

De la propiedad intelectual a la propiedad virtual: El tratamiento de los derechos de propiedad intelectual en mundos virtuales



GUSTAVO RODRIGUEZ GARCIA

Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Magister en Propiedad Intelectual por la Universidad Austral, Argentina.

“¿Usted tiene derechos sobre la configuración de su propio avatar? ¿Qué ocurre si su marca en el mundo real es usada sin su permiso en un mundo virtual? ¿El uso de una marca registrada ante INDECOPi puede ser acreditado con el empleo del signo en un mundo virtual? Estas preguntas encuentran explicación en el desarrollo de entornos virtuales que conllevan retos especiales para el Derecho y, en particular, para la propiedad intelectual. Reflexionar sobre estas cuestiones se justifica bajo la premisa que, aunque con respecto a bienes virtuales, las controversias son una realidad que merecen soluciones reales.”

Revista editada por alumnos de la Facultad de Derecho de la Universidad de Lima

ADVOCATUS 173

Los mundos virtuales no son una mera alternativa lúdica para los internautas sino representan una gran posibilidad para hacer negocios, conocer personas, realizar proyectos, entre otros. Estos beneficios no se proyectan únicamente hacia simples individuos de carne y hueso. Grandes corporaciones han decidido formar parte de los mundos virtuales por decisión propia u obligada por la necesidad de supervisar la ocurrencia de infracciones directamente, generándose una fuente atractiva de ingresos. El fenómeno de los mundos virtuales trae consigo retos generalizados a todo el Derecho al punto que ya se empieza a hablar de una nueva área de estudio denominada "Derecho Virtual".¹

En principio, podría pensarse que las únicas regulaciones aplicables en entornos virtuales son aquellas que vienen dadas por los términos de uso de la plataforma a la cual se accede. Si usted se registra como usuario, por ejemplo, en *Second Life* (un mundo virtual) debe aceptar ciertas reglas que funcionan a modo de disposiciones elementales de convivencia. Dichas disposiciones regulan las relaciones entre el participante y el titular del entorno virtual, así como las relaciones entre los propios participantes.

No obstante ello, así como la tecnología parece ofrecernos nuevas e inimaginables innovaciones, también se presentan oportunidades insospechadas para nuevas controversias en entornos virtuales. ¿Quién es titular de la propiedad virtual que se crea? ¿Cómo se resuelve una controversia entre el signo identificador de un producto virtual y el signo de un producto del mundo real? ¿El uso virtual es susceptible de impedir la cancelación real de un signo distintivo? ¿El uso de un signo real, en un entorno virtual, es una infracción?

El presente artículo es un pequeño viaje académico entre las posibles respuestas a estas y otras interrogantes. La idea es revelar las apasionan-

tes cuestiones que suscitan al discutir sobre los derechos intelectuales en mundos virtuales y comentar algunos casos que, creemos, pueden ilustrar la cuestión que nos ocupa. Se trata, por cierto, de una temática en donde no existen consensos. Sin embargo, ello no debe impedir que el lector pueda reflexionar sobre los temas aquí abordados.

Un mundo virtual permite que el participante pueda crear contenidos nuevos, así como adquirir productos reales mientras construye, compra y vende productos virtuales² y, por supuesto, siendo ello posible, es razonable suponer que las infracciones puedan suscitarse sin problema alguno. Una evidencia de los problemas que pueden generarse lo podemos advertir en lo ocurrido a Eros. Esta empresa se encarga de diseñar juegos eróticos virtuales que son comercializados en el mundo virtual *Second Life* a cambio de dólares Linden –la moneda de este mundo virtual– que, a su vez, pueden ser convertidos a dólares americanos.

Uno de los residentes del mundo virtual, a decir de Eros, empezó a copiar y vender copias de sus productos. En otras palabras, el titular de los productos virtuales sostenía que otro participante del mundo virtual venía incurriendo en infracciones al comercializar productos virtuales falsificados, a otros usuarios. Este pequeño ejemplo nos lleva a deslumbrar los siguientes escenarios.

Primero, que se produzca una infracción en el mundo real con respecto a un derecho referido a un producto existente en un mundo virtual. Segundo, que se produzca una afectación en el mundo virtual como resultado de un empleo no autorizado en el mundo real. Tercero, que se produzcan afectaciones en mundos virtuales a partir de usos no consentidos en el entorno virtual. Esto último es lo que habría ocurrido en el caso de Eros y sus productos virtuales eróticos.

