

Internet

La revista de los usuarios de

webo

nº 16 / marzo 1997 / p.v.p. 750 pta

(Revista + coleccionable)

Cómo chatear en los mundos virtuales

Las nuevas
PROFESIONES
que crea
INTERNET

NUEVAS SECCIONES Y MÁS PÁGINAS

La mail-entrevista / Crítica de webs

Los trucos de El Técnico / Cómo funciona

SORTEO
de **25** conexiones
gratuitas a Internet
con CATWO





El culebrón de los dominios

El lío de los dominios ha generado el más intenso ciberculebrón que pueda vivir la red en España en mucho tiempo. De repente, se ha descubierto un negocio multimillonario que se nutre, día a día, del vacío legal de Internet

José Antonio del Moral
jamoral@filnet.es

Este ciberculebrón tuvo su primer episodio en dos artículos del rotativo Cinco Días en los que se describían las hazañas de las empresas españolas para registrar sus dominios y, recuperar sus marcas perdidas. “Descubrimos este asunto mientras investigábamos las razones por las que muchas empresas españolas estaban registrándose como .com”, explica José Cervera, el autor de los artículos. Las empresas españolas están dándose cuenta de que no lo tienen tan fácil para obtener su dominio en Internet. Por una parte, EsNic (<http://www.nic.es>), la entidad pública que otorga las matrículas .es, es lenta en la tramitación y tiene unas reglas muy estrictas en cuanto a los nombres que se pueden utilizar y, por otro, muchas empresas se han encontrado su dominio ya registrado por otra compañía cuando lo han intentado con

.com. “En la base de datos de la entidad que entrega estas matrículas aparecieron muchas empresas españolas a nombre de compañías de Hong Kong, Suecia, Suiza y hasta España”, prosigue Cervera.

El periodista consiguió hablar con una de estas compañías que había registrado, entre otros, los dominios [telepizza.com](http://www.telepizza.com), [teleline.com](http://www.teleline.com) o [lacaixa.com](http://www.lacaixa.com). Esta empresa, con el siniestro nombre de Spiderzone (<http://www.spiderzone.com>), había generado rumores en los corrillos de Internet sobre un supuesto ofrecimiento a Telepizza de su dominio a cambio de la módica cifra de dos millones de pesetas. Mike, uno de los socios de la empresa, niega este hecho y asegura que la compañía se limita a ofrecer la creación de la web corporativa de Telepizza o de cualquier otra firma. “Dentro de ese amplio servicio ofrecemos también la utiliza-

ción del dominio .com correspondiente”, añade. Jordi Farré, otro de los socios, que no desmiente que vendan dominios pero sí niega cualquier acusación de “tráfico negro de marcas en Internet”. Los responsables de Spiderzone son muy críticos con el tratamiento que ha hecho la prensa del tema —“nos han descrito como piratas y chantajistas”, explica Mike— y están estudiando acciones legales contra un medio de comunicación y se plantean crear un foro para discutir online sobre el tema. “Si hubiéramos ido de mala leche podríamos haber registrado todos los .com españoles hace un año, cuando nos dimos cuenta de que éramos los únicos que teníamos este dominio en el país”, añade Mike.

El gran error de Spiderzone ha estado, quizás, en no ocultar su identidad puesto que muchas empresas que se dedican a lo mismo se amagan mediante com-

pañías registradas en las Islas Vírgenes o Hong Kong, sendos paraísos fiscales. Lo cierto es que su actividad no viola ninguna norma, pero daña los intereses económicos de algunas de las principales empresas de este país. Eso no parece agradar por ejemplo a Jon Elósegui (<http://www.pais-vasco.com>), que registró varios dominios del diario radical Egin y se ha negado a hacer cualquier declaración al respecto. Diferente fue la actitud de la empresa sueca Icon Medialab (<http://www.iconmedialab.com>), que había registrado a varios medios de comunicación ([telecinco.com](http://www.telecinco.com) y [5dias.com](http://www.5dias.com), entre ellos) y convocó inmediatamente una rueda de prensa para devolverlos. “Entendemos que nuestra labor consistía en advertir a las empresas españolas del peligro de perder sus marcas en Internet. Nuestro negocio es crear webs corporativas y en ningún caso es-

torsionar a través de los dominios", explica Jessica Ryman, directora general de la recién inaugurada oficina de Icon Medialab en Madrid.

