



Martindale-Hubbell® Connected  
The Premier Global Network for legal professionals

GLOBAL Partner  
ip attorneys.com

VISITE NUESTRO  
SITIO WEB:  
[estudiovillano.com](http://estudiovillano.com)

**Teléfonos / Fax:**  
(+ 54 11) 4312 7501  
(+ 54 11) 4313 3919  
**Fax Directo:**  
(+ 54 11) 4312 8270

**25 de Mayo 578**  
**Piso 4°**  
**C1002ABL**  
**Ciudad de Buenos Aires**  
**República Argentina**

[www.estudiovillano.com](http://www.estudiovillano.com)

A book by  
Dr. Julio César Villano **“Environmental Law in Argentina”** published in  
July 2012 by **Wolters Kluwer Law & Business International**  
more information [HERE](#)

**NEWSLETTER EMPRESARIAL**  
**JULIO 2013 – JULY 2013**

*Includes an International IP Law Section in English*

**I.-  
JURISPRUDENCIA**

1. **Google. Responsabilidad de buscadores de internet. Información injuriente.**

**II.-**

**International IP Law  
Section in English**

1. **Who Owns # Hashtags?**

By

**Arina Shulga**

Source:

<http://www.businesslawpost.com/2013/05/who-owns-hashtags.html>

© <http://www.shulgaw.com>

**I.-  
JURISPRUDENCIA**

**I. 1. GOOGLE. Responsabilidad de buscadores de internet. Información injuriente.**

En “*Artes Dentales c Google s Incidente de Apelación*” la Sala III de la CNCivComFed resolvió, el 30.04.13, revocar la resolución de Primera Instancia que había hecho lugar a la cautelar solicitada por la actora, en base a que el caso bajo análisis involucra dos intereses esenciales que necesariamente se deben ponderar: por un lado, el derecho de la sociedad a estar informada y a expresar todo tipo de opiniones e ideas a través de un medio de gran difusión como Internet –con sus efectos positivos y negativos–; y por el otro, los derechos (personalísimos o a la propiedad) de las personas físicas o jurídicas, que puedan resultar afectados por el uso que se haga del referido medio, de acuerdo con las concretas cir-

*No constituye asesoramiento legal. Nota a la versión electrónica: conforme el Art. 16 de la Ley 25326 dejamos constancia de su derecho a ser eliminado del listado utilizado para enviar el presente. Para ello puede Ud. enviar un e-mail indicando como Asunto “REMOVED”, o solicitarlo al Estudio telefónicamente o por fax. Gracias. This is not legal advice. Should you wish not to receive the next version please send us a fax or an e-mail and state “REMOVE” in the reference, and will act accordingly. Thank you.*



Martindale-Hubbell® Connected  
The Premier Global Network for legal professionals

GLOBAL Partner  
ip attorneys.com

VISITE NUESTRO  
SITIO WEB:  
[estudiovillano.com](http://estudiovillano.com)

**Teléfonos / Fax:**  
(+ 54 11) 4312 7501  
(+ 54 11) 4313 3919  
**Fax Directo:**  
(+ 54 11) 4312 8270

**25 de Mayo 578**  
**Piso 4°**  
**C1002ABL**  
**Ciudad de Buenos Aires**  
**República Argentina**

[www.estudiovillano.com](http://www.estudiovillano.com)

A book by  
Dr. Julio César Villano **“Environmental Law in Argentina”** published in  
July 2012 by **Wolters Kluwer Law & Business International**  
more information [HERE](#)

