

Boletín de noticias Interdomain, S.A.U.

Marzo de 2009

Empiezan a funcionar los dominios .TEL

Desde el miércoles 11 de marzo, ya se pueden usar los dominios .TEL registrados a través de Interdomain durante las fases *sunrise* y *landrush*. Interdomain ha enviado a sus clientes, vía email, las claves de acceso al panel de gestión de los dominios .TEL para que puedan publicar sus datos de contacto.

Recordamos que el próximo **martes 24 de marzo**, a las 15:00 GMT, se inicia la **fase libre** de

registro de dominios .TEL. Las solicitudes también se atenderán según el principio *first come, first served*, es decir que los dominios se asignarán a la primera persona en solicitar un dominio libre.

El servicio de registro de Interdomain está recogiendo ya las peticiones, estas se incorporan a nuestro sistema automatizado y se crean los nic-handle de los contactos (titular, administrativo) para agilizar la asignación el día de la apertura del registro.

No hay requisitos para registrar dominios .TEL en esta fase y el coste del registro por un año es de 14 € + iva.

Reserve sus dominios en: www.interdomain.es



Apertura de la fase *landrush* de los dominios .CO.NL

El martes 17 de marzo se inició la fase *landrush* para el registro de dominios con la extensión .CO.NL (ccTLD de Holanda), que se extenderá hasta el 31 de marzo.

Durante esta fase, no hay restricciones para el registro de dominios, aunque el coste será mayor que en la fase libre (que se iniciará el próximo 1 de abril).

.CO.UK: actualización del Whois o cancelación del dominio

Nominet, responsable de los nombres de dominio .CO.UK, anunció, el pasado 12 de marzo, que revisará la información de los datos de los Whois de los dominios registrados. Si Nominet considera que la información proporcionada es pobre o incorrecta, pedirá una actualización de la misma. Si los datos no se actualizan, el dominio será suspendido y luego eliminado. Esta nueva normativa se aplicará a partir del 7 de abril de 2009.

Los pasos para notificar de esta falta de información serán los siguientes:

- El contacto administrativo será notificado vía email y tendrá 10 días para actualizar los datos.
- Si el contacto administrativo no actualiza la información, se notificará a Interdomain y se concederán 20 días de plazo para actualizar el Whois.
- Si esto no se realiza, el dominio será suspendido y se notificará al contacto administrativo y a Interdomain.
- Si 30 días después de iniciada la suspensión no se modifican los datos, el dominio será eliminado.



Si tuviera alguna consulta, no dude en contactar con su gestor comercial de Interdomain.

“El .TEL es un revolucionario servicio de telecomunicación” Entrevista con Fabien Chalandon, co-fundador y vicepresidente de Telnic

Transcribimos la entrevista que Jean-Francoise Poussard realizó a Fabien Chalandon, cofundador y vicepresidente de TELNIC, en la que por primera vez se habla de cifras de registros y los ambiciosos objetivos de uso de los dominios .TEL.

Desde el 11 de marzo, los nombres de dominio .TEL pueden ser activadas por sus propietarios. ¿Nos puede explicar desde un punto de vista práctico, cómo se va a realizar esto?

Fabien Chalandon: Los registradores acreditados de nombres de dominio .TEL (como Interdomain en España) enviarán a los clientes que hayan solicitado dominios .TEL en la fase *sunrise* o *landrush*, un vínculo que permite acceder directamente a los DNS, ¡esto es una primicia mundial! Antes nadie podía acceder al sistema de esta manera. Hay un plazo de ejecución para los registradores para el envío de códigos de acceso a sus clientes. Tras la recepción de esta información, el titular podrá, a través de un login y contraseña, acceder a su página, introducir sus datos (teléfono, fax, dirección, localización, palabras clave...). El menú es extremadamente sencillo. El usuario también podrá decidir qué información se mostrará en público y qué en privado. La parte privada es fundamental para los particulares, porque les permite insertar sus datos en el DNS, de manera totalmente encriptada, y hacer visible, caso por caso, cualquiera de sus datos privados.

¿Cree usted que con esta activación, los usuarios finales comprenderán la naturaleza diferente de los .TEL, en comparación con otras extensiones?

