
ICANN74 | Foro de Políticas – Sesión 2 de At-Large sobre políticas: genéricos cerrados - en búsqueda de un equilibrio

Miércoles, 15 de junio de 2022 – 10:30 a 12:00 AMS

YEŞİM SAĞLAM:

Hola y bienvenidos a la sesión número 2 de políticas de At-Large: genéricos cerrados en busca de un equilibrio. Mi nombre es Yeşim Sağlam y seré la coordinadora de la participación remota para esta sesión. Por favor tengan en cuenta que esta sesión está siendo grabada y se rige por los estándares de comportamiento esperado de la ICANN.

Durante esta sesión, las preguntas y los comentarios enviados en el chat se leerán en voz alta si se encuentran en el formato adecuado tal como fue indicado en el chat. Participación mediante audio: si están conectados remotamente, por favor esperen hasta que se mencione su nombre y activen su micrófono de Zoom. Para quienes estén presentes en la sala principal, por favor levanten la mano en la sala de Zoom, y cuando se mencione su nombre, por favor activen el micrófono de la mesa.

En la sala secundaria, por favor, levanten la mano en Zoom y diríjense al micrófono de pie cuando se mencione su nombre. Para beneficio de los demás participantes, por favor mencionen sus nombres para el registro y hablen a una velocidad razonable.

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.

Los participantes en la sala pueden tomar un receptor y utilizar sus propios auriculares para escuchar la interpretación. Los participantes conectados remotamente o virtuales pueden acceder a la interpretación mediante la barra de herramientas de Zoom. Y ahora sí, con eso voy a darle la palabra a Jonathan Zuck, quien es el vicepresidente de ALAC.

JONATHAN ZUCK:

Muchas gracias, Yeşim. Como dijo Yeşim, soy el vicepresidente de política de ALAC, y esperamos tener un debate abierto entre los voluntarios de ALAC en relación a los genéricos cerrados. Aunque hay algunos observadores, en realidad esta sesión es para nosotros, para trabajar en las diferentes ideas, matices, en torno al tema de los genéricos cerrados y poder tener una participación informada en una participación más amplia sobre este tema. Así que el objetivo de esta sesión es para que los voluntarios de At-Large presenten o planteen el tema y debatan, o debatamos entre nosotros, la cuestión que comenzó con la ronda del 2012.

Lo que quiero pedirles a todos es que por favor abran sus dispositivos o tengan a mano sus dispositivos de interpretación. Ya saben todos cómo conectar sus auriculares para que, cuando alguien quiera hablar en otro idioma, no sienta que está molestando o interrumpiendo a la sesión, porque la idea es que ya estemos listos cuando alguien quiere tomar la palabra en otro

idioma que no sea inglés, así que, por favor, les pido entonces que tomen sus auriculares, que los enchufen a su computadora para que ya estemos listos en caso de que alguien quiera tomar la palabra en un idioma distinto del inglés.

Muy bien, les agradezco. Quiero que esto sea una conversación inclusiva. Muy bien. Estaba preparando unas presentaciones, pero decidí que la idea es que esto sea más bien un debate, una conversación y que no se extienda con presentaciones, así que, a modo de introducción en este tema, vamos a hablar un poco de la historia, porque esto en realidad tiene que ver con nuestra perspectiva para avanzar en relación a este tema. Para comenzar, lo que quiero hacer es darles una breve introducción de la idea de lo que es un genérico cerrado, un TLD genérico cerrado, para que todos hablemos de la misma cuestión, del mismo tema.

Es un poco confuso porque muchas veces hablamos o escuchamos sobre los gTLD, de los dominios genéricos de alto nivel, y hay como una especie de superposición o confusión de esos términos. Los dominios genéricos de alto nivel son dominios que no son código de país. No son dominios con código de país, dominios de alto nivel. Eso es lo que es un dominio genérico, y creo que muchos estamos familiarizados con .gallery, con .photos, con .net, es decir, todos son nombres de dominio de alto nivel genéricos, y en oposición, por ejemplo, a .eu que, en realidad, es un dominio de alto nivel con código de país.

El debate del día de hoy tiene que ver con estos dominios de alto nivel y cuyas cadenas de caracteres están consideradas muy específicas y son términos genéricos. En otras palabras, si yo soy, por ejemplo, un productor, un agricultor, quisiera registrar .milk o .leche (en español), y a nivel de segundo nivel podría acceder o ir a mis distribuidores.

Si, por ejemplo, yo manejo un software contable y tengo uno de los paquetes de contabilidad más importantes, por ejemplo, QuickBooks, voy a registrar .books o .libros y voy a poner a disposición un nombre .books (o libros en español) para que mis clientes tengan sus libros en la nube. Sería, por ejemplo, Jonathanzuck.books o Microsoft.books. Quienquiera que lo vaya a utilizar va a tener eso y va a poder insertar su negocio, por ejemplo, DCA.dog sería una parte para que yo pueda acceder a .book. Esos son ejemplos de términos genéricos, es decir, son palabras que reconocemos que son relevantes para el mercado del solicitante.

En otras palabras, alguien que quiere registrar una palabra o un término simple en inglés pero que tiene cierta relevancia para el mercado en el cual operan. Hay muchas de estas. Por ejemplo, si ustedes quieren solicitar .perfume, en este caso hay un producto, existe un producto y un mercado para ese producto, por lo tanto, se plantearon objeciones a esto; hay debates a ambos lados, en la ronda del 2012 y se retomaron esas conversaciones luego.

Yo quiero asegurarme de que todos entiendan a lo que me refiero cuando digo un genérico cerrado, es decir, es un término genérico o general que está administrado por un proveedor cuyo mercado tiene relevancia para esa cadena puntual. No sé si esto tiene sentido para ustedes, si queda claro este concepto que estoy explicando.

Las cosas se complicaron un poco. Por ejemplo, si uno es Apple... ¿Hay una pregunta? A ver, perdón. Ah, veo a Holly que levantó la mano. Adelante, Holly.

HOLLY RAICHE:

Usted me pidió que levantara la mano, así que le hice caso. A mí me gustaría ir un poco más en detalle con respecto de lo que usted dijo, porque, en primer lugar, tenemos que decir lo que es un genérico. Usted dijo que un genérico es un sustantivo. No es el nombre de algo, sino que es un sustantivo y luego, cuando se dice cerrado, no necesariamente se dice cerrado en una forma específica. Se dice que si yo tengo esa palabra que se puede aplicar de diferentes maneras pero yo elijo seleccionar a los solicitantes que quieren utilizar mi nombre. ¿Eso es a lo que usted se refiere cuando dice algo “cerrado”?

JONATHAN ZUCK:

A ver, no sé si siempre vamos a hablar de un sustantivo. Puede ser, por ejemplo, una palabra simple en algún idioma, y no necesariamente estamos hablando del idioma inglés, sino que es una palabra simple sacada del diccionario, una palabra común, y el solicitante de ese dominio de alto nivel, porque, por ejemplo, yo quiero ser un registrador para un registro para ese nombre, va a decidir quién va a registrar el segundo nivel, un nombre de segundo nivel, en ese dominio de alto nivel.

Un ejemplo podría ser con Quicken, la compañía de contabilidad. Yo podría registrar .books o libros y yo podría decir que solamente mis clientes van a tener o van a poder obtener un dominio que sea .books (o .libros en español). Amazon, por ejemplo, aplicó para la ronda del 2012 y querían tener el poder de decidir quién podía obtener el dominio. Quizás podemos hablar de libros, por ejemplo, por un cierto período que están disponibles en Amazon y que, por ejemplo, se puedan obtener cuando se tenga ese dominio .book.

