

ICANN y los gobiernos nacionales. El debate sobre el caso .patagonia ante la desregulación de los dominios web.

Lorena Retegui.

Cita:

Lorena Retegui (2012). *ICANN y los gobiernos nacionales. El debate sobre el caso .patagonia ante la desregulación de los dominios web. VII Jornadas de Sociología de la UNLP. Departamento de Sociología de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-097/590>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Nombre y Apellido: Lorena Retegui

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de Quilmes- CONICET

Correo electrónico: lorenaretegui@hotmail.com

Título: ICANN y los gobiernos nacionales. El debate sobre el caso .patagonia ante la desregulación de los dominios web

Resumen. El objetivo del presente artículo es reflexionar sobre las dinámicas internacionales en torno a la comunicación, a partir del creciente fenómeno de la globalización. Se parte de la premisa de que el Estado ha perdido poder-soberanía ante otros actores reguladores; entre ellos ICANN, organización supranacional encargada de coordinar el sistema de nombres de dominio de internet, entre otras funciones. A partir del reclamo que hace el gobierno argentino y un grupo de ciudadanos por la extensión .patagonia que podría ser asignada a una empresa estadounidense, se busca analizar los desafíos que presenta la red para los Estados-nación y las tensiones que se ponen de manifiesto entre lo cultural y lo económico.

Palabras clave. Internet – Gobernanza – Políticas de Comunicación – Soberanía – Sociedad Civil.

Presentación

A partir de la década del `80 los criterios económicos empiezan a tener cada vez más peso por sobre los criterios políticos y el sector de la comunicación no será una rareza en ese escenario: el tradicional enfoque de protección del acceso a la cultura o de protección del pluralismo informativo se torna difuso para los ámbitos nacionales, en un mundo cada vez más globalizado.

El objetivo general del presente trabajo es reflexionar sobre las dinámicas internacionales en torno a la comunicación, a partir del creciente fenómeno de la globalización. Se parte de la premisa de que el Estado ha perdido poder-soberanía ante

otros actores reguladores, organizaciones supranacionales como la Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). Concretamente, se busca analizar los desafíos que presenta internet para los Estados nacionales y las tensiones que se ponen de manifiesto entre lo cultural y lo económico, a partir de un caso puntual: el reclamo que hace el gobierno argentino y un grupo de ciudadanos por el uso del dominio .patagonia, pretendido por una firma de indumentaria, ante la decisión de ICANN de ampliar las extensiones web.

El artículo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar será necesario definir qué implica la gobernanza de internet y escarbar así en el rol que tienen organismos supranacionales como ICANN. Interesa diferenciar las dinámicas de regulación (todavía emergentes) para esta nueva tecnología de los modelos tradicionales de regulación, en telecomunicaciones o el sector audiovisual. Luego, se analizará el caso puntual del dominio .patagonia, para lo cual resultarán útiles las entrevistas a la Ing. Olga Cavalli, asesora del Comité de Gobierno en ICANN y el Ing. Oscar Messano, vicepresidente de la Cámara Argentina de Internet y presidente de LACNIC, uno de los cinco Registros Regionales de Internet en el mundo.

Más allá de la decisión que tome el organismo sobre el dominio .patagonia en 2013, y siguiendo las premisas planteadas, tres escenarios se buscan poner de manifiesto en este análisis: 1) los gobiernos carecen de peso cada vez más en las decisiones del organismo regulador en temas de internet aunque puedan afectar sus intereses como estado soberano; 2) el perfil filo-técnico del ICANN atenta contra la participación de la sociedad civil, que se limita a la posibilidad de acceder a un foro y 3) la tendencia a desregular las extensiones inclina la balanza hacia las empresas de mayor rentabilidad en detrimento de organismos, ONG e instituciones con fines sociales y culturales.

Este artículo se sitúa dentro del marco de los estudios de la Economía Política de la Comunicación y, principalmente, de las Políticas Públicas de la Comunicación, entendiendo que las industrias culturales en general producen mercancías con un doble

valor: económico y simbólico (Pasquali, 1991)¹. Por otro lado, se parte de la tesis de Karl Polanyi (2007) quien sostiene que un mercado autoregulado es una utopía².