El tema de la adquisición de dominios pasa por casos como el del Gobierno Vasco (<http://www.euskadi.net>), que se ha enterado que los dominios [euskadi.com](http://www.euskadi.com) y [euskadi.org](http://www.euskadi.org) están en manos de un comité suizo que simpatiza con ETA. Algo similar pudo también pasarse por la mente de los responsables del departamento de servicios multimedia de la editora de El Mundo (<http://www.el-mundo.es>) cuando registraron [el-pais.com](http://www.el-pais.com). Finalmente, el dominio se cambió por una cena por valor de 100 dólares (14.000 pesetas).

Dominios millonarios

Ese precio puede calificarse de ridículo si se compara con los que se han llegado a pagar por algunos dominios en EE.UU. Microsoft (<http://www.microsoft.com>), por ejemplo, pagó 10.000 dólares (casi millón y medio de pesetas) por [slate.com](http://www.slate.com) (slate significa tablón de anuncios), que ahora utiliza para una de sus publicaciones online. C/Net (<http://www.cnet.com>), una empresa de medios de comunicación electrónicos, ofreció pagar 50.000 dólares (unos siete millones)

por el dominio [television.com](http://www.television.com) y se tuvo que quedar con las ganas puesto que el propietario rechazó la venta. Best Domains (<http://www.bestdomains.com>) ha creado en la red una sala de subastas de dominios, en la que se puja por un mínimo de 500 dólares (70.000 pesetas) y se han llegado a pagar 95.000 dólares (13.300.000 pesetas). Best Domains ofrece 2.200 dominios, por los que cobra al propietario un mínimo del 10% del valor de la oferta y una comisión de alrededor del 30% por el valor final de la venta. Entre los dominios que ofrece actualmente,

destaca [e-shop.com](http://www.e-shop.com) (precio de partida: 350.000 dólares. "Los dominios son una especie de propiedad inmobiliaria, lo que permite que se invierta en ellos", se explica en el site de Best Domains. La idea de las subastas online de dominios ha cuajado bien en la red y ya hay unas diez empresas que actúan de intermediarios entre cyberpropietarios y ciberaspirantes. Las comisiones varían desde el 10% de Domain Reseller (<http://www.domainreseller.com>) hasta el 30% de Best Domains. Se puede encontrar una información completa del tema en Internet Gold Rush (<http://www.igoldrush.com>). Fernando Basarrate, responsable de Basarrate Traductores (<http://www.basarrate.com>),

una empresa que se dedica a realizar webs multilingües, se ha apoderado de varios dominios de regiones vinícolas españolas ([jerez.com](http://www.jerez.com), [penedes.com](http://www.penedes.com)) con el fin de dar un valor añadido a sus clientes. "Es un gancho comercial más. En ningún caso se me habría ocurrido coger el dominio de la empresa", añade.

Otra fórmula para obtener dinero de este nuevo filón es realizar la gestión de la obtención de los dominios. Lo que este nuevo negocio parece implicar, y así lo ha entendido el mismísimo Fisco norteamericano, es que la red ha creado una nueva propiedad intelectual, que puede pasar de unas manos a otras en un auténtico mercado virtual. "El espíritu de Internet es el del pionero, el primero que llega debería pasar a ser el propietario", afirma Antonio Llanos, un empresario galle- ▶



REGULACIÓN DE DOMINIOS EN VARIOS PAÍSES

Dominio	País	Entidad Gestora	Se exige ser...	Subdominios	Precio (pts)	Posibilidad de empresa extranjera
.es	España	Pública	empresa/asociación		12.000/1 año	no
.com .net .org	todos	Privada norteamericana			14.000/2 años	sí
.be	Bélgica	Pública	empresa/asociación	.ac	16.000/1 año	no
.fr	Francia	Pública	empresa/asociación	.tm .barreaux .asso	17.500/1 año	no
.it	Italia	Pública	empresa/asociación	regionales	?	no
.lu	Luxemburgo	Pública			20.000/1 año	sí
.pt	Portugal	Pública	empresa/asociación		8.400/1 año	sí
.uk	Reino Unido	Privada		.co .ltd .ac .org .net	22.000/2 años	sí
.de	Alemania	Pública	empresa/asociación		40.000/1 año	no
.nl	Países Bajos	Privada	empresa/asociación		22.500/1 año	no
.ch/.li	Suiza-Liechtenstein	Privada			7.840/1 año	sí
.ad	Andorra	Pública	empresa/asociación		0	no
.gi	Gibraltar				22.000/2 años	sí
.gg/.je	Islas del Canal	Privada	empresa/asociación	.co .ltd .net	22.000/1 año	recomendado
.br	Brasil	Pública	empresa/asociación	.com .net .org	0	no
.ar	Argentina	Pública		.com .gob .net .org	?	?
.mx	México	Pública		.com .net .gob .org	14.000/2 años	no

go que acaba de crear en Internet "El barrio del transporte español" (<http://www.legazpi.com>). No todo el mundo está de acuerdo con esta visión. "El problema que se plantea es que el nombre facilita la localización de la empresa y la gente tiende a buscar la web

