

BEIJING – Reunión del GAC con el Grupo de registros de marcas

Domingo 7 de abril de 2013 – 16:00 a 17:00

ICANN – Beijing, República Popular de China

Para que conste en los registros. Esta es la reunión del GAC con el Grupo de registros de marcas.

Son las 4 de la tarde del domingo.

Heather Dryden:

Comencemos por favor.

Estoy escuchando una alarma que está sonando de aquel lado de la sala.

Les pediría que alguno de ustedes tome la iniciativa de identificar de dónde viene esa alarma y desactivarla. Se lo agradecería.

¡Muy bien! ¡Bien hecho! Excelente.

Bueno. Estamos retomando la reunión del GAC para reunirnos con un nuevo grupo que se llama Grupo de registros de marcas, y hemos identificado lo que creemos que son temas de interés común que es la supervisión de la industria y cumplimiento por parte de la ICANN.

Y también los cambios que han surgido como resultado de la creación de nuevos operadores de dominios de alto nivel de marcos. Y cómo esto podría impactar en la GNSO.

Entonces, le voy a dar la palabra a Philip Sheppard quien nos va a hacer la presentación que ustedes pueden ver ahora en la pantalla.

---

*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 archive, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.*

---

Y luego, de esa exposición vamos a tener la oportunidad de mantener un intercambio y de hacer algunas preguntas.

Le doy la palabra a Philip entonces.

Philip Sheppard:

Muchas gracias Heather. Como ustedes saben, yo soy Philip Sheppard. Soy básicamente el coordinador de este Grupo que se llama el Grupo de registros de marcas.

Tal vez ustedes puedan ver aquí un logo en el extremo superior, de hecho que dice “in formation”, y no es una sola palabra sino que quiere decir “in formation” son dos palabras; significa que estamos en el proceso de formación. Estamos armando el grupo. Por eso en esta reunión en Pekín queremos aprovechar esta oportunidad para explicarles por qué es que nosotros estamos haciendo esto, dónde es que hay un interés en común, y cuál es la pertinencia que esto tiene para ustedes.

Entonces, quisiera avanzar a la siguiente diapositiva. Ustedes van a ver que yo les voy a mostrar una explicación de algunos aspectos, qué es este grupo, el BRG –como lo llamamos en forma corta – cuál es la visión y la misión que ya hemos adoptado.

Voy a tratar de delinear algunos de los elementos que nos diferencian de otros registros, por eso nos juntamos y les voy a comentar un poquito de la estructura y cuál sería nuestro diálogo con la ICANN. Y en la quinta sección le voy a dar la palabra a mi colega para hablar de algunos de los temas que son de pertinencia para el GAC.

Luego de eso, esperamos tener suficiente tiempo para hacer una sesión de preguntas y respuestas con ustedes.

---

Muchas gracias.

Entonces, pasemos a la siguiente diapositiva. ¿Qué es este Grupo de registro de marcas?

BRG.

Si vemos el proceso de todas las solicitudes que se han presentado hasta el momento, 1/3 de todos los TLDs han sido presentados por propietarios de marcas. Y han sido para cadenas de caracteres que son compatibles y se corresponden con su marca un producto que ellos tienen o un servicio.

Esencialmente ese tercio de todos los solicitantes en esta ronda actual, potencialmente serían miembros de este grupo.

Y hemos identificado dentro de esto una visión en común.

Es decir que todos estos registros tienen planes exclusivos de dirigir los registros ellos mismos, tras su finalidad comercial más allá de ofrecer servicios de registros al público general.

Y esta es la diferencia clave entre nosotros y el mundo anterior de TLD; donde normalmente esos TLDs, como ustedes saben, estaban allí para ofrecer dominios en el segundo nivel y a veces, incluso, debajo de esos.

Entonces, acá tenemos muchas palabras en esta diapositiva, pero esta es la definición actual a la que hemos llegado para tratar de dar más definición, la definición de quiénes somos. Y cuál es la naturaleza de nuestro grupo y de los registros que se sumarían a nuestro grupo.

Entonces, somos operadores de registros que somos propietarios de una organización o una marca que forma su solicitud para el TLD, cuyos TLDs representan una marca comercial preexistente, idéntica, cuyos TLDs se

corresponde con las operaciones de los previos TLDs. Es decir, son aquellas cosas que están adicionales a lo que ya están haciendo.

Es decir, su área central está por fuera de la industria de los nombres de dominios.