El caso de perfume (o perfume) si hay una empresa de perfumes en particular que obtiene el .perfume, vamos a asociar que esos perfumes vienen de esa compañía. O cualquier nombre registrado en el segundo nivel va a provenir de esa compañía. Eso es lo que quiere decir algo cerrado, es decir, que un mercado abierto empieza a ser controlado por un registro único o particular

porque toma o solicita ese nombre en particular. ¿Algún otro comentario?

Veo a Greg Shatan que ha levantado la mano y Lutz. Lutz, adelante, por favor.

LUTZ DONNERHACKE: Si entendí bien, estamos restringiendo a los genéricos a los operadores de registro que seleccionan a los posibles registratarios mediante alguna decisión arbitraria. Ahora, ¿qué sucede con los dominios de alto nivel como, por ejemplo, .museum? ¿En ese caso no es una selección arbitraria?

JONATHAN ZUCK: Es una buena consulta. Tiene que tomar el micrófono.

HOLLY RAICHE: Yo entendía que era una restricción a nivel del registratario. No estamos hablando del registro o registrador.

JONATHAN ZUCK: Como decíamos, el registrador tiene la posibilidad de especificar arbitrariamente las personas que van a poder ser registratarios de ese nombre de dominio. Entonces, tenemos algunos dominios que son restringidos, que es algo distinto a un nombre de dominio cerrado. Hay ciertas reglas que se aplican, o existen ciertos

criterios, para que puedan cumplir con esos criterios y que no sean discriminatorios. Y esto, por ejemplo, se puede aplicar a una industria específica, por ejemplo, .pharmacy (o farmacia), .bank (banco). Por ejemplo, si hay una industria que tiene un nivel de regulación muy alto, quizás ciertas cadenas tengan que estar restringidas de cierta manera.

Cuando hablamos de algo restringido es que hay que cumplir una serie de criterios públicos o publicados o disponible públicamente para ser registratario de ese dominio de segundo nivel. Imagínense, por ejemplo, .doctor, no podríamos registrar holly.doctor aunque quizás pueda ser, por ejemplo, una doctora muy competente.

HOLLY RAICHE:

Tengo una pregunta. ¿Cómo un registro tiene el rol o el control de un registratario?

JONATHAN ZUCK:

No quiero entrar mucho en detalle, pero a veces los registradores no están involucrados cuando hablamos de los genéricos cerrados. Un ejemplo, quieren darles el .books a todos los que tienen un servicio en la nube. Eso no se va a vender a través de los revendedores o los canales de revendedores habituales, por eso se tiene un nombre de dominio cerrado. Algunos son TLD muy

restringidos y se indica a los registratarios cómo utilizarlos, pero hay criterios que están generalmente aceptados y que se supone que estos están restringidos para el uso de empresas con algunos intereses específicos.

Cuando hablamos de los genéricos o las marcas, por ejemplo, si Quicken fuera a registrar .Quicken, no se debatiría mucho y podrían manejar ese nombre de dominio como quisieran; primero, porque esto es para el interés de su propio negocio. Pero, según el entorno actual, no se puede utilizar .Books de la misma manera.

GREG SHATAN:

Usted mencionó .marcas o brands, pero creo que también tenemos que incluir dentro del debate de los genéricos cerrados los dominios de alto nivel donde el registro también es el único registratario. En ese caso, ese es el modelo que causa mayor dificultad para el GAC en oposición, por ejemplo, a lo que se puso más en el centro del debate que tiene que ver con las variantes con TLD que no están restringidos y la posibilidad de tener registratarios que pueden controlar el mercado.

Lo mismo que sucede con .brands el registro y el registratario, en este caso, son el mismo. Ese es un modelo que requiere ser reconocido dentro del debate, incluso si vamos a decidir que ese modelo se tiene que prohibir.

JONATHAN ZUCK:

Es cierto. Gracias, Greg. Es una distinción interesante. A mí me parece que es fundamental que tener el control completo de dominio es algo crucial. Saber que .Facebook es de Facebook. Quizás no sea el único registratario, pero que se le den los nombres a los miembros de Facebook y que puedan tener la flexibilidad de tener su dominio .facebook, porque eso, por ejemplo, va a darles la posibilidad de tener una página web más divertida. Pero me parece que la idea es tener el control completo de ese nombre de dominio, y ese sería el aspecto más importante.

Pero tengamos en cuenta esa diferencia porque, conforme avancemos en el debate, vamos a tener que definir nuestra posición y quizá lo que usted dice sea innecesario decir hacer una diferencia entre un único registratario y un único registro que controle los intereses de una sola compañía.

A ver, vamos a comenzar con las definiciones. Adelante, Christopher Wilkinson.

CHRISTOPHER WILKINSON: Hola, buenos días. Yo voy a tomar el comentario que hizo Holly, y mi principal comentario es el siguiente. La GNSO y el SubPro tienen efecto en que todos los términos geográficos son genéricos. Algunos en el SubPro hicieron recomendaciones

totalmente en contra de esto. Y teniendo en cuenta esta situación, ahora con lo que estamos trabajando implica que los nombres geográficos pueden tornarse, o se pueden solicitar, como nombres cerrados, porque no hay nada en los documentos que existen que aborde la cuestión de cuáles son las categorías elegibles para un genérico cerrado. Creo que eso va a traer muchos problemas.

JONATHAN ZUCK:

Bien, pero está muy adelantado en la conversación. Yo quería ir al primer punto que es el rol de los genéricos, de los geográficos y eso quizás nos dé lugar a otra diferenciación para poder incluso entrar en una posición un poco más detallada. La idea ahora es que todo el mundo entienda lo que es un genérico cerrado. Les pido que no empecemos a emitir opinión sobre si nos gusta o no, sino que definamos o no. ¿Hay preguntas o clarificaciones con respecto a lo que es un genérico cerrado?

CHRISTOPHER WILKINSON: Entonces me voy a quedar en la lista.

JONATHAN ZUCK:

¿Perdón? Yo estaba mirando la lista de oradores en Zoom. A ver, adelante, por favor.

AMADEU ABRIL: Tenemos algún ejemplo de registros para poder entender las diferencias que gestionen muchas comunidades...

JONATHAN ZUCK: Por favor identifíquese.

AMADEU ABRIL: Mi nombre es Amadeu Abril. Tomemos el ejemplo de radio y sports. Esos son genéricos, pero en catalán pueden diferir. Todo quiere decir algo en un idioma. Ese no es el problema. El tema es que radio, por ejemplo, quiere decir algo, pero hay entidades relacionadas al sector de la radio o al sector de las transmisiones, entonces no es un TLD cerrado, porque los registratarios no son solamente esas entidades, tampoco son entidades que están ligadas a ellos, están relacionadas a la actividad del sector.

Entonces uno puede, por ejemplo, solicitar o tener .radio si hace cuestiones o lleva adelante actividades que tienen que ver con la radio. Por el contrario, nosotros gestionamos .seat en inglés seat tiene un significado diferente, pero, en nuestro caso, es un nombre genérico. Seat en inglés es una cosa pero en español tiene un significado diferente, es una marca, y solamente está permitido para los que gestionan o tienen concesionarios de autos, así que hay que ver o analizar cuál es la relación

institucional con el registro. Si es un genérico, va a ser un genérico cerrado aunque haya varios registros. El interés aquí es doble, tenemos que ver quién puede registrar, ya sea cerrado o no, y los criterios de elegibilidad del registratario va a depender de la relación que tenga con el registro.