Las trabas de EsNíc

El reglamento de EsNíc prohíbe dominios con topónimos, nombres propios o con "palabras malsonantes". Si a la comprobación de que se cumple con todas las normas se añade el hecho de

(.com, .net, o .org), que pueden tardar menos de una hora en realizar un registro, y hacia otros más exóticos como el .gi de Gibraltar o .gp de Guadalupe. Sin ir más lejos, el URL de esta revista (<http://www.revistaweb.com>) tomó el .com ante las dificultades

dos, no exigen que el servidor esté localizado allí y tienen una matrícula atractiva para gente de Girona o de Gijón. Lo malo es que recientemente han prohibido los servidores pornográficos", explica Richard Drevet, técnico de este proveedor. La Caixa (<http://www.lacaixa.es>),

tras encontrarse con que no podía utilizar el .com, ha hecho un recorrido de distintos registros europeos y ha matriculado esta caja de ahorros incluso en Liechtenstein ([lacaixa.li](http://www.nw.com/zone/iso-country-codes)). Hay cerca de 240 dominios nacionales para elegir (<http://www.nw.com/zone/iso-country-codes>), cada uno con su normativa propia. Recientemente,

el parlamento catalán solicitó la creación de la matrícula .ct (se recogen firmas en <http://domain-ct.org>) y en un foro electrónico vasco se hizo referencia a la creación de un .eh (de Euskalherria). Esto último es imposible puesto que, además del desacuerdo entre los vascos sobre la denominación oficial de su comunidad (¿Euskadi o Euskalherria?), el dominio .eh pertenece al Sáhara Occidental. Lo que sí que es sorprendente es que se haya puesto una matrícula a la Antár-



BESTDOMAINS is the largest Global Internet Name & Asset Trading Site, in Existence!

BESTDOMAINS Has Thousands of Domain Names Available!

Daily Domain Name Specials [Click Here!](#)

What is a domain? What is a domain worth?

BESTDOMAINS Internet Services broadcasts and will act as a broker and agency in the sale of cyber space assets, including domain name rights and assets.

Vendedores de dominios en Internet que realizan subastas con ellos

DomainReseller

Establish your presence on the Web - Register or Buy a Domain Name Today
Protect your future - Protect your Domain

FREE! Special Offer! **FREE!**

FREE LINES PAGE

[Enter Here](#)

corporativa a partir de la denominación oficial de la compañía", añadió el abogado Luis Carvajal durante la presentación de la asociación entre QuadNet (<http://www.quad.com>) y el despacho de Javier Ribas para asesorar en esta materia. El problema se agrava si se tiene en cuenta que los principales buscadores acuden primero al nombre seguido de .com ya que más del 50% de los dominios tienen esa terminación, según Network Wizards (<http://www.nw.com>).

que EsNíc ha contado durante mucho tiempo con sólo dos empleados, es fácil entender por qué muchas empresas han tenido que esperar hasta cuatro meses para obtener su dominio. El responsable de este servicio, Miguel Angel Sanz, admite que este año se han doblado los recursos humanos con la finalidad de alcanzar un tiempo de respuesta de cinco días.

El resultado, hasta el momento, ha sido una huida masiva hacia los dominios internacionales

planteadas por EsNíc para que apareciera la palabra "web" en la dirección. Por cierto, para obtener una matrícula .net o .org hay que dar alguna razón muy específica, puesto que la primera está limitada a las redes informáticas y la segunda, a las organizaciones de tipo altruista. Los registros de otros países también atraen a las empresas españolas. Seker (<http://www.seker.es>) está recurriendo últimamente a Gibraltar para colocar dominios a empresas españolas. "Son rápi-



Possibilidad de varios dominios	Nombres excluidos
no	genéricos, geográficos y ofensivos
sí	
sólo 2	genéricos
no	genéricos y geográficos
no	genéricos y geográficos
sí	personales
sí	
sí	
no	genéricos y geográficos
no	genéricos y geográficos
sí	ofensivos
?	genéricos, geográficos y ofensivos
sí	
sí	
sí	
No	?
no	geográficos y ofensivos