- 1 TYSON DURANSKE, Benjamin. *Virtual Law: navigating the legal landscape of virtual worlds*. American Bar Association, 2008.
- 2 RINKERMAN, Gary J.; Philip J. Cardinale y Janet Fries. *Generating and protecting Intellectual Property in Virtual Worlds*. Drinker Biddle, Copyright Alert, Diciembre de 2008.

Exploremos algunos ejemplos: Supongamos que usted participa en *Second Life*, donde los términos de dicho mundo virtual establecen que el derecho de propiedad intelectual recae en las creaciones de cada uno de los autores. Si usted diseña un vestuario determinado (como si fuera una obra de arte aplicada), será el autor de acuerdo a los términos aplicables. Sin embargo, debe otorgar una licencia no exclusiva de todas sus posibles contribuciones. Bajo este escenario, usted es autor y titular de los derechos de autor sobre su nueva obra de arte aplicada con lo que, además, si decide comercializar estos productos en el mundo real, no debería existir razón alguna para que no se reconozca el legítimo derecho que tiene en su calidad de autor.

Ahora, imaginemos que registra la marca ENCANTOS para distinguir sus prendas de vestir virtuales, en otras palabras, la marca será empleada únicamente en el mundo virtual. Después de tres años de registrada, alguien plantea la cancelación por falta de uso de la misma a fin de registrarla y poder usarla para comercializar prendas de vestir en el mundo real. ¿El uso en el mundo virtual es uno susceptible de impedir la cancelación por falta de uso? De otro modo, ¿el uso virtual constituye uso en los términos de la normativa pertinente?

El artículo 165 de la Decisión 486 establece que el uso debe haberse producido en al menos uno de los Países Miembros de la Comunidad Andina. El artículo 166³ agrega que la marca se entenderá en uso cuando los productos o servicios distinguidos han sido puestos en el comercio o se encuentran disponibles en el mercado. Resulta polémico que el uso virtual pueda ser interpretado como el empleo de la marca dentro del territorio de alguno de los países miembros de la Comunidad Andina.

La Recomendación Conjunta relativa a las Disposiciones sobre la Protección de las Marcas y otros Derechos de Propiedad Industrial sobre Signos en Internet, establece en su artículo 2 que el uso

de un signo en Internet será considerado como uso dentro de un Estado miembro, si tal uso tiene efecto comercial en dicho Estado. En ese sentido, una solución al problema podría encontrarse en la aplicación de esta Recomendación entendiéndose que en tanto el uso efectuado en el mundo virtual tiene un efecto comercial en el territorio peruano o de algún país de la Comunidad Andina, tal utilización es susceptible de impedir la cancelación por falta de uso.

Dentro de *Second Life*, usted –a través de su avatar– puede crear negocios virtuales, adquirir “tierras” virtuales y llevar vidas virtuales alternativas. Ciertas empresas han emprendido la aventura de llevar sus propias marcas al mundo virtual. Sin embargo, dentro de este mundo también pueden producirse infracciones, ¿cómo se protegen los derechos de propiedad intelectual dentro de un mundo virtual? Recuerde que el derecho de marcas se rige por el principio de territorialidad, esto es, el derecho de exclusiva se extiende únicamente dentro de las fronteras del país en el que el derecho ha nacido, sea por efecto del registro (en los regímenes en los que el registro es constitutivo, como el nuestro) o por efecto del uso (en los regímenes declarativos).

¿El espacio virtual es extensión territorial del mundo real en el que se crea? Si este espacio virtual es operado desde Estados Unidos, ¿se trata de territorio estadounidense? Bajo ese argumento, una marca peruana podría ser infringida por un avatar pirata en *Second Life* impunemente. Esta problemática ha llevado a que se sostenga que el principio de territorialidad no debería ser aplicable a los entornos virtuales porque el objetivo fundamental del derecho debería ser prevenir los supuestos de confusión.³

En una controversia sumamente interesante, la justicia estadounidense tuvo oportunidad de pronunciarse sobre cuán real era una controversia suscitada en un entorno virtual. En el caso, la demandante sostenía que había realizado inver-

3 DILL, Jesse R. *Possessing trademarks: Can Blackstone or Locke Apply to First Feet, Grocery Stores and Virtual Sex Toys?*. En: *Marquette Intellectual Property Law Review*, Vol. 14, No. 2, p. 391.