Y, en tercer lugar, en relación a si algo es cerrado o no, un genérico cerrado o no, “seat” es una palabra genérica en inglés, pero no se utiliza en ese sentido porque no lo escribe el TLD. Se utiliza para los autos, por ejemplo. Mango es otro de los TLD que nosotros gestionamos y no es, en nuestro caso, no lo referimos a una fruta, sino que nos referimos a una compañía. Entonces el problema real surge porque hay palabras que describen una actividad que la utiliza una entidad que es parte del sector que tiene relación con esa descripción o por otras personas que están relacionadas con las instituciones, así que creemos que eso no se tiene que permitir.

No es el significado de la palabra en sí porque ese significado se puede utilizar y, en realidad, está siendo utilizado por un sector que es descriptivo de esa entidad, y si ese es el caso, ya sea que todos en el sector puedan registrar o también hay que ver si están utilizando un criterio institucional para poder dar lugar a todas las registraciones.

JONATHAN ZUCK: Gracias. Era lo que quería decir, pero gracias por los ejemplos que dio. Holly, ¿quiere tomar la palabra nuevamente? Aziz, adelante, por favor. ¿No está?

HOLLY RAICHE: Hay muchos comentarios en el chat que pueden ser útiles.

JONATHAN ZUCK: No le voy a prestar atención al chat. Les recomiendo que no utilicen el chat para participar en esta conversación. Si tienen una pregunta, por favor levanten la mano, y si quieren que el personal haga una pregunta en su representación, por favor tipeenla siguiendo el formato y de esa manera vamos a avanzar con el debate. Pero este es un debate oral, una conversación oral. Adelante, Aziz.

Por favor le pido que se acerque al micrófono.

AZIZ HILALI: Voy a hablar en francés, así que les pido por favor que se coloquen los auriculares. Es una pregunta para usted. Quizás llegué tarde, pero esta noción de los genéricos cerrados... No voy a repetir lo que usted dijo, pero ¿hay una nueva definición que se está dando? A mí me gustaría volver a lo que dijo el orador anterior. ¿Cómo vamos a abordar a esas ciudades o marcas? Y no voy a dar muchos

ejemplos, porque ya las conocen. Son nombres de dominio, tenemos marcas, hay ciudades también en algunas ocasiones. Cuando tenemos esas situaciones, cuando esas situaciones se plantean, ¿cuál va a ser la prioridad? ¿A quién se le va a dar la prioridad? En Marruecos, por ejemplo, nosotros tenemos marcas de la India muy grandes y que se parecen al nombre de una ciudad, entonces, ¿va a haber una zona geográfica, se va a dar prioridad a la marca o se va a hacer algo más?

JONATHAN ZUCK:

Muchas gracias por la pregunta. Eso es parte de lo que tenemos que dilucidar conforme avancemos con la conversación sobre estos temas. Hay muchas formas de definir esto, así que la idea es tratar de obtener una definición similar a la que, por ejemplo, se hablaba o se hacía en catalán donde hay una industria que quiere registrar un nombre que es relevante a esa industria y después, arbitrariamente, establece sus propias políticas para la registración y para los registratarios.

Hay que ver si hay una relación con ellos. Eso es lo que estamos tratando de dilucidar, la definición que queremos establecer. Como usted dijo, esto se ve dificultado por aquellas marcas que también son términos genéricos, por ejemplo, .Apple. Apple es un nombre genérico, apple (o manzana en español) es un nombre genérico y realmente sería difícil si Apple tuviera .apple, pero

también tenemos el caso de Amazon. Amazon tiene una connotación geográfica. Entonces, la pregunta es: si yo tengo un nombre comercial que utiliza una palabra que es relevante para mi industria, ¿qué vamos a hacer en esa situación?

Algunos hacen un análisis de la ley o las leyes de marcas comerciales y eso es un poco complicado porque, en lo que es derecho marcario uno puede titular un nombre dentro del contexto de su negocio, pero no lo posee totalmente, lo puede hacer únicamente dentro del contexto del negocio en donde uno registra eso como marca. Y Apple no puede evitar, por ejemplo, que aquellos que cultivan manzanas quieran registrar .apple, pero al tener un nombre de dominio no pueden evitar que la gente que cultiva manzanas pueda registrar un .apple.

Entonces pasa a ser una situación de 1:1 donde pasamos al tema de las marcas registradas o comerciales, y a veces los nombres de dominio tienen menos protección y se emiten o se dan a un nivel más general. Parte de la cuestión es esa.

La segunda parte de este debate son los argumentos que se tienen y los debates sobre cuáles son las cuestiones o cuáles son los problemas que nos encontramos. Hay dos cuestiones que han surgido: una tiene que ver con la confusión que esto presenta para los usuarios finales. En otras palabras, si uno ve un nombre de dominio, un usuario individual, en este caso una unidad

constitutiva, por ejemplo, se encuentra con un nombre de dominio—.books— va a hacer ciertas suposiciones de que eso es un TLD abierto o quizás que es un TLD restringido solamente para quienes están dentro de la industria de los libros, o quizás esto genere confusión.

Ya hay bastante confusión al respecto, pero va a incrementar la confusión, así que ese es uno de los debates que se da. Si uno trata, por ejemplo... Una de las conversaciones en la ronda del 2012 era con el .beauty (o belleza). Si yo pongo beauty.com, ¿saben adónde nos dirige? Eso los confunde. Se confunde porque, el hecho de que beauty.com va al sitio de Walgreens. Entonces un argumento que se planteó en la sesión que tuvimos hace dos reuniones era que hay evidencia de otros ejemplos que están relacionados de que se causa mucha confusión. Incluso con los dominios de alto nivel como .job o .travel, ¿cuántos de ustedes se confundieron alguna vez con la existencia de dominios .jobs (o empleo) o .travel (viaje)?

Eso ocurrió, así que es un argumento legítimo que planteó Marc oportunamente con respecto a la confusión, pero al mismo tiempo, como señaló Holly, en la revisión del CCT había una encuesta donde los usuarios hacían referencia a un sentido más semántico, es decir, a las palabras que estos dominios representaban. Y era predecible saber a qué llegarían cuando visitaran un nombre de dominio en particular.

Con eso tenemos que ver el tema de la ventaja competitiva que se le da al solicitante en el negocio que está creando, por ejemplo, estoy tratando de buscar ejemplos hipotéticos para evitar cometer fraudes.

Si tenemos .Books que se le otorga QuickBooks, va a ser mucho más difícil para Peachtree Accounting tener su presencia. Hay una ventaja competitiva que se puede obtener con la adquisición de ese nombre de dominio de primer nivel, y es la misma ventaja competitiva que teníamos cuando había cuatro o cinco de este nombre de dominio o ahora se ha diluido esta ventaja.

Estamos haciendo suposiciones de que va a haber confusión de los usuarios, por un lado, y que también habrá una desventaja competitiva que se va a acumular a partir de la existencia de nombres de dominio genéricos de primer nivel. Entonces ahora me interesaría escuchar a los colegas de ALAC.

Susan, perdón que la estoy ignorando hasta llegar al final, porque en realidad la idea es que sea un debate interno, pero siéntase libre de escribir en el chat o hacer las aclaraciones del caso, porque quiero que sea un debate entre miembros del ALAC. No quiero ser malo. No me tomen a mal. Voy a hacer una excepción con usted porque no quiero luego una actividad de incidencia fuera del ALAC. Le doy la palabra para la aclaración y luego continuamos.

SUSAN PAYNE: En realidad, levanté la mano para hacer esta pregunta. Y si yo quiero corregir, ¿lo hago por el chat o levanto la mano?

JONATHAN ZUCK: Si quiere hacer una corrección, puede levantar la mano. Si es por eso que levantó la mano, puede tomar la palabra.