**NEWSLETTER EMPRESARIAL**  
**JULIO 2013 – JULY 2013**

***Includes an International IP Law Section in English***

cunstancias de cada caso. Y sostuvo además que la tutela judicial es solicitada, en lo sustancial, por dos sociedades comerciales que invocan perjuicios derivados de comentarios críticos –que consideran difamatorios– contenidos en dos blogs, cuya plataforma es provista por Google y a través de cuyo buscador se accede. Y si bien a su vez demandan dos personas físicas por la vulneración de los derechos personalísimos (dignidad, intimidad, privacidad, buen nombre y honor), no hay que soslayar que los referidos comentarios de terceros en esos blogs están vinculados, en lo esencial, con su desempeño en las firmas que prestan los servicios cuestionado. A ello hay que añadir que la medida cautelar se

ha solicitado, y decretado por el juez, con fundamento en el derecho marcario (uso disvalioso de la marca ajena), y no por la lesión a derechos personalísimos. Para decidir acerca de la medida solicitada –que tiene por finalidad evitar daños irreparables– no cabe, en principio, asimilar los derechos personalísimos con los patrimoniales. Esto no implica que estos últimos no sean susceptibles de una tutela judicial precautoria, pero el juicio de valor que debe hacerse en tal supuesto es distinto, habida cuenta de que la cautela pretendida es susceptible de poner en tensión esos derechos con otros amparados en forma directa por la Constitución Nacional, como la libertad de expresión y de información de

toda la sociedad. En suma el fallo sostuvo que no hay razones suficientes para concluir, en este estado liminar del proceso, que la actividad de Google, ya sea como buscador o como proveedor de la “herramienta Blogger”, implique un “uso marcario” prohibido por el régimen legal vigente en materia de propiedad industrial, en especial, por las normas que reconocen el derecho de exclusividad al titular del registro de la marca –art. 4 de la ley 22.362. Fuente: [www.eldial.com.ar](http://www.eldial.com.ar)

**II.-**

***International IP Law***  
***Section in English***

*No constituye asesoramiento legal. Nota a la versión electrónica: conforme el Art. 16 de la Ley 25326 dejamos constancia de su derecho a ser eliminado del listado utilizado para enviar el presente. Para ello puede Ud. enviar un e-mail indicando como Asunto “REMOVED”, o solicitarlo al Estudio telefónicamente o por fax. Gracias. This is not legal advice. Should you wish not to receive the next version please send us a fax or an e-mail and state “REMOVE” in the reference, and will act accordingly. Thank you.*



Martindale-Hubbell® Connected  
The Premier Global Network for legal professionals

GLOBAL Partner  
ip attorneys.com

VISITE NUESTRO  
SITIO WEB:  
[estudiovillano.com](http://estudiovillano.com)

**Teléfonos / Fax:**  
(+ 54 11) 4312 7501  
(+ 54 11) 4313 3919  
**Fax Directo:**  
(+ 54 11) 4312 8270

**25 de Mayo 578**  
**Piso 4°**  
**C1002ABL**  
**Ciudad de Buenos Aires**  
**República Argentina**

[www.estudiovillano.com](http://www.estudiovillano.com)

A book by  
Dr. Julio César Villano **“Environmental Law in Argentina”** published in  
July 2012 by **Wolters Kluwer Law & Business International**  
more information [HERE](#)

**NEWSLETTER EMPRESARIAL**  
**JULIO 2013 – JULY 2013**

*Includes an International IP Law Section in English*

**II. 1.**  
**Who Owns # Hashtags?**

by

**Arina Shulga**

Source:  
<http://www.businesslawpost.com/2013/05/who-owns-hashtags.html>

© <http://www.shulgalaw.com>

Proliferation of social media continues to stretch the boundaries of the law and its definitions. It prompts us to

apply the proven legal concepts to new technological and social phenomena with no clear and well-defined answers.

A good example is a question of whether Twitter hashtags are anybody’s intellectual property. If yes, then can a non-descriptive hashtag be used as a trademark? Does it mean that we need to expand our trademark searches to include Twitter hashtags?

First, let’s look at the definition of a hashtag. A hashtag is a word preceded by a “#” symbol that was first proposed by Chris Messina to tag topics of interest. Now, hashtags are mostly used to

identify discussion forums. If a hashtag becomes popular, it will appear in the “Trends” area of the user’s homepage. Hashtags are used by users to find certain discussion topics, follow these discussions and connect with other users with similar interests.