siones en *Second Life* referidas a la adquisición de ciertos terrenos por los cuales, además, había tributado. Cuando la demandante adquirió un terreno denominado "Taessol", Linden Lab –la empresa titular del mundo virtual– informó que la adquisición era indebida y dispuso el congelamiento de las cuentas de la adquirente (es decir, la demandante). La Corte sostuvo, de forma bastante elocuente que:

*"(...) en última término, las cuestiones en discusión en este caso se refieren a las novedades interrogantes con respecto a qué derechos y obligaciones emergen en la relación entre el propietario y creador de un mundo virtual y sus consumidores-residentes. Aunque la propiedad y el mundo en el que puede ser encontrada es "virtual", la disputa es real".*⁴

Exploremos otro escenario: ¿Es posible que registre su avatar⁵ como marca? Eso es lo que hizo Alyssa La Roche en el año 2007 al registrar su avatar "Aimee Weber". Sin embargo, lo cierto es que el registro de la marca implica restar cierta dosis de dinamismo al cambiante escenario de los mundos virtuales. El avatar no puede modificarse mucho sin alterar sustancialmente la impresión comercial de la marca registrada.

La cuestión relativa a los mundos virtuales y su funcionamiento dista de ser una temática anecdótica y curiosa sin mayor implicancia legal efectiva. Lo cierto es que la era de los mundos virtuales trae consigo el desarrollo de un verdadero mercado virtual y una relación, a veces ambigua desde un punto de vista jurídico, entre los derechos reales sobre bienes virtuales. Así pues, existen empresas dedicadas a ofrecer servicios de publicidad a empresas reales dentro de mundos virtuales y, como ya hemos adelantado, el dinero virtual puede ser cambiado por dinero real.

Existen problemáticas adicionales a aquellas que ya hemos adelantado. Si usted participa en un mundo virtual, no solamente se le permite participar sino que, de hecho, usted es alentado a crear, esto es, a participar activamente en el desarrollo del mundo virtual. No obstante, las creaciones no necesariamente son generadas de forma tan autónoma como puede ocurrir en el mundo real. Si su avatar convive en un mundo determinado, lo cierto es que cualquier creación que usted pueda hacer será, en mayor o menor medida, inspirada en el escenario en el que pretende posicionar dicha creación.

¿Cómo funciona la doctrina de las obras derivadas en los mundos virtuales? Las obras originarias son aquellas que se crean sin basarse en una obra preexistente. Por el contrario, las obras derivadas son aquellas que se sustentan en una obra originaria añadiendo elementos originales adicionales susceptibles de protección autorial. Este concepto es sumamente importante en plataformas virtuales en las que la colaboración recíproca es fundamental. El mundo virtual se beneficia de aquellas creaciones que puedan mejorar el mundo para todos y tales creaciones son incentivadas si se reconoce el derecho de cada participante/creador de retener derechos sobre sus aportes originales.

¿Cómo identificar, sin embargo, quién es el autor originario a quien se debe pedir permiso para realizar una obra derivada? De nuevo, en mundos virtuales, de forma especial, el proceso colaborativo es intenso y la identificación de los creadores es compleja. En ese orden de análisis, se impone encontrar mecanismos que fomenten adecuadamente la creatividad dentro de los entornos virtuales. Desde una perspectiva utilitaria, se ha señalado que:

"(...) el creador del mundo virtual provee las herramientas con la que los jugadores

4 Marc Bragg contra Linden Research, Inc. y Philip Rosedale: 487 F.Supp.2d 593 (2007).

5 Una explicación resulta necesaria. Un avatar es el correlativeo virtual que cada participante genera al inscribirse en un mundo virtual. Es a través de este avatar que se produce la interacción no sólo con la plataforma virtual sino con el resto de participantes (ciudadanos virtuales). El participante puede diseñar su avatar definiendo ciertas características físicas y, desde luego, determinante vestuarios y accesorios, entre otros.

contribuyen a la construcción del mundo de juego y su línea histórica. Los jugadores infunden su personalidad virtual y sus creaciones con su tiempo, energía y creatividad. Si los jugadores carecieran de las protecciones del derecho de autor, su deseo de contribuir creativamente al mundo virtual decaería, dañando el robusto intercambio de creatividad dentro del mundo virtual.⁶

A partir de esta última reflexión, resulta importante llamar la atención sobre una pregunta obvia pero crucial: ¿Quién debe tener propiedad sobre los productos virtuales? Los creadores de los mundos virtuales ciertamente tienen un interés justificado en ser los dueños de la propiedad virtual. Después de todo, sin entorno virtual no puede existir producto virtual comercializable. Así pues, uno podría concluir que un régimen legal sobre propiedad virtual debiera reconocer a los dueños de los mundos virtuales como propietarios de las creaciones virtuales en ellos contenidos.

