

//colecção/direito das novas tecnologias/

// Nomes de Domínio na Internet //

A REGULAMENTAÇÃO DOS NOMES DE DOMÍNIO SOB .PT

MIGUEL ALMEIDA ANDRADE



COLECÇÃO
SOFTWARE OBRIGATÓRIO

PARA TRABALHAR COM UM COMPUTADOR SÓ TEM QUE SABER CONTAR ATÉ 10!

▶ 10 FERRAMENTAS INFORMÁTICAS FUNDAMENTAIS



01. MICROSOFT WORD
02. WINZIP
03. MICROSOFT EXCEL
04. NERO
05. PAINT SHOP PRO
06. INTERNET EXPLORER
07. OUTLOOK EXPRESS
08. ADOBE READER
09. MCAFFEE VIRUSSCAN
10. MICROSOFT WINDOWS XP

Livros com actualização gratuita* durante 6 meses.

*A compra da caixa com os 10 livros dá direito a receber, gratuitamente, as actualizações aos livros num período de 6 meses. Válido para os cupões de actualização recebidos até Dezembro de 2004.



NOTA DE ENCOMENDA

PODE SER FOTOCOPIADA

TÍTULO	PREÇO LANÇAMENTO	PREÇO
<input type="checkbox"/> CAIXA COM OS 10 LIVROS DA COLECÇÃO SOFTWARE OBRIGATÓRIO	79,65 €	88,50 €
Todos os preços já incluem IVA à taxa em vigor.		
Nome		
Empresa		
Morada		
Código Postal	Telefone	
E-Mail	Nº de Contribuinte	
Para formalizar a minha encomenda junto envio:		
<input type="checkbox"/> Envio cheque/Vale nº	No valor de	€ à ordem do Centro Atlântico.
<input type="checkbox"/> Prefiro que debitem no meu cartão de crédito.	Visa <input type="checkbox"/>	American Express <input type="checkbox"/> Mastercard <input type="checkbox"/>
Cartão em nome de		
Nº cartão de crédito		
Últimos 3 dígitos nas costas do cartão		Validade

Dirija as suas encomendas para:

CENTRO ATLÂNTICO, LDA
RUA DA MISERICÓRDIA, 76
1200-273 LISBOA

tel./fax: 808 20 22 21
www.centroatlantico.pt

Sem despesas de envio. As encomendas directas ao Centro Atlântico, para Portugal, não pagam custos de portes. Envios à cobrança são onerados em 2,5 € por encomenda. Envios internacionais são onerados em 10 €. Os dados recolhidos são processados automaticamente pelo Centro Atlântico e destinam-se à gestão do seu pedido e à apresentação de futuras propostas. O seu fornecimento é facultativo.

É garantido, nos termos da Lei, o direito de acesso e de rectificação bem como de não divulgação a terceiros, devendo dirigir-se para tal ao Centro Atlântico. Se não desejar receber informações sobre os nossos produtos e serviços assinale aqui com uma cruz: ☐.



CENTROATLANTICO.PT

MIGUEL ALMEIDA ANDRADE

NOMES DE DOMÍNIO NA INTERNET

A regulamentação dos nomes de domínio sob .pt



CENTRO **ATLANTICO**.PT

Portugal/2004

Reservados todos os direitos por Centro Atlântico, Lda.
Qualquer reprodução, incluindo fotocópia, só pode ser feita com autorização expressa dos editores da obra.