Ahora quiero que hablemos sobre si creen o no que hay un perjuicio asociado. La posición histórica del ALAC siempre ha sido la de sugerir que la ausencia de una excepción sobre el interés público para estos genéricos cerrados no debería permitirse. Estuvimos alineados con el GAC en el 2012 en ese sentido. Los representantes siguieron estando alineados con nosotros en el 2020 en el grupo de procedimientos posteriores, o sea, que esa es la posición. No importa.

Esa es la conversación que estamos teniendo ahora, y yo les pregunto: ¿ustedes creen que habrá una causa fuerte para provocar confusión de los usuarios o un ámbito anti competitivo con el uso de los nombres de dominio genéricos cerrados?

Veo que Lutz solicitó la palabra.

LUTZ DONNERHACKE: Si le entiendo correctamente, tenemos un problema. Muchos espacios de nombres que son bastante diferentes y se usan típicamente están agrupados en un único punto, que es la zona raíz. Y no hay una buena solución.

Como somos At-Large, podemos ignorar todo lo que tenga que ver con lo financiero, lo comercial, las entidades comerciales de negocios. Solamente tenemos que considerar el punto de vista del usuario final. Y como usted dijo, el usuario final termina estando confundido porque no sabe exactamente cuál es el significado, entonces yo propongo que todos los nombres de dominio que no sean de primer nivel con código de país se saquen de la zona raíz y que lleguemos a alguna categoría de común acuerdo, por ejemplo, tomando las de Naciones Unidas o de la oficina de marcas registradas y patentes, y tener una jerarquía como aplicamos en nuestra vida cotidiana para poder evitar esa confusión y no tener que seguir con este debate. Y luego poder ir al almuerzo.

JONATHAN ZUCK: No sé si entendí su propuesta. Bueno, gracias, Lutz. Christopher Wilkinson, adelante, por favor.

CHRISTOPHER WILKINSON: Muchas gracias. Plantearon aquí un par de puntos y quiero reconfirmar su importancia. Por un lado, en los distintos idiomas hay un riesgo sustancial importante de confusión, recuerden que los genéricos se suponen que tienen que funcionar en todo el mundo, por lo menos en todos los textos de origen latino; y hablo también como economista con experiencia. Obviamente hay una cuestión de competencia también aquí de por medio. Si hay una entidad grande que adquiere un genérico muy buscado como genérico cerrado, esto va a terminar en los tribunales. Yo creo que estaríamos allí entrando en un terreno pantanoso, ¿no?

JONATHAN ZUCK: Gracias, Christopher. Holly, ¿ahora levantó la mano nuevamente? ¿No?

HOLLY RAICHE: No voy a dedicar tanto tiempo a hablar de la confusión. Creo que otro problema real es el de la competencia. Si alguien recibe un nombre que se puede aplicar en una variedad de circunstancias y decide aplicarlo solamente en algunas de ellas, por ejemplo, Amazon para un libro.

Todos o Amazon tiene el .book. Todos los demás vendedores de libros van a quedar excluidos y la confusión es: ¿yo tengo un libro y sé que este rango está totalmente limitado hasta que siga

buscando por otro lugar y vea que tenga un impacto en la competencia? Que, al final de cuentas, significa que tal vez excluimos a los más pequeños. Si se cierra un mercado, ¿esto va a tener un impacto en los consumidores? No sé si se entiende lo que digo.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Holly. Sí se entiende, pero igualmente representa una situación hipotética. Ese es el problema, es todo teórico. Yo quiero escuchar tantas opiniones como sea posible respecto de la parte teórica de este asunto. Cuando .jobs (.empleos) empezó a existir, era un TLD restringido y los únicos que podían registrarlo eran las empresas que contrataban por sí mismas, entonces algunas marcas podían registrar nombres de dominio con .jobs. Entonces Monster, un sitio de búsqueda de empleo no podía hacerlo. Luego decidieron que querían formar una alianza y tener una serie de nombres de dominio como NuevaYork.jobs, que era un motor de búsqueda en Monster y otros, por supuesto, se enojaron mucho. por las implicancias en términos de competencia de esa decisión.

Entonces, ahora les pregunto: ¿cuánto ha afectado su búsqueda de empleo en internet .jobs? ¿Ha habido confusión o creen que puede tener un impacto en el mercado? Porque si yo hago una búsqueda de un empleo y veo Monster, de hecho, aparece en primer lugar. Nada con la cadena de caracteres de .job. entonces

creo que es importante, por lo menos, que nosotros veamos algunos ejemplos comparativos porque, de lo contrario, estamos hablando de lo que podría ocurrir en teoría en el impacto a la competencia.

Y como dijo Chris, obviamente va a haber un impacto, pero yo creo que no es obvio porque no hay un ejemplo. Y tal vez Amazon es el ejemplo más claro. Son tan grandes, que incluso podrían tener toda la maquinaria de relaciones públicas para que todo el mundo crea que el único lugar donde pueden adquirir libros es en un nombre de dominio de .Books, pero muchos van a convencerse ya de que el único lugar donde pueden conseguir los libros es en .Amazon.

Entonces ahí tenemos que ver si realmente hay un efecto. Bill Jouris.

BILL JOURIS:

A mí me parece que esto puede tener un efecto con respecto a la confusión o la ventaja competitiva. Cuando se nos hace esa pregunta, el motivo por el cual una persona trata de conseguir este nombre genérico cerrado, es precisamente porque cree que va a adquirir una ventaja competitiva. Ahora, si lo llamamos confusión o no, es otra cosa, pero ese es el único motivo por el que lo hacen. Entonces a mí me parece que tenemos que tener la

cortesía de creer que ese es el motivo que los impulsa a hacerlo.
Gracias.

JONATHAN ZUCK: Es un criterio interesante, Bill. Gracias. Greg Shatan.

GREG SHATAN: Muchas gracias. Como observación contrapuesta a lo que dijo Bill Jouris, les quiero recordar a todos que, cuando el GAC hizo un comentario sobre este tema, su preocupación tenía que ver con que los genéricos cerrados que no estaban pudieran no estar siendo operados en post del interés público. Entonces se sugería que todos los genéricos tenían que estar operados en el interés público global, que es el sentido contrario de esta idea.

Tenemos que pedir o dejar que estos genéricos cerrados se utilicen para fines puramente comerciales. Entonces, si decidimos, por el momento, que vamos a excluir a las operaciones puramente comerciales de estos nombres cerrados, tienen que estar relacionados con el interés público, entonces habría que ver cómo funcionaría esto. Por supuesto, las otras opciones, como destacamos en el estado actual, podemos decir “los genéricos cerrados están prohibidos en términos generales, o se pueden permitir sin restricción alguna”.

Creo que ambas posibilidades a largo plazo son inviables, por lo tanto, considero que deberíamos encaminarnos a ver cómo estos genéricos cerrados podrían operarse en post del interés público.

JONATHAN ZUCK: Gracias, Greg, por tomar de rehén todos los temas de la agenda.

GREG SHATAN: Bueno, justamente era el próximo tema, ¿no? Y yo estaba vinculado con eso.

JONATHAN ZUCK: Sébastien, adelante. ¿Qué dije? Ah, perdón, dije Sébastien pero era Eduardo.

EDUARDO DIAZ: Gracias. Hizo una pregunta sobre términos de confusión, entonces aquí me voy a poner en el lugar de un usuario final y voy a hacer un ejemplo. Si yo estoy haciendo operaciones con Citibank, entro a city.com, ese sitio web, porque allí entiendo que está toda la publicidad. Ahora, si veo citi.bank probablemente me voy a confundir porque no voy a saber si .bank es solamente para .bank. Como usuario estoy hablando. Entonces probablemente nunca ingrese a citi.bank para averiguarlo porque prefiero seguir con .citi.com.