Y cuyos TLDs serán una identidad única, un usuario único. En este caso la idea no es vender nombres de dominio de segundo nivel al público en general.

Esto nos define y en la siguiente diapositiva mostramos quienes no somos.

Nuestro Grupo BRG, excluye registros que son genéricos de usuario único y de registratario único.

Si nos fijamos en algunos de los solicitantes veremos que algunas mismas empresas han solicitado para TLDs genéricos y también de marcas.

Y nosotros como grupo tenemos el interés de concentrarnos en el aspecto de la operación comercial que representa la marca de usuario único, y no un genérico.

Pasamos a la segunda sección de esta presentación. Compartamos la visión y la misión.

Después de un debate interno tratamos de obtener aquel elemento que nos vincula a todos, que nos une, y que nos hace diferentes de algunos de los registros del pasado y que también pueden estar subyacentes algunos de aquellos aspectos del trabajo de ustedes que tienen que ver con el interés público.

Nuestra visión es crear ambientes de internet construidos sobre la confianza. La confianza es la palabra singular y única que nos une a todos.

---

Entonces esto es a lo que nosotros llegamos. Y aquí tenemos algunas palabras más que muestran la misión.

Porque apuntamos a distintos públicos. Entonces, con respecto a los intereses comunes de nuestros miembros, vamos a brindar servicios de defensoría, de representación, y de establecimiento de redes.

Con respecto a la ICANN, por supuesto queremos representar los intereses comunes de nuestros miembros.

Esperamos ser reconocidos como una parte interesada esencial por parte de la ICANN.

Y también vamos a participar en diálogos, en incidencia con la ICANN para poder ser líderes, impulsar políticas que mejoren la confianza para los usuarios de internet.

Entonces. Tenemos dos públicos. Uno somos nosotros y otros son los Gobiernos, los organismos públicos; representamos los intereses comunes de los miembros, queremos ser reconocidos como interlocutores claves.

Esto es en relación con los Gobiernos y los organismos públicos. Y creemos que una de las áreas de diálogo más importante que queremos establecer con ustedes tiene que ver con explicar cómo los registros de marcar ayudan a mejorar la protección para los consumidores y a impulsar una economía digital floreciente.

Y en la segunda parte de esta diapositiva vemos una misión más general a todos los usuarios de internet que nos pareció muy importante incluirlos.

Básicamente apuntamos a mejorar la comprensión del papel de los registros de marcas dentro del universo de los nombres de dominio de

---

primer nivel. Es decir, cómo nos diferenciamos, cómo podemos constituir islas de confianza en todo el universo de los nombres de dominios.

Donde nosotros nos damos espacio para las marcas, protección a los consumidores y también comercio electrónico.

Y también queremos pasar a la siguiente diapositiva para mostrarles la tercera parte de la presentación.

Aquí tal vez podamos extraer algunas de las cosas que nos diferencian de otros registros y lo que explica por qué nos hemos juntado aquí.

Lo que nos diferencian son nuestros valores, lo que nosotros le vamos a pedir a la ICANN ahora, lo que le vamos a pedir a la ICANN tal vez en el futuro. Porque al constituir una organización a largo plazo, que va más allá del proceso de solicitud, habrá algo para el futuro.

Y también lo que nos diferencia es con quiénes nos vamos a comunicar.

Entonces veamos los valores. Como ustedes vieron en la declaración de misión, nuestro valor central es el hecho de la confianza.

Y si vemos la descripción de las solicitudes de distintos tipos de compañías y organizaciones que nos constituyen y vamos más allá de empresas o instituciones que no tienen fines de lucro, verán que estamos haciendo ofrecimientos innovadores a una empresa ya existente, establecida, que permitirá mejorar la economía digital, sumar nuestros esfuerzos a la creación de empleo y también a la generación de riqueza.

Esta es una breve descripción de nuestros valores.

A continuación podemos ver una lista un poco más extensa de lo que es nuestra tarea principal en relación con ICANN. Y todo esto se vincula con los acuerdos con los registros.

---

Entonces aquí hablamos de cumplimiento, la transición de los TLDs, la terminación, el arbitraje, la limitación de responsabilidad, el cambio de control, los procedimientos de enmiendas, las leyes aplicables. Todo lo que tiene que ver con las medidas de protección de los registratarios, como una carta de crédito, el Centro de Información y Protección de Marcas, la suspensión rápida uniforme, el período de pre-registro, UDRP.

