
ICANN77 | Foro sobre políticas – ccNSO: novedades sobre los ccTLD

Miércoles, 14 de junio de 2023 – 15:30 a 17:00 DCA

CLAUDIA RUIZ:

Hola y bienvenidos a la sesión de noticias general de los ccTLD. Mi nombre es Claudia Ruiz y junto con mis colegas Bart Boswinkel y Kimberly Carlson coordinaremos la participación remota. Tengan presente que esta sesión está siendo grabada y se rige por los estándares de comportamiento esperado de la ICANN. Solamente se leerán las preguntas y comentarios presentados en el formato que indiqué previamente en el chat. Las preguntas y comentarios se leerán en voz alta cuando quien preside o modera la sesión así me lo indique.

Esta sesión tendrá interpretación simultánea a los idiomas español, francés, árabe e inglés. Hagan clic en el icono de interpretación en Zoom y elijan el idioma que deseen escuchar durante la sesión. Para tomar la palabra levanten la mano en la sala de Zoom. Cuando el facilitador de la sesión diga su nombre, por favor, habiliten su micrófono y tomen la palabra. Antes de tomar la palabra asegúrense de seleccionar el idioma en que hablarán en el menú de interpretación. Digan su nombre para los registros e indiquen el idioma que hablarán si se trata de un idioma distinto del inglés. Al tomar la palabra asegúrense de silenciar todos sus dispositivos y notificaciones. Les pedimos que por favor hablen en forma clara y a una velocidad adecuada para permitir una interpretación correcta.

Nota: El contenido de este documento es producto resultante de la transcripción de un archivo de audio a un archivo de texto. Si bien la transcripción es fiel al audio en su mayor proporción, en algunos casos puede hallarse incompleta o inexacta por falta de fidelidad del audio, como también puede haber sido corregida gramaticalmente para mejorar la calidad y comprensión del texto. Esta transcripción es proporcionada como material adicional al archivo, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.

Esta sesión cuenta con transcripción automática en tiempo real. Tengan presente que esta transcripción no es un registro oficial ni autoritativo. Para ver la transcripción en tiempo real hagan clic en el botón de subtítulo, Closed Caption, en la barra de herramientas de Zoom. Para garantizar la transparencia de la participación en el modelo de múltiples partes interesadas de la ICANN les pedimos que se conecten en Zoom utilizando su nombre completo. Es decir, nombre y apellido. Los participantes que no se identifiquen con su nombre completo podrán ser expulsados de la sesión. Habiendo dicho esto le doy la palabra a Nicklas Pousette. Gracias.

NICKLAS POUSETTE:

Gracias, Claudia. Bienvenidos a esta sesión de noticias. Aquí vamos a recibir informes actualizados de qué es lo que está sucediendo en distintos registros de todo el mundo. Para quienes no me conocen, yo soy Nicklas Pousette y trabajo para la Fundación Sueca de Internet, que es la propietaria de .SE y .NU. Voy a ser el moderador de la sesión. Les pido a todos que si tienen preguntas o comentarios para los presentadores, por favor, digan todos su nombre, a qué organización pertenecen y, por favor, hablen a una velocidad razonable para facilitarle la vida a los intérpretes. Tenemos muchas cosas en el día de hoy. En primer lugar va a hablar Molehe Wesi, de .ZA. Nos va a hablar de cómo digitalizar a los “sindominio”.

MOLEHE WESI:

Tengo el privilegio de trabajar para la autoridad que administra el .ZA. Siguiendo imagen, por favor. Hoy creo que es importante si puedo

compartir con ustedes quién es zadna. En general muchos son los que me hacen esta pregunta. Es difícil de explicar. Simplemente porque nosotros somos un regulador según nuestra constitución pero, al mismo tiempo, tenemos miembros a los que debemos dar informes y respondemos a un ministerio dentro de nuestro país que es el Ministro de Comunicaciones y Tecnologías Digitales.

Obviamente dentro de nuestro mandato está administrar el espacio de nombres .ZA y también sensibilizar al público sobre lo que hacemos, sobre este ministerio y cómo pueden beneficiarse todos de este espacio de nombres. También dentro de nuestro mandato... Que hable más cerca del micrófono, perfecto. Nosotros somos el custodio de la gobernanza de Internet dentro del país. Somos en realidad la secretaría del IGF en el ámbito regional.

Aquí, en esta diapositiva, pueden ver cuál es nuestro mandato completamente. Esto obviamente se deduce de la Ley de Comunicaciones y Operaciones Electrónicas que llamamos ECT. Estamos desde hace 21 años operando. Somos un poquito más viejos que la ccNSO. Creo que 12 meses nada más. Tenemos otro mandato que no responde a la ley pero sí tiene que ver con .CITIES. Son tres gTLD dentro del país. Siguiendo, por favor.

De este mandato nosotros tenemos cinco perspectivas estratégicas. Una es que exista un nombre de dominio flexible y sostenible, comunidades empoderadas, hacer participar a las partes interesadas, regular eficazmente el espacio de nombres de dominio y ser un regulador inteligente. La mayor parte de lo que nosotros hacemos como ente regulador tiene que ver con las comunidades empoderadas

según está dentro de nuestra declaración de deseos que es tener comunidades que estén empoderadas digitalmente. Siguiendo imagen, por favor. Siguiendo, gracias.

Anteriormente se veían nada más que estadísticas de lo que tenía que ver con los informes digitales de .ZA y en esas diapositivas pueden ver temas de conectividad, cantidad de dispositivos a los que tiene acceso la gente del país que tiene que ver con lo que nosotros tratamos de lograr. En lo que ven en pantalla ahora les estamos mostrando a pesar de la creencia popular que la regulación es buena. Nosotros podemos ver desde Sudáfrica que la regulación en realidad genera mercado, genera crecimiento y también favorece la competencia y protege a los consumidores. Obviamente desde la perspectiva sudafricana cuando hablamos de generación de mercado estamos hablando también de crecimiento y de la adopción de EPP en nuestro espacio. Hemos visto cómo se facilitó la integración de los registradores y registros con nuestro sistema de registro y cómo mejoró el servicio a los registratarios.

En cuanto a facilitar la competencia, en marzo de 2023 teníamos 762 registradores acreditados en el país. Una porción de ellos son registradores internacionales. La mayor parte también son locales. En último lugar, aunque no menos importante, es la protección de los consumidores. Nosotros podemos proteger las identidades en línea y esto tiene que ver con la adopción de las DNSSEC, que hemos mejorado en nuestra seguridad y controles. Uno de los aspectos que utilizamos para proteger a los consumidores es brindar al sector

capacitación técnica. Esto se ve mejor en la siguiente diapositiva, cómo es esta articulación que tenemos.

Espero no quedarme sin tiempo. Voy a resumir entonces lo que está en la pantalla. Tenemos tres programas [inaudible]. El primero es el primero que lanzamos como piloto y tenía que ver con el proyecto de digitalización de las escuelas ZA. Nosotros esperamos digitalizar de esta manera 22.000 escuelas en todo el país. Obviamente es un país donde nuestra población alcanza los 60 millones. Esto se traduce en última instancia en poder brindar a 14 millones de estudiantes direcciones de correos electrónicos y también a 400.000 educadores estas direcciones. Después tenemos lo que nosotros llamamos escuelas del quintil uno al tres, que están en los lugares más pobres de nuestro país.

También brindamos generación de capacidades de la industria, sobre todo para los empresarios emergentes. También hacemos con la autoridad de educación un curso para practicantes del DNS. Ahí tenemos un panel de expertos dentro del país y esperamos que este curso les permita y empodere a los jóvenes sobre todo con las capacidades que necesitan.