Entonces esa confusión... Aunque haya nuevos dominios restringidos y que solamente aquellas personas que se ocupan de actividades puedan hacer la solicitud para esos nombres de dominio en el primer nivel, creo que a mí como usuario me va a generar confusión. No sé. No sé si tendrían que estar abiertos para todos. Y estoy hablando aquí desde la perspectiva del usuario final. Esa confusión existe.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Eduardo. Sí, esa confusión existe también con respecto a los TLD restringidos, entonces Citibank tendrá que cambiar su publicidad a lo largo del tiempo a citi.bank con un TLD restringido.

Sébastien, adelante.

SÉBASTIEN BACHOLLET:

Muchas gracias. Soy presidente de EURALO. Nos pidió que expresemos nuestra opinión. Y voy a ser breve. En el 2012, antes de tener distintos candidatos con Bertrand de la Chapelle, nosotros hablamos de este tema y queríamos tener como distintas canastas, distintas categorías para poder diferenciar las distintas extensiones. Y ahora estamos volviendo a esa noción.

Hablamos de marcas, de nombres geográficos. Creo que debemos encontrar y definir de qué estamos hablando

precisamente, de qué subgrupo estamos hablando. Las marcas tienen que estar de un lado, los nombres geográficos del otro lado. Y lo que es importante para nosotros es que cuando no es una marca que tal vez sea tomada por una marca o por una compañía, posiblemente tengamos nombres globales como... Books puede ser un muy buen ejemplo, no es una marca. Yo no conozco una empresa que se llame “book”. Tal vez exista, no sé, pero no es una marca, entonces, ¿por qué deberíamos tener una compañía solamente que utilice book? Muchos venden, producen o escriben libros que se publican, por ejemplo.

Entonces tenemos que separar si tenemos Apple, como manzana, pero también tenemos Orange, como naranja, y se otorgó la extensión de marca y esto genera confusión. Pero nosotros estamos al tanto de eso. Somos conscientes de ello. .Bank fue delegado a una comunidad de TLD, pero ¿quién lo hizo? En la ICANN, durante las reuniones, ¿somos conscientes de eso? ¿Es algo que conocemos? No lo sé. No sé exactamente quién está al tanto de esta distinción con respecto a qué es patrocinado, qué no es patrocinado, qué corresponde a una comunidad. Gracias.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Sébastien. Creo que una vez más por cuestiones de tiempo le voy a pedir al personal que haga una encuesta para todos los que están en Zoom para que voten, para que indiquen

si consideran que puede haber confusión de los usuarios finales en relación con un término genérico cerrado que se ha operado en una empresa de determinada manera. Espero que puedan presentarla esa encuesta.

Entonces, ¿creen que un término relacionado con el mercado...? Aquí estamos yendo a lo específico, ¿un término relacionado con una empresa, que es administrado por una única empresa, probablemente genere confusión de los consumidores? Esa es la pregunta.

Sí, y es como que esto nos va desacelerando un poquito esto. Tal vez tenemos que tener rápido los resultados. A ver, vamos a hacer que sea como un juego en un programa de entretenimiento. ¿Cómo vamos con los números de votantes?

YEŞİM SAĞLAM: Jonathan, en realidad, 50% de los participantes ya han emitido su voto.

JONATHAN ZUCK: ¿15 o 50?

YEŞİM SAĞLAM: 50. ¿Quiere que finalice con esta votación?

JONATHAN ZUCK: Sí, porque queremos continuar con la conversación.

YEŞİM SAĞLAM: ¿Vamos a compartir los resultados?

JONATHAN ZUCK: Sí. Si es posible. Muy bien.

Y la siguiente pregunta para ustedes es si creen que esto puede generar una ventaja anti competitiva. Entonces, vamos a aclarar esta pregunta: ¿creen que un término relacionado con el mercado administrado por una única empresa probablemente genere una ventaja competitiva para dicha compañía?

EDUARDO DIAZ: ¿Podría ser más específico? ¿Una ventaja competitiva para quién, para el usuario?

JONATHAN ZUCK: La ventaja competitiva para esa compañía. Es decir, si yo soy un tambero y estoy tratando de conseguir .milk (o .leche), ¿esto me daría una ventaja competitiva en la industria lechera?

EDUARDO DIAZ: ¿Esto le importa al usuario final?

JONATHAN ZUCK: ¿Si le importa al usuario final? Bueno, en todo el mundo tenemos competencia y hay algunas implicancias para la competencia. Si en algunos mercados esto puede llevar a un aumento de precios, a la larga puede haber un interés para el usuario final si tenemos una ventaja competitiva generada de manera artificial para esa empresa.

YEŞİM SAĞLAM: Jonathan, no veo que siga avanzando el resultado de la votación, así que la podemos finalizar, si le parece. Y voy a compartir los resultados.

JONATHAN ZUCK: Muy bien, excelente. Gracias a todos por participar.

Muy bien, luego, como dijo Greg, debíamos hablar sobre la idea de una excepción en relación con el interés público. En lugar de tener una prohibición para todos los genéricos cerrados, tal como se los denomina, ¿hay alguna manera de terminar una instancia en la que se pueden permitir porque sirven al interés público? ¿O no van en contra del interés público como lo planteó Greg?

En el 2020, una serie de colegas de At-Large, y también de otras partes de la comunidad... Alan y Greg participaron en este grupo

junto con Kathy Kleiman de la NCSG, y ahora me olvidé del nombre del miembro de la junta directiva.

ALAN GREENBERG: George Sadowsky.

JONATHAN ZUCK: Sí. Entonces yo le pedí a Greg que hablara de cuál es la intención de esa propuesta, así que le doy la palabra a Greg.

GREG SHATAN: Bueno, voy a poner mi reloj para contar una hora. Con respecto a esta propuesta, y creo que la propuesta, en primer lugar, da por sentado que tenemos una manera de ver genéricos cerrados que se operan activamente en post del interés público en lugar de estar operados meramente no en contra del interés público, entonces la propuesta está configurada de manera tal que se limiten los genéricos cerrados a un uso orientado al interés público. Es decir, no solamente para el beneficio del registratario.

Esto es lo que se da por sentado, por supuesto, en las preguntas planteadas. Y en la propuesta abarcamos distintos conceptos básicamente todo el ciclo de vida de una solicitud y del proceso de delegación, de operación, entonces proponemos que el tipo de solicitante sea limitado a una entidad en post del interés público

como una organización sin fines de lucro, por ejemplo, o un consorcio de organizaciones sin fines de lucro que tal vez puedan operar una entidad sin fines de lucro en esa área.

Por ejemplo, .plague, querríamos una o más operaciones que traten el tema de la peste. Y el solicitante deberá corresponder a esa área, pero la operación del TLD debería incluir oportunidades para que otras entidades consigan dominios dentro de ese TLD.

Proponemos que haya un proceso especial de solicitud o algunos criterios adicionales para la solicitud que el solicitante deberá completar. Tiene que haber un panel de revisión de genéricos cerrados en post del interés público y los criterios correspondientes para poder revisar esa solicitud, de modo que haya un proceso significativo que se desarrolle una vez que ingresa el solicitante. Y si el solicitante tiene aprobada su solicitud en ese panel, se remitiría a la junta directiva para que la revise y para que dé su aprobación.

También hablamos de que la especificación tiene que incluir la cantidad de criterios o restricciones con respecto a cómo el operador del registro opera el negocio y opera en sí mismo también y debe asegurarse de que las condiciones sean iguales para todos, para los terceros legítimos que quieren obtener nombres de dominio de segundo nivel.