- Notas:**
- Bélgica permite un dominio de la empresa y otro de la marca
 - Islas del Canal= Jersey y Guernsey
 - .tm= Trade Mark (Marca)
 - .co/com/ltd= Compañía
 - .net= Redes informáticas
 - .gob= Entidades oficiales
 - .org/asso= Organizaciones sin ánimo de lucro
 - .ac= Entidades académicas
 - .barreau= Despachos de abogados

los denominados dominios genéricos internacionales (.com) ha dado lugar al surgimiento de toda una fauna de pícaros, extorsionadores y traficantes”, razona Miguel Angel Sanz. Marcas como la aspirina (**aspirin.com**) de Bayer o El Corte Inglés (**elcorteingles.com**) han pasado a manos de empresas que nada tienen que ver con los propietarios del nombre, tal y como se recordó durante el II Congreso Nacional de Usuarios de Internet e Infovía. “Por la vía judicial se puede bloquear el dominio transgresor porque sería fácil demostrar mala fe por parte de una empresa que acapara dominios y no los usa”, explica el abogado Javier Ribas. De hecho, NSI ha establecido recientemente unas nuevas reglas (<http://www.patents.com/>

nsi.sht) para resolver controversias entre titulares de marcas y de dominios. Si el propietario de una marca pide que se bloquee el uso de un dominio, NSI da un plazo de 90 días para presentar un derecho al uso de ese nombre. El problema surge cuando una marca tiene diferentes titulares en cada país o incluso diferentes usos, como ocurre con Lotus, que es marca de coches, relojes e, incluso, software. Aún más complicado es el caso de las marcas similares, como **microsoft.com** (con o en vez de o) o **m1icrosoft.com**. Bill Gates ha llevado ante los tribunales a los propietarios de ambos dominios. De hecho, hay un servicio en Internet (<http://www.123domainme.com/help.shtm>) que permite introducir una palabra para obtener todas las posibles combinaciones de la misma y, posteriormente, registrarlas.

Mc Donald's vegetariano

En muchas ocasiones, una empresa ha registrado a su competi- ▶

tida (.aq) o que la isla australiana de Norfolk tenga sus propios dominios (.nf). “Los americanos se pensaron que era otro país”, dice Rob Ryan, el artífice de que la isla de Norfolk tenga su propio registro. Internic (<http://rs.internic.net>),

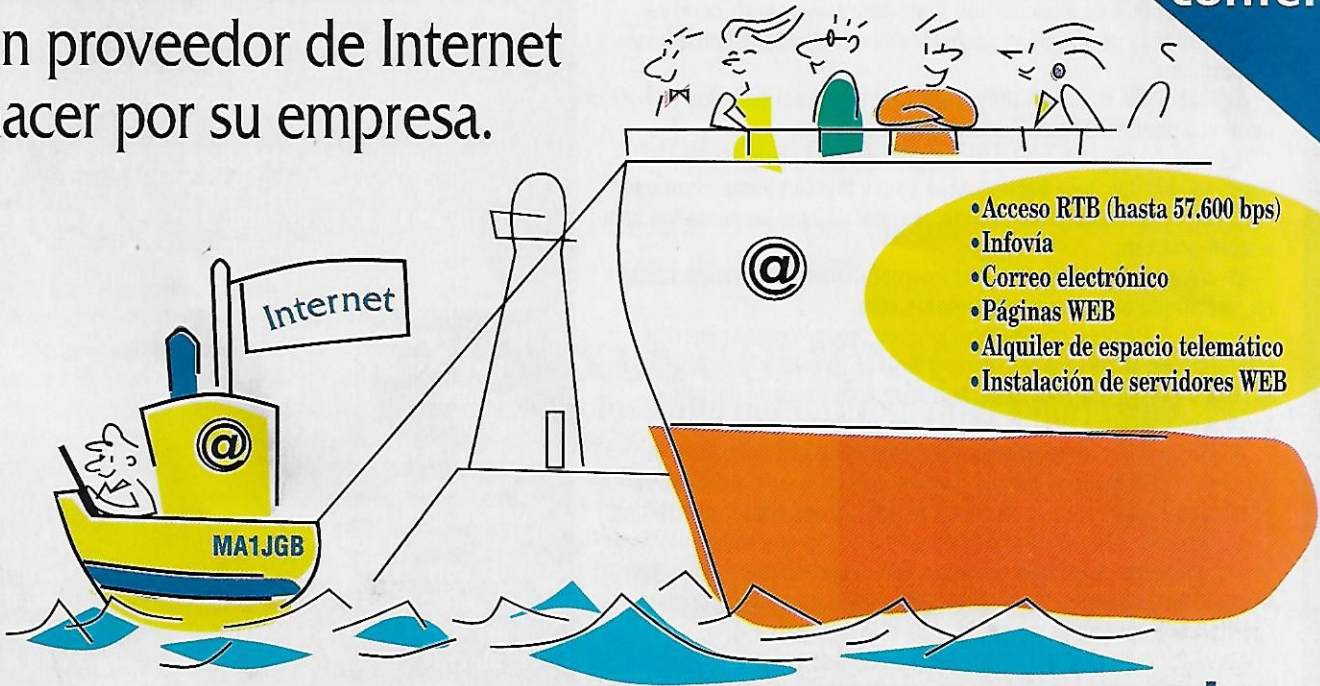
el responsable de gestionar la matrícula .com, está monopolizado por una empresa privada formada por antiguos agentes secretos norteamericanos, Network Solutions (<http://www.netsol.com>), y también recibe múltiples críticas. “La nefasta gestión de