Todo esto tiene una relación muy singular con los registros de marcas. Porque estos registros no están vendiendo al segundo nivel al público. Entonces, aquí no es necesario tener medidas de protección de registratarios donde no existe dicha protección.

Tenemos una lista muy grande de problemas que tienen que ver con la ICANN. Pero nosotros tenemos una lista de posibles soluciones donde nosotros decimos en la siguiente diapositiva, lo siguiente.

¿Podemos ver la próxima diapositiva por favor?

La manera fácil de avanzar para que el acuerdo de registro actual sea pertinente para este tercio de solicitudes, es buscar aquellos elementos que no se corresponden con los registros –con ese acuerdo de registro específico – y que haya una plantilla, un modelo específico de marca para el acuerdo de registros.

Esta es la naturaleza del diálogo que estamos teniendo esta semana con la ICANN.

Decir “bueno, sería mucho más fácil tener un modelo específico que más o menos funcione” para los registros de marcas y que se tome como punto de partida para las negociaciones en lugar de tener 300 negociaciones difíciles de llevar adelante, desde el punto de vista

---

fundamental, aquí tendríamos una forma relativamente fácil de hacer 300 negociaciones desde un punto fundamental de acuerdo.

Creemos que esta es una posible solución.

Luego tenemos el tercer punto que es lo que nosotros vamos a estar haciendo después de la delegación.

Nosotros pensamos como organización, a largo plazo, mantenernos y básicamente hacer incidencia y defensoría y trabajar con la ICANN después de la delegación en cuatro puntos principales. Queremos ser la voz de los registros de marcas, queremos también asesorar a los procesos de desarrollo de políticas de ICANN que puedan afectar a nuestros miembros.

Vamos a actuar como una asociación, trabajando de manera colectiva en pos del interés común. También para reducir los costos y vamos a trabajar en forma directa en respuesta a solicitudes de comentarios, en políticas de la ICANN pertinentes y también vamos a ver todas las implicancias comunes de los modelos de registros que van evolucionando de nuestros miembros.

O sea que no solamente nos concentramos en algo estático en el presente sino que pensamos a futuro.

Luego, con respecto a la incidencia con los Gobiernos y los organismos públicos, queremos mejorar el entendimiento de los objetivos del grupo, por parte de nuestros miembros. Y también donde sea pertinente pedir su apoyo para la concreción de estos objetivos.

Esto tiene que ver con tener un acuerdo específico para este tipo de registros y esa es una idea en la que tal vez le pidamos su apoyo.

Y de esto vamos a hablar con la ICANN esta semana.

---

Ahora, si seguimos avanzando en la presentación podemos hablar de la estructura.

Para poder tener una identidad jurídica, nuestro primer paso sería – después de la reunión de Pekín – formar una organización sin fines de lucro independiente; que opere en beneficio de sus miembros como lo haría cualquier organización profesional, y tendríamos una Junta Directiva, recibiríamos también una cuota de los miembros. Tendríamos personal y estaría registrada en un país que abra sus puertas a las organizaciones sin fines de lucro internacionales.

Entonces esta semana vamos a mantener debates internos para poder profundizar en algunos de los aspectos de la estructura.

Y esto nos daría algunas opciones desde el punto de vista de la naturaleza de algo que podríamos mantener con la ICANN.

En primer lugar, podríamos ser simplemente ser una asociación profesional que mira desde afuera y que ejerce presión desde afuera, o podríamos transformarnos en una nueva unidad constitutiva.

Y ciertamente es probable que prefiramos ser una nueva unidad constitutiva.

Y también podríamos ver las oportunidades en el futuro de transformarnos tal vez en un grupo nuevo de partes interesadas en una nueva ICANN.

Esto tal vez lo profundizaremos en unos minutos. Bueno.

Y si hablamos de conformar una nueva unidad constitutiva, podemos decir, como se ve en esta diapositiva, que bueno – les pido disculpas porque en realidad quería pasar a otra diapositiva – pero si nosotros hacemos presión desde afuera, bueno, esto es posible pero no

---

tendremos apoyo de ICANN desde el punto de vista financiero, los servicios. Y habría un poco de incertidumbre con respecto a la modalidad nueva de hacer las cosas.

Entonces por el momento probablemente optemos por la segunda opción que les mencioné; la de conformar una nueva unidad constitutiva.