NOMES DE DOMÍNIO NA INTERNET: A regulamentação dos nomes de domínio sob .pt

Colecção: Direito das Novas Tecnologias
Autor: MIGUEL ALMEIDA ANDRADE

Direcção gráfica: Centro Atlântico
Revisão final: Centro Atlântico
Capa: António José Pedro

© Centro Atlântico, Lda., 2004
Av. Dr. Carlos Bacelar, 968 – Escr. 1 – A
4764-901 V. N. Famalicão
Rua da Misericórdia, 76 – 1200-273 Lisboa
Portugal
Tel. 808 20 22 21

geral@centroatlantico.pt
www.centroatlantico.pt

Design e Paginação: Centro Atlântico

Impressão e acabamento: Inova
1ª edição: Abril de 2004
ISBN: 972-8426-89-5
Depósito legal: 210.117/04

Marcas registadas: todos os termos mencionados neste livro conhecidos como sendo marcas registadas de produtos e serviços, foram apropriadamente capitalizados. A utilização de um termo neste livro não deve ser encarada como afectando a validade de alguma marca registada de produto ou serviço.

O Editor e os Autores não se responsabilizam por possíveis danos morais ou físicos causados pelas instruções contidas no livro nem por endereços Internet que não correspondam às *Home-Pages* pretendidas.

Apesar de terem sido tomadas todas as precauções, podem ter existido falhas humanas ou técnicas na transcrição da legislação, regulamentos ou nas suas referências. Por essas, ou por quaisquer outras falhas eventualmente existentes neste livro, quer o Editor quer os Autores, não assumem qualquer responsabilidade.

Prefácio

O DNS é um dos componentes da Internet que tem maior visibilidade para o utilizador comum. Quem usa a Internet está habituado a inserir nomes de domínios como *www.fccn.pt* ou a ver anúncios no jornal onde se divulga o sítio de uma empresa na Internet, por exemplo, *www.edp.pt*.

Os utilizadores, na maioria das vezes, não estão preocupados, e na maioria dos casos não se deveriam preocupar, com os problemas técnicos e legais associados aos nomes de domínios. Só quando existem problemas é que há uma percepção que por detrás do nome de um domínio pode haver “algo mais”.

Por exemplo, quando se faz uma compra na Internet, necessitamos de ter *confiança* em que o sítio a que estamos a aceder pode ser *identificado* se viermos a ter problemas. Ou então esperamos que o nome de domínio da empresa ou do jornal a que estamos habituados pertença a essa empresa ou jornal e não esteja a ser usado por alguém com terceiras intenções (por exemplo dar-nos informação errada). Na sociedade da informação e do conhecimento a *confiança* é um valor fundamental.

Por estas e outras razões é importante perceber quais as regras que regulam a atribuição de nomes de domínios na Internet.

O domínio de topo da Internet de Portugal, o .PT, que é gerido pela FCCN desde o começo da Internet no nosso país, no início da década de 90, tem desde 1995 um conjunto de regras que regulam quem e como podem ser registados nomes de domínios sobre .PT.

Estas regras evoluíram consoante a dinâmica da Internet no nosso país e as tendências internacionais de protecção dos direitos de propriedade intelectual da WIPO (World Intellectual Property Organisation).

Neste trabalho, o Dr. Miguel Almeida Andrade faz uma análise crítica das regras que regulam a atribuição de nomes sob as hierarquias oficiais do domínio .PT, explicando as condicionantes que levaram à evolução destas regras.

Trata-se de um trabalho de grande utilidade para todos os que estão interessados em perceber a problemática dos nomes de domínios, na globalidade, e no caso de .PT em particular.

Quero felicitar o autor pelo esforço que dedicou a preparar este trabalho, que considero de muita utilidade para todos os que querem perceber alguns aspectos do sistema DNS e as implicações (e vantagens) da protecção dos seus direitos de propriedade intelectual na Internet portuguesa.