el responsable de gestionar la matrícula .com, está monopolizado por una empresa privada formada por antiguos agentes secretos norteamericanos, Network Solutions (<http://www.netsol.com>), y también recibe múltiples críticas. “La nefasta gestión de

SE ASOMBRARÁ DE VER
lo que un proveedor de Internet puede hacer por su empresa.

NUEVO

Videoconferencia



Acceso a través de:



Nuestra experiencia al servicio de sus ideas

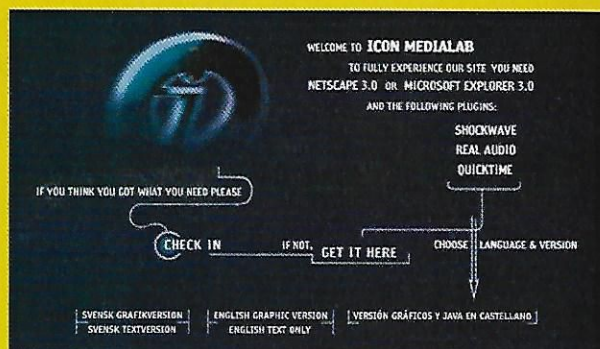
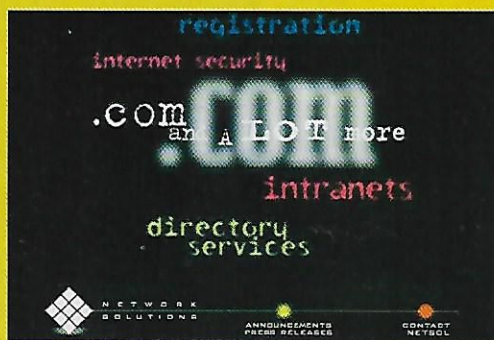
Tel.: **(34-1) 393 03 67**

E-mail: ce2c@ce2c.es • Internet <http://www.ce2c.es>



► dor, como la telefónica Sprint cuando tomó el dominio **mci.com**. Un periodista de Wired matriculó **mcdonalds.com** (<http://www.hotwired.com/wired/2.10/departments/electrosphere/mcdonalds.html>) y, después de amenazar con la creación de una web vegetariana, lo devolvió a cambio de que la firma de comida rápida donara unos ordenadores a una entidad de caridad. En ocasiones, el conflicto ha llegado a los tribunales, como cuando Avon denunció al titular de **avon.com** y ganó el juicio por "violación del derecho de marca y competencia desleal". Este tipo de conflictos no son una excepción en España. Se citan los casos de palabras genéricas, como **valles.es**, perteneciente a una asesora catalana; o **puertos.es**, registrado por el departamento de Clima Marítimo del ente público Puertos del Estado. Más evidente es aún el caso del Banco

de Santander, que tiene en sus manos dos dominios (**bsantander.es** y **b-santander.es**) cuando las normas vetan que haya más de uno. La prohibición de registrar nombres geográficos ya ha sido violada en el caso de la Universidad de Deusto,



Algunas empresas que se dedican al registro de dominios de entidades o compañías muy conocidas

LOS GRANDES ACAPARADORES

La carrera desenfrenada por registrar todos los nombres .com con algún interés comercial es uno de los capítulos más apasionantes de la transformación de Internet en una red donde imperan los intereses empresariales. Además, no faltan los errores de bulto, como los dominios **transmediterranea.com** (en realidad la empresa naviera se llama Trasmediterranea) o **expansion.com** (los suecos se sesaron y confundieron la e con la s).

