisdicción, pero que no ha entrado en relaciones contractuales con usuarios de esta jurisdicción, ni ha intercambiado información con éstos y no ha dirigido su página a usuarios de esa jurisdicción exclusivamente. Esto ha sido considerado como un *web page* pasivo, cuya función primordial es proveer información a las personas que le acceden.³⁴

1. *Bensusan v. King*

Bensusan, corporación establecida en New York, es propietaria de la marca de fábrica conocida como THE BLUE NOTE, que resulta, a su vez, es el nombre de un Club de Jazz de Bensusan localizado en la ciudad de New York. King, un residente de Missouri, posee un pequeño Club de Jazz conocido por "The Blue Note" en Columbia, Missouri. King colocó un *web page* en la Internet para promover su negocio anunciando las fechas de los eventos más importantes del negocio e información para ordenar vía telefónica boletos para el Club.

King conectó su página a través de un *hyperlink*³⁵ con el *web page* de Bensusan, proveyendo información sobre el Club de Jazz de Bensusan.

³⁴Bensusan Restaurant Corp. v. King, 937 F.Supp. 295 (S.D.N.Y. 1996).

³⁵Un "hyperlink" es un texto más oscuro o imágenes que se encuentran en los web

Dicha conexión permitía el acceso directo al *web page* del Club de Jazz Bensusan. Bensusan presentó demanda contra King en la Corte de Distrito de New York por infracción a la marca de fábrica.

La Corte determinó que Bensusan no podía demandar a King en la Corte de New York. La Corte razonó que King no tenía contactos suficientes con New York que permitieran el ejercicio de la jurisdicción personal sobre la persona de King. Acerca de esto la Corte se pronunció:

As set forth above, King has done nothing to purposefully avail himself of the benefits of New York. King, like numerous others, simply created a *web page* and permitted anyone who could find it to access it. Creating a site, like placing a product into the stream of commerce, may be felt nationwide--or even worldwide--but, without more, it is not an act purposefully directed toward the forum state. There are no allegations that King actively sought to encourage New Yorkers to access his site, or that he conducted any business--let alone a continuous and systematic part of its business--in New York. There is in fact no suggestion that King has any presence of any kind in New York other than the *web page* that can be accessed worldwide. Bensusan's argument that King should have foreseen that users could access the site in New York and be confused as to the relationship of the two Blue Note clubs is insufficient to satisfy due process.³⁶

La Corte encontró que el hecho de que King mantuviera un *web page* en la Internet no significaba que King se estuviera aprovechando intencionalmente de las leyes de New York. Al contrario, la Corte determinó que mantener un *web page* era como colocar un producto en las vías comerciales y que, por sí solo, no es un acto intencionalmente dirigido hacia el foro, siendo necesaria la presencia de conductas adicionales dirigidas hacia el foro que establezcan contactos mínimos para ejercer jurisdicción personal cuando los contactos se limiten a mantener una página en el *Web*.

C. El análisis de cantidad y calidad de los contactos

La decisión del Tribunal Federal de Distrito en Connecticut en *Inset Systems, Inc. v. Instruction Sets, Inc.*³⁷ se aleja del análisis esbozado en Bensusan. En este caso el Tribunal determinó que las personas que se

pages que seleccionados permiten al usuario ver otro documento relacionado. *Shea v. Reno*, 930 F.Supp. 916, 929 (S.D.N.Y. 1996).

³⁶*Bensusan Restaurant Corp. v. King*, 937 F.Supp. 295, 301 (S.D.N.Y. 1996).

³⁷937 F.Supp. 161 (D. Conn. 1996).

sirven de la Internet dirigen sus actividades por la Internet a todos los usuarios de la Internet y que la cantidad y calidad de estos contactos por su propia naturaleza son suficientes para establecer contactos mínimos con los foros donde sean accesadas sus páginas del *Web*, sin la necesidad de actos adicionales dirigidos hacia el foro.

Inset Systems es una compañía de Connecticut que desarrolla y mercadea su propio *software*.³⁸ Instruction Set es una compañía de Massachusetts y es un proveedor de tecnología de computadoras.³⁹ Ambas corporaciones proveen sus servicios a través del mundo;⁴⁰ sin embargo, Instruction Set no realiza negocios ni tiene empleados en Connecticut.⁴¹ El único contacto que Instruction Set tiene con Connecticut es a través de su *web page*, en la Internet.⁴²

Esta demanda sobrevino al intento de Inset Systems de registrar su marca de fábrica federal INSET como su *domain name*, enterándose que Instruction Set ya había adquirido Inset. Com como su *domain name*. Inset Systems promovió una acción en contra de Instruction Set en Connecticut por violación de su marca de fábrica debido a que Instruction Set se anunciaba en Connecticut a través de la Internet utilizando el *domain name*. Inset. Com. Instruction Set sometió una moción por falta de jurisdicción personal y la Corte decidió que sí había jurisdicción sobre la persona, analizando el estatuto de largo alcance del estado y el requerimiento de contactos mínimos.