F.C.: Los puntos de diferencia son fundamentales. Cuando hablamos hoy de .COM o de .FR a nivel técnico,



el sistema de nombres de dominio asigna un nombre, una dirección IP que le permite ir de inmediato a un sitio web. Actualmente, todos los operadores del mercado asignan un nombre de dominio a un sitio web. El espacio que ha creado TELNIC es completamente diferente, ¡una novedad mundial! No nos referimos a una página web que, por definición, asigna un contenido, sino a una página de contacto. Este es un nuevo concepto que con algunos cientos, o incluso miles de bytes de contenido, es alrededor de cien veces menor que una página web convencional. Por lo tanto, se descarga a un coste muy bajo o sin coste alguno, a través de cualquier teléfono móvil.

Usted dice que se trata de una importante evolución técnica, ¿tiene poco que ver con el mundo tradicional de los nombres de dominio?

F.C.: Los .TEL han sido percibidos como una extensión. Es un error, somos un TLD únicamente porque usamos una extensión. Pero somos ante todo un servicio de telecomunicaciones revolucionario. Antes del .TEL, hablábamos de página web. Con TELNIC, hablamos de página de contacto, elemento de comunicación y, por tanto, de telecomunicación. Si hago un paralelo con mi experiencia profesional previa, antes de 1995, tecleábamos cifras; después de 1995, empezamos a teclear letras. Parafraseando a Bernard Pivot, diría que el sistema de nombres de dominio ha ayudado a reemplazar los números por las letras, y por tanto facilita considerablemente a los usuarios el acceso a las páginas web.

Nosotros hacemos lo mismo en telecomunicaciones, es decir: sustituimos la suma de datos de contacto por una identidad que es un nombre en .TEL, que generalmente es el nombre de la persona o el nombre de la empresa o su marca. Se trata de una revolución porque simplifica enormemente el acceso entre personas, el acceso a las administraciones públicas, a las empresas... También respondemos a las necesidades relacionadas con la movilidad; cuando digo movilidad hablo de la movilidad profesional. Cambiamos de empleo, pero también podemos cambiar de lugar de residencia, país; cambiamos de operador telefónico, de proveedor de acceso a internet... El .TEL permite crear una identidad estable, única para toda la vida. El propietario puede cambiar todos sus datos de contacto en cualquier momento, y todavía ser accesible, independientemente de su actividad profesional o personal.

¿Nos puede dar las primeras cifras del registro de dominios .TEL?

F.C.: En cuanto al *sunrise period*, todas las solicitudes de los titulares de las marcas han sido validadas manualmente por la empresa Deloitte. No sé el número exacto de marcas validadas, pero puedo decir que hemos recibido más de 10.000 solicitudes en el mundo, incluso de grandes empresas.

Cuando miro la distribución geográfica, estas solicitudes provienen de más de 85 países, entre ellos Afganistán. La repartición sectorial indica que todos los sectores mercantiles y no mercantiles están representados. En el sector mercantil, los principales periódicos europeos y americanos tienen su dominio .TEL, como Le Figaro, La Tribune, The Financial Times... En el sector automovilístico, están Renault, Toyota, Mercedes o BMW...

Entre el sector no lucrativo, hay casos sorprendentes como la religión. El "Opus Dei" ha registrado su .TEL; lo mismo sucede con la Iglesia de la Cienciología americana. También el Departamento de Policía de Nueva York o la Seguridad Social americana. Verá que hay un interés mundial sumamente variado, procedente de sectores muy diversos.

¿Cómo se está desarrollando la fase *landrush*, que se inició el 3 de febrero de 2009?

F.C.: No tengo las cifras precisas. Es muy superior a la fase *sunrise*, sin llegar a los 100.000 registros. Hay solicitudes que no fueron validadas en el *sunrise* y se trasladaron a la fase *landrush*.

El 24 de marzo de 2009, el registro de los .TEL se abrirá a todos y a precios mucho más asequibles. ¿Cuáles son los objetivos para este lanzamiento?

F.C.: Sabemos que no estamos en la misma categoría que otras extensiones. Estamos lanzando un nuevo servicio. Hasta el viernes 8 de marzo, TELNIC no tenía productos para mostrar. Hará falta tiempo para que los consumidores lo conozcan. Nos interesa mucho que las empresas y los particulares que no tienen página web, puedan con esta herramienta, tener presencia on-line sin ningún tipo de conocimiento informático.

¿Quién es el público objetivo?

F.C.: Son las empresas, los profesionales liberales o las asociaciones que solamente están registradas en un Ministerio del Interior o en un registro mercantil. También lo son las grandes empresas que tienen su propia página web: para ellas el .TEL es una herramienta complementaria muy útil. Particulares, profesionales, administraciones públicas, todos ellos son objetivo del . TEL.

Con el fin de garantizar la sostenibilidad de .TEL y pensando en el futuro, ¿desarrollarán algún campo de crecimiento?