Y esto parece un poco anticuado, pero si nos remitimos nuevamente a la propuesta, había en ese momento muchas inquietudes con respecto al conseguir lucro en el registro. Entonces se habló de algunas limitaciones con respecto a cómo ese negocio podía operarse. Básicamente que el dinero debía volver a invertirse en la operación y que no tendría que generar una fuente, una corriente de ganancias para un único operador, básicamente.

Y, por supuesto, teníamos que definir qué es una operación en post del interés público. Todos sabemos que aquí tenemos algo difícil de dilucidar, pero hay claramente algunas cuestiones que tienen que ver con el interés público, entonces pensamos en organizaciones que tienen la finalidad de hacer el bien o aliviar los males, por ejemplo, brindar asistencia en una situación de desastre, brindar asistencia médica en un área afectada.

Entonces estábamos tratando de desarrollar una especie determinada de TLD. En algún momento pensábamos si esto era realmente un genérico cerrado porque había más de un registratario en un registro, pero creo que toda nuestra conversación aquí ya ha pasado ese punto, gracias a Dios, porque a veces no podemos pasar de ese primer argumento para determinar si siquiera es un cerrado.

Y creo que la idea acá, en última instancia, es que no le competa al interés público tener un único registro y que sea el único registratario, pero, en esencia, no debería ser operado como un fondo fiduciario público. Y el registro, el operador, es como un custodio, un administrador del espacio. Y el registro tiene que operar de acuerdo a normas de gobernanza que permite escuchar las opiniones de tantos participantes como sea posible en el sector, incluso cuando no son los mejores amigos.

Por ejemplo, Médicos sin fronteras tiene un vínculo con la Cruz Roja, y si tenemos el espacio .desastre, ambos deberían poder participar en su gobernanza aunque uno de ellos sea el operador de registro que figura nominal. Entonces tenemos aquí una operación o algo muy general. Tenemos un documento de 10 páginas que de alguna manera le voy a hacer llegar al grupo, y que aborda en mayor nivel de detalle estos criterios. Básicamente, presentamos aquí un paquete completo. Gracias.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Greg. Aprovecho esta oportunidad para decir que he recabado una serie de recursos sobre este tema que están aquí en el enlace que figura en la agenda. Entonces, tal vez, Yeşim, sea un buen momento para colocar en enlace en el chat para que todo el mundo sepa dónde puede ver esos recursos, incluso el documento que describía Greg con esta propuesta en particular.

Confieso que todavía me inclino a preguntar si hablamos de cerrado aquí, porque suena más a restringido. ¿No sé si hay una distinción de que una única entidad sea el árbitro en última instancia de quién debería utilizarlo en contraposición con un conjunto objetivo de criterios?

GREG SHATAN:

Bueno, la idea es que el operador del registro tenga la autoridad en última instancia, pero igualmente habrá criterios. Creo que no sería operado de manera arbitraria ni de manera caprichosa por el operador. En esencia, creo que hay una gran posibilidad de que no tenga que ver con el interés público. Y aquí es importante el uso al término.

Si hay un único operador de registro, podemos hablar de distintos modelos, a menos que hablemos de Facebook, pero si no estamos limitando los genéricos cerrados a un único registrario, entonces creo que ahí es donde empieza a ser necesario discutir si es cerrado o restringido el TLD, porque aquí podemos hablar de múltiples registrarios. Pero si hablamos de un único registrario para el TLD, cuando hablamos de los genéricos cerrados, todo es muy fino.

Nuestra propuesta da por supuesto que no estamos hablando de TLD de un único registrario, pero que igualmente están cerrados porque son operados por un operador, pero

básicamente, de acuerdo a una carta de principios y una delegación con reglas definidas.

JONATHAN ZUCK: Gracias, Greg. Creo que es una pregunta que me interesa. Veo que hay muchos pedidos de la palabra, pero con respecto a su propuesta, la Cruz Roja no podría crear .relief como sitio de donaciones para un proyecto de asistencia que quiera llevar adelante en el mundo administrado por la Cruz Roja.

Según su propuesta, eso no sería correcto, aunque alguien podría considerar que sí serían los intereses públicos.

GREG SHATAN: Es correcto. Si tuviésemos un .relief, la Cruz Roja sería el único registro o el operador de registro, pero tendría que formar un modelo de gobernanza donde los terceros también tendrían la posibilidad de tener el .relief como dominio y la gobernanza no sería solamente de la Cruz Roja, sino también de otras organizaciones de apoyo.

JONATHAN ZUCK: ¿Usted cree, entonces, que la Cruz Roja al ser el único registratario, por así decir, para .relief no sería en el interés público eso?

GREG SHATAN: De nuevo, depende de cómo se opera el registro. Si fuese el único registratario pero estuviese sujeto a restricciones y criterios respecto de cómo se puede operar, que sea el único registratario técnicamente estaría bien pero debería quedar en claro que solamente sería operado según las reglas de gobernanza que le dan a los gobiernos facultades en las múltiples organizaciones, y que permitiría también que las organizaciones de apoyo tengan dominios de segundo nivel.

Es decir, que no solamente...

JONATHAN ZUCK: Quiero ser muy específico: si el .relief fuese solamente para los proyectos de la Cruz Roja, ¿usted dice que eso no sería de interés público?

GREG SHATAN: Es una pregunta diferente. Si la Cruz Roja solamente opera para beneficio de la Cruz Roja, en ese caso no es un interés público en esta definición. No en el interés público global. Debemos recordar que estamos hablando del interés público global. Incluso si la Cruz Roja está operando en el interés público, no es la única organización de apoyo, por eso tenemos que volver a,

básicamente, ocupar el campo entre lo confuso y lo anticompetitivo.

JONATHAN ZUCK: Sé, Alan, que usted es parte de iniciativa y que ha levantado la mano. Le voy a dejar que diga lo que quiere decir en este punto. Adelante, Alan Greenberg.

ALAN GREENBERG: Mi mano está levantada hace tanto tiempo que ni siquiera recuerdo para qué la levanté.

JONATHAN ZUCK: Fue intencional.

ALAN GREENBERG: Tuvo éxito, le fue bien. Ahora quiere decir esto que quiero decir varias cosas.

Hemos dedicado mucho tiempo para ver si debemos permitir que los genéricos cerrados sean permitidos o no. Esto nunca fue un problema. El GAC es la organización que ha dicho que tiene un problema con esto y nunca dijeron “no lo hagan”. Dijeron que debería ser en el interés público global. Y el término “global” es crítico aquí, como usted aludió hace un par de minutos al final de la conversación.

Puede haber muchos intereses públicos y pueden competir entre sí. Como ejemplo, en el .desaster, la Cruz Roja, estoy seguro que opera un TLD del dominio público, pero no solamente en el dominio público. Ellos no son los únicos que tratan de recolectar dinero para fines legítimos relacionados con el desastre.

La propuesta que yo hago es la siguiente, y no quiero utilizar la palabra precisión, pero la idea es que tiene que ser operado por un consorcio, por un grupo; es decir, que no haya un interés público único, sea que sea representado por sí solo.

Pero volviendo al concepto original, ignorando la propuesta, todo el concepto, ¿se puede hacer esto en el interés público global donde ninguna entidad va a poder beneficiarse de esto? No se puede hacer nada confuso, hay suficiente gente en el mundo que se va a confundir sin importar lo que hagamos. No se puede tener ninguna garantía.

La pregunta es: ¿se puede evitar cosas que van a confundir a mucha gente? Este es el verdadero problema. Y por eso utilizamos el interés público global.