Pedro Veiga
Presidente da FCCN

Índice

PREFÁCIO	5
I. OS NOMES DE DOMÍNIO	11
A. A relevância dos nomes de domínio	12
B. A estrutura dos nomes de domínio	16
C. Os litígios em torno dos nomes de domínio: causas e respostas	21
1. As limitações do espaço para o registo de nomes de domínio	21
2. A adopção de regulamentação sobre nomes de domínio	22
3. A Uniform Dispute Resolution Policy (UDRP)	24
4. A prevenção de litígios na regulamentação sobre nomes de domínio	27
5. A adopção de legislação sobre nomes de domínio	28
D. As funções das entidades responsáveis pelo registo de nomes de domínio	30
II. A HISTÓRIA DA REGULAMENTAÇÃO DOS NOMES DE DOMÍNIO EM PORTUGAL	35
A. Os primórdios	35
B. O regulamento de 1996	36
C. A revisão de 1997	38
D. A revisão de 1998	39
E. A revisão de 1999	40
III. O REGULAMENTO DE 2001	47
A. O pedido de registo de nomes de domínio	47
1. A apresentação do pedido	47
2. A determinação da precedência dos pedidos	54
B. Condições relativas à composição dos nomes de domínio	56
1. Condições gerais	56
1.1. Caracteres utilizáveis como nomes de domínio	56
1.2. A dimensão dos nomes de domínio	58
1.3. A proibição de nomes de domínio coincidentes com <i>TLD</i>	59
1.4. A proibição de nomes de domínio correspondentes a protocolos, aplicações e terminologias da Internet	61
1.5. A irrepetibilidade dos nomes de domínio	63

2.	Condições específicas	63
2.1.	O registo de domínios directamente debaixo de .pt	64
2.2.	O registo de domínios em .net.pt	69
2.3.	O registo de domínios em .gov.pt	71
2.4.	O registo de domínios em .org.pt	74
2.5.	O registo de domínios em .edu.pt	75
2.6.	O registo de domínios em .int.pt	76
2.7.	O registo de domínios em .publ.pt	76
2.8.	O registo de domínios em .nome.pt	76
2.9.	O registo de domínios em .com.pt	77
3.	Composição de nomes de domínio em obediência a critérios decorrentes da lei	79
C.	Algumas regras particulares relativas à composição de nomes de domínio	80
1.	Os nomes geográficos e genéricos	80
2.	O conteúdo dos domínios cujo nome coincida com uma marca	89
3.	Os acrónimos e as abreviaturas	93
4.	A eficácia distintiva	97
5.	O erro ou confusão sobre a titularidade do domínio	101
5.1.	A protecção das marcas	101
5.2.	O âmbito de aplicação da regra	105
5.3.	O alcance da regra	107
5.4.	Avaliação da regra	115
6.	A ofensa à lei, ordem pública ou bons costumes	118
D.	Rejeição dos pedidos de registo de nomes de domínio	120
1.	Rejeição baseada no Regulamento	120
2.	Rejeição não baseada no Regulamento	124
E.	A vida e a morte dos nomes de domínio	126
1.	Alteração dos nomes de domínio	127
2.	Transmissão dos nomes de domínio	129
2.1.	A transmissão de nomes de domínio fora de .com.pt	130
2.2.	A transmissão de nomes de domínio em .com.pt	132
2.3.	Transmissões compulsivas de nomes de domínio	134
3.	A resolução de conflitos	135
4.	A amplitude dos poderes da FCCN na aplicação do Regulamento	142
5.	A remoção de nomes de domínio	145
5.1.	A remoção por vontade do titular do domínio	145
5.2.	A remoção por iniciativa da FCCN	146
a)	Remoção facultativa	147
b)	Remoção obrigatória	149
i)	Decisão judicial ou arbitral	150

ii)	Perda do título justificativo da atribuição do domínio e cessação da actividade	150
iii)	Preterição de formalidades legais, ofensa de direitos de terceiro e violação das regras sobre admissibilidade de nomes de domínio	151
iv)	A não coincidência entre o conteúdo do domínio e a em que a marca que serve de base ao registo de nome de domínio se integra	157
v)	Falta de prova do andamento do processo de registo de marca	159
vi)	Os efeitos da interposição de um recurso da decisão que decide do pedido de registo de marca sobre a manutenção do domínio	160
vii)	A remoção de nomes de domínio em .com.pt	163
c)	A notícia do fundamento da remoção	165
d)	O prazo para a remoção dos domínios	166