F.C.: Esto no es más que el comienzo. Dado que se trata de un servicio de telecomunicación, queremos llegar a comunidades que tengan sus propios clientes. Por ejemplo, Skype está interesado en el .TEL, también las Páginas Amarillas. Ellos son potenciales socios revendedores de .TEL. Ha habido manifestaciones de interés en Europa. Las páginas amarillas tienen una gran fuerza: su red local; su gran debilidad es la gestión de su base de datos, base de datos que además se encuentra en un universo muy fragmentado, sobre todo de un país a otro. El objetivo es cambiar su base de datos hacia .TEL: en ese momento, el usuario de .TEL podrá modificar directamente sus datos de contacto.

¿Cuáles son sus objetivos en términos de crecimiento?

F.C.: Es muy difícil tener objetivos específicos. Tenemos varios mercados. Uno que ya existe, el de las empresas, que corresponde aproximadamente a todo el mercado de nombres de

dominio, son 170 millones, lo que refleja una población de 40 a 50 millones de empresas en todo el mundo. Existe también el mercado de particulares. Y luego están aquellos que no pueden, no quieren o no saben cómo tener un sitio web. Este mercado no lo puedo evaluar hoy. Todo esto para decir que soy incapaz de anunciar si el próximo año habrá 500.000 o 2 millones de usuarios de .TEL.

Poco a poco, nos damos cuenta de que hay una multitud de aplicaciones. En tanto registro, la gran dificultad ha sido transmitir un mensaje sintético mundial y que sea seguido por registradores como Interdomain en España. Los registradores pueden aconsejar a sus clientes en la elección del árbol de los datos de contacto que se deben poner en la Internet. Lamentablemente, muchos registradores no tienen cultura telecom. Debemos abrir progresivamente su mente fuera de su núcleo de negocio para optimizar el uso del .TEL entre sus clientes.

El proyecto .TEL se remonta a varios años atrás, ¿qué inversión económica ha representado?

F.C.: Desde el año 2000, hemos invertido casi 36 millones de dólares. Entre los accionistas, la mayoría son personas adineradas que se han implicado lo suficiente como para que nos apoyen durante mucho tiempo. Iniciamos las primeras conversaciones con la ICANN en enero de 2000. ¡Nuestro proyecto ha pasado por nueve años de desarrollo! Incluso presentamos una segunda solicitud ante la ICANN en 2004. Luego, en mayo de 2006, nuestra solicitud fue aprobada por unanimidad por la ICANN.

También hemos creado la infraestructura DNS generada por Neustar. Hemos trabajado duro en la página de contacto, que fue diseñada a partir de una página en blanco donde es necesario incluir los datos de contacto que se guardarán en el DNS. Hemos tenido un largo debate de marketing: ¿esta página debe tener la apariencia de una página web o no? Finalmente se optó por un tipo visual de página web para que el consumidor que no está en casa también pueda verla. ¡Aunque no es una página web! Todo esto ha llevado tiempo.

Las sumas involucradas son importantes. El proyecto es muy ambicioso.

F.C.: Proponemos un nuevo servicio revolucionario. Podemos convertirnos en el único directorio centralizado, páginas blancas, páginas amarillas, on line, que es administrado por los clientes en tiempo real. Podemos convertirnos en el estándar de la comunicación mundial. Tenemos el posicionamiento, las herramientas técnicas y la voluntad de conseguirlo. Y también tenemos tiempo.

Para ser claros con los lectores: el .TEL no es una extensión, sino un nuevo servicio.

F.C.: Absolutamente. Damos a los individuos una identidad, una tarjeta de visita personal on line, todo esto sin tener que gestionar una página web. Todo ello por unos pocos euros al año. Para la empresa, es un nuevo medio de contacto efectivo e instantáneo con sus clientes y proveedores y, además, que está presente en nuestro directorio a nivel mundial por una fracción del coste de las páginas amarillas. Para las PYME que exportan a todo el mundo, con el .TEL tendrán una presencia internacional que les permitirá adquirir nuevos clientes a un coste menor. Es una importante herramienta de marketing y comunicación para las empresas.

¿Piensan ofrecer la posibilidad de usar la tecnología de los .TEL para proyectos de nuevas extensiones?