¿Por qué lo estamos haciendo de esta manera? Tenemos altas tasas de desempleo. Hay muchos jóvenes que tienen la educación inicial pero no pasan a la educación superior. Tenemos 150 internos dentro de este curso de profesionales del DNS. Anualmente hacemos sesiones de sensibilización o formación. El año pasado tuvimos a 800 y esperamos este año subir ese número. Sobre todo con jóvenes y mujeres jóvenes, para que se beneficien de este espacio. Finalmente, estamos haciendo

una capacitación técnica del DNS, tanto introductoria como avanzada. Esto es clave para quienes ya están dentro del espacio y quieren aprender otras cosas.

El último programa se llama digitalización de los “sindominio”. La idea es aliarnos con distintas organizaciones. Estamos tratando de digitalizar las ONG y las organizaciones sin fines de lucro dentro del país. Esto va a permitir a quienes están haciendo estas tareas llegar a más gente, sobre todo a las ONG. De las nueve provincias que tenemos en el país yo creo que ocho de ellas tienen mucha agricultura y es importante digitalizar a estos agricultores emergentes. Todos saben que son las pequeñas, medianas y microempresas las que impulsan la economía de un país. Por eso queremos digitalizarlas para que lleguen cada vez a más mercados.

También tenemos siete casas reales reconocidas en el país. Tienen que ver con la ciudadanía de Sudáfrica y es importante también digitalizar estas casas reales porque tienen una influencia en las comunidades que lideran. Por el momento no pueden llegar y comunicar unos con otros porque no están utilizando plataformas digitales. A través de este trabajo les vamos a dar presencia digital y después de esta presencia digital se van a poder comunicar.

En último lugar tenemos la intención con el nuevo registro designado dentro del país...

NICKLAS POUSETTE: Perdón, Molehe, pero nos estamos quedando sin tiempo. Vamos a ver si hay alguna pregunta. Sí, adelante, por favor.

MOLEHE WESI: Era mi último punto. Nosotros hacemos una subvención para los administradores de segundo nivel que obviamente generan una masa crítica dentro del espacio de nombres que se puede vender para usos comerciales. Esas son las actividades. Siguiendo imagen, por favor. Vamos a utilizar la regulación. También vamos a hacer una supervisión y a implementar distintas actividades. Gracias.

NICKLAS POUSETTE: Perdón que lo interrumpí.

MOLEHE WESI: Perdón por pasarme del tiempo.

NICKLAS POUSETTE: ¿Alguna pregunta para Molehe? ¿No hay preguntas? Muchísimas gracias, Molehe. Nuestro siguiente orador es Eduardo Duarte, de .PT. Eduardo es el director de .PT y nos va a hablar de cómo hacer más con menos. Cómo la inteligencia artificial puede ayudar a un ccTLD. Le dejo el micrófono.

EDUARDO DUARTE:

Siguiente imagen, por favor. Soy el director de sistemas para .PT. Voy a hablar de cómo utilizamos el algoritmo de inteligencia artificial para ayudarnos a validar los datos de registración en los nombres de dominio. En primer lugar vamos a hablar un poco de .PT. .PT es una asociación privada sin fines de lucro con múltiples partes interesadas. Fue creada hace unos 10 años. Tenemos tres miembros que son la asociación de consumidores, el FCT, que son representantes del gobierno y SFB, que es la asociación de economía digital, que son la mayoría de nuestros registradores.

Administramos el TLD .PT. También el sello CONFI. Les damos apoyo técnico a los países africanos de habla portuguesa. Somos el fundador de LusNIC, que es la asociación de dominios de alto nivel de habla portuguesa. Siguiente, por favor. Aquí tenemos algunas cifras. Para empezar con la registración, tenemos 1.7 millones nombres de dominio registrados. Eso es desde el comienzo de .PT.

¿Qué hacemos nosotros? Nosotros generamos el modelo de IA de automatización para validar los datos de registración. En primer lugar nosotros validamos el número fiscal y el número de IVA, que es obligatorio para las registraciones en .PT. También hacemos la validación sintáctica para algunos países. Los países cubiertos son Portugal, España, Estados Unidos, Francia, Brasil, Gran Bretaña y Países Bajos. Más del 90% de nuestras registraciones están cubiertos por este algoritmo de validación. También utilizamos VIES como herramienta externa. Hacemos la validación de direcciones utilizando Google Maps y una API. Siguiente, por favor.

Vamos a hablar un poco de datos históricos. Cuando hablamos del modelo de validación, también nombres geográficos, puede haber una marca comercial quizá en el nombre de dominio. Buscamos si el nombre de dominio es igual al del registratario. Siguiendo, por favor.

Tomamos todo esto y creamos un puntaje para la entidad que registra el dominio y para el dominio. Si el puntaje es lo suficientemente bajo, la entidad y el dominio se aprueban. Este proceso es un sistema basado en el aprendizaje por máquinas que va mejorando los resultados con el tiempo. La próxima diapositiva.

¿Por qué validamos esto? La legislación es importante. El GDPR, la legislación nacional, NIS2, forman parte de esto. También nuestros términos y condiciones. Queremos garantizar la exactitud de los datos en nuestro registro y brindar un mejor servicio a la comunidad. Si no hubiéramos automatizado esto, esto sería un proceso y una carga administrativa muy alta porque nosotros validamos 400 dominios y entidades todos los días. Esto no era posible. Creamos una solución para automatizar esto y hacerlo más eficiente.

Esto es nuevo. Está ya en producción. Entró en producción a mediados de abril. No tenemos tantos resultados todavía. Por el momento hemos analizado cerca de 13.000 dominios y el 97% fueron validados en forma automática. Validamos 7.000 entidades y el 56% pasaron por un proceso de autovalidación. El trabajo manual se redujo muchísimo. Hay mucho menos trabajo manual. Estas eran mis diapositivas. Si tienen preguntas, con gusto las responderé.

NICKLAS POUSETTE: ¿Hay alguna pregunta para Eduardo?

ORADOR DESCONOCIDO: Yo tengo una pregunta. Por lo menos en .SE el código abierto es un tema muy candente. ¿Consideraron el uso de código abierto?

EDUARDO DUARTE: Lo pensamos para el futuro. Por el momento no lo estamos utilizando pero quizá lo usemos más adelante ya que esto ayudará a la comunidad.

NICKLAS POUSETTE: ¿No hay más preguntas para Eduardo? Entonces seguimos adelante. Ahora le toca el turno a Bruce Tonkin, que hablará sobre los procesos para lanzar registraciones en el segundo nivel de .AU.

BRUCE TONKIN: Gracias, Nicklas. El espacio de nombres .AU está dividido en una serie de subdominios. Tenemos COM.AU, NET.AU para empresas constituidas, ORG.AU para organizaciones sin fines de lucro, EDU.AU para el área de educación, GOV.AU para el gobierno, ID.AU para ciudadanos y residentes y ASN.AU para asociaciones u organizaciones no constituidas. Nosotros validamos todos los datos y tenemos bases de datos que analizamos. Por eso hablamos aquí de registrados. Para operar una empresa en Australia hay que constituirse legalmente y verificamos las bases de datos del gobierno antes de seguir adelante.

Nosotros empezamos a registrar nombres en el segundo nivel en marzo del año pasado. Esto todavía debe ser validado. Los que quieran estar aquí deben ser empresas constituidas, organizaciones sin fines de lucro o residentes de Australia. También es posible constituirse con un nombre más corto. Es muy fácil encontrar un nombre corto en COM.AU, que tiene ya tres millones de nombres. La próxima diapositiva.

Aquí vemos el crecimiento desde principios del año pasado hasta hoy en día. Empezamos con 3.4 millones de nombres y cuando lanzamos registraciones en el segundo nivel crecimos hasta 4.2 millones, un crecimiento del 24%. Aquí vemos los números directos de .AU. Es un proceso de seis meses, de marzo de 22 a septiembre del 2022. Teníamos COM.AU, NET.AU. También se podía pedir .AU correspondiente coincidente. Muchos esperaron hasta el último minuto para hacerlo. Al final vimos un aumento importante de las registraciones en el último mes. Después el crecimiento fue de aproximadamente 10.000 nombres por mes.

