

Los dominios de lujo, un filón para los despachos de abogados

El organismo que gestiona los nuevos nombres de Internet, el Ican, ya acumula más de 3 millones de reservas, la mayoría de empresas, que invierten grandes sumas para asegurar sus dominios.

M. Serraller/V. Moreno. Madrid
 La Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (Icann) acumula ya más de 3 millones de reservas de dominios de países y de todo tipo de compañías. Cada vez crece más el número de empresas que deciden dar un impulso a su negocio con el registro de un nombre que identifique su sector, actividad o marca. Este organismo independiente y sin ánimo de lucro ha liberalizado las extensiones de la red de redes y ha generado más negocio para las empresas, que añaden este intangible a las cualidades de su marca. Además, este nuevo mundo de posibilidades crea oportunidades de asesoramiento a abogados y empresas que gestionan patentes y dominios.

Según trasladan estos expertos, los dominios más demandados son los referentes a la hostelería y la restauración, en concreto, *.hotel*, *.travel* y *.restaurant*. Muy cerca se encuentran los relativos al comercio en Internet, *.viajes* y los relacionados con aerolíneas, en español y en inglés.

Por lo que se refiere a las nuevas extensiones que entrarán progresivamente en vigor en los próximos meses, Ican ha determinado cuáles se podrán registrar y, tras una primera fase llamada *Sunrise*, en la que los titulares de marcas han tenido prioridad para proteger sus denominaciones, ha adjudicado la gestión de las extensiones aprobadas a los *Registry*, las entidades en las que Ican delega la gestión administrativa y técnica de cada extensión.

Además de intermediarios privados, organismos como Red.es, que depende del Ministerio de Industria, o la fundación Puntcat, que gestiona el dominio *.cat* o el propio Ayuntamiento de Barcelona, que se encarga de *.bcn* y *.barcelona*, asumen la labor de tramitar y de renovar dominios, no la de defensa.

Los precios de registro varían bastante y se sitúan entre los 35 euros y los 700 euros, muchas veces incluidos en la comisión que cobra el gestor. El dominio más caro, que su-



Escaparate de una tienda de ropa de la calle de Serrano de Madrid.

pera a menudo los 700 euros, es el del lujo, *.luxury*.

Nieves Franco, directora comercial de Arsys, compañía especializada en servicios de presencia de Internet, explica que gana adeptos el *cybersquatting*, actividad que consiste en registrar nombres de dominios correspondientes a marcas o nombres conocidos

Los dominios más demandados son los referentes a la hostelería y la restauración

para revenderlos a sus titulares legítimos al mayor precio posible.

Los conflictos y litigios surgen cuando una empresa quiere registrar un dominio relacionado con su marca y éste se encuentra ocupado. La *intromisión* se puede evitar cuando la empresa registra el dominio cuanto antes y con

todas las terminaciones posibles, tanto territoriales como genéricas. No obstante, si se llega a dar el caso, existe una normativa internacional que regula las disputas sobre dominios genéricos. Esta regulación incluye un procedimiento arbitral al que están obligados a someterse registradores y titulares de dominios. Tiene un coste aproximado de 1.500 dólares (1.086 euros) para el demandante y dura unos dos meses.

Para determinar la transferencia de un dominio a su legítimo titular, es necesario que el demandante posea una marca registrada idéntica o muy similar al dominio, que el demandado no tenga derechos o intereses legítimos respecto del dominio y que haya registrado y utilizado el nombre de mala fe.

Los dominios ciberocupados generalmente son nombres de personas, productos y empresas de nueva creación o que alcanzan gran notoriedad sin haber protegido su denominación en Internet. También ha sucedido con casos de grandes compañías, que normalmente vuelven a sus legítimos propietarios.