As far as I know, it is not possible to purchase a hashtag, but one can purchase a hashtag search result through Twitter’s Promoted Tweets product.

Hashtags are also frequently used to advertise and promote products, services, events and campaigns. One such example is #OccupyWallStreet. It is also

*No constituye asesoramiento legal. Nota a la versión electrónica: conforme el Art. 16 de la Ley 25326 dejamos constancia de su derecho a ser eliminado del listado utilizado para enviar el presente. Para ello puede Ud. enviar un e-mail indicando como Asunto “REMOVER”, o solicitarlo al Estudio telefónicamente o por fax. Gracias. This is not legal advice. Should you wish not to receive the next version please send us a fax or an e-mail and state “REMOVE” in the reference, and will act accordingly. Thank you.*



Martindale-Hubbell® Connected  
The Premier Global Network for legal professionals

GLOBAL Partner  
ip attorneys.com

VISITE NUESTRO  
SITIO WEB:  
[estudiovillano.com](http://estudiovillano.com)

**Teléfonos / Fax:**  
(+ 54 11) 4312 7501  
(+ 54 11) 4313 3919  
**Fax Directo:**  
(+ 54 11) 4312 8270

**25 de Mayo 578**  
**Piso 4°**  
**C1002ABL**  
**Ciudad de Buenos Aires**  
**República Argentina**

[www.estudiovillano.com](http://www.estudiovillano.com)

A book by  
Dr. Julio César Villano **“Environmental Law in Argentina”** published in  
July 2012 by **Wolters Kluwer Law & Business International**  
more information [HERE](#)

**NEWSLETTER EMPRESARIAL**  
**JULIO 2013 – JULY 2013**

*Includes an International IP Law Section in English*

quite popular to use the corporate brand name or trademark as a hashtag to comment on or promote the brand. At times, however, such social campaigns can get away from the company's original intended use. For example, McDonalds had to pull its hashtag #McDStories only two hours after introducing it, as people starting sharing quite different mcdstories from the ones originally intended by the company. A similar story can be told about Wendy's #Here TheBeef hashtag.

Although the widespread use of descriptive hashtags as trademarks is unlikely, some companies have started to

trademark their hashtags. Trademark law divides trademarks into 45 classes, and the same name or logo can be trademarked by different persons in different classes. It is still unclear, however, how will this use and ability to trademark the same name or a logo but in different classes apply to trademarked hashtags. One would need to register hashtag applications in a particular class of products or services rather than in the class for online forums and communications.

There is also a growing practice of using corporate names as hashtags. The question then becomes: can

the corporate name hashtag be used by other Twitter users or does the right to its use belong solely to the company? The answer can be found in Twitter's Trademark Policy: "Using a company or business name, logo, or other trademark-protected materials in a manner that may mislead or confuse others with regard to its brand or business affiliation may be considered a trademark policy violation." So, Twitter users should be careful about using other companies' names as hashtags to promote their own brands or to suggest affiliation, as this may violate Twitter's policy.

*No constituye asesoramiento legal. Nota a la versión electrónica: conforme el Art. 16 de la Ley 25326 dejamos constancia de su derecho a ser eliminado del listado utilizado para enviar el presente. Para ello puede Ud. enviar un e-mail indicando como Asunto "REMOVER", o solicitarlo al Estudio telefónicamente o por fax. Gracias. This is not legal advice. Should you wish not to receive the next version please send us a fax or an e-mail and state "REMOVE" in the reference, and will act accordingly. Thank you.*



Martindale-Hubbell® Connected  
The Premier Global Network for legal professionals

GLOBAL Partner  
ip attorneys.com

VISITE NUESTRO  
SITIO WEB:  
[estudiovillano.com](http://estudiovillano.com)