Aquí estamos comparando febrero del año pasado con mayo. En negro la situación de febrero. En verde es la situación actual. Vimos un crecimiento con .AU. Vemos NET.AU y ORG.AU, que cayeron. .AU creció bastante desde que se permitió la registración en el segundo nivel. .AU es un 25% de COM.AU. Hoy en día .AU representa un 18% del registro .AU.

Estos son algunos de los desafíos. Les dimos a los registratarios actuales la posibilidad de registrar un nombre. Les dimos una prioridad. Fue un proceso prolongado, que llevó cinco años desarrollar

el proceso pero básicamente los registratarios preexistentes recibieron prioridad. Para registrar la coincidencia exacta de su nombre tuvieron seis meses para hacerlo. En ese periodo, 467.000 nombres fueron distribuidos.

Después analizamos una situación donde, por ejemplo, una persona que solicitaba COM.AU o NET.AU pedían el mismo nombre y había que decidir a quién se lo dábamos. Primero tomamos en cuenta la creación, cuándo se había creado ese sitio. El que primero lo hubiera registrado tenía prioridad. Si teníamos varias partes que habían tenido un nombre registrado en COM.AU o NET.AU antes de 2018, ese nombre no se adjudicaba y le pedíamos que llegaran a un acuerdo, quizá un acuerdo comercial ambos solicitantes para decidir a quién se le asignaba el nombre. En ese proceso se adjudicaron 82.000 nombres. Eran los casos en que múltiples partes pedían el mismo nombre.

Después de que terminó el periodo de priorización de seis meses todos los nombres que no habían recibido una solicitud en COM.AU y NET.AU y los demás fueron abiertos a la población en general. Allí se registraron 137.000 nombres. De esos nombres, cuando había múltiples solicitudes para el mismo nombre, si los solicitantes lo habían pedido antes de 2018, hubo mucho menos. Solo había 6.100 que quedaron en situaciones de controversia, que es un número bastante correcto. Solo quedaron 6.000, como ya dije. De esos 6.000 en general eran dos las partes que estaban en esta situación de controversia pero a veces había 10 solicitantes para el mismo nombre. Esto se debe a que Australia es una federación de estados y cada gobierno de Australia pedía este mismo nombre para sus

departamentos de gobierno, salud, energía, etc. Todos los gobiernos de todos los estados y el estado federal pedían el mismo nombre. También había administraciones comerciales. Supongo que no se va a llegar a un acuerdo en esos casos.

Estos nombres no se registrarán hasta que se llegue a un acuerdo. Uno de los grandes desafíos era cómo crear conciencia. Algo parecido a lo que pasó en la ICANN con el programa de nuevos gTLD. Cómo compartimos esta información con la comunidad. El director de comunicaciones trabajó con su equipo para crear conciencia y conocimiento. En primer lugar hubo un proceso de consultas. Esto llevó cuatro o cinco años. Se hicieron muchas encuestas. Muchas personas respondieron y en las encuestas la mayoría de las personas estaban a favor de lanzar .AU.

Trabajamos muchísimo compartiendo información con la industria, el gobierno y los medios explicándoles lo que íbamos a hacer. También nos comunicamos con los registradores a través de los registratarios. Hicimos campañas de correo electrónico para asesorar y explicar a los registradores que estábamos por lanzar .AU. Organizamos seminarios web y actualizamos sitios web con esta información. La próxima diapositiva.

También hicimos mucha publicidad. Tenemos una población de 25 millones aproximadamente. Hicimos publicidad en la vía pública, en la televisión, en gimnasios, campañas televisivas, como ya dije, campañas en la vía pública, publicidad digital. Hicimos una campaña muy amplia para crear conocimiento. Aquí vemos cómo hicimos la campaña de marketing. Tomamos palabras típicas en inglés y después

adoptamos aquellas que eran específicas de Australia. Cuando se usa estación pensamos en alguien que está en una estación de tren. En Australia, una estación es un gran establecimiento agrícola. Si alguien dice que quiere crear una estación de corderos, sería una *station* en Australia. Tenemos varias palabras con significados diferentes.

En marzo, faltaba un año para lanzar .AU. Hicimos una investigación de mercado para ver qué conocimiento había con respecto a .AU, si se iba a elegir para nombres de dominio. Vimos que uno de cada cinco consumidores y empresas ya habían registrado un nombre .AU. Hay una cantidad importante de nuevos nombres que se registran en .AU. Trabajamos en múltiples canales, televisión, radio, correo electrónico. Cuando preguntamos dónde escuchó usted hablar de .AU, en general mencionaron estos canales. Después también habían recibido esta información de un registrador. La diferencia aquí es que las comunicaciones directas con los registradores llegan al contacto del registratario que quizá sea una persona técnica dentro de la organización mientras que estas campañas de concientización pública llegaron a propietarios de empresas, consumidores, empresarios. Vimos que un tercio de estos últimos, que no tenían un nombre de dominio, que estaban pensando en crearlo habían escuchado hablar de .AU. Estuvimos muy satisfechos con los resultados de esta campaña de concientización. Se registraron 750.000 nombres en una población de 25 millones. Creo que esta era la última diapositiva.

NICKLAS POUSETTE: ¿Hay alguna pregunta para Bruce?

ORADOR DESCONOCIDO: Tengo una pregunta. Gracias por su presentación tan interesante. ¿Qué tendencias están observando para nombres con .AU directos, ahora que lo lanzaron? ¿Las personas que tienen otros sitios web COM.AU los están pasando a .AU o simplemente registran su marca?

BRUCE TONKIN: Lo que estamos viendo en nuevos registros, en el último mes tenemos 11.000 directos de .AU y 14.000 COM.AU. Un cuarto de los nuevos nombres van allí. Es una combinación. Vemos personas que registran mucho y registran lo que les vende un registrador. Muchos registran COM.AU y .AU al mismo tiempo. ¿La pregunta es si están pasando de un sitio COM.AU a .AU directamente? La respuesta es no. En general mantienen su sitio web COM.AU y el .AU lo utilizan para otras campañas de marketing o redirigen el .AU al sitio que ya tienen.

Lo que estamos viendo es que hay pequeñas empresas que están creando nuevos emprendimientos y si hay un nombre que ya está tomado de un COM.AU se registran en .AU y crean un sitio web diferente. Tenemos COM.AU, NET.AU y .AU, todos nombres que son empresas diferentes con sitios web diferentes.

NICKLAS POUSETTE: ¿Hay otras preguntas? No sean tímidos. Hay una pregunta allí.

JOHN: Soy John, del registro .ID. ¿El tamaño de su espacio de nombres de dominio se refiere a solo Australia?

BRUCE TONKIN: Sí. Es necesario tener presencia en Australia. Es decir, es necesario ser una empresa o un ciudadano de Australia. La única excepción aquí es que ahora permitimos que las empresas extranjeras si tienen una marca registrada en Australia pueden hacerlo pero la mayoría son de Australia.

JOHN: ¿Cuántos registradores tienen?

BRUCE TONKIN: 33. Los seis registradores más importantes tienen el 90% de las registraciones. La cola de registratarios es muy larga.

JOHN: Sus números son muy interesantes para nosotros. En comparación con el tamaño de la población de su país, es una penetración muy importante la de .AU. ¿Cuál es la estrategia que usaron para lograr esto?

BRUCE TONKIN: Lo que estamos viendo es que la mayoría de las empresas, es decir, las que tienen más de 10 empleados, tienen un dominio .AU. La

penetración de pequeñas empresas o microempresas con menos de 10 empleados, aquí la penetración es menor. Tenemos una penetración del 50% y estamos viendo que algunas empresas pequeñas como bares y cafés prefieren no registrarse y crear páginas de Facebook u otras. Nuestro principal competidor son las redes sociales. Nuestro objetivo ahora es llegar a las pequeñas empresas y convencerles de que tener un nombre de dominio es una buena opción.

