**Dominios que valen millones**

*Este mes se batió el récord cuando se pagaron US$ 13 millones por el nombre sex.com; los genéricos aseguran mayor tráfico de usuarios.*

Domingo 31 de octubre de 2010

Francisco Jueguen LA NACION

La palabra sexo vende, y mucho. Es con esta idea en la cabeza con la que debe entenderse la decisión de Clover Holdings, una empresa establecida en el antiguo paraíso fiscal del caribeño Saint Vicent, de comprar el dominio sex.com por nada más y nada menos que US$ 13 millones.

La noticia se conoció esta semana y volvió a poner sobre el tapete el funcionamiento del comercio de dominios, y qué es lo que ofrece un dominio genérico a una marca: tráfico asegurado en Internet, o sea, más negocios. Pero también revitalizó el oscuro mundo de los ciberokupas , aquellos que se aprovechan de las grietas en el sistema que pone el nombre a las URL (Localizador Uniforme de Recursos, en español) para hacer dinero.

Según un artículo publicado en el diario español El País, hoy existen cerca de 90 millones de dominios puntocom, pero son pocos los que son cortos, sin números y fáciles de recordar, algo así como la Biblia de un dominio ganador. Juegos.com, el más caro en castellano, fue vendido en 2006 por US$ 10 millones. El dominio más lujoso de la historia era insure.com, por el que se había pagado el año pasado 11,4 millones de dólares.

"Es importante para una empresa tener un dominio relacionado a su trabajo o nicho porque existe el usuario type-in, que es aquel que escribe lanacion.com y le pone enter o el que busca ?porno´ y escribe sex.com. Eso se traduce en mucho tráfico casi gratis", señaló Mariano Amartino, consultor y autor del blog Uberbin.net.

Un ejemplo a nivel mundial de cómo funciona esta industria es sedo.com, un sitio dedicado a unir a compradores y vendedores de dominios. Su volumen de transferencias alcanza los US$ 8 millones por mes, tiene cerca de 1,4 millones de usuarios y 13,5 millones de dominios en su base de datos. Vende unos 3000 cada 30 días. ¿Cómo funciona la industria del dominio en la Argentina? El registro de nombres de dominio es gratis, de la misma forma que las presentaciones para oponerse a un registro existente por usurpación. Además de ser gratuito, ningún trámite en nic.ar (que depende de Cancillería) necesita de un gestor. "Se supone que es de buena fe, y que se basa en un interés legítimo de parte del que registra", aseguró Gustavo Soliño, coordinador del organismo. "El modelo nació en el país pensando en posicionar el dominio .ar, y se logró. Mientras que en España de cada 100 dominios 50 son .es, y 50 genéricos, en la Argentina de cada 100 dominios 96 son .ar. Esto se logró gracias a la gratuidad. Y si bien tuvo como efecto adverso la ciberocupación , la normativa fue de a poco combatiendo este flagelo,", agregó.

La posesión de dominios no está exenta de fraudes, como el del ciberokupa, que obtiene el dominio con el nombre de una marca o con uno que se asocia claramente a la misma con el único objeto de vendérselo a sus dueños, muchas veces con modos que rozan la extorsión. Soliño señala que desde 2009, a partir de la aplicación de la resolución 654/09, nic.ar amplió la protección de nombres de dominio. Hasta ese momento sólo se protegían los nombres de dominio que se correspondían con personas físicas o jurídicas de notoriedad pública.

Con la nueva normativa se protegen marcas, nombres de canciones (Sadaic), inscripciones en IGJ, AFIP y todos los registros oficiales. También los nombres de las personas físicas", contó.

Como ejemplo de esto último, agregó que en México una presentación para recuperar un nombre de una marca tarda aproximadamente seis meses y cuesta más de US$ 1500, mientras que en el país lleva cerca de un mes y es gratis. "Simplemente se necesita completar las notas que están en la página de NIC.AR y adjuntar la documentación probatoria certificada", señaló.

Actualmente, en la Argentina hay más de 2.200.000 nombres registrados, lo que la convierte en registro más grande de América latina. La venta de dominios no está prohibida pero si restringida por la anteriormente citada resolución 654/09 y por el límite que se estableció en 2008, por el que una misma persona no puede tener más de 200 dominios registrados.

"Es una derecho precario, no permanente", indicó Daniel Monastersky abogado especialista en derechos de las nuevas tecnologías del estudio Techlaw. No obstante, aclaró que "en la balanza pesa más la marca que el dominio, lo que significa que si alguien registra una marca con mala fe y fines de lucro es probable que se le revoque la titularidad y se le transfiera al verdadero dueño".

Monastersky, especialista en prevención de fraude y dueño del sitio Identidad Robada, advirtió que esto ya está se está replicando en las redes sociales. Como ejemplo, citó el caso de un usuario de Twitter que abrió la cuenta @israel, la que, con posterioridad, fue vendida, sin que trascendiera el monto, al gobierno de ese país.

Hoy por hoy se reciben cerca de 100 presentaciones por mes de personas que presentan una oposición a un nombre de dominio registrado en la Argentina. Entre esas surgieron los casos de Carlos Reutemann, Federico Pinedo o la Fundación Fortabat.

"Con la próxima implementación del nuevo sistema de registro se impulsará además una medida por la que no se podrán renovar nombres de dominio que no estén hospedados, es decir, que los sitios estén activos", adelantó Soliño.

"El NIC.AR se maneja con una inutilidad extrema", criticó Amartino. Con la idea de que debe ser gratuito el sistema tiene tantas fallas que no se puede creer", dijo.

"Hay abusos gigantescos de personas con 60.000 dominios a su nombre (o de terceros), que sólo registran ?a lo animal? con scripts [programas diseñados para eso] y que luego revenden a empresas o particulares que buscan su propio apellido, el nombre de su firma o incluso palabras genéricas; y todo gratis, o sea, que se depende de un sistema que es malo por su propia ineficacia", señaló el consultor.

<http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1319944>