La Corte razonó que ambos, el estatuto de largo alcance y los contactos mínimos, eran satisfechos por varias razones. Primero determinó que: Instruction Set intencionalmente había dirigido sus actividades publicitarias hacia el estado de Connecticut debido a que la Internet y los números 1-800 están diseñados para la comunicación con personas y sus negocios, independientemente del estado en que se encuentren. Segundo: que al anunciarse en la Internet, Instruction Set llega a más de 10,000 usuarios en el estado de Connecticut de una manera diferente a como lo haría a través de la radio y la televisión, ya que en la Internet el anuncio está disponible de manera continua a cualquier usuario de la Internet que lo accese. Por lo tanto, Instruction Set,

³⁸*Id.*, pág. 162.

³⁹*Id.*

⁴⁰*Id.*

⁴¹*Id.*

⁴²Véase *Inset Systems*, 937 F.Supp., pág. 163.

intencionalmente, se sirvió del privilegio de hacer negocios en Connecticut.⁴³ Además, la Corte determinó que encontrar jurisdicción personal era razonable debido a la corta distancia entre Connecticut y Massachusetts.

Ya con una noción más clara sobre lo que se ha decidido acerca de este tema y de cuáles son las tendencias en las jurisdicciones donde se ha planteado la controversia, comparemos los diferentes análisis. Por un lado, está la teoría de que la información en el *Web* debe tratarse de la misma manera que se tratan los artículos que entran en las vías del comercio, lo que haría necesario otros contactos más allá que una página sin capacidades interactivas para configurar los contactos mínimos. De otro lado del espectro, está la teoría que niega la supuesta pasividad de estas páginas y denuncia que el simple hecho de colocar la información, dadas las características del medio, denuncia una intención de parte de los que lo utilizan de llegar a todos los foros donde se tenga acceso a la Internet.

El análisis de Inset Systems asume que el simple hecho de tener una página en el *Web* garantiza exposición a todos los usuarios de ésta de manera inmediata. La realidad es que esto no es tan sencillo ni tan veraz. La Internet se creó sobre el esqueleto de redes tan antiguas como el ARPANET. Muchas de estas redes son lentas y sufren averías constantemente debido a que los dueños no pueden financiar mejoras a su infraestructura.⁴⁴ Otro aspecto que contribuye a la lentitud del acceso es que el *Web*, en sus comienzos, no fue creado para la cantidad de usuarios e información que sostiene. Las nuevas tecnologías que nos permiten ver imágenes, sonido e incluso video a través de la Internet, han sobrecargado la capacidad de ésta, haciéndola lenta e inestable.⁴⁵ Además, el *Web* sufre desorganización; no existe un índice universal que nos guíe a través de ésta y, en muchos casos, es como una biblioteca gigantesca que ha perdido su catálogo. Muchas compañías, que quieren aprovecharse de la Internet para realizar negocios, se ven obligadas a anunciarse en páginas bien establecidas que cobran sumas considerables por ese servicio o utilizar medios alternos de publicidad local para promover el uso de su página en el *Web*. Esa desorganización se alivia un poco con los

⁴³Inset Systems, Inc. v. Instruction Set, Inc., 937 F.Supp. 161, 165 (D. Conn. 1996).

⁴⁴Véase <<http://www.cnet.com/Content/Features/Dlife/Wonders/ss04.html>>

⁴⁵*Id.*

máquinas de búsqueda *search engines*, que aligeran la búsqueda. Sin embargo, aún éstas no han sido perfeccionadas y normalmente están atrasadas.⁴⁶

Teniendo una visión más clara e informada sobre cómo funciona este medio peculiar de comunicación llegamos a la conclusión de que el análisis que hizo el Tribunal en *Inset Systems* es uno errado. La Corte en *Inset Systems* confiere características al medio de la Internet que no posee, pero que quizás en un futuro posea. Por otro lado, el análisis de *CompuServe* es uno más acorde con la realidad. La persona que coloca una página en el *Web* conoce sus alcances, pero también conoce sus limitaciones. La consecuencia directa de estas limitaciones es que la propiedad intelectual en el *Web* se comporte de una forma muy parecida a como se comportan los artículos que entran en las vías comerciales. Si la persona desea hacer negocios con residentes de otro estado, normalmente tiene que realizar actos adicionales para establecer contactos con éstos, ya sea por comunicación electrónica, tradicional o publicidad. Resulta difícil debido a las características únicas de la Internet, que con el simple colocamiento de una página en la Internet su negocio se expanda a otras jurisdicciones o globalmente. Siendo esto así, se necesitarían actos adicionales con el foro para que existan contactos mínimos y no sólo una mera página del *Web* para que se den los contactos mínimos requeridos por el debido proceso de ley para adquirir jurisdicción sobre la persona.

Conclusión

La Internet es un excitante medio de comunicación que todos debemos descubrir. Sus aplicaciones en el campo de la educación, los negocios y el entretenimiento sólo son el comienzo de una nueva era de las comunicaciones. Es por eso que estas decisiones acerca de la jurisdicción personal en la Internet requieren la atención de todos los que deseen aventurar sus negocios en este medio. Las normas tradicionales de jurisdicción personal deben adaptarse para seguir al corriente de los tiempos. Confiamos que las normas que se establezcan no perturben este crecimiento, imponiendo trabas pesadas e inadecuadas que limiten un medio tan versátil y libre, siempre protegiendo el derecho de los

⁴⁶Véase <<http://www.cnet.com/Content/Features/Dlife/Wonders/ss02.html>>

ciudadanos al disfrute de sus derechos de una manera libre, pero organizada.