**Teléfonos / Fax:**  
 (+ 54 11) 4312 7501  
 (+ 54 11) 4313 3919  
**Fax Directo:**  
 (+ 54 11) 4312 8270

**25 de Mayo 578**  
**Piso 4°**  
**C1002ABL**  
**Ciudad de Buenos Aires**  
**República Argentina**

[www.estudiovillano.com](http://www.estudiovillano.com)

A book by  
 Dr. Julio César Villano **“Environmental Law in Argentina”** published in  
 July 2012 by **Wolters Kluwer Law & Business International**  
 more information [HERE](#)

**NEWSLETTER EMPRESARIAL**  
**JULIO 2013 – JULY 2013**

*Includes an International IP Law Section in English*

In conclusion, it is still difficult to draw clear boundaries of whether and when a particular hashtag can be used, but one thing is clear: hashtags are available to all Twitter users to use so long as the use does not violate the Twitter Trademark Policy.

*This article is not a legal advice, and was written for general informational purposes only. If you have questions or comments about the article or are interested in learning more about this topic, feel free to contact its author, Arina Shulga. Ms. Shulga is the founder of Shulga Law Firm, P.C., a New York-based*

*boutique law firm specializing in advising individual and corporate clients on aspects of business, corporate, securities, and intellectual property law.*

Posted by Arina Shulga at 1:32 PM

Email This Blog This! Share to Twitter Share to Facebook

Labels: intellectual property

You can contact Arina at (646) 481-8001, by emailing her at [arina@shulgalaw.com](mailto:arina@shulgalaw.com) or by visiting [Shulga Law Firm's website](#).

*The Firm deeply acknowledges Dr. Arina Shulga for her permission to insert this interesting article in our Newsletter.*

*No constituye asesoramiento legal. Nota a la versión electrónica: conforme el Art. 16 de la Ley 25326 dejamos constancia de su derecho a ser eliminado del listado utilizado para enviar el presente. Para ello puede Ud. enviar un e-mail indicando como Asunto “REMOVER”, o solicitarlo al Estudio telefónicamente o por fax. Gracias. This is not legal advice. Should you wish not to receive the next version please send us a fax or an e-mail and state “REMOVE” in the reference, and will act accordingly. Thank you.*



**ESTUDIO VILLANO**

*Abogados - Agentes de la Propiedad Industrial*

**Martindale-Hubbell® Connected**  
The Premier Global Network for legal professionals

**GLOBAL** Partner  
ip attorneys .com

VISITE NUESTRO  
SITIO WEB:  
[estudiovillano.com](http://estudiovillano.com)

**Teléfonos / Fax:**  
(+ 54 11) 4312 7501  
(+ 54 11) 4313 3919  
**Fax Directo:**  
(+ 54 11) 4312 8270

**25 de Mayo 578**  
**Piso 4°**  
**C1002ABL**  
**Ciudad de Buenos Aires**  
**República Argentina**

[www.estudiovillano.com](http://www.estudiovillano.com)

A book by  
Dr. Julio César Villano **“Environmental Law in Argentina”** published in  
July 2012 by **Wolters Kluwer Law & Business International**  
more information [HERE](#)

**NEWSLETTER EMPRESARIAL**  
**JULIO 2013 – JULY 2013**

*Includes an International IP Law Section in English*



**Estudio Villano**

© 2013

Todos los derechos reservados,  
salvo indicación en contrario

*All rights reserved, unless  
otherwise expressed*

*No constituye asesoramiento legal. Nota a la versión electrónica: conforme el Art. 16 de la Ley 25326 dejamos constancia de su derecho a ser eliminado del listado utilizado para enviar el presente. Para ello puede Ud. enviar un e-mail indicando como Asunto “REMOVED”, o solicitarlo al Estudio telefónicamente o por fax. Gracias. This is not legal advice. Should you wish not to receive the next version please send us a fax or an e-mail and state “REMOVE” in the reference, and will act accordingly. Thank you.*