

TENDENCIAS



Las 'ngTLD', la puerta para tener presencia en internet

Los dominios propios conocidos como 'ngTLD' se expanden por la Red. Se prevé que se pase de los 22 clásicos a más de 1.350 en estos meses, muchos de ellos relacionados con la educación.

Ana Gil. Madrid

Todo lo que tenga algo que ver con internet y las nuevas tecnologías está abocado a tener una fecha de caducidad o a renovarse cada cierto tiempo. Ahora le ha tocado el turno a los dominios. Acostumbrados al uso del .com y .es, entre otras extensiones clásicas, en los próximos meses aparecerán unas 1.350 nuevas. Entre ellas, muchas están relacionadas con el mundo de la educación que hasta ahora sólo podía contar con .edu, uno de los dominios más veteranos.

La mejor tarjeta de visita

La razón por la que las instituciones educativas y otros sectores se apuntan a esta moda es que los nuevos dominios pueden reforzar el vínculo con las comunidades de internautas al que nos dirigimos y aportan más visibilidad. "Tener un dominio es la mejor tarjeta de visita hoy en día", explica Faustino Jiménez, CEO de Arsys, registrador acreditado por ICANN, la máxima autoridad mundial en materia de dominios.

"En total hay unas 20 nuevas extensiones relacionadas directamente con la educación y formación. Según datos manejados por Arsys, las que más interés están registrando en España son .university y .education, seguidos de .coach, .institute y .aca-

dem. Los nuevos dominios de primer nivel que ya están disponibles para registro libre son .education, .academy, .center, .camp y .institute. Otros como .university, .school y .mba están en fase de solicitud", continúa Jiménez.

A pesar del interés por tener presencia en la red, ninguna universidad española ha reclamado su propia extensión. "Hay que tener en cuenta que hay muchas extensiones

Están disponibles
.education, .academy,
.center, .camp, .institute,
.university y .mba

geográficas y que parece lógico que estas instituciones registren su dominio asociándolo a la localidad que lo ha solicitado y cuyo nombre comparten en sus denominaciones. Por ejemplo, con las extensiones .barcelona o .madrid en España y .boston, .berlin o .roma, desde el punto de vista internacional", matiza el CEO. En cambio, a nivel mundial, hay dos universidades australianas (Monash University y La Trobe University) que han solicitado el suyo propio.

Al margen de la educación, las extensiones relacionadas con la tecnología (.web, .online), viajes y turismo (.hotel, .viajes) están interesados en inscribir su dominio.

El principio "first come, first served", que en español podríamos traducir como "el primero que registra un dominio se lo queda", explica que cuando un usuario registra un dominio, pasa a utilizarlo en exclusiva y no pueden registrarlo más entidades.

"Lógicamente, la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI, WIPO) e ICANN tienen habilitados distintos procedimientos para las entidades que quieren proteger su marca en internet ante lo que se conoce como "cyberokupas", una actividad ilícita por la que se apropian de un dominio relacionado con una marca sin tener derechos y buscan lucro económico. Son procedimientos sencillos y no muy costosos (1.500 euros)", comenta Jiménez.

Actualmente, se puede solicitar prácticamente cualquiera de las 1.350 extensiones y este servicio es completamente gratuito. El precio de reserva y registro oscila entre los 25 euros al año de las nuevas extensiones más demandadas, como el .email, y los 650 euros de .luxury, el dominio para el sector del lujo. Aún así, el precio medio de uno de estos nuevos dominios es de unos 25-35 euros al año, un coste mínimo si uno tiene en cuenta que es la puerta para tener presencia en internet.

Los dominios más curiosos de la red

- **.blackfriday:** Se emplea para el cada vez más extendido "viernes negro" que inaugura la temporada de compras navideñas.
- **.ninja:** Para aficionados a las artes marciales.
- **.luxury:** Para las marcas de lujo. Destaca precisamente por su precio (650€/año).
- **.matrix:** Es uno de los más originales de la categoría de tecnología. Su solicitud es gratis.
- **.broadway:** Para las grandes estrellas del cine y del mundo del espectáculo.
- **.hiphop:** Para jóvenes apasionados del rap, el breakdance y el graffiti.



¿Es posible calcular el número de personas en una manifestación?

Josu Mezo

Profesor Universidad Castilla-La Mancha
En muchas ocasiones los medios no contrastan con sus propios ojos las cifras que publican y un buen ejemplo de ello es la guerra de datos que hay en torno a las manifestaciones. No es sólo un problema español, pues ya en las grandes manifestaciones contra la guerra de Vietnam de Washington se hablaba de más de un millón de asistentes.

Este parece un número que se repite en todas las grandes concentraciones: en las que hubo contra la guerra de Irak, las marchas contra el terrorismo. Incluso el régimen de Franco usó el emblemático millón para referirse a las manifestaciones que convocaba en la Plaza de Oriente y donde apenas cabrían unas 150.000 personas.

En todos los países europeos es común las discrepancias entre organizadores y manifestantes en torno al número de asistentes. Las más sonadas fueron en febrero de 2003, en torno a las protestas por la guerra en Irak. En Londres la policía estimó que habían participado 750.000 personas mientras que los organizadores hablaban de dos millones.

El periodismo no consiste en reproducir lo que dicen las fuentes sino en utilizar las informaciones de varias de ellas para averiguar la verdad. Es posible tener una aproximación del número de asistentes a una manifestación. El método más común es estimar la superficie ocupada por la marcha y multiplicarla por un número de personas medio por metro cuadrado.

La estimación de la densidad media de personas por metro cuadrado exige la presencia de varias personas observando la manifestación in situ. Son testigos u observadores sobre el terreno, que valorarán si esa superficie estaba muy llena o no. Con todo ello podemos obtener una cifra razonada del número de personas que acuden a una marcha.