-La firma suiza de alimentación Kraft (<http://www.kraft.com>) ha registrado más de 130 dominios, entre ellos **tropicalpassion.com** y **marcas.com**.

-La aragonesa Hipocom (<http://www.hipocom.es>) tiene los dominios de unas 20 localidades españolas.

-La suiza Victory Interactive Media (<http://www.victory.ch>) ha registrado los dominios **pablocicasso.com** y **thyssen-bornemisza.com**. Tampoco se ha olvidado del deporte: **realmadrid.com**, **ayrtonsenna.com** o **steffi-graf.com**.

-La compañía asturiana, Laser Internet Center (<http://www.las.es>), ha registrado **euskal.net** y **eurotools.com**.

-Procter & Gamble, una multinacional de productos de limpieza y estética, tiene en sus manos un repertorio de casi 120 dominios, entre los que destacan **diarrea.com**, **hair-care.com** (cuidado del pelo), **freshness.com** (frescura), **romantic.com**, **underarm.com** (sobaco).

-El Diario Vasco (<http://diario-vasco.com>) de San Sebastián ha registrado el dominio **el-correo.com** demostrando su superioridad ante el rotativo El Correo, cuya dirección es <http://www.diario-elcorreo.es>.

-La empresa suiza Bureau d'Esprit se ha hecho con los dominios de varias empresas españolas (**campsa.com**, **acerinox.com**, **ebro.com** o **bancoexterior.com**) y con los de varias entidades internacionales (**caritas.org**, **mercosur.org**, **nato.org**).

-Las palabras con connotaciones sexuales venden bien en Internet o al menos eso creen los titulares norteamericanos de **cojones.com**, de **clitoris.com** o de **joder.com**.

-Sigma Internet Services (<http://www.sigmais.com>) de Nueva Jersey tiene los dominios **aznar.com**.

que tiene el dominio **deusto.es**. El colmo de las protestas de los usuarios del servicio de ESNic se produjo cuando Telefónica (<http://www.telefonica.es>) lanzó su campaña publicitaria de privatización con el dominio **acciones.es**. Según Miguel Angel Sanz, se trató de una "metedura de pata" de Telefónica.

Soluciones

La solución a este caos no es clara. El International Ad Hoc Committee (<http://www.iahc.org>), formado por las principales entidades relacionadas con Internet y con la propiedad intelectual y de marcas, ha llegado a la solución de crear, antes de junio de este año, siete nuevos dominios internacionales para comercios (.store), servicios de información (.info), empresas (.firm), organizaciones culturales (.arts), firmas de entretenimiento (.rec), nombres personales (.nom) y entidades relacionadas con la red (.web). De igual forma, se ha propuesto un dominio para marcas a nivel mundial (.tm.int) y otros en cada país (por ejemplo, .tm.es). El objetivo del IAHC es seguir creando nuevas direcciones en años venideros con el fin de acabar con el comercio de dominios. El comité eliminará también el monopolio actual de la Internic con la creación de un consorcio de 28

nuevos registradores, que se sortearán dentro de dos meses entre las empresas interesadas. El IAHC ha propuesto, también, que el titular de un dominio lo pueda exponer en público durante 60 días, para que quien no esté de acuerdo reclame antes de que sea demasiado tarde. Se establecen sistemas de arbitrio y mediación online en base a las reglas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y se crean unos paneles de resolución administrativa de las disputas. También se prevé publicar de forma inmediata todos los dominios en el web <http://www.iahc.org/draft-iahc-recommend-oo.html>. Las reacciones ante esta propuesta no se han hecho esperar. Alternic (<http://www.alternic.net>), un registro alternativo que había creado sus propios dominios para las empresas (.biz), el turismo (.tour), o el sexo (.xxx) entiende que la creación oficial de nuevos dominios va a fragmentar Internet ya que muchos ordenadores serán incapaces de identificar a las nuevas matrículas. Otra protesta ha venido de la mano de la Coalición de los Derechos de los Dominios (<http://www.domain-name.org>), un grupo de presión de los ciberpropietarios que critica que se creen registros para marcas y que no se establezcan matrículas de tipo cultural como .lib para las bibliotecas. ■