Ahora si pasamos a la siguiente diapositiva. Y espero que ustedes estén familiarizados con este diagrama donde tenemos todo el modelo de múltiples partes interesadas de la ICANN y aquí en la parte izquierda inferior en verde, tienen la GNSO, que les resulta familiar. Y luego vemos en la siguiente diapositiva la composición del Consejo de la GNSO, con las dos Cámaras la de partes contratadas y no contratadas y todos los grupos de registro por debajo.

Y nosotros obviamente encajaríamos dentro del grupo de partes interesadas de registros.

Y en la siguiente diapositiva vamos que esto es algo posible. El proceso de la ICANN nos permite solicitar ahora, transformarnos en una nueva unidad constitutiva y hay algunas reglas que tenemos que considerar, no habría problema con cumplir con ellas y vamos a estar hablando de esto a lo largo de la semana.

Creo que con esto concluyo mi parte de la presentación.

Ahora le doy la palabra a J. Scott Evans, quien es mi colega, uno de los miembros fundadores de este grupo, quien les va a explicar un poquito más.

J. Scott Evans :

Las cuestiones que nosotros consideramos importantes como grupo de registro de marcas, es que el modelo actual de ICANN está basado en el modelo comercial que existe en la actualidad, Y este es un modelo de registro a partir del cual se venden dominios a través de registradores en forma de un contrato.

Es un registro que es el “.brand” que es cerrado, y que tiene un modelo completamente distinto de lo que se ha visto desde la creación de ICANN en 1999.

Por esa misma razón el acuerdo de registradores, que es la plantilla que está dentro de la Guía del Solicitante está diseñado –en buena medida – para un registro abierto que venden nombres de dominios al público consumidor.

No está diseñado para un modelo en el que los dominios en el segundo nivel son de titularidad de aquellos que buscan promover otros negocios. Y estamos por eso buscando otros dominios.

Es muy importante porque ICANN es muy autónoma en este organismo y los propietarios de las marcas han dicho que una de las soluciones para el “cybersquatting”, que afecta a los consumidores en buena medida es que estos titulares de marcas pueden crear un modelo confiable y seguro en las marcas de sus propios consumidores y al hacerlo que eliminen algunas de las malas acciones y los malos actores que solemos ver y que ocurren en los registros de los modelos de la actualidad.

Por eso necesitamos un nuevo acuerdo de registradores que utilice la eficiencia y eficacia que existe y ofrecerle a ICANN una mano para sentarse y hablar sobre los temas que están ocurriendo.

A Fadi le gusta decir que desde que él se unió a nosotros –le gusta contar algo de una amigo que vive en California, que es donde está la

---

mayoría de esta gente, y que tenía un caño como que perdía en esa casa, y nunca lo reparaba, esa pequeña pérdida que había, y de repente tuvo que hacer una enorme reparación a toda la estructura de la casa y eso ocurrió porque había ignorado una muy pequeña pérdida que existía en el caño que estaba en esa casa.

Por eso vemos que con este cambio en el mercado y la relevancia que vemos en la estructura identificamos ese cambio con esa pérdida de agua.

Esto implica ofrecerle a ICANN la capacidad de trabajar con nosotros como mecanismos de embudo para dar una mayor cantidad de posibilidades al modelo de registradores para tapar esa pérdida y hacerlo más efectivo y más eficiente.

También nos preocupa que del modo que está construida actualmente, las reglas del grupo de partes interesadas está basada en el volumen y eso va a generar que un gran volumen de nombres no permita que exista la posibilidad de que las cuestiones o los problemas se lleven hacia arriba en la organización y que se debatan con el nivel de seriedad requerido, porque hay muchos modelos de seriedad distintas y siempre terminan como cayendo para abajo.

La preocupación para las empresas es que tenemos que generar un camino diferente para asegurar una marca sólida y generar la confianza, el entorno de confianza y seguridad para nuestros consumidores.

El mundo de los TLDs está cambiando y estoy seguro que al GAC se le ha dicho y a nosotros se nos ha dicho en la GNSO, que las mejoras de 2008 y 2009 fueron realizadas con la idea de formar identidades que se identifiquen así mismas y que luego se formen de un modo más

---

holístico, de un modo más orgánico. Y una vez que lo hicieran que fuesen colocadas dentro del sistema.

Nosotros creemos que como el mundo de los TLDs está cambiando y el modelo comercial está cambiando, esta es una oportunidad central para establecer esta hipótesis y ver si la podemos testear, si la podemos poner a prueba.