F. Responsabilidade	170
---------------------	-----

ANEXOS

1.	Regulamento relativo aos nomes de domínio formados debaixo de .pt	177
2.	Regulamento relativo aos nomes de domínio formados debaixo de .gov.pt	197

I. OS NOMES DE DOMÍNIO

1. A enorme quantidade de informação que se encontra acessível na Internet está alojada em computadores. Todos esses computadores têm um endereço que, na terminologia técnica, se designa por endereço IP (Internet Protocol) e que indica a sua localização no ciberespaço. Para ter acesso à informação alojada em determinado computador, o internauta deverá, portanto, dirigir-se ao endereço respectivo. Este é constituído por algarismos agrupados em quatro números separados por pontos, todos eles inferiores a 256, por exemplo, 123.45.67.89 no caso de o protocolo de endereçamento ser o IPv4, ou por um conjunto de algarismos e letras, por exemplo, 1ABC:2300::/45, no caso de aquele protocolo ser o IPv6. Num e noutro caso a analogia com os números de telefone é fácil de estabelecer.

Por ser difícil atribuir-lhes sentido lógico, expressões deste tipo são difíceis de memorizar. Por essa razão, todos os sítios onde se alberga a informação disponibilizada na Internet são baptizados com um nome – o nome de domínio – que é, normalmente, uma expressão alfabética, embora possa também ser uma expressão alfanumérica^{1 2}. Este nome fica ligado a um determinado endereço IP, que o internauta normalmente desconhecerá. Quando alguém digita um nome de domínio para aceder a um determinado *site*, entra em funcionamento um processo que faz corresponder esse nome ao endereço IP do computador onde o *site* se encontra alojado. Esse

¹ A razão apontada não é exclusiva. Os nomes de domínio, como rótulo de endereços IP que, por sua vez, identificam computadores, permitem a manutenção da identificação visível destes, ainda que o endereço IP seja modificado, o que pode por exemplo ser provocado por uma alteração do prestador de serviços de Internet. Um nome de domínio pode ser associado a qualquer endereço IP introduzindo, por isso, as vantagens óbvias da estabilidade que o sistema de endereços IP não garante.

² É ainda possível que os nomes de domínio sejam, pelo menos debaixo de alguns Top Level Domains, constituídos apenas por algarismos. É muito raro que, na prática, seja escolhida uma expressão desse tipo para nome de domínio em virtude, precisamente, das desvantagens apontadas.

processo é designado por Domain Name System, abreviadamente conhecido por DNS³.

2. Os nomes de domínio têm, muitas vezes, uma estreita conexão com o conteúdo do *site* que identificam ou com a entidade que o opera, reflectindo aquele ou reproduzindo o nome desta.

Tornam-se, dessa forma, muito mais simples as pesquisas na Internet. Os nomes de domínio são, em consequência da referida conexão, mais facilmente memorizáveis do que um endereço IP e, além disso, adivinháveis.

Quem quiser ler a edição electrónica de um jornal pesquisará o nome da publicação em causa. Quem pretender informar-se sobre os horários dos comboios entre duas cidades procurará o nome da empresa que opere o serviço de transporte ferroviário. Quem quiser obter informação sobre determinado produto tentará encontrá-la debaixo do nome de domínio que reflecta a respectiva marca. Quem necessite de aceder a informação produzida por um organismo público poderá presumir que ela se encontra num *site* com o nome desse organismo, e assim por diante.

A existência de nomes de domínio torna, assim, possível uma pesquisa intuitiva da informação a que se pretende aceder.

A. A RELEVÂNCIA DOS NOMES DO DOMÍNIO

3. Com a massificação do uso da Internet, com o desenvolvimento das práticas de comércio electrónico, com a valorização da Internet como veículo de disponibilização de informação de todo o tipo, numa palavra, com o impacto social e económico que assumiu, os nomes utilizados para identificar *sites* adquiriram uma importância porventura não antecipada por muitos.