Extensiones regionales para cuidar la imagen de marca de las ciudades

Las empresas no son las únicas que buscan proteger su marca. Cientos de ciudades y regiones del mundo han solicitado dominios para hacerse un hueco en Internet. Urbes como Nueva York, Berlín o París fueron las primeras en solicitar estas terminaciones y ya cuentan con ellas tras ser aprobadas por el Ican.

En España, también se ha vivido movimiento para lograr dominios geográficos, aunque con diferente fortuna. Cataluña ha sido la región más activa en este sentido y, desde 2005, cuenta con el dominio *.cat*, que fue utilizado en más de 50.000 páginas web en sus primeros cinco años de existencia. En esta úl-

tima tanda de registros, la Generalitat ha presentado la candidatura del *.catalonia*, por la que pagó el precio fijado por el Ican de 144.000 euros. Sin embargo, la comunidad autónoma, ante la posibilidad de que ésta fuera rechazada, ha retirado a tiempo su solicitud, lo que le ha permitido recuperar el 70% de la aportación económica.

Por su parte, la capital de la Ciudad Condal ha solicitado el *.bcn* y el *.barcelona*. En este

Urbes como Nueva York, Madrid, París, Berlín o Barcelona han solicitado sus propios dominios

caso, además de pretender generar su propia marca en la Red, Barcelona ha pretendido protegerse para que no vuelva a suceder lo que ocurrió en 2003, cuando el Ayuntamiento tuvo que desembolsar cerca de un millón de euros para recuperar el dominio genérico *barcelona.com*, que había sido registrado previamente por una ciudadana de Mataró y a la que el tribunal de resolución del Ican y la justicia española dieron la razón.

El Ican ha aprobado los dominios '.gal' y '.eus' a Galicia y País Vasco para servir a su comunidad cultural

Las que también han visto el potencial de estos nuevos dominios para afianzar y proteger su imagen de marca en Internet han sido las comunidades autónomas de Galicia y País Vasco, regiones a las que el Ican ha concedido el *.gal* y *.eus*, respectivamente, que nacen "para servir a la comunidad lingüística y cultural", según ha descrito el Ican.

Estos dos dominios son extensiones enfocadas exclusivamente al ámbito local y, por esa razón, únicamente podrán ser reservados y utilizados por particulares, empresas de la zona y organizaciones que estén asociadas de alguna manera a Galicia o Euskadi.

Los cambios de extensiones en la Red

● Hasta hace muy poco, contábamos con unas 300 extensiones, entre los clásicos dominios genéricos de primer nivel (*.com*, *.net*, *.org*) y las extensiones territoriales, como *.es*, *.fr* o *.uk*. Progresivamente, se llegará hasta las 1.350 extensiones genéricas en Internet.

● Los nuevos dominios que han sido aceptados por el Ican admiten reservas desde principios de año. Por ahora, el mayor número de solicitudes se ha dirigido hacia las extensiones *'guru'*, *'berlin'*, *'photography'*, *'email'* y *'link'*, que conforman el 'top5' actual. Para encontrar dominios en castellano, hay que ir hasta la posición número 85, en la que encontramos el *'viajes'*. Mucho más lejos en el ranking aparecen los *'tienda'*, *'gripe'*, *'mango'* y *'futbol'*.

● A día de hoy, se han realizado más de 250.000 reservas para diversos dominios de particulares. Este número crece a diario, con el posible registro de nuevas extensiones.

● La Comisión Europea se ha alzado contra los nuevos dominios *.vin* y *.wine* (vino en francés e inglés), ya que estima que es "inaceptable" que se concedan estas extensiones sin que se establezcan garantías específicas para los productos que gozan de indicaciones geográficas europeas, lo que permitiría que "todo el mundo pueda solicitar subdominios como *chianti.wine*, *champagne.vin* o *porto.wine*".

● Amazon no ha podido registrar el *.amazon*, que pretendía usar para sus webs institucionales, tras las oposición de varios países sudamericanos que han asegurado que esta extensión debería ser un dominio geográfico (por el río y la selva amazónica) y no debería cederse a una empresa.