No obstante ello, lo cierto es que existen razones que justifican, en balance, la atribución de propiedad en cabeza de los creadores de los productos virtuales. Es que, si bien es cierto, las creaciones se basan o requieren en cierto nivel de la creación primigenia del dueño del mundo virtual, estas creaciones generan valor agregado al propio mundo. Como ha sostenido Shen con innegable acierto, *“si los participantes del mundo virtual no pueden reconocer el valor de*

sus propios productos virtuales, se eliminarían los incentivos para crear estos productos. Esto, a su vez, generaría el incentivo para dejar de participar en el mundo virtual.⁷

El fundamento de la atribución de derechos de propiedad intelectual sobre las creaciones producidas en mundos virtuales reside en que, en el mundo virtual, el costo de reproducir estas creaciones es prácticamente nulo. Una vez más, si cualquier puede apropiarse de su creación libremente, se pierde el incentivo de participar activamente del mundo virtual mediante la creación. La pérdida de estos incentivos derivaría en el fin de los propios mundos virtuales, al menos, en el entendido que éstos se basan en la conducta creativa cooperativa de quienes habitan en éstos.⁸

Exploremos ahora un supuesto de posible infracción dentro de un entorno virtual. Un avatar original puede ser un personaje protegido por las normas de derecho de autor. ¿Qué criterios deben considerarse ante la alegación efectuada por una persona que sostiene que su avatar ha sido plagiado en el diseño del avatar ajeno? ¿Cómo medir la originalidad de estas creaciones? Y en tanto corresponda tratar a un avatar como personaje, ¿debe contrastarse específicamente la apariencia física de un avatar o también la “personalidad” que pueda adoptar? ¿La posibilidad de protección depende de la singularidad visual del avatar o de la “historia” o “conducta” desplegada por éste?⁹

6 REUVENI, Erez. *On virtual worlds: copyright and contract law at the dawn of the virtual age*. En: *Indiana Law Journal*, Vol. 82, No. 261, 2007, p. 277.

7 SHEN, Leah. *Who owns the virtual items?* En: *Duke Law & Technology Review*, No. 11, 2010. Bajo un argumento similar, se justifica que se permita la comercialización de productos virtuales. Para que cada participante extraiga el mayor valor de sus productos virtuales (sus creaciones), éstos deben ser intercambiables. Si los participantes no puede negociar con sus productos virtuales, en último término se están generando desincentivos para participar del mundo virtual.

8 Debe admitirse, sin embargo, que algunos abogan por un sistema de recompensas que supere la rigidez que le atribuyen al régimen de propiedad. No es un planteamiento novedoso. Una buena descripción y aplicación de esta alternativa en: ECHERSLEY, Peter. *Virtual markets for virtual goods: The mirror image of digital copyright?* En: *Harvard Journal of Law & Technology*, Vol. 18, No. 1, Otoño 2004.

9 Algunos de estos temas son discutidos por: BARFIELD, Woodrow. *Intellectual Property Rights in Virtual Environments: considering the rights of owners, programmers and virtual avatars*. En: *Akron Law Review*, Vol. 39, No. 649, 2006.

La definición de criterios en estas cuestiones, seguramente, tendrá que tomar mucho de aquellos que resultan aplicables a los video-juegos y a los personajes de ficción. Los mundos virtuales son obras audiovisuales en sí mismas que contienen diversos tipos de obras. Sin embargo, una de las mejores definiciones de mundo virtual es aquella que lo define como *“una combinación de tecnología de redes sociales y gráficos de video juegos empleados para crear un ambiente compartido y persistente en el que los usuarios puedan interactuar”*¹⁰. Esta definición nos permite tener una aproximación con respecto a qué reglas legales y criterios jurisprudenciales deben ser observados para delinear el panorama aplicable a los mundos virtuales.