4. A isso não é, naturalmente, estranho o facto de os *sites* designados por esses nomes terem uma projecção mundial, decorrente do alcance plane-

³ O modo de funcionamento do DNS é, adiante, descrito com mais pormenor (cfr. nº 39).

tário da Internet. Qualquer *site* é, independentemente da localização física do computador onde esteja alojado, acessível em qualquer parte do mundo.

Outro factor que contribui para aquela importância é a escassez da oferta de espaço para a constituição de nomes de domínio. Podem coexistir várias marcas com o mesmo nome, desde que respeitem a produtos ou serviços relativos a classes diferentes. Podem proliferar nomes de estabelecimentos iguais. A homonímia é frequente nas pessoas singulares. Os nomes de domínio são, pelo contrário, irrepetíveis. Quer isto dizer que existindo, por hipótese, com o nome “Lua” uma marca de artigos de vestuário, uma marca de cosméticos e uma marca de instrumentos musicais, apenas a uma delas poderá corresponder o nome de domínio “lua”⁴.

Isto faz, naturalmente, com que os nomes de domínio tenham um valor económico muito apreciável.

Com a proliferação de *sites* na Internet e com a crescente relevância do comércio electrónico é decisivo para os operadores económicos terem na Internet um nome adequadamente apelativo. É por esse nome que serão identificados e será esse o nome com que estarão no mercado electrónico.

Mesmo não estando em causa a exploração económica de um *site*, o nome que o designa é importante para que, com esse *site*, a entidade que o opera consiga atingir os propósitos e o público que justificam a sua presença na Internet. É natural que uma associação, uma fundação, um organismo público pretendam que essa presença se faça debaixo do respectivo nome. Compreende-se também que uma entidade que organize um colóquio, um congresso, um ciclo de conferências procure que o *site* da Internet correspondente deixe reflectir a designação do evento. Os exemplos poderiam multiplicar-se.

5. Os nomes de domínio adquiriram, por isso, uma função que, em muito, ultrapassa a de mera indicação de uma morada de um *site* na Internet. É pelo nome de domínio que as entidades que os operam começaram a ser

⁴ A repetição de nomes é, no entanto, possível desde que não se verifique debaixo do mesmo domínio de topo ou do mesmo domínio classificador. A estes conceitos se aludirá à frente (cfr., respectivamente, nº 13 e nº 15).

conhecidas ou que tornaram conhecidos os produtos, serviços ou actividades que nele estão em causa.

6. A especial relevância que os nomes de domínio adquiriram está na base das práticas de registo abusivo de nomes de domínio, vulgarmente conhecidas como *cybersquatting*. Estas, admitem várias modalidades e respondem a outras tantas motivações.

7. Porventura as mais comuns consistem na aplicação de uma tática de antecipação no registo, como nome de domínio, de nomes objecto de direitos de outrem, em especial de marcas, visando a sua posterior venda ao respectivo (e distraído) titular.

8. Mas, existem outros exemplos de registo e utilização abusiva de nomes de domínio.

Muitos visam, como o acima referido, obter vantagens de natureza económica.

É o caso do aproveitamento de um nome sobre o qual incidam direitos de terceiro ou de um nome com ele facilmente confundível, para atrair cibernautas para os *sites* de quem indevidamente o utiliza. O efeito visado é o de obter uma vantagem decorrente da notoriedade do nome utilizado. Cria-se, com essa utilização, a enganosa aparência de uma relação entre o legítimo titular de direitos sobre o nome usado como nome de domínio e conteúdo do *site*.