BART BOSWINKEL:

Hay una pregunta en línea. Es una pregunta de Robert Martin-Legene. La pregunta es si tienen previsto cerrar COM.AU para las nuevas registraciones.

BRUCE TONKIN:

No. .AU está muy reconocido como un espacio comercial para hacer negocios. Hace un par de años hablamos de cerrar otro de los espacios de nombres como NET.AU pero los que tenían NET.AU piensan que sigue siendo bueno tenerlo. No, no tenemos intención de cerrar ninguno de esos espacios de nombres para posibles nuevas registraciones.

NICKLAS POUSETTE:

Muchas gracias, Bruce. Ahora le damos la palabra a Crystal Peterson, de .US, que hablará sobre la rendición de cuentas de WHOIS en el espacio de TLD US, de Estados Unidos.

CRYSTAL PETERSON:

Tengo mucha información para cubrir. Espero no hablar demasiado rápido. Como se dijo, soy Crystal Peterson. Trabajo con el registro GoDaddy, que es el operador de registro del dominio .US. Soy directora de operaciones y gerente de cuentas. También enlace para nuestras relaciones con la NTIA. La próxima diapositiva, por favor.

Hoy quiero compartir con ustedes una propuesta que hemos desarrollado con la NTIA en relación a lo que llamamos WHOIS responsable. La idea es tener una puerta de entrada segura a WHOIS y voy a empezar a hablar de por qué estamos considerando esto y también el marco de lo que consideramos desde el punto de vista de la información.

En nuestro contrato tenemos el mandato de tener información de acceso público pero cuando empezamos a ver qué debería presentarse, queremos definir esto. Información pública y de acceso público no pueden ser datos anónimos o de los que nadie se haga responsable. En los Estados Unidos hay muchos casos donde vemos esto de los libros en las bibliotecas. Para conseguir sacar un libro hay que pedir información para pedir una tarjeta de socio de biblioteca aunque los libros sean de acceso público. Hay cierta información, ciertas fuentes de datos del gobierno de los Estados Unidos donde es necesario brindar nombre, número de teléfono, correo electrónico, diferentes tipos de información para poder acceder a esos datos de acceso público. Hay muchos ejemplos diferentes de esto.

Cuando analizábamos nuestros datos de WHOIS, que en la actualidad son anónimos y donde no hay responsabilidad, queríamos presentar una propuesta que mantuviera los datos con acceso público pero

buscábamos la forma de brindar ciertos resguardos y protecciones para que hubiera responsabilidad.

Aquí es donde llegamos al porqué estamos procurando este WHOIS responsable. Con un acceso no responsable y anónimo nosotros podemos ver que a los registratarios se les da cada vez un uso indebido de sus datos cuando hacen la registración. Hay muchos registradores y revendedores que en general hoy se registran con .US y ponen algunas declaraciones de advertencia donde dicen que los datos se utilizaron para spam, para phishing, para robo de identidad, distintos tipos de acceso de datos que nosotros no queremos. Realmente esto puede ser perjudicial. Podemos ver que los registratarios abandonan las registraciones para ir a otros TLD u otro nombre de sitio web debido a distintas cuestiones y problemas que pueden haber enfrentado.

También tenemos un canal de distribución que quizá no quiere promover el .US por algunos de los problemas que tenemos dentro del acceso al WHOIS. Es por eso que nosotros estamos tratando de tener un sistema de WHOIS responsable para poder brindar algunas de las medidas de protección en ese lugar. Siguiendo imagen.

¿Qué es y qué no es un acceso responsable? Esto no tiene que ver con un servicio de representación y privacidad sino que significa que nosotros vamos a decir en primera instancia, porque además tenemos el mandato de hacerlo dentro de nuestro contrato con el Departamento de Comercio y la NTIA, que nosotros mantenemos este WHOIS ampliado como registro y que seguimos cumpliendo totalmente con nuestro contrato, dando acceso público a información exacta del WHOIS.

Nuestro sistema va a dar un acceso en tiempo casi real a los datos del WHOIS para los usos que no sean para comercialización. También queremos utilizar el servicio de RDAP. Para hacer esto queremos tener la autenticación de las investigaciones que tienen que ver con el cumplimiento de la ley.

¿Cómo funcionaría esto? El WHOIS responsable va a operar, como mencioné anteriormente, con el RDAP. Va a ser una interfaz de usuario de RDAP y vamos a poder mantener estos datos del WHOIS ampliado como un operador de registro autoritativo. También va a haber que iniciar sesión con un correo electrónico que esté autenticado. Va a haber algunos usos legitimados y van a poder elegir cómo reciben esa información. Si no hay una respuesta o si hay alguna palabra indebida, puede generar una denegación del pedido pero, en general, si el uso es legítimo y no tiene que ver con la comercialización, nosotros le vamos a brindar esos datos.

Los datos que no estén expurgados se van a brindar a una dirección de correo electrónico operativa y no van a aparecer en la pantalla como de una fuente no confiable. Como mencioné anteriormente, nosotros vamos a autenticar el acceso disponible para las autoridades de aplicación de la ley para sus investigaciones y obviamente a los fines de la confidencialidad.

Esto cumple con los requisitos contractuales de nuestro contrato vigente porque nosotros tenemos que tener datos accesibles públicamente y el administrador de Estados Unidos es el administrador de la base de datos para todo lo que tiene que ver con la registración. Va a haber registraciones de privacidad y representación

que van a seguir estando prohibidas. Vamos a brindar en tiempo casi real acceso a los datos no expurgados. Si hay algún cambio en las políticas de registro, esto nos va a permitir ejecutar nuestras políticas existentes donde se prohíbe el uso de los datos de los registratarios para la comercialización o fines abusivos.

Algunos de los puntos salientes de esta propuesta que le brindamos a la NTIA es, una vez más, el hecho de que nosotros seguimos siendo la base de datos autoritativa que les da a los registratarios la oportunidad de actualizar e incluir o excluir sus datos del WHOIS. Vamos a seguir trabajando con los organismos encargados de aplicación de la ley para garantizar que ellos tengan acceso y confidencialidad cuando lo necesiten. Obviamente también vamos a poder satisfacer la obligación de brindar acceso al WHOIS a los registradores y a los registradores dentro de nuestros contratos. Esto también es lo que se va a seguir aplicando a través de esta propuesta.

Ahora quiero ver algunos de los aspectos más técnicos de lo que nosotros estamos proponiendo, para ver cómo esto podría funcionar. Los usuarios de WHOIS van a entrar en una interfaz de usuario donde van a poder brindar cierta información y van a recibir la totalidad de los datos no expurgados. Los registratarios del lado de la compra de .US van a tener que utilizar el revendedor o registrador patrocinado. Por eso no están todas las piezas aquí. Este es el uso básico de la función de WHOIS como la vemos hoy en día desde el lado del registro.

En cuanto a las búsquedas anónimas propuestas del WHOIS, cuando ustedes van a .US y uno hace una búsqueda, recibe los datos no expurgados. Estamos mandando algo más rápido. Si uno hace una

búsqueda inicial anónima y no se dio nada de responsabilidad o rendición de cuentas, estos son los datos que uno va a ver. Siguiendo imagen.

También van a recibir un enlace para hacer la solicitud, que son los datos de registración y los datos no expurgados. Este es un ejemplo del formulario que ustedes van a ver en línea para permitirles utilizar, decir cuál es el uso legítimo y aceptar los términos y las condiciones para recibir los datos.

Esto nos lleva a la siguiente imagen que es la respuesta aprobada. Esto va a ir para un correo electrónico operativo. No va a aparecer en pantalla. Esto va a ir a un correo electrónico. Si proveen uno falso entonces no van a ver los datos. Es ahí donde vamos a recibir todos los datos no expurgados. Van a aparecer en pantalla anónimamente para alguien que no demuestre un interés legítimo. Finalmente, si ustedes no dieron un motivo o el motivo es rechazado, esta es la respuesta propuesta de denegación que van a recibir. Siguiendo imagen.