Veamos otro posible caso. Supongamos que usted realiza una creación en un entorno virtual en el que los derechos son retenidos por el titular de éste. Un tercero extrae las creaciones contenidas en el mundo virtual y las conduce a otros mundos virtuales, ¿cómo se regularía el contrabando de productos virtuales? Claramente, el titular de los derechos patrimoniales sobre las obras contenidas –el titular de la plataforma– podría accionar contra el tercero que realiza usos no autorizados sobre las obras protegidas.

Supongamos que usted cuenta con una marca notoriamente conocida en el mundo real pero no tiene presencia en un mundo virtual. ¿El empleo de su marca de forma no autorizada dentro de éste es susceptible de diluir el poder distintivo asociado a su marca notoria? Este ejemplo encuentra correlatos reales si se considera que una buena porción de marcas famosas son empleadas sin que el titular de éstas tenga una presencia real en el mundo virtual.

A fin de resolver ciertas cuestiones que hemos discutido en este breve artículo, Linden Lab ha creado una oficina de marcas dentro de *Second Life – The Second Life Patent and Trademark Office* – la cual debería ser lo suficientemente llamativa

como para que comprendamos la magnitud e importancia de la discusión relativa, no solo al reconocimiento de derechos en entornos virtuales sino, y más importante, para que identifiquemos qué mecanismos resultan idóneos para asegurar las reglas aplicables a tales derechos, esto es, el *enforcement* de los términos del mundo virtual, así como de las reglas legales del mundo real aplicables al mundo virtual.

Asimismo, también resulta pertinente señalar que un esquema que permita a los usuarios de mundos virtuales retener ciertos derechos de propiedad intelectual, en el sentido que hemos adelantado previamente en este artículo, representa una jugada riesgosa para el propietario de la plataforma dada la existencia de ciertas externalidades de red. En efecto, uno de los factores que posiblemente sea positivamente valorado por los potenciales ciudadanos virtuales a la hora de elegir su pertenencia a un mundo específico probablemente sea el número de participantes ya existentes, esto es, la existencia de más o menos probabilidades de establecer relaciones con terceros.

Si usted se afilia a una plataforma virtual que le permite irse con ciertos derechos (y estos derechos recaen sobre bienes que son de aprovechamiento de todos porque, en cierta forma, mejoran el mundo virtual compartido), resulta más sencillo que adopte la decisión de retirarse llevándose su aporte lo que seguro motivará que otros se vayan también dado que la pérdida de la contribución de un participante decrece el valor global de la plataforma virtual para los restantes. Ello, ha llevado a sostener que este modelo limitaría la posibilidad de los dueños de mundos virtuales de competir por contenidos.¹¹

En todo caso, parece claro que debe existir algún nivel de incentivo para que se produzcan creaciones dentro de los mundos virtuales que, a su vez, mejoren el mundo virtual compartido por todos. Pero, ¿cómo reconocer el derecho que

10. FAIRFIELD, Joshua A.T. *The End of the (virtual) world*. En: *West Virginia Law Review*, Vol. 112, 2009, p. 58.

11. MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor y John CROWLEY. *Napster's Second Life?: the regulatory challenges of virtual worlds*. En: *Northwestern University Law Review*, Vol. 100, No. 4, 2006, p. 1810.

corresponde a cada participante? Note el lector que una cosa es afirmar, teóricamente, que debe existir algún tipo de derecho en cabeza de cada participante/creador y otra cosa es, en la práctica, resolver el problema de la identificación apropiada de las titularidades reconocidas.

De nada sirve que el participante A sea el titular de una creación si usted tiene incertidumbre sobre si dicha creación es realmente titularidad de alguien y, de ser el caso, si no sabe de quién es (con lo cual no sabe a quién pedir permiso si desea realizar algún tipo de acción con la creación como puede ser una obra derivada). Un instrumento que puede ser útil –en tal sentido– es la aplicación de marcas de agua tecnológicas en las creaciones introducidas en mundos virtuales,