A vantagem decorrente de práticas deste tipo pode também ser a que simplesmente resulta da publicidade gerada, como nos lembra a actuação de duas empresas portuguesas que registaram centenas de nomes de personalidades da vida pública nacional, com a aparente intenção de atrair atenção sobre si próprias, dando-se a conhecer ao público através da polémica criada e do espaço por ela ocupado na comunicação social.

Outro propósito comum dos registos abusivos de nomes de domínio é o de, explorando-se o princípio da sua irrepetibilidade, simplesmente impedir que o titular de direitos sobre o nome registado o possa utilizar como

nome de domínio. São óbvios os prejuízos que dessa impossibilidade podem advir, bem como as vantagens de ordem competitiva que podem resultar para quem recorre a práticas desse tipo ou delas beneficia.

9. Claro que o valor e a utilidade de um nome de domínio não se afere apenas em termos económicos. A reputação, o bom nome, a idoneidade, a honorabilidade de pessoas ou instituições podem ser postos em causa ou atacados em *sites* da Internet. Estes são também um veículo privilegiado para transmitir publicidade negativa, criticar ou denunciar pessoas, instituições, actividades, produtos ou serviços. Para que estes objectivos sejam alcançados com o êxito e eficácia desejados não é indiferente o nome de domínio que lhes serve de veículo. Vejam-se os casos muito comuns de *sites* em que expressões indiciadoras de crítica ou insatisfação são associadas aos nomes das pessoas ou entidades objecto desses sentimentos. Exemplos: o *site* “ihatebillgates.com” em que o mesmo aparece representado como o diabo; o *site* “walmartsucks.com”, em que se promove a instauração de acções populares contra a Wal-Mart; o *site* “boycott-nike.8m.com”, em que se apela ao boicote de produtos da marca Nike ou, para dar um exemplo com uma conexão portuguesa, o *site* “antifigo.com” criado para denegrir a imagem do futebolista Figo por adeptos do seu anterior clube (F C Barcelona) por ocasião da sua transferência para um clube rival (Real Madrid). Todos estes *sites* seriam, para os visados, bem mais irrelevantes se não referissem, na sua denominação, o objecto da ira, desagrado ou crítica de quem os opera.

10. A multiplicação de *sites* deste género tem levado a que, à cautela, os potenciais visados de campanhas desfavoráveis operadas na Internet se antecipem, registando nomes de domínio depreciativos da entidade que representam ou da marca, do produto ou do serviço que detêm ou prestam impedindo, dessa forma, que os mesmos sejam registados e operados por mãos indesejáveis⁵.

Esforços deste tipo são, concerteza, inglórios, uma vez que a imaginação de quem pretenda operar *sites* desse género andar, sempre, um passo à

⁵ A edição *on-line* do jornal Washington Post dava, há tempos, conta desta tendência referindo que a Wal-Mart registou mais de 200 nomes de domínio de sentido anti Wal-Mart.

frente e a sua perspicaz eficácia em descortinar oportunidades de registo de nomes em relação aos quais exista um direito ou interesse legítimo de terceiro, não deixará, nunca, de surpreender. São, no entanto, significativos da importância que hoje em dia é conferida aos nomes de domínio.

11. Como o é, igualmente, o aumento de conflitualidade em seu torno. Cada vez mais, pessoas e organizações que se sentem lesadas por nomes de domínios procuram nas instâncias próprias solução para os diferendos em que são parte.

Mais do que isso, é a multiplicação de mecanismos extrajudiciais de resolução de litígios em torno dos nomes de domínio que claramente deixa transparecer a relevância que estes adquiriram. O ICANN⁶ criou, em 1999, a Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP), conjunto de regras obrigatoriamente aplicadas à resolução de litígios em torno de nomes de domínio situados debaixo de alguns dos *TLD* genéricos e, ainda, voluntariamente aplicado pelas autoridades responsáveis pelo registo de nomes de domínio em cerca de duas dezenas de países⁷. Autoridades de registo de outros países optaram por criar os seus próprios sistemas de resolução de conflitos. É esse o caso de Portugal.