Uno de los últimos puntos que yo quería señalar con esta propuesta es el hecho de que nosotros estamos analizando la posibilidad de hacer una auditoría, brindar informes de quién está buscando los datos del WHOIS, si hay alguna acción abusiva como para tener algunos registros y poder entonces revisar a la luz de estas quejas de un uso indebido, y ver cómo facilitar cierto cumplimiento con los mandatos que nos ha dado el congreso respecto de los datos y que además la NTIA debe cumplir.

Yo creo que con esto llegamos al final de la presentación. Siguiendo imagen, por favor. Ah, no. Perdón. Me faltaba una más. La última parte es que la NTIA ha habilitado un pedido de comentarios. Hay un blog y esto cerró el 31 de mayo. Tenemos el sitio web abierto a comentarios. Una vez que se abran estos comentarios, que sean analizados, van a estar disponibles también ahí y van a poder ver los comentarios que sigan ingresando. Vamos a brindar un resumen nosotros a la NTIA de estos comentarios. Pueden ir a este espacio y ahí van a encontrar novedades. Pueden ver si hay propuestas o también proponer ustedes cambios que crean que son necesarios. Muchas gracias. Con esto sí terminé.

BART BOSWINKEL:

Hola, Nicklas. Tenemos una pregunta en línea. La pregunta la hizo Vladimir Mikhaylov. La pregunta es: “Si entiendo correctamente, en la zona de .US los pedidos de WHOIS se hacen a través del puerto 43 TCP. ¿Esto no funciona? ¿Solo tiene la interfaz en la web para el WHOIS?”

CRYSTAL PETERSON:

No. Tenemos el puerto 43 y estos cambios propuestos también van a ir a través del acceso del puerto 43 al WHOIS. Yo lo único que mostré fue la visión anónima y no la de los datos no expurgados.

NICKLAS POUSSETTE:

Tenemos una pregunta ahí.

ALAN CAMERON: Muchas gracias. Soy de .AU. ¿Nos podría mostrar la información expurgada? Me parece que hay muchos consumidores que no van a querer este proceso. ¿Qué es lo que sucede si uno no va a través del proceso que usted señaló? Me parece que esta es la imagen que usted mostró de los datos que iban a recibir.

CRYSTAL PETERSON: Sí. Esta es la información de los registradores del nombre de dominio, la información del nombre de los servidores, además de información que usted puede solicitar directamente, estos detalles en lo que nosotros llamamos nuestro servicio de RDS. Eso es lo que se ve. Nosotros estamos planeando hacer un hipervínculo para que entonces aquí puedan hacer clic y ahí tengan los detalles y en un tiempo casi real van a recibir un correo electrónico con el resto de los datos.

NICKLAS POUSETTE: ¿Alguna otra pregunta?

ALAN CAMERON: Me parece que no hay nada que pueda impedir generar una identidad falsa, como Mickey Mouse, y poner mickey@gmail.com. ¿No hay ninguna validación del pedido mientras esté bien cumplimentado?

CRYSTAL PETERSON: No estamos haciendo validación de las direcciones de correo electrónico. El usuario debe elegir un motivo legítimo y eso sale en un menú desplegable.

ALAN CAMERON: Pueden elegir el que quieran.

CRYSTAL PETERSON: Las solicitudes de RDS con extensiones de dominios, hay algunos que dicen: “Porque quiero. Porque quiero saber”.

NICKLAS POUSETTE: Creo que tenemos una última pregunta ahí.

ANGELA MATLAPENG: Tengo dos preguntas de hecho. Una es si podemos considerar la velocidad de aumento en los tickets de WHOIS. ¿Qué significa esto en términos del tiempo de respuesta anticipada para devolver esta información ante el pedido? Quizá necesiten tener más cuidado para ver si el pedido es genuino como para devolver la información.

En segundo lugar, no creo que haya entendido exactamente bien cuáles son los prerequisites para dar acceso a los organismos encargados de aplicación de la ley. No sé si en relación con el uso indebido ustedes tienen una orden de un tribunal, algo, o una persona responsable para tener acceso a la plataforma. ¿Me podría decir cómo es eso?

CRYSTAL PETERSON:

Lo lamento. La primera tenía que ver con las consultas de WHOIS. Veo que también preguntó por el tiempo. El tiempo de respuesta del WHOIS va a ser el mismo que es en el día de hoy. Es el momento entre la primera respuesta del WHOIS y recibir los datos a través de correo electrónico. Ese es el tiempo que lleva completar el formulario porque después de eso tenemos, como mencioné, algo que es casi tiempo real. Significa que tiene que ir a través del sistema y después enviar el correo electrónico. Esto va a depender de esa cadena de correos electrónicos que no necesariamente es nuestro sistema sino que también tiene que ver con el sistema del usuario. Desde la perspectiva de las consultas al WHOIS, el tiempo de respuesta para una vista anónima, no, no se modifica y no se va a modificar.

En lo que tiene que ver con las agencias encargadas de la aplicación de la ley, nosotros tenemos un servicio autenticado. Es el RDAP autenticado, como lo llamamos hoy en día. Eso lo incorporamos para que ellos puedan registrarse para ese uso autenticado que les permitiría hacer búsquedas en los datos del WHOIS como lo hacen hoy en forma anónima pero, como tienen acceso autenticado e ingresan a través de un punto de acceso de usuario, van a poder hacer búsquedas una tras otra después de haberse registrado.

NICKLAS POUSETTE:

Creo que tenemos otra pregunta.

-
- BART BOSWINKEL: Es de [Rubens Kuhl]. “¿.US va a aceptar a las organizaciones de aplicación de la ley acreditadas de países que no sean de los Estados Unidos ni de Five Eyes?”
- CRYSTAL PETERSON: Sí. De hecho, se les va a dar acceso a estos organismos. No puedo decir para quiénes no se proporcionará acceso, porque eso lo estamos revisando pero no es un no.
- BART BOSWINKEL: Hay una pregunta de Pablo, que levantó su mano.
- PABLO RODRÍGUEZ: Muchísimas gracias por la presentación, Crystal. La verdad es que fue muy informativa. Tengo muchas más preguntas pero las vamos a hablar después. La pregunta que sí tengo para formular ahora es que se dijo que a pesar de esta vía que está tomando Estados Unidos como resultado del acuerdo contractual con la NTIA, esto estaría aprobado. ¿Es así?
- CRYSTAL PETERSON: La vía, la propuesta que estamos realizando es en respuesta a las preocupaciones de los registratarios y los registradores y de la NTIA y también de los registros, que somos nosotros, sobre el acceso anónimo a los datos del WHOIS. Nosotros lo que queremos hacer con esta propuesta es garantizar que nos mantenemos dentro del mandato del contrato. El contrato no puede cambiar. Ha sido nuestro contrato
-

durante muchos años. Cuando desarrollamos la propuesta, eso es lo que estamos mirando. No es necesariamente lo que usted está preguntando, ¿porque debido al contrato lo estamos escribiendo? No. Lo estamos elaborando para garantizar que nosotros mantenemos en pie todas las disposiciones del contrato.

NICKLAS POUSETTE: Gracias, Crystal. Ahora tenemos a Knut Aksel Wadat, de Noruega, que nos va a hablar del acceso a los datos para los terceros, un marco desde el registro de Noruega.

KNUT AKSEL WADAT: Gracias, Nicklas. Soy Knut Aksel Wadat. Trabajo como asesor legal en Norid. Voy a remplazar a mi colega Ann-Cathrin, que se quedó sin voz. Les voy a dar una descripción breve del marco para dar acceso a los datos de los nombres de dominio para terceros en Noruega. Primero les voy a explicar un poco qué hacemos.