Gobernanza de Internet

Internet ha revolucionado los modos de comunicarse en el mundo. Manuel Castells (2009: 88) señala que la relación uno-a-uno que existía entre el medio y su uso está desapareciendo. Con la difusión de internet ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la capacidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida³. Se estima que actualmente el número de usuarios de Internet en todo el mundo llegó a 2,27 mil millones este año. Es decir, el doble de lo que era hace 5 años (de 1,15 millones de internautas).

Pero internet también ha venido a trastocar las formas de regulación en el sector de las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación. ¿Quién gobierna hoy internet? ¿Qué actores participan en las decisiones que conciernen a esta tecnología que tiene cada vez mayor peso social? Detrás de esas preguntas aparece un concepto prestado del ámbito

¹ Hay una dimensión económica en las industrias culturales porque sus productos tienen un costo de producción y un valor de intercambio que se conoce una vez puesto el producto en el mercado, y simbólica porque sus productos tienen un valor intangible, vinculado a las identidades políticas y culturales y, por lo tanto, más difícil de medir.

² En su libro “La Gran transformación”, el economista húngaro sostiene la hipótesis de que el mercado requiere del Estado incluso para constituirse como mercado. “El *Laissez-faire* no tenía nada de natural; los mercados libres no podrían haber surgido jamás con sólo permitir que las cosas tomaran su curso. Así, como las manufacturas del algodón –la principal industria del libre comercio- se crearon con el auxilio de los aranceles protectores, los subsidios a la protección y los subsidios indirectos a los salarios, el propio *laissez-faire* fue impuesto por el Estado (Polanyi, 2007: 194).

³ Castells habla de “autocomunicación de masas”. Sin embargo, es un concepto complejo: si bien cualquier ciudadano tiene el potencial de generar su propio mensaje a través de un blog, por ejemplo, siguen siendo las empresas de mayor rentabilidad las que tienen las mayores posibilidades de procesar y modelar (aunque no determinar, aclara Castells) la revolución de las tecnologías de la comunicación (2009: 108).

de las ciencias políticas y que puede ayudar parcialmente a responder estos interrogantes: la globalización. De acuerdo con César Bolaño (1997) este proceso debe entenderse, desde un punto de vista estructural, como la forma actual de un proceso más antiguo de transformaciones profundas del capitalismo a nivel mundial, en el interior del cual los aspectos económicos ligados a la expansión del capital financiero internacional y de la transnacionalización del capital productivo se articulan a otros de orden político y cultural.

Ante la emergencia de la globalización⁴, los principales operadores corporativos del mercado global precisan que emerja un sistema regulatorio también global que proteja sus intereses. Diversos organismos han comenzado a cumplir dicha función (Mastrini, De Charras y Fariña, 2011). Es decir, la relación entre las políticas de regulación del sistema mediático y las políticas culturales ya no tienen al Estado en una posición preponderante; surgen otros actores como la Organización Mundial de Comercio (OMC), la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) o la mencionada ICANN. Ese escenario pone patas para arriba las nociones de Estado-nación y, por ende, de soberanía: se recibirán beneficios por formar parte de esa instancia global, pero la contraprestación es relegar autoridad decisora y ejecutora en determinados asuntos.

Jan Van Cuilemburg y Denis McQuail (2005) señalan que está emergiendo un nuevo paradigma con el eje puesto en la convergencia tecnológica y un movimiento hacia el mercado (la economía por sobre los criterios socio-políticos); se trata de la tercera etapa de políticas de comunicación que, como en otros campos, están generalmente guiadas por la noción de “interés público”⁵. En este artículo se describirán en forma brevísima las principales características de esas fases, con la necesaria aclaración de que a cada

⁴ Cabe aclarar que autores como Armand Mattelart (2003, 2006, 2010) prefieren hablar de mundialización (como dimensión geográfica del proceso) y no de globalización (que proviene de la lógica económica y es un término “que connota una visión cibernética de la organización funcional de la economía mundial y de sus actores”).