David Friedman ha argumentado, aunque sin referirse a la aplicación de marcas de agua a creaciones en mundos virtuales, que un mecanismo eficiente puede ser el empleo conjunto de una marca de agua visible y una invisible en cada creación. La marca de agua visible transmite información que puede ser leída con un software (masivamente asequible) diseñado para ello. Esto reduce los costos de evitar infracciones y facilita la identificación de datos referidos a la titularidad de cada creación. Asimismo, tiene un efecto práctico en el marco de eventuales controversias ya que la existencia de la marca de agua acredita que el presunto infractor sabía o podía saber que la obra empleada sin autorización era de titularidad de alguien,

Por otro lado, la marca de agua invisible sería útil para aumentar el riesgo derivado de infracciones deliberadas. El infractor no tiene forma de saber, exactamente, si la marca de agua invisible fue retirada por lo que el alto riesgo de su conducta infractora representa un costo que debe asumir. Es cierto que este sistema de marcas de agua conjuntas parece complejo ya que tendría que ser empleado en cada aporte original sus-

ceptible de tutela que sea creado en entornos virtuales, pero la tecnología puede hacer este trabajo de forma relativamente sencilla y, en el agregado final, garantizar que sus aportes en un mundo virtual tendrán impreso su nombre.¹²

Existen otros campos en los que ya se empieza a sentir la necesidad que el derecho innove ante la nueva realidad de los mundos virtuales (el lector sabrá excusar el juego de palabras). Así pues, ya ha existido algún caso en el que se discutió, por ejemplo, si los términos establecidos por el mundo virtual, en particular una cláusula arbitral, resultaban oponibles o si podían ser considerados como cláusulas abusivas (bajo la doctrina de la *unconscionability*).¹³

Note el lector que no se trata de una cuestión menor y absolutamente desvinculada a nuestro tema de análisis. Los términos de los mundos virtuales (que regulan el régimen de propiedad intelectual, ya sea para plantear que todos los derechos pertenecen y pertenecerán al creador del mundo virtual o, en casos menos frecuentes, que se reconoce los derechos de cada creador/participante) son planteados de la forma “tómalo o déjalo”. En tal sentido, podría cuestionarse el nivel de negociación –o la ausencia de negociación– como fundamento para la inaplicabilidad de tales términos.

Por otro lado, un tema que también resulta interesante se refiere a la responsabilidad del dueño del entorno virtual por las infracciones cometidas en éste. En el marco del ordenamiento jurídico peruano en materia de propiedad intelectual, no parece claro que el dueño del mundo virtual pueda ser responsabilizado por la infracción cometida por ciertos residentes. Pero en otras latitudes, se discute válidamente si el dueño de la plataforma virtual puede resultar contributivamente responsable por las infracciones producidas bajo la consideración de que es dicho dueño

12 Esta estrategia de marcas de agua es desarrollada en: FRIEDMAN, David D. *Future Imperfect, Technology and Freedom in an Uncertain World*. En: Cambridge University Press, 2008, pp. 111-115.

13 *Bragg v. Linden Research, Inc.* 487 F. Supp. 2d 593, 611 (E.D. Pa. 2007).

el que facilita el medio (la propia plataforma) en el que se realizarán los actos ilícitos o, en términos más claros, pone a disposición de los infractores la plataforma en la que se realizarán las vulneraciones a los derechos de propiedad intelectual.

En ese orden de ideas, podría ponerse en tela de juicio la adopción de medidas razonables por parte del dueño del mundo virtual a fin de evitar la comisión de infracciones a los derechos intelectuales, así como para perseguir aquellas que se hayan efectivamente producido. De esta forma, debiera establecerse un mecanismo –como se hace, en general– para que los residentes afectados puedan plantear sus reclamos por las posibles vulneraciones a sus derechos (asumiendo que el residente retenga derechos, cosa que, por lo general, no ocurre de

conformidad con los términos de uso aplicables a cada plataforma virtual).

En suma, la era de los mundos virtuales ha llegado con fuerza y parece que no hay vuelta atrás. El derecho se enfrentará –y ya se enfrenta– a retos que, aunque pueda creerse lo contrario, son muy reales. Uno de los campos en el que los retos se presentan con mayor fuerza es en el de la propiedad intelectual. Este trabajo ha servido para presentar la temática a fin de empezar la tarea de reflexión que nos pueda conducir a un tratamiento adecuado de aquellas problemáticas que se nos planteen. Y, por cierto, la autoridad tendrá que prepararse para afrontar estas cuestiones oportunamente. Debe recordarse que, por más que discutamos sobre mundos virtuales, las controversias a ser resueltas son absolutamente reales.