Norid es el registro para los dominios .NO. Es necesario para estar allí presente tener presencia en Noruega. Solo permitimos organizaciones de Noruega y personas de Noruega que tengan más de 18 años y que pidan un nombre de dominio .NO. Las organizaciones deben tener un número de organización y estar registradas en el registro central de entidades jurídicas. Las personas privadas deben tener una identidad nacional y deben estar registradas en el registro nacional de población. Además, aquellos que tienen un dominio deben tener una dirección de correo electrónico noruega. Noruega no forma parte de la Unión

Europea pero como miembro de EEA, cumplimos con el GDPR de la Unión Europea.

Los datos personales se definen en el GDPR, artículo 4, parte 1, como toda información relacionada con una persona identificada o identificable. Es obvio entonces que el nombre de dominio puede contener información que identifique directamente a una persona, especialmente si esta persona utiliza su nombre o su dirección en el nombre de dominio. Los nombres de dominio también están conectados con información en nuestras bases de datos. Esto identifica al abonado. Por eso Norid asume que todos los nombres de dominio son datos personales para Norid y la divulgación de un nombre de dominio constituye el procesamiento de datos personales para nosotros. Esto significa que el procesamiento requiere un fundamento legal según el GDPR, artículo 6, parte 1.

¿Por qué Norid recaba y procesa los datos? Es para garantizar que las personas y las organizaciones puedan pedir un nombre de dominio de Noruega y que se pueda usar el TLD de Noruega para que contribuya a una operación robusta y sólida de Internet como infraestructura. Nuestra conclusión es la siguiente. Debemos tener un fundamento legal, según el GDPR, para divulgar los datos, independientemente de que sean datos personales. Esta conclusión está en línea con un fallo de la Corte Europea de Justicia. Es el caso C582-14.

Norid tiene un servicio de búsqueda pública. Es un servicio de WHOIS. En este momento estamos implementando RDAP. En nuestro servicio de búsqueda, la población puede obtener información sobre cómo

ponerse en contacto con el titular del nombre de dominio. La próxima diapositiva, por favor.

Aquí podemos ver la información que publicamos en nuestro servicio de búsqueda. Hay información sobre el titular del dominio, el contacto técnico, el servidor de nombres y el registrador. En el caso de los titulares de dominios hacemos una distinción entre organizaciones, empresas de un propietario único y personas físicas. Aquí, en esta diapositiva, podemos ver que en el caso de las organizaciones publicamos el número de la organización, su nombre, dirección de correo electrónico, dirección de correo postal y el número de teléfono, aunque esto es voluntario para las organizaciones. Pueden incluirlo o no en la base de datos.

Para las empresas de un solo titular son pequeñas empresas unipersonales. No son empresas de responsabilidad limitada. Publicamos el número de la empresa, su nombre, dirección de correo electrónico y, por supuesto, como debe tener presencia local, siempre es Noruega.

En el caso de las personas físicas publicamos su dirección de correo electrónico. En el caso de los servidores de nombres publicamos el nombre, la dirección de IP. En el caso del contacto técnico tenemos el nombre del puesto, dirección de correo electrónico y el país. En el caso del registrador publicamos el nombre de la organización, dirección de correo electrónico, postal, país, número de teléfono y URL del sitio web.

Esta información debería ser suficiente para que un tercero se ponga en contacto con el abonado. Si por algún motivo un tercero quiere más información de la que está en nuestro servicio de búsqueda o si quiere una compilación de la información disponible en nuestro servicio de búsqueda deben cumplir con los requerimientos de la Ley de Protección de Datos. La divulgación no debe ser contraria a los acuerdos que Norid firmó con sus abonados.

Esto significa que Norid en general no divulga datos personales a menos que el receptor pueda citar la autoridad legal o pueda citar un fundamento legal por el cual sea obligatorio para Norid divulgar esos datos a menos que la divulgación sea necesaria a fin de cumplir con alguno de los dos propósitos con los que recabamos datos. Es decir, para garantizar que las personas y las organizaciones puedan pedir un nombre de dominio en Noruega y para administrar el TLD de Noruega de manera que contribuya a la operación robusta de Internet como infraestructura. La próxima.

Hay algunas autoridades en Noruega que tienen autoridad regulatoria. Se la dio el gobierno. Tenemos la policía, los fiscales, las autoridades impositivas, la autoridad de consumidores, la autoridad que tiene que ver con juegos de azar y las autoridades de protección de datos. Debemos ver siempre el fundamento legal que nos obliga a nosotros a divulgar la información.

En breve, Norid trabaja desde hace mucho tiempo y los nombres de dominio y la información general no se divulgan a menos que Norid se vea obligado a divulgar la información o a menos que esta divulgación tenga que ver con los objetivos y prioridades de Norid. Este principio

ha sido importante para nosotros durante mucho tiempo para proteger los derechos de privacidad de los abonados. Esta es una breve presentación y explica cómo aceptamos los pedidos de terceros. Si tienen alguna pregunta, con mucho gusto la voy a responder.

NICKLAS POUSETTE: Gracias, Knut. ¿Hay alguna pregunta? Tenemos una pregunta en línea, creo. ¿O es una afirmación? Robert Martin-Legene dice: “Este es un abordaje muy interesante, el de Norid, pero no estoy seguro de en qué medida esto sería útil para el resto del mundo. Es una interpretación interesante del GDPR”.

KNUT AKSEL WADAT: Muchas gracias.

NICKLAS POUSETTE: ¿No hay más preguntas para Knut? Hay una pregunta por allí.

ORADOR DESCONOCIDO: En la anteúltima diapositiva decía que quizá se necesitaba el consentimiento del abonado. Quería entender si esto de alguna manera demoraría el proceso en el caso de que el propietario titular de los datos diga: “Yo no quiero que se compartan ni se comuniquen”. Quizá en el caso de uso indebido, por ejemplo, ustedes quizá tendrían el derecho de dejar de lado esa decisión de no compartir los datos, esa decisión del abonado.

KNUT AKSEL WADAT: Gracias por la pregunta. Tenemos un acuerdo escrito con todos los abonados y dice que nosotros utilizaremos la información con los objetivos que tiene Norid y que podemos utilizar la información y también compartirla si hay un fundamento legal según la legislación de Noruega. Si la policía se acerca a nosotros y nos dice que debemos darles esta información, el acuerdo con el abonado nos da ese permiso, esa autorización y el abonado tiene que aceptar que compartamos esa información. Es el consentimiento que otorga el abonado. Los abonados deben firmar ese acuerdo para poder pedir un dominio .NO.

BART BOSWINKEL: Hay una pregunta en línea de [Rubens Kuhl]: “¿Norid ha considerado reemplazar la dirección de correo electrónico con un servicio diferente, con un servicio de reenvío?”

KNUT AKSEL WADAT: No sé cómo responder eso. ¿Me podría repetir la pregunta?

BART BOSWINKEL: Sí. La pregunta es: ¿Norid ha pensado en reemplazar la dirección de correo electrónico con un servicio de reenvío? Por ejemplo, el contacto administrativo de ejemplo.no se transformaría en ejemplo.admin.id.no.

-
- KNUT AKSEL WADAT:** Creo que no consideramos esto pero en cuanto al correo electrónico del contacto técnico, aquí no hace falta utilizar un correo electrónico que nos identifique como personas físicas. Se puede utilizar una dirección que pertenezca a la empresa. No consideramos que este sea un tema que tenga que ver con GDPR. No estoy seguro de si con esto respondo la pregunta. No estoy seguro de que hayamos considerado esto.
- BART BOSWINKEL:** Hay otro comentario en el chat. No lo voy a leer ahora pero quizá le interese verlo después.
- KNUT AKSEL WADAT:** Muchas gracias.
- NICKLAS POUSETTE:** Muchas gracias, Knut. El último orador es Abdalmonem Galila, que va a hablar sobre la aceptación universal y oportunidades de negocios para los ccTLD.
- ABDALMONEM GALILA:** Gracias, Nicklas. No sé si soy afortunado por ser el último o no pero seguramente voy a lograr que me presten atención porque mi presentación es de color naranja. Hoy voy a hablar de la aceptación universal que es el requerimiento técnico de que todos los nombres de dominios válidos y todas las direcciones de correo electrónico válidas, cualquiera que sea su idioma o el código de escritura, puedan
-

funcionar en todas las aplicaciones y dispositivos que funcionan con Internet. Esto abrirá la puerta para los próximos miles de millones de usuarios de Internet cualquiera que sea su idioma, su código de escritura, podrán estar presentes en línea utilizando su idioma local.