B. A ESTRUTURA DOS NOMES DE DOMÍNIO

12. Precizada a relevância dos nomes de domínio, é altura de descrever, de modo sumário, a sua estrutura.

13. Os nomes de domínio estão divididos em várias componentes, obedecendo a uma estrutura hierárquica. A componente de topo, habitualmente designada por Top Level Domain (*TLD*), é a última expressão que

⁶ Acrónimo de Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, instituição sem fins lucrativos encarregada de operar a coordenação de certos aspectos da Internet, incluindo a gestão do sistema de nomes de domínio. Sobre o ICANN, ver <http://www.icann.org>.

⁷ A lista completa desses países pode ser consultada em <http://arbiter.wipo.int/domains/cctld/>.

aparece no nome do domínio, figurando à direita de um ponto. Em *www.amazon.com*, o TLD é *.com*.

Existem duas categorias de TLD. A primeira agrupa um conjunto que reúne os chamados TLD genéricos, usualmente referidos, na sua expressão inglesa, por *generic top level domains* ou pelo acrónimo *gTLD*. Actualmente existem os seguintes: *.com*; *.org*; *.net*; *.edu*; *.mil*; *.int*; *.gov*; *.aero*; *.biz*; *.coop*; *.info*; *.museum*; *.name* e *.pro*. Os últimos sete são recentes, tendo sido aprovados pelo ICANN em Novembro de 2000.

A segunda categoria agrupa domínios de topo de incidência territorial, constituídos por um código de duas letras definido pela norma ISO 3166⁸. O TLD de Portugal é o *.pt*, o de Espanha *.es*, o do Brasil *.br*, etc⁹. Estes TLD são geralmente referidos por *country code TLD* ou, abreviadamente, *ccTLD*¹⁰.

Merece, neste contexto, referência o importante compromisso de criação do TLD *.eu*, assumido pelo Conselho Europeu no Plano de Acção eEurope 2002: uma Sociedade da Informação para Todos¹¹, adoptado durante a sua reunião em Lisboa em Março de 2000. Trata-se de um passo cuja importância política é inegável e que contribuirá para a construção de um mercado interno para o comércio electrónico e para a afirmação da identidade europeia¹².

⁸ A excepção é o TLD "UK", correspondente ao Reino Unido. O código definido pela norma ISO referida para aquele país é "GB" e não "UK". Tal disparidade justifica-se por o TLD ter sido definido em momento anterior ao da adopção daquela norma como identificador dos domínios de topo de incidência territorial.

⁹ A lista completa dos ccTLD pode ser consultada em <http://www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm>

¹⁰ Em rigor, a expressão "country code" não será a mais correcta, uma vez que nem todos os domínios de topo retirados da norma ISO 3166 respeitam a Estados. Vejam-se os casos de *.mo* (Macau), *.fk* (ilhas Falkland ou Malvinas), *.gi* (Gibraltar), *.gf* (Guiana Francesa), etc. Mais correcta seria a utilização de "territorial code" ou "geographic code".

¹¹ Disponível em http://europa.eu.int/information_society/eeurope/action_plan/pdf/action_plan_pt.pdf

¹² Está a decorrer o processo de implementação deste TLD. O Regulamento n.º 733/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho de 22 de Abril de 2002, estabelece as respectivas condições, designadamente no que se refere à designação de um Registo e do enquadramento da sua actuação. A Decisão da Comissão n.º 2003/375/CE veio designar o European Registry for Internet Domains (EURID) como Registo do domínio de topo *.eu*. O Regulamento está disponível em http://europa.eu.int/eur-lex/pri/pt/oj/dat/2002/L_113/L_11320020430pt00010005.pdf e a Decisão disponível em http://europa.eu.int/eur-lex/pt/dat/2003/L_128/L_12820030524pt00290030.pdf

14. Debaixo do *TLD* encontra-se a segunda componente do nome de domínio, que é a expressão que o titular escolher para aí figurar. No exemplo acima indicado, é a palavra “amazon”.