F.C.: Podemos imaginar hacer accesible los historiales médicos a través del DNS. Conocemos muy bien los elementos jurídicos relacionados con la protección de datos privados. He visto muchos proyectos similares al .HEALTH de los Estados Unidos, donde uno puede publicar todo su historial médico en un sitio web personalizado. Sin embargo, configurar el DNS, identificar información clave y vínculos a sitios web para otro tipo de información es totalmente innovador. Nuestra principal contribución a la humanidad es la idea de utilizar el DNS para algo distinto que la dirección IP. Esta es la gran diferencia entre la página web y nosotros.

Fuente: Mail Club

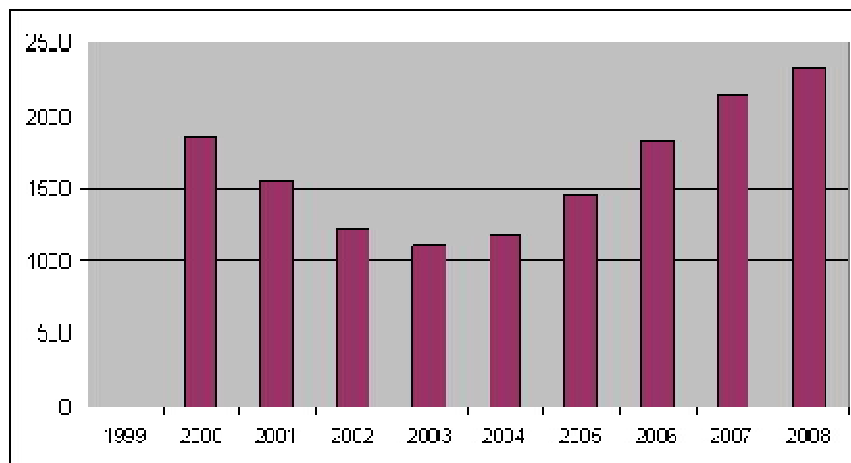
La 'ciberocupación': nuevo récord en 2008

Nombres de compañías y empresas, desde el club de fútbol inglés Arsenal hasta la actriz Scarlett Johansson, han sido algunos de los que han invadido la red en forma de 'ciberocupación', lo que ha impedido a sus propietarios beneficiarse de sus nombres famosos, o de las marcas o eventos, según ha señalado la ONU.

Algunos de esos sitios web que han creado controversia en el pasado 2008 incluían referencias a la candidatura de Madrid a los Juegos Olímpicos de Madrid 2016, a la BBC, a la Universidad de Yale, a la Blackberry, así como al Arsenal, a Johansson y a algunos nombres de compañías como eBay, Google y Nestlé.

Sin embargo, el sector empresarial más común en las denuncias planteadas es el farmacéutico, ya que hay muchas páginas que ofrecen ventas de medicamentos con

nombres protegidos. Otras quejas provienen de los sectores de la banca y las finanzas, Internet y telecomunicaciones, venta al por menor, y alimentación, bebidas y restaurantes.



Litigios presentados ante la OMPI

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) manejó 2329 casos de páginas que creaban controversia por sus nombres.

La ICANN, corporación encargada de gestionar el sistema de direcciones web con terminaciones como '.com' o '.gov', contempla la creación de nuevas extensiones. Estos nuevos dominios permitirán un gran aumento en el número de direcciones web, lo que ofrecerá nuevas posibilidades para aquellos nombres de los que se abusa, o al menos pondrá más difícil hacerlo.

"La creación de un desconocido y potencialmente gran número de nuevos dominios plantea importantes cuestiones para los titulares de derechos, así como para los usuarios de Internet en general", señala el director general de la WIPO, Francis Gurry.

Por otra parte, el fundador de la World Wide Web, Tim Berners-Lee, ha apuntado que el sistema de nombres se ha visto inmerso en juegos políticos y comerciales: "Hubiera sido interesante mirar hacia otros sistemas que no implicaran dominios", dijo Berners-Lee en la celebración de los 20 años de la World Wide Web.

Gurry dice, por otra parte, que su organismo -perteneciente a la ONU- está trabajando con la ICANN en el "antes y el después de la delegación de los procedimientos" para encontrar una nueva propuesta de extensiones y así evitar futuros litigios (un ejemplo sería un nuevo dominio llamado '.apple', para denominar a las páginas de la compañía).

Fuente: Reuters / El Mundo

Consejos para proteger los dominios en Internet

Cada vez son más los reclamos de PYMES que han visto cómo inescrupulosas empresas de servicios Web se han quedado con el control de su dominio

Las empresas deben estar en Internet, y contar con un buen dominio es un factor importante para lograr más clientes, nuevos negocios y mayor visibilidad. Sin embargo, registrar un nombre no resulta tan sencillo como parece y hay que estar alerta ante posibles fraudes y, sobre todo, de robos de dominios que están sufriendo los pequeños y micro empresarios.