La prohibición de los genéricos cerrados lo hizo la organización, no prestaron atención a las inquietudes del GAC y eso es lo que estamos tratando de hacer ahora. ¿Hay alguna forma de ocuparse del interés público global para asegurarse de que no solamente las personas no se confundan, sino también que estemos

tomando palabras que tienen un significado muy específico o muy amplio y la asignamos a un DNS, que es un recurso mundial y asegurarnos de que sean utilizadas básicamente para el bien y no para la ganancia, para el beneficio?

Esta es la intención de la discusión y de la propuesta en particular que es una propuesta entre muchas. Gracias.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Alan. Voy a continuar con la fila de oradores. Tiene la palabra Claire Craig.

CLAIRE CRAIG:

Para empezar, quiero decir que estoy participando en esto con una información limitada, estoy escuchando los comentarios y estoy un poco confundida por el uso de la palabra “cerrado”. Para mí, da la impresión de no solamente ser restringidos, sino de no ser abiertos, porque una vez que uno dice que algo está cerrado, ¿cómo podemos hacer avanzar todo el contexto del interés público global cuando empezamos diciendo que algo está cerrado?

Para mí esto se puede interpretar como una situación de exclusividad. Pareciera que hay una cierta dicotomía cuando decimos que algo está cerrado y ahora estamos tratando de limitar la extensión, la medida en la que está cerrado.

Cuando hablamos de algo cerrado, mi pregunta es: ¿decimos que está cerrado pero decimos que en el interés público global debemos poder encontrar maneras para hacer que sea abierto y que no afecte ni genere una desventaja para un grupo en particular?

Hay que ser muy consciente de la utilización de palabras como “cerrado” y el impacto que puede tener en grupos específicos, sean empresas, individuos o lo que fuere, o incluso usuarios finales. Gracias.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Claire. Usted tiene razón de que el idioma importa, el lenguaje importa, y es parte de la discusión aquí. No hay un acuerdo total respecto de estos términos, y eso es parte de lo que hace que esto sea un desafío, sin duda. Daniel, adelante.

DANIEL NANGHAKA:

Quisiera destacar un par de temas aquí en lo que se refiere a los nombres de dominio. Y tenemos el caso del .au. Esto afecta a Australia y también a la Unión Africana. No sabemos muy bien dónde terminó esta cuestión, pero finalmente terminó con au.int.

Luego hay dominios de alto nivel que están en la lista de reserva. ¿Cómo hacemos para acceder a estos dominios? Es una cuestión de marketing porque algunos de estos dominios públicos que son

de alto interés cuando llegan a la reserva requieren algunas negociaciones especiales entre los registros que tienen el nombre en la lista de reserva y que seguramente podrían generar comercios.

Seguramente el problema será quién viene a la empresa. Y luego hay cuestiones como las marcas registradas, las patentes. Pero hay una necesidad de un proceso claro en el sentido de que todas estas disputas y colisiones de nombres sean resueltas desde la perspectiva desde el usuario final. Podría ser una estrategia de marketing, por ejemplo, Nike una vez cambió un URL y podía tener un problema con el .Ke que es el registro donde dejarán de lado el ni.ke.

JONATHAN ZUCK: Amadeu, adelante.

AMADEU ABRIL: Espero que me escuchen. Primero, no soy formalmente miembro de ALAC. Quisiera decir un par de cosas. Me temo que estamos ampliando el sentido de las palabras. Un genérico cerrado es un TLD restringido.

Si estamos diciendo que permitimos que los genéricos cerrados sean abiertos, sería como decir “no queremos genéricos cerrados”, sino que una palabra que tiene un nombre en disputa

para un sector, si se la asignamos para una parte, queremos reglas objetivas no discriminatorias para todo el sector, actividad, entidad, etcétera.

Pero decir que un genérico cerrado tiene que ser abierto, para mí no es fácil de entender. Lo segundo tiene que ver con la propuesta y el ejemplo de la Cruz Roja y las organizaciones de ayuda o de apoyo. El problema es que la gobernanza institucional de un TLD tiene que ser abierto y todo el mundo debe participar en un consorcio. Les doy algunos ejemplos:

El Comité Olímpico Internacional, por ejemplo, tiene una voz en las políticas, pero no pueden ser parte de un consorcio con federaciones. Hay algo que hace que no puedan estar en todas las estructuras y en todos los modelos, no se los puede forzar. Todas las organizaciones regionales de la radio acordaron que la entidad de transmisión no sea el registro. Y eso es la política; hay reglas restrictivas donde no se puede ser parte de una entidad singular en un continente en particular. Por eso no se puede ser parte formalmente del registro.

Esto no quiere decir que no tienen voz. Hay que tener cuidado con lo que pedimos respecto de la gobernanza porque podría no ser factible. Lo importante son las políticas. Y algo más. Algunas de las propuestas que ustedes hicieron en cuanto a cómo se invierte

el dinero, hay que ser honesto, la capacidad de la ICANN y la voluntad de poder controlar ciertas cuestiones es muy limitada.

No hay que ser excesivamente optimista sobre las cuestiones que la ICANN va a poder controlar en cuanto a lo que hacen los registros. A cinco años de la aplicación, porque luego va a haber un problema. Creo que tenemos que focalizarnos en lo que vemos, que son las políticas para registrar, y gestionar ese dominio, porque debemos poder controlarlo, pero controlar cómo se gasta el dinero en un registro es casi imposible con las herramientas que tenemos.

JONATHAN ZUCK: Tiene la palabra Sébastien. Adelante.

SÉBASTIEN BACHOLLET: Yo creo que no estamos muy de acuerdo respecto de la definición de abierto y cerrado, y creo que nos va a costar ponernos de acuerdo. Gracias.

JONATHAN ZUCK: Greg Shatan, adelante.

GREG SHATAN: Gracias. Sugiero que quizás tengamos que hacer un ejercicio de pensamiento y que volvamos a la conversación respecto de si un

genérico cerrado, tal y como se ha propuesto en el equipo pequeño al trabajar con Alan y George y Kathy... [Audio interrumpido]

...de registratarios implica que ya no nos ocuparemos más de un genérico cerrado. Perdón por poner más barro en esta agua.

JONATHAN ZUCK:

Esto es parte del ejercicio. Si quieren tener una intervención o una aclaración... [Pedimos disculpas, los intérpretes estamos teniendo mal audio]. Estamos por ver cuál es el contenido de la discusión que propone la junta directiva. Queda claro que la junta tiene que indicarles a las partes que no deben tener TLD cerrados.

SUSAN PAYNE:

Puse esto en el chat, pero quería decir que no tengo ninguna objeción al modelo que Greg plantea. Hemos trabajado con esto en los procedimientos posteriores y estoy en desacuerdo respecto de cuál es el modelo para los genéricos cerrados y este es mi punto: cualquiera que sea el nombre que le demos, el modelo que Greg y su equipo estén proponiendo es algo que ya es posible. Hay muchos TLD que operan con un modelo restringido con procedimientos de gobernanza y no se hace exactamente lo que Greg está proponiendo. También hay distintos modelos con esa naturaleza. Hay varios de las rondas del 2012, las

recomendaciones de políticas de procedimientos posteriores establecen que no necesariamente hay que tener una conversación respecto de si ese es un camino hacia adelante porque ya existe y no hay ninguna objeción a eso.

Respetuosamente, yo sugeriría que tengamos una conversación sobre las preguntas que la junta directiva le ha pedido a la GNSO y al GAC que discutan, porque esa es el área de foco actual, es decir, cómo encontramos el camino hacia adelante para permitir que los genéricos cerrados, y sí estamos hablando aquí de un modelo cerrado si es un solo registratario potencialmente, entonces, ¿cómo encontramos el camino que nos permita avanzar si es que se sirve al interés público?