15. Pode dar-se o caso de, nos *ccTLD* haver, ainda, uma terceira componente do nome de domínio, colocada num espaço intermédio entre as duas componentes atrás referidas. A sua função é a de arrumar os nomes de domínio em diferentes categorias, correspondentes a diferentes realidades ou áreas de actividade, por isso se designando domínios classificadores. Liberta-se, desse modo, mais espaço para o registo de domínios e facilita-se a sua pesquisa na Internet. Estruturado dessa forma é, por exemplo, o *TLD* .fr, correspondente a França. Existem, entre outros, domínios classificadores para pessoas singulares (.nom.fr), para projectos ou programas de investigação e desenvolvimento (.prd.fr), para marcas (tm.fr), etc.

16. Uma vez que não estão ligados a qualquer circunscrição territorial específica, os *TLD* genéricos encontram-se especialmente vocacionados para entidades que pretendam atingir um público que não se limite às fronteiras de um único Estado ou território. Eles têm uma vocação de alcance universal. Daí que qualquer pessoa possa, independentemente do local onde se encontre ou exerça a sua actividade, registar um nome de domínio sob os *TLD* genéricos, desde que reúna as condições para tal¹³.

Pelo contrário, os *ccTLD* são, em primeira linha, vocacionados para um público nacional, contrastando com o alcance universal dos *TLD* genéricos.

Uma multinacional, uma marca de divulgação mundial, uma organização internacional terão uma natural apetência por nomes de domínio situados debaixo de *TLD* genéricos. Já marcas de difusão local ou pessoas colectivas com actividade confinada às fronteiras de um Estado encontrarão um natural acolhimento debaixo do *ccTLD* do país onde tenham presença.

¹³ Como a seguir se verá, as coisas passam-se de forma diferente com alguns dos *TLD* (.edu, .mil, .gov).

A prática encarregou-se, no entanto, de negar o que seria esta natural apetência por um tipo de *TLD* em função das características e interesses da entidade titular do domínio.

A preocupação prevalecente é a de ter presença na Internet, o que faz com que se registem nomes de domínio onde tal seja possível. Se o espaço do *TLD* nacional está ocupado, recorre-se a um *TLD* genérico. Se as regras aplicáveis a um *TLD* nacional são limitativas quanto às possibilidades de registo, foge-se a esse constrangimento recorrendo-se ao registo onde ele não exista. Os custos com o registo e manutenção de um domínio podem também condicionar a escolha do *TLD* sob o qual se registam domínios. Até a convicção que se forme quanto ao carácter mais apelativo de um *TLD* em relação a outro influencia as opções neste domínio.

Por outro lado, a preocupação que existe com o *cybersquatting* leva a que, como se viu, se multipliquem registos do mesmo nome de domínio sob vários *TLD* como medida preventiva de práticas abusivas de registo.

Há, ainda, a considerar que muitas das regulamentações aplicáveis ao registo de domínios debaixo de *ccTLD* admitem que entidades não residentes, não estabelecidas e até sem qualquer conexão com o respectivo território obtenham domínios sob esses *TLD*. Esta possibilidade leva a que, por vezes, a única lógica subjacente à atribuição de nomes de domínio seja a do negócio. Isso sucede, muito especialmente, quando é possível explorar a especial apetência que suscita o registo de domínios debaixo de domínios de topo que, em razão do sufixo que os designa, desempenhem, na prática, a função de um domínio classificador, sugerindo determinado tipo de actividade. Exemplo disso são os *TLD* de Tuvalu (.tv) ou da Micronésia (.fm), muito procurados por estações de televisão ou de rádio, respectivamente.

17. Embora, na prática essa regra tenha pura e simplesmente sido ignorada, o *TLD* .com foi pensado para entidades de índole comercial, o .net