Siguiente diapositiva por favor.

¿Cuáles son las cuestiones, los problemas con el acuerdo de registradores que está actualmente en la Guía del Solicitante?

El acuerdo tiene muchas obligaciones para la protección de los registradores que no son relevantes cuando el propietario del registro es el único registratario. Por eso hay muchas cuestiones que son superfluas para este modelo y que están allí.

Otra cosa de la que tenemos que darnos cuenta es que muchas de estas empresas que vienen a estos foros tienen establecido o han establecido prácticas comerciales y tienen Departamentos de compras, Departamentos de contratos y este acuerdo va a tener que pasar por todos estos departamentos para ser aprobado.

Va a ser muy difícil que ICANN tenga dos, tres o seiscientas discusiones sobre esto cuando nos sentemos en una sala y hablemos quizás del 75 al 80% de los problemas de modo eficiente.

Siempre va a haber un 20% de variante en el que va a tener que haber discusiones individuales, pero nosotros estamos pensando en una plantilla que esté contemplando esto para poder eliminar parte de ese tiempo de baja.

Ahora, la protección del incumplimiento no es relevante si no hay víctimas de incumplimiento.

---

Si por ejemplo “.yahoo” decidiese que ellos quieren cerrar parte de su negocio, y nosotros decidimos que no queremos que yahoo financie esto, esta va a ser nuestra elección comercial y nosotros vamos a manejar el incumplimiento o lo que sea que suceda en la base de consumidores de la forma que nosotros decidamos.

Nosotros no estamos tomando una cuestión comercial como haríamos en “.com” al cerrar el “.com”. Es decir, no lo vamos a cerrar, nosotros somos los propietarios de todos los TLDs de segundo nivel y ese daño en la reputación que nosotros podemos llegar a enfrentar es el daño con el que nos vamos a enfrentar como lo hace cualquier empresa.

Cuando sube y baja las cuestiones comerciales en los mercados correspondientes.

Las auditorías de cumplimiento que se exigen en los registros de TLDs abiertos cuando una marca está basada en un lugar específico tienen muchas implicancias en política y esto puede ocasionar grandes problemas con las entidades corporativas que quieren asegurarse de que el cumplimiento en las leyes de jurisdicciones locales precisamente sean cumplidas. Y tenemos que ser muy sensibles a todo esto.

Las reglas, como dije antes, del grupo de partes interesadas de los registros está diseñado para que todas las votaciones se sopesen en base a los registros de segundo nivel.

La mayoría y no todos los “.brand”, van a tener una muy pequeña cantidad de dominios de segundo nivel por la forma en que está estructurada el sistema, el modelo.

El registro “.com”, ya no es relevante y esto no hay que reconocerlo, para los nuevos registros, y los registros tienen que tener una voz en el sistema.

Siguiente diapositiva.

El mundo está cambiando, todos sabemos esto. Esta es una de las ideas innovadoras por las cuales ICANN se creó y que ICANN presentó al mundo. Es decir, un paisaje, un entorno de internet que cambie, donde haya competencia, donde haya distintos modelos comerciales, e ideas nuevas e innovadoras.

La pos-delegación de los 1900 gTLDs va a crear una estructura de GNSO completamente nueva para poder abordar los cambios que van a ir ocurriendo en este entorno sobre la base de experimentación en la cual nos estamos embarcando.

Tenemos que estar preparados para eso y con 1/3 de los TLDs de marcas o “.brand” que van a estar en este modelo, todo el modelo se va a cambiar y vamos a tener que poder hacerlo. Vamos a tener que poder mostrar nuestro espíritu innovador para permitir que grupos como este se formen y nos traiga una nueva voz a los consumidores.

La curva de aprendizaje de los registros es algo que ha ocurrido ya en muchos registros. Y los registros “.brand” van a ser gestionados de otro modo.

Van a tener un contrato distintos, una relación contractual diferente a la que tenemos hoy porque van a estar dando servicios a clientes en lugar de brindar sus propios servicios al consumidor, lo cual es más que una relación (inaudible), que es la que nosotros tenemos en este caso.

Y todo esto es que tiene que haber cambios estructurales para reconocer las nuevas partes interesadas de ICANN y esto requiere de tiempo.

---

Nosotros estamos aquí, estamos dando el primer paso y nosotros consideramos que entrar en este nuevo mundo de la estructura y traer nuevas voces al debate es lo que queremos hacer.