"Cada vez son más los reclamos y peticiones de ayuda que me llegan por estos casos. El problema es que hoy en día existen muchos revendedores no autorizados. Estos compran los dominios en una cuenta de su propiedad, y lo hacen funcionar desde la misma, sin nunca dar los datos reales al cliente, el que pierde el derecho de acceder a su cuenta, administrar su dominio y controlar sus propios datos. De esta forma, pierde la propiedad total del nombre", explica Giles Dawson, Gerente General de Anacondaweb.

Esta manera de vender dominios se está haciendo cada vez más habitual. "El argumento 'legal' que proveen las empresas para respaldarse, es que la factura que dan de la venta del dominio es el respaldo al consumidor de que es dueño de su dominio. Sin embargo, esto no es válido frente a ICANN -única organización en el mundo habilitada para controlar registros- y el dueño sigue siendo la persona a cargo de la cuenta en donde se registró y en donde se administra el dominio", señala.

Por ello es que los pequeños y microempresarios deben resguardarse ante estos inconvenientes y tomar medidas que eviten problemas mayores. Como por ejemplo:

- Para evitar el robo de la dirección, en todas las plataformas de administración de dominio debe existir una opción para bloquear (en inglés se llama Domain Lock) su dominio, evitando así la posibilidad de transferirlo a otro dueño sin acceso a la cuenta de administración. También debe tener cuidado a quién entrega su clave de acceso a la plataforma ya que puede desbloquear su dominio, y lograr transferirlo a otro dueño.

- Todos los dominios deben poder administrarse en línea por su propio dueño. Si esto no es posible, debe reclamarlo y cambiarse de proveedor.

- Si el proveedor no da el control de su dominio, se recomienda tomar acciones legales para recuperarlo.

- Solicitar siempre una factura por el registro de su dominio, en el cual indica el nombre del dominio registrado y el periodo de vigencia del registro. Si bien no es un documento legal frente ICANN, tiene validez para tomar acción legal, y para demostrar quién es el real dueño del dominio.

¿Cómo averiguar si el dominio es mío?

Si ya está registrado el dominio, se puede revisar los datos de quién es el dueño real en un "Whois". Si el email de contacto administrativo del dominio no es el del cliente, quiere decir que para efectos legales no le pertenece. El control del dominio lo tiene la persona con ese email, y será siempre controlado por esa persona. Puede encontrar su nombre y apellido, teléfono y dirección, pero lo importante es el email del Administrador.

Fuente: Invertia.com

El contraataque de la extensión .XXX

La sociedad ICM Registry, promotora desde el año 2000 de la creación de la extensión .XXX, anunció que apelará la decisión adversa de la ICANN.

Algunos miembros del Senado norteamericano apoyaron activamente la creación de este gTLD, pues reduciría el acceso de menores de edad a esta categoría de nombres de dominio, dado que se pediría que las páginas web de contenido porno utilicen la extensión .XXX.

Inicialmente, la ICANN aprobó el expediente de la solicitud de creación del .XXX, con lo que esta extensión hubiese sido la sexta extensión validada, desde el 2005, después del .MOBI, .CAT y .JOBS.

Poco después de presentar la candidatura, el Departamento de Comercio de EE.UU. pidió una reevaluación por tratarse de una extensión polémica. Debido a los numerosos desafíos identificados, durante la reunión anual de la ICANN en Lisboa en 2007, se rechazó por segunda vez continuar con el proyecto de creación de esta extensión.

Hoy en día, ICM Registry ha apelado la decisión de ICANN, debido a que el expediente presentado se ajusta a todos los requisitos establecidos en 2003, durante el primer "round" de aceptación de solicitudes.

En una entrevista, el presidente de ICM Registry ha precisado que la ICANN ha tomado una decisión en contradicción con sus propios reglamentos. Afirma que ninguna disposición contenida en los diversos reglamentos de la ICANN puede justificar el rechazo por su carácter controvertido. Por lo tanto, debemos esperar hasta que se decida el destino de esta extensión.

Hasta ahora, ICM Registry ha recibido miles de solicitudes de pre-registro de nombres con dominio .XXX. La organización considera que la nueva extensión facilitará a los consumidores adultos de este tipo de contenidos la identificación de los proveedores serios, y también que familias, colegios y empresas puedan filtrar fácilmente estas webs para que no puedan ser visitadas desde sus ordenadores.

FUENTE: Mail Club