⁵ Los autores señalan que el “interés público” es aquel que afecta a la sociedad en su conjunto (o a porciones de ella) más que a los individuos inmediatamente involucrados o directamente afectados. De todos modos, es válido aclarar que es un concepto que reviste sus dificultades porque varía geográfica e históricamente.

modelo de Estado no necesariamente le corresponde un modelo de política de comunicación:

- i) La fase de políticas de la industria de la comunicación emergente (1900-1945) concuerda con las nuevas tecnologías como el telégrafo, la telefonía fija y más tarde el cine. Es un momento clave, de origen fuertemente influenciado por los intereses de los fabricantes de equipos. El Estado no tiene una política de comunicación, por eso los autores definen esta fase como una transición desde la “no política”: no hay una planificación por parte del Estado y por eso se fueron definiendo distintos modelos: en EEUU, las telecomunicaciones se constituyeron como un modelo monopólico privado⁶ (aunque altamente regulado por el Estado); en Europa, como monopolio público. El interés público en esta etapa pasa por la expansión de la red. En tanto el sector audiovisual se constituyó como competencia privada en un sistema oligopólico en EEUU y monopolio público en Europa. Los valores a proteger pueden ser variados, como el acceso, la diversidad o la identidad.

- ii) Fase de política de medios de servicio público (1945-1980). Es una etapa que los autores remarcan como delineada más por consideraciones normativas y políticas que tecnológicas, con legitimación de la intervención estatal para fines sociales. Si bien en EEUU siguen considerándose monopolio privado tanto las telecomunicaciones como el sector radiofónico, es una fase de valorización de la política de servicio público. “Pese al clima de la Guerra Fría, el espíritu de la democracia y el deseo de solidaridad internacional tuvieron capacidad para influenciar la política de medios”, remarcan los autores.

⁶ En economía, las telecomunicaciones son un sector considerado “monopolio natural”, es decir, que resulta más ineficiente la libre competencia.

- iii) Fase de un nuevo paradigma en políticas de comunicación (a partir de 1980). Es la etapa que interesa destacar en este artículo, caracterizada por el concepto de convergencia⁷, la globalización de la comunicación y la permeabilidad de las fronteras nacionales por los medios multinacionales. El marco es el neoliberalismo, de competencia privada en telecomunicaciones y radiodifusión en EEUU, y con cambios en Europa en relación a la etapa anterior: competencia mixta en el sector audiovisual y una telefonía que, de ser regulada y operada por el Estado, pasa al sector privado.

“Con la globalización, los gobiernos están retrocediendo en la regulación donde interfiere con el desarrollo del mercado y dándole relativamente mayor prioridad a la economía sobre el bienestar sociocultural”, señalan Van Cuilemburg y McQuail, y destacan que en esta etapa el “interés público” está siendo significativamente redefinido en pos del mercado y en detrimento de la igualdad y la diversidad. En cuanto a la convergencia, es dable aclarar que en las etapas anteriores, los procesos de definición de políticas comunicacionales requerían de sistemas regulatorios diferenciados (en telecomunicaciones y radiodifusión), pero con la digitalización son cada vez más los sectores económicos que presionan para disolver esta separación. Según los autores, el nuevo paradigma debe atender la creciente convergencia, guiada por tres conceptos que ellos consideran clave: libertad, acceso y control/responsabilidad.

Sandra Braman (2004), citada por Mastrini, De Charras y Fariña (2001) concuerda con Van Cuilemburg y McQuail en que hay un nuevo paradigma de las políticas de comunicación, pero hace hincapié en la variable de lo global, porque entiende que

⁷ La convergencia significa, entre otras cosas, que las fronteras entre las tecnologías de información y las redes de comunicación están siendo borradas tecnológicamente: computadoras y telecomunicaciones está convergiendo en la telemática; las computadoras personales y la televisión se vuelven más similares; y redes que antiguamente estaban separadas cada vez más quedan interconectadas para prestar el mismo tipo de servicios (Van Cuilemburg y McQuail, 2003: 21).

participan actores estatales y no estatales y se cruzan tres conceptos de raíz común: el gobierno, la gobernanza y la gobernabilidad.

De acuerdo con Braman, hay que diferenciar el concepto de gobierno (las instituciones, reglas y prácticas formales); la gobernabilidad (el contexto cultural y social en el que emergen las formas de gobernanza) y la gobernanza que ella define como “las instituciones, reglas, acuerdos y prácticas formales e informales de los actores estatales y no estatales, y las decisiones y comportamientos que tienen un efecto constitutivo sobre la sociedad”. La autora advierte que no se puede hablar de gobierno global porque resulta contradictorio con la idea de Estado-nación.