Entonces, les agradecemos muchísimo por tomarse el tiempo para escucharnos a nosotros.

Yo espero que dado que muchos de ustedes están aquí no son oradores nativos de inglés, espero no haber hablado demasiado rápido, o que mi acento del sur no haya sido una dificultad. Pero nosotros agradecemos muchísimo el tiempo que tenemos ahora. Y les pedimos que nos formulen cualquier pregunta que tengan de nuestra presentación de hoy.

Heather Dryden:

Fue muy interesante la presentación. Creo que nos ha dado mucho para pensar sobre los cambios que van a venir y qué es lo que significa ser un registro de marcas y no de otros registros.

Veo que Suiza quiere tomar la palabra.

Suiza:

Gracias señora Presidente y gracias por esta interesante presentación.

Esto me recuerda a algunos de los debates que tuvimos en el GAC en el 2009-2010 cuando ustedes pueden leer en el comunicado de Nairobi o Seúl, que le pedimos a la Junta que explore la diferenciación entre las distintas categorías de los nuevos gTLDs.

Por eso debo decir que esto nos recuerda eso.

Y había representantes del GAC que junto conmigo redactamos cuestiones como los TLDs de marcas o TLDs genéricos y dentro de los grupos intercomunitarios tratamos de abordar estos temas.

---

La mayoría de la comunidad decidió que un solo tamaño va a ser suficiente para todas las soluciones, y teníamos que avanzar lo más posible.

Quizás no estaban equivocados pero ahora veo que en definitiva teníamos distintas categorías con distintos usos y que necesitábamos mecanismos adecuados para permitir que se logre lo que se desee en términos de la sustancia. Creo que todos estamos de acuerdo que tenemos que encontrar la mejor solución para esta situación

Gracias.

Philip Sheppard:

Gracias. Creo que en las últimas semanas nos parecía que tenía que haber un miembro que se una.

La variedad fue interesante de hecho, y una de nuestras primeras respuestas provino de lo que una de las partes lo denomina un TLD de ciudad o un TLD geográfico, creo que esto vino de Zurich que califica para el mismo tipo de valores que las empresas comerciales están estableciendo.

De hecho hay otras organizaciones que también han expresado interés incluido una organización del Reino Unido, la BBC, y creo que usted tiene razón cuando la categorización de los TLDs es algo difícil de hacer.

Nosotros pensamos que quizás la categorización que nosotros estamos haciendo está basada en valores y no en algo más simple.

J. Scott Evans:

Muchos de los “.brand”, ustedes seguramente se acuerdan, nosotros estamos trayendo nuevas voces que no siguen estos temas tan de cerca. Lo que ellos tienen que sentir –disculpen por haber utilizado la palabra “c-suite”, que es una expresión idiomática de Estados Unidos –

---

Muchos ejecutivos no confían en estas cuestiones y mandan a personas a las reuniones. Ahora nos están pidiendo que quieren expresar su opinión, que quieren traer dinero para generar la web.4.0 y así asegurarnos de que tengamos una voz en el proceso.

Aquí es donde nosotros creemos que la autodeterminación es lo que determina lo que nos va a dar nuestra ayuda.

Nosotros tenemos que poder ser eficientes con ICANN e identificar los problemas, resolverlos de modo eficiente y adecuado para nuestra comunidad.

Todos nosotros, pero especialmente nuestra comunidad y los consumidores.

Heather Dryden:

Gracias. Habla Reino Unido.

Reino Unido:

Gracias Presidente. Como hablante de inglés aprendí una nueva palabra. Aprendí la palabra “c-suite”, es la primera vez que me encuentro con algo así. Es un término estadounidense, sin duda.

Quería reflexionar sobre la internacionalización de ICANN, el GAC ahora tiene 140 miembros, Fadi está avanzando mucho en la agenda de la internacionalización y me pregunto qué es lo que pueden traer las marcas a este proceso.

Primero habría que ver cuántos miembros no europeos y no americanos existen. Y cuál es la difusión externa que nosotros estamos realizando en el mundo en desarrollo.

Esto es en anticipación quizás a la ronda futura donde vamos a ver más empresas de países en desarrollo; que puedan tomar la oportunidad de

---

nuevos TLDs para presentar sus contribuciones y su compromiso con la economía digital.

Espero escuchar eso. Estaba muy interesado en escuchar cuáles son los objetivos en este sentido.