La aceptación universal no se ocupa solamente de los IDN y la internacionalización de direcciones de correo sino también de los nombres de dominio genéricos de nivel superior. Nosotros trabajamos con IDN. Cuando habla un administrador de ccTLD en ASCII, en primer nivel, podría pasar al segundo nivel. Podemos ver diferentes interfaces, trabajar con un registro, registrar un nombre de dominio que tenga una de las letras en Unicode. En ese momento se consideraría un IDN. La aceptación universal también afecta a los ccTLD. Por eso estoy presentando eso hoy. De hecho, tengo varios temas para tratar hoy con diferentes colores para atraer su atención.

En primer lugar voy a hablar de hechos y estadísticas para captar su atención. Vamos a la siguiente diapositiva, por favor. La próxima. Aquí ven el mapa de árbol de los idiomas más hablados en todo el mundo. Tenemos más de 7.000 idiomas en todo el mundo que son hablados por más de 8.000 millones de personas. Aquí ven que tenemos inglés pero también muchos otros idiomas que son hablados por más personas que las personas que hablan inglés.

Aquí tenemos algunas estadísticas que explican la importancia de los IDN y los EAI. Aquí vemos que tenemos más de 150 TLD IDN, ya sea gTLD o ccTLD que están en ASCII, ya sean gTLD o ccTLD. Al mismo tiempo, en el futuro la idea es que habrá más de 75% del contenido que existe en línea estará en otros idiomas y no en inglés. Solo el 25%

estará solo en inglés. En este momento, el porcentaje es 50-50. 50% en inglés y 50% en otros idiomas.

Esto nos explica por qué son importantes los IDN. Al mismo tiempo, los servicios más utilizados en línea son las direcciones de correo electrónico. Estas direcciones son la aplicación o el servicio más utilizado en todo el mundo. Tenemos miles de millones de usuarios de correo electrónico que están presentes en Internet. En 2026 el número llegará a 4.700 millones de cuentas de correo electrónico. Hay miles de millones de mails que se mandan todos los días y se reciben todos los días.

¿Por qué son importantes los IDN y la EAI? La idea es que los clientes recuerden más fácilmente un nombre de dominio. Esto mejorará la comprensión y el recuerdo de las direcciones. Será más fácil de utilizar por los clientes locales. Se podrá llegar mejor a los clientes locales. La próxima diapositiva, por favor.

Aquí hablamos del IDN ccTLD de Egipto, que es .EGYPT, y en árabe es .MASR. Empezamos el registro de IDN en 2010. Nuestro sistema de registro está basado en el modelo de las tres R, registratario, registrador, registro. Tenemos cuatro registradores. Tres son ISB y el cuarto es responsable de registrar los nombres de dominio del gobierno. En este momento tenemos más de 300 nombres de dominio internacionalizados.

El tema principal ahora es la preparación para la aceptación universal. Como dije antes, todos los nombres de dominio, todas las direcciones de correo deben ser compatibles con todas las aplicaciones,

dispositivos y sistemas que corren en Internet. ¿Cuáles son los criterios para evaluar esto? ¿Cuáles son los criterios para decir: “Yo estoy preparado para la aceptación universal. Puedo manejar y podré trabajar con los futuros usuarios de Internet, cualquiera que sea su idioma o su código de escritura”? Veamos la próxima diapositiva.

Aquí ven la diferencia entre estar preparados o no estar preparados para la aceptación universal. Estar preparados para la aceptación universal, aquí vemos, fíjense, aquí tenemos un gTLD. Quizá en lugar de soap.organic tengamos un carácter en Unicode, así que será un IDN. Quizá este organic sería algo que tuviese que ver con los ccTLD. En el nombre de dominio de segundo nivel tendremos un carácter, un IDN. Esto se vería afectado por la aceptación universal. Utilizo un nombre de dominio IDN. Debemos ver el contenido del sitio. Tenemos el primer nivel en otro idioma y el segundo nivel en inglés. Quiero mi aplicación de banca online y quiero ingresar utilizando mi dirección de correo electrónico en mi idioma local. Quería conectarme con mi banca electrónica utilizando una dirección de correo que tiene un nombre de dominio y que tiene un segundo nivel con Unicode. Una de las letras está en Unicode. Quería entrar en esta aplicación de banco, quería ingresar utilizando mi nuevo nombre de dominio de gTLD. Eso es estar preparado para la aceptación universal.

¿Cuáles son los verbos que explican si estamos preparados para la aceptación universal? ¿Cómo puedo evaluarme para ver si mi aplicación, mi sistema de registro, mi servicio al cliente está preparado para la aceptación universal? Hay cinco verbos para definir esto. Aceptar, validar, procesar, almacenar y presentar o visualizar. Todos

los nombres de dominio válidos y todas las direcciones de correo electrónico válidas tienen que cumplir con esto.

En el caso de aceptar, en este verbo, sería una aplicación de frontend. Habría que verificar si el nombre de dominio o la dirección presentan un error o no. En el caso de la validación, validamos que este nombre de dominio ya existe o no. ¿El dominio de alto nivel es válido o no? Quizá la aplicación no entiende que hay una nueva tendencia de dominios de alto nivel que usan algo más que más de tres letras. Quizá la aplicación no entiende que quizá haya TLD que tienen letras en Unicode y que son válidas y fueron delegadas en la zona raíz.

En el caso del verbo procesar, este es el verbo más crítico, más importante. Si tenemos por ejemplo un nombre de dominio Unicode hacemos un procesamiento y lo traducimos a ASCII. Podríamos transformarlo en un formato que permite almacenar estos datos en una base de datos. Podemos decir: “Voy a almacenar este tipo de nombres de dominio tal como están en la base de datos”. Quizá alguien decida: “No voy a usar Unicode porque no lo entiendo pero voy a almacenar todo esto también de otra manera en la base de datos”. Quizá alguien decida: “No voy a almacenar estos nombres de dominio o direcciones de correo en la base de datos. Debemos almacenarlo en otro lugar”. Es necesario seleccionar la codificación correcta para poder almacenar o presentar estos datos en un Unicode.

Mostrar el nombre de dominio de alto nivel o las direcciones de correo. ¿Cuáles son los criterios relacionados con la aceptación universal? En caso de nombres de dominio en general tenemos nombres cortos de alto nivel en ASCII. Por ejemplo, example.sky. Nombres largos

example.engineering. IDN, internacionalización de direcciones de correos. Tenemos ASCII, que tiene un dominio de alto nivel de más de tres letras. Por ejemplo, ekrem@misal.istanbul. ASCII@IDN, estamos en el primer nivel. Es un nombre de dominio de IDN para la dirección de correo electrónico que tiene una de las letras en Unicode. También tenemos Unicode@ASCII. La casilla de correo ya está en el idioma local, en árabe, francés, alemán. Lo que fuera. No es un código de escritura latino. La próxima diapositiva, por favor.

La ICANN realizó una encuesta para verificar en qué medida estaban preparados para la aceptación universal los ccTLD, para que todas las aplicaciones tuvieran aceptación universal.

Le están pidiendo al orador que hable un poco más lento.

Para esta encuesta, el objetivo principal era verificar cómo trabajaban los administradores de ccTLD para que estuvieran preparados para la aceptación universal. Esta encuesta se hizo en marzo de 2023 y se vio que no todos los administradores de ccTLD respondieron esta encuesta. Los que respondieron, la mayoría dijeron que estaban parcialmente preparados. Es decir, que algunos nombres de dominio o algunas direcciones de correo son aceptadas y están preparadas para la aceptación universal. Otras no. Algunos ccTLD dicen que están preparados para la aceptación universal y podrían aceptar validar, almacenar, procesar y presentar todos los nombres de dominio y direcciones de correo de manera uniforme y constante. La próxima diapositiva, por favor.