La conversación respecto de modelos que existen es muy interesante, pero, para ser honesta, es una pérdida de tiempo.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Susan. Me inclino a estar de acuerdo con su perspectiva. Estas fueron las propuestas que se hicieron y que una discusión adicional puede generar algunos ajustes, pero yo realmente creo que la junta dirigió esta pregunta a la comunidad para poder encontrar una solución de compromiso que nos permita que los genéricos cerrados existan verdaderamente de alguna manera, si es que pueden servir al interés público.

A medida que nosotros tratamos de generar nuestra propia decisión para participar en estas discusiones, vamos a tener que tener algunos matices adicionales respecto a este tema, y obviamente este no es el final de esta conversación. Adelante, Alan.

ALAN GREENBERG:

Gracias. Creo que la respuesta es bastante fácil, es solo que no es posible que sea muy aceptable. Tenemos debates en ICANN desde hace años respecto de lo que significa el interés público y el interés público global es incluso peor. Hemos llegado a la conclusión de que no lo podemos definir, pero ahora estamos hablando de cuestiones como un marco para que podamos tener una conversación sobre un tema en particular y poder decidir si esto va en el interés público global o no. Y me parece que la única manera real en la que uno puede realmente terminar teniendo un TLD de registratario cerrado con una palabra genérica que tiene el potencial de un uso inadecuado, es usar ese mismo marco.

Es decir, uno tiene unas directrices generales y luego va a tener que empezar a conversar y a tomar una decisión. Esto implica que la junta o algún otro organismo externo que nosotros nominamos pueda analizar la propuesta y decidir si esto cumple con los intereses públicos globales y si es que hay suficiente garantía para permitir que avance.

Esta no es la primera vez que esto se menciona, pero significa que hay que tener un conjunto de reglas con una gran cantidad de discreción, y alguien tiene que poder tomar una decisión que no se puede apelar, porque, en última instancia, alguien tiene que analizarlo, hacer un juicio de valor y decir sí o no.

Generar más detalle me parece que no es lo que nos va a llevar a un buen fin. Gracias.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Alan. ¿Hay alguien más de la comunidad de At-Large que tenga una idea de un camino sobre cómo avanzar y una solución de compromiso? Quizás hay que tener más claridad sobre su propuesta. Adelante.

LUTZ DONNERHACKE:

Después de toda la discusión que hemos escuchado aquí llego a la conclusión de que nadie está interesado en los genéricos cerrados en At-Large. No hay objeciones, creo que hay un consenso aquí.

JONATHAN ZUCK:

Muy divertido. Pero la junta directiva le envió de nuevo a este tema a la comunidad porque decidió que es lo mejor que puede hacer. Si queremos ser parte de esta conversación, tenemos que

tratar de que haya una solución de compromiso sobre este tema. Adelante.

AZIZ HILALI:

Quiero tomar la palabra para preguntar qué es esta noción de dominio cerrado. A mí siempre me han enseñado que un nombre de dominio nunca es propiedad de nadie, sino que es una asignación de la ICANN a los nombres de dominio y nunca es la propiedad de una empresa o de un individuo, etcétera. Incluso tampoco de un usuario final.

Habría entonces que ponerse de acuerdo, como nos dice Sébastien, y la señora que está allí. ¿Qué es esta definición de un nombre de dominio cerrado? ¿Quiere decir que está atribuido a una empresa o a un organismo? ¿O quiere decir que es definitivo que nadie nunca va a poder recuperar ese nombre de dominio? Esa es la pregunta que yo me hago.

JONATHAN ZUCK:

Gracias. Algunas de estas son preguntas abiertas. La junta le pidió a la comunidad que se ocupe de definir estos términos. La definición de los términos es parte de esa conversación. Greg Shatan, adelante.

AZIZ HILALI: Yo no tengo respuesta a mi pregunta. No tengo respuesta a mi pregunta respecto de qué es un genérico cerrado, un nombre de dominio cerrado.

Lo voy a decir en francés para que quede claro. No tenemos una definición de nombre de dominio cerrado. Se trata de una propiedad del titular y que ya ninguna otra persona la ha podido ocupar.

AZIZ HILALI: Es cierto. No hay un dueño permanente de un TLD, si es que esa es su pregunta. Es decir, por defecto se supone que alguien va a poder continuar gestionando un TLD indefinidamente, pero esto no es algo que se deba dar por sentado, es algo que se puede retirar incluso.

Adelante, Greg.

GREG SHATAN: Creo que es un problema definir qué es la propiedad o no. Claramente se trata de un contrato con los operadores de registro, la ICANN y los distintos criterios que lo rigen. Pero de muchas maneras se considera propiedad el segundo nivel.

Ha habido argumentos o peleas muy extensas respecto de si se trata de la propiedad o no. Creo que tenemos que discutir los

genéricos cerrados, y algo que quiero decir específicamente es que la conversación no se ha devuelto a la comunidad en el sentido más amplio, sino que se le ha devuelto en este momento en este punto de la conversación intermediada entre la GNSO, que tiene un pequeño equipo, y el equipo pequeño del GAC. Ese es el documento marco, y lo que ha sucedido incluso me aparece hoy al avanzar con el consejo de la GNSO. Una pregunta para At-Large podría ser cómo podemos entrar en la conversación.

JONATHAN ZUCK: Esto es algo por separado que ya se procesó.

GREG SHATAN: Creo que es ahí donde está sucediendo la conversación.

JONATHAN ZUCK: No lo tenemos que discutir aquí. Esa conversación sobre cómo nos involucramos ya está sucediendo. Aquí se trata de qué es lo que queremos decir.

GREG SHATAN: No entendí qué...

JONATHAN ZUCK: Yo estoy operando en esa suposición porque, si no, provocaríamos un consejo sobre eso, un asesoramiento.

¿Hay alguna otra pregunta o comentario? Creo que estamos llegando al final de nuestro horario asignado, por supuesto que hay mucho más que conversar, que discutir. ¿Quién tiene la mano levantada? Perdón. Adelante, por favor.

AMRITA CHOUDHURY: Perdón, no sé mucho de este tema, pero desde la perspectiva del usuario final, yo miro los genéricos cerrados. Si miramos .Apple, por ejemplo, si bien es utilizado por una marca, como consumidora, yo no miraría .Apple para ir a comprar una manzana. Creo que tenemos que diferenciar respecto de si se trata de un nombre genérico cerrado y si es que va a causar mucho daño, si está allí, o si es que de modo indefinido no me va a causar ningún problema, o si es que no voy a ir yo a esos sitios.

Lo mismo ocurre si usamos el .Book y Amazon está impulsando a que la gente vaya a .Amazonbook. Y eso es marketing, la gente hace campañas de marketing para derivar el tráfico. No es algo en lo que tengamos que pensar demasiado, sino que, cuando ocurre esta conversación y las aplicaciones ingresan, tenemos que ver el daño potencial que hay que analizar.

La competencia solamente entra en juego cuando hay un problema de marketing desde el punto de vista general. El daño potencial en el nombre es algo que tenemos que tener en cuenta a pesar de que no tenemos un acuerdo total al respecto de qué es lo que significa el bien público global o lo que es un bien público en general. El daño que puede causar o no es algo que quizás debemos considerar, quizás hay que tener una lista de verificación incluso si no hay consenso. Gracias.

JONATHAN ZUCK:

Gracias. Vamos a permitir que esta sea la última palabra en la sesión de hoy. Les agradecemos a todos por participar. Esto va a continuar dentro del CPWG de At-Large también. Les agradecemos a todos por participar en esta conversación abierta. Espero que todos hayan podido disfrutar de esta conversación. Vamos a continuarla y, con suerte, en las próximas conversaciones mediadas también. Gracias de nuevo por su participación.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]