Esa es mi pregunta en realidad. ¿Cómo ven ustedes a las marcas quizás a través de asociación o de unidad constitutiva o como sea que esté constituida? ¿Y cómo va a contribuir esto a la internacionalización de ICANN y al desarrollo del sistema de nombres de dominio?

Gracias.

Philip Sheppard:

Hay dos respuestas. Una por supuesto es que lo que hacemos está en promedio limitado a los solicitantes. Esto puede ser muy diverso. Y las oficinas centrales de la mayoría de estos solicitantes potenciales van a estar basadas en Europa o en Estados Unidos, por la naturaleza de aquellos que han decidido presentar su solicitud.

Nuestra difusión externa por supuesto es global y de hecho tenemos interés en marcas en lugares como China, en este país, y sin duda también en un número de marcas estadounidenses o europeas que ya existen. Algunas de ellas ya han presentado una solicitud para el IDN de su propia marca, pero la segunda respuesta por supuesto es que la naturaleza misma de algunas de estas organizaciones sin importar dónde está su oficina central es que son empresas multinacionales. Están en todo el mundo y hacen negocios a nivel internacional. Por eso la diversidad está basada en su ADN actual. Y por lo tanto su conjunto de valores y la innovación que ofrecen está en su ADN mismo.

Por cierto, en cierta medida, el origen de las entidades solicitantes que en algunos casos tienen oficinas centrales, en otros casos son empresas realizadas específicamente respecto de la solicitud es poco relevante.

---

Son organizaciones que generalmente son globales y diversas.

J. Scott Evans:

En el mundo de internet actualmente la palabra es la “globalización”. Todas las grandes empresas están pensando en sí como parte del mercado local y lo están haciendo de ese modo.

Por eso las grandes empresas internacionales a las que se refiere Philip están tratando de llegar a los mercados locales.

Por ejemplo nosotros somos Yahoo-Japón, o México o Brasil, estamos localizados pero la naturaleza misma de las marcas genera que nosotros tengamos nuestra propia infraestructura que es muy internacional.

Tenemos una asociación internacional de marcas que es una gran organización que tiene más de 5600 marcas en todo el mundo y utilizamos esa red para hacer difusión externa y para nuestros solicitantes locales y alentarlos a que utilicen estos mecanismos, para presentar su solicitud en otras rondas.

Tenemos Mark grupos que están todos internacionalizados y todos ellos tienen mecanismos para hacer esto.

Pero nosotros consideramos que tener esta voz en la estructura, en el proceso, sería un aliento muy importante para que aquellas voces se involucren y se unan y que creen un mundo diferente en el comercio electrónico.

Heather Dryden:

Gracias. Tengo pedido de palabra de Países Bajos y Estados Unidos.

Países Bajos:

Gracias Heather. Y gracias a los expositores. Es muy interesante ver la formación de nuevos grupos y también tener un vocero para este grupo nuevo.

---

Les pido disculpas por ser un poco crítico, pero nosotros somos un órgano de política pública y realmente vemos lo que nos importa más, es el interés público y la política pública.

Tal vez nos puedan explicar mejor cuáles son los objetivos. Porque yo no llego a ver el aporte de los TLDs de marcas para la competencia. Entiendo desde el punto de vista de los usuarios y de la elección que tienen estos, pero, por qué los nombres de marcas organizados en una estructura de TLD pueden realmente ayudar a aumentar el espacio y el acceso de los nombres. Gracias.

J. Scott Evans:

Una de las cosas que esto ofrece a muchos usuarios en la industria financiera o de los seguros es la cuestión de la confianza. Y el nivel de confianza para los bienes de lujo. Es decir, ir a una fuente y recuperar o extraer de esa fuente los controles exactos.

Le estamos dando un universo totalmente nuevo de confianza, porque uno controla ese universo. Y uno puede decir cuando va “.suissebank” o “.hsbc”, saben exactamente que están obteniendo lo que quieren.

Como está estructurado el sistema hoy no tenemos ese mismo nivel de seguridad que existe. Pueden ir a haciendo algo, que se pueda modificar y alguien puede estar obteniendo los detalles de su cuenta. En cambio con este nuevo modelo eso no es posible.

Y esto permite la competencia. Permite que algunos en determinadas industrias ofrezcan cosas mejores a sus consumidores y que pueden competir efectivamente entre ellos y cada vez más el sector de comercio de ese ámbito está cobrando mayor importancia, incluso en sectores que antes solamente operaban desde puntos físicos. Y no en forma virtual.