¿Cuáles son las motivaciones para estar listos para la aceptación universal? Según lo vimos en la encuesta, la mayoría dijo que quería crecer la base de clientes. A través de tener más clientes de clientes que quieren mantener su marca y que quieren utilizar nombres de dominio genéricos de nivel superior. También tener más clientes que van a utilizar nombres internacionalizados y direcciones de correo internacionalizadas.

Hubo un grupo que dijo que quería más clientes internacionales. Otros hablaban de situaciones que tienen que ver con gobiernos y además hay distintos visitantes. Yo quería tener un sistema de visa electrónica que recopilen los datos de estos clientes y tener entonces aceptación universal. Algunos de estos clientes quizá quieran utilizar su idioma local para las direcciones de correo electrónico. Quiero que mi aplicación esté lista para la aceptación universal, para que mi sistema de visas electrónicas entonces pueda tener éxito y pueda enviar correos electrónicos a estas direcciones de correo electrónico internacionalizadas y así satisfacer al usuario. Otros dijeron ser más competitivos. Estos son los pedidos que recibimos de nuestros clientes. Otros dijeron que querían implementar la aceptación universal antes de la próxima ronda de nuevas solicitudes de gTLD. Siguiendo, por favor. Bien. Siguiendo, por favor.

De hecho, se suponía que iba a tener dos preguntas de Nicklas. Una de estas preguntas que es la primera dice: ¿Qué debe hacer internamente el administrador de ccTLD para actualizar sus propios sistemas y estar listos para la aceptación universal? La segunda pregunta que esperaba de Nicklas es quiénes son las partes interesadas locales para

aceptación universal y cómo los administradores de ccTLD pueden alentar la adopción de aceptación universal de parte de estas partes interesadas.

La arquitectura de aplicación web estándar es la que se utiliza para ir desde el frontend y desde este frontend comunicarse con el backend y este backend pueda comunicarse con los módulos de correo electrónico o de bases de datos. Cada una de estas partes del frontend y del backend tienen que tener aceptación universal. Lo puedo mostrar aquí con las cinco variables de estar listo, que son aceptar, validar, procesar, almacenar y mostrar. Siguiendo, por favor.

De hecho, esta es la arquitectura estándar de registro. Nosotros ahora tenemos cuatro tipos de actores porque tenemos el usuario final, tenemos el personal del registrador, tenemos el personal del registro y tenemos al registratario. Para el usuario final que haga algunas consultas en el DNS que puedan llevar a un dominio de alto nivel quizá este usuario le va a agregar un Unicode que tiene que ser procesado para poder cambiar desde este Unicode a compatible con ASCII para que el DNS lo pueda entender y lo pueda resolver.

Para el lado del personal del registrador tengo que trabajar con una interfaz para hacer algunas acciones de administración. Lo mismo sucede para los registros y los módulos de registros, y para los registratarios de hecho es el cliente del registro. Él puede tener su nombre de dominio dentro de la interfaz con el registrador. La intercomunicación entre estos actores y los módulos dentro de este sistema todos tienen que tener aceptación universal, incluso la

comunicación entre los módulos del frontend y el backend también tienen que tener aceptación universal.

NICKLAS POUSETTE: Perdón, nos estamos quedando sin tiempo. Tiene que ir cerrando la presentación.

ABDALMONEM GALILA: El backend tiene que poder enviar la EAI o recibir la dirección de correo electrónico internacionalizada para enviársela al registrante. Si yo quiero que el servidor de correo electrónico y el módulo de correo electrónico tengan que ser para estos fines tienen que contar con aceptación universal.

Los administradores de ccTLD tienen una función muy importante que cumplir cuando hablamos de la promoción de la aceptación universal porque generan conciencia y además pueden realizar actividades de formación y educativas, adoptar la aceptación universal como modelo, brindar apoyo técnico, coordinar todo el trabajo vinculado con la aceptación universal con otros organismos públicos y privados.

Otra cosa que puede hacer el administrador de ccTLD es que la industria de nombres de dominio adopte aceptación universal. Hacer una difusión de la aceptación universal y dar capacitación a la comunidad técnica, sensibilizar, dar apoyo e incentivos a toda la comunidad. También el rol del sector público y además generar métricas. Tiene que existir una coordinación global y local para la aceptación universal.

NICKLAS POUSETTE: Abdalmonem, un minuto.

ABDALMONEM GALILA: Un minuto nada más. ¿Cuáles son las oportunidades comerciales para los ccTLD? Ustedes saben que durante la COVID-19 todas las cosas empezaron a hacerse en línea. Todos los servicios gubernamentales están en línea o incluso los servicios internacionales también se dan en línea. Cuando buscamos nombres de dominio que sean internacionalizados o nombres de dominio o TLD que tengan letras Unicode, esto sirve para los gobiernos y también para los servicios no gubernamentales porque siempre hay una forma para utilizar los IDN, para hacer la internacionalización también de los correos electrónicos.

Aquí les pido que participen. Pueden ir a nuestro sitio web, que es uasg.tech. Ahí tenemos un montón de cosas que tienen que ver con los EAI y con la aceptación universal. Aquí hay una lista de material importante que puede servirles como hoja de ruta, tanto para los registros como para los registradores a fines de estar listos para la aceptación universal. También hay una encuesta que hace la ICANN. Este es mi nombre en armenio. Gracias.

NICKLAS POUSETTE: Muchas gracias, Abdalmonem. Creo que ya nos pasamos del tiempo. Bart.

BART BOSWINKEL: Tengo una pregunta en línea. No sé si quieren que la haga.

NICKLAS POUSETTE: Sí.

BART BOSWINKEL: Es de Rubens Kuhl. ¿El grupo directivo de aceptación universal considera la linkificación, que sea parte de la aceptación universal, como cuando uno envía un mensaje de Whatsapp con un dominio que puede hacerse un clic sobre ese dominio o no?

ABDALMONEM GALILA: Sí. Él está hablando de linkificación. Es una de las partes que está afectada por aceptación universal. Mucho más de esto lo estamos tratando en el uasg.tech. Muchos de estos temas tienen que ver con esta linkificación. Ver cómo se va a mostrar esto en una forma adecuada. A veces uno quiere hacer un protocolo pero a veces hay problemas con los códigos de escritura. Tenemos muchos grupos de trabajo dentro del UASG que están tratando de captar estos temas y ver cómo manejarlos sobre todo para los proveedores de software con código abierto, etc.

NICKLAS POUSETTE: Muchísimas gracias, Abdalmonem. Con esto creo que sí terminamos con las presentaciones del día de hoy. Yo tengo la tarea de resumir lo que se dijo y estamos en un tiempo extra. Sé que hay un cóctel esperándonos. En primer lugar tuvimos a Molehe Wesi, que nos habló

de la digitalización del dominio. Después habló Eduardo Duarte, que nos contó que podíamos hacer más con menos, cómo puede ayudar a la inteligencia artificial a los ccTLD.

Bruce Tonkin habló de cómo lanzar registración en un segundo nivel, .AU. Crystal, de Estados Unidos, nos habló del WHOIS responsable. Después tuvimos a Knut, de Noruega, que nos habló del acceso de datos a través de terceros, un marco dentro del registro de Noruega. Espero no haber aburrido a nadie durante esta presentación. Después tuvimos a Abdalmonem, que nos habló de la aceptación universal, cómo estar lista para ella y las oportunidades de negocio.

En último lugar estaríamos muy contentos si pudieran completar la encuesta, por favor, con sus comentarios sobre esta sesión, para que esta sesión sea aun más valiosa en la próxima reunión. Con esto les quiero decir muchísimas gracias por el día de hoy. Damos por cerrada la sesión.

CLAUDIA RUIZ:

Muchísimas gracias. Detenemos la grabación.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]