---

Heather Dryden:

Gracias. Estados Unidos y luego el Líbano.

Estados Unidos:

Gracias señora Presidente. Quiero agradecer también a nuestros invitados por darnos esta reseña general tan interesante.

Tengo una pregunta y les pido disculpas de antemano si esto me hace quedar como inapropiado o es muy tonto, porque no sé si esto es información confidencial.

Pero quisiera saber si ustedes han desarrollado un modelo para ese acuerdo de registro revisado que ustedes si estarían dispuestos a firmar, y en ese caso ¿lo compartirían con nosotros y nos informarían?

Philip Shppard:

Es una pregunta excelente. Como somos un grupo de empresas nosotros ofrecemos soluciones y la respuesta es, si.

Desde el momento en que presentamos un comentario en la ronda de comentarios públicos, pensamos que era bueno tener esta plantilla y pensamos que teníamos que comenzar a trabajar en ese sentido para producir algo que fuera práctico.

Ese es un trabajo que está en curso. Como grupo nos vamos a reunir más tarde esta semana. Y la finalidad de esa reunión será la de consolidar el acuerdo del grupo. Y algunos puntos específicos. Una vez que tengamos eso listo obviamente lo vamos a compartir ampliamente con el mundo.

Entonces la respuesta a su segunda pregunta es si, pero todavía no.

J. Scott Evans:

El tema es que estamos difusión externa todavía, entonces tal vez hay voces que necesiten escucharnos. Entonces estamos al comienzo de una marea, donde empezamos ya a hacer olas pero todavía no llegamos a escuchar todas las voces de todas partes del mundo.

---

Queremos que lleguen todas esas perspectivas de modo tal que después podamos tener un trabajo sólido para compartir.

Heather Dryden: Gracias. El Líbano!

Líbano: Gracias nuevamente. ¿Cuáles su evaluación del poder potencial que podría tener esta asociación? ¿Y Cómo podría afectar al mercado?

Philip Sheppard: Es una pregunta, la verdad, muy desafiante. Creo que tiene menos que ver con el poder que con nuestra capacidad de expresar el interés común que tenemos como asociación.

Habrá algunas cosas donde hablaremos todos con una sola voz y diremos “esto es lo que queremos, desde el punto de vista de lo que le ofrecemos al mundo” “este es el tipo de relación que queremos con ICANN y que vamos a solicitar tener”.

Esperamos que este interés común sea visto por la ICANN con respecto a la cantidad de personas que esto pueda resultarles pertinente.

Como ustedes vieron en la presentación, nuestro mercado potencial allí es 1/3 de todas las solicitudes de TLD. De modo que potencialmente es muy significativo para ICANN. Como es un grupo que estamos en formación, creo que no podemos comentar mucho más al respecto por el momento

Heather Dryden: Gracias. Países Bajos!

Países Bajos: Una pregunta muy rápida. Ustedes dijeron que tienen una suerte de fechas o que solamente aceptan marcas que están registradas?

---

¿Hay alguna fecha estipulada? ¿Hay alguna fecha, un plazo límite o es algo que va extendiéndose en el tiempo?

Philip Sheppard:

No. Lo que hemos hecho fue definir quiénes podrían ser miembros. A la fecha ese potencial está fijado por aquellos que han hecho solicitudes a la ICANN en la primera ronda.

La ambición como organización es existir a largo plazo. Entonces habrá un nuevo conjunto posiblemente en las próximas rondas de la ICANN que podrían ser aptos para ser miembros de nuestro grupo.

Y queremos que los miembros puedan sumarse en cualquier momento, ahora, una vez que se haya hecho la delegación de los nombres de dominio, como en cualquier asociación. Lo importante es que califiquen y que cumplan con los criterios que nosotros acordemos que sean pertinentes para el grupo.

Heather Dryden:

Muchas gracias. No veo ninguna solicitud de intervención en este momento. Así que quisiera agradecerles a ambos, fue una presentación muy interesante la que nos ofrecieron, ha sido sumamente informativa. Para que tomemos conocimiento de esta categoría, en particular, de registro de marcas.

Para el GAC, les pido a los miembros que no se muevan porque nos queda una sesión más a continuación, donde vamos a hablar de la revisión de los acuerdos de acreditación de registradores.

Así que preparémonos para eso pero no se vayan de sus lugares.

Gracias.

Final de la transcripción -