La gobernanza afecta, inevitablemente, al sector de la comunicación. Como sostiene Castells (2009: 144), mientras que la revolución en las tecnologías de la información y la comunicación es un elemento fundamental de la actual transformación, sus consecuencias reales en el campo de las comunicaciones dependen de decisiones políticas que son resultado de los debates y conflictos propiciados por las empresas y grupos de intereses sociales y políticos que pretenden establecer el régimen regulador en el que han de actuar empresas y personas.

En ese contexto, aunque el Estado siga teniendo una función preponderante en la arena política, surgen otros actores a intervenir en temas como las normas por las que se rigen el comercio entre naciones; el derecho internacional, el uso de la propiedad intelectual o la regulación de nombres y números de internet. Aunque no es propósito de este trabajo desarrollar la historia de la red de redes, sí lo es acentuar cómo fue la evolución de la gobernanza de esta nueva tecnología, que permite por primera vez que todos los equipos usen el mismo protocolo, a la vez que sea de uso abierto.

Según Jovan Kurvalija y Eduardo Gelbstein (2005), en el caso de internet la gobernanza se necesita, entre otras cosas, para prevenir o al menos minimizar su riesgo de fragmentación; mantener la compatibilidad y la interoperabilidad; salvaguardar los derechos y definir las responsabilidades de las diferentes partes interesadas, y proteger a los usuarios finales de la mala utilización y el abuso.

En sus inicios, internet surge como un proyecto gubernamental, sin una lógica comercial, a fines de la década de 1960 cuando el gobierno de EEUU patrocina el desarrollo de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada para la Defensa (DARPA Net, por sus siglas en inglés). Para la década del 80, ya se la conoce como internet y una comunidad internacional más amplia ya estaba utilizando las facilidades de esta red (Kurbalija y Gelbstein, 2005). En 1986, se establece un organismo con propósitos meramente ingenieriles, la Fuerza de Tareas de Ingeniería para Internet (IETF) que administró el sucesivo desarrollo de la red por medio de un proceso de toma de decisiones que involucraba a una amplia variedad de individuos. No existía ni gobierno ni planificación central porque hasta ese momento el proceso era simple.

Antes de llegar a la conformación de ICANN, vale mencionar el nombre de Jonathon Postel, un investigador de la Universidad del Sur de California, quien creó la Autoridad de Asignación de Nombres de Internet (IANA, en inglés). Fue, entonces, el mismo Postel el que seleccionó a los administradores de nivel superior (.com, .net y .org) y negoció, conjuntamente con el gobierno de Estados Unidos, con diversas compañías las extensiones más genéricas. Sin embargo, para 1996 los asuntos contenciosos en materia de registro de nombres crecían en forma explosiva y, con ello, los conflictos relacionados con el uso de caracteres idénticos o similares a marcas registradas (Alejandro Pisanty, 2008).

De esta manera surge ICANN, en 1998, con el fin de garantizar que cada dirección sea única y que todos los usuarios de internet puedan encontrar todas las direcciones válidas; garantizar que cada nombre de dominio se asocie a la dirección IP correcta e identificar y establecer estándares mínimos para la ejecución de las funciones de registro, reconocer a personas físicas o jurídicas que cumplan con esos estándares y celebrar un acuerdo de acreditación⁸.

Siguiendo a Marc Raboy (2002), citado por Mastrini op.cit, ICANN se constituye como una organización transversal en el ranking de los actores globales protagonistas de este

⁸ Extraído de : <http://www.icann.org/es/about/learning/faqs>

escenario de gobernanza⁹. Por otro lado, es una organización privada, bajo la orden de la Secretaría de Comercio de EEUU y con una clara línea técnico-económica: en sus orígenes estuvo encabezada por dos abogados, un impulsor de la informática y una impulsora de los mercados e inversiones en tecnologías de la información; actualmente ese panorama no ha variado demasiado y quien ostenta el cargo de presidente del ICANN es el matemático y doctor en informática Vint Cerf, que a su vez es vicepresidente mundial y “Chief Internet Evangelist” de Google, algo así como el jefe evangelizador de internet de la compañía.

Por otro lado, un rasgo fundamental de ICANN, como ya fue señalado, es el poco espacio que brinda para la participación de los gobiernos. Tres veces al año, hay reunión de los países que integran el Comité Asesor Gubernamental (GAC, por sus siglas en inglés) para brindar consejos (“advice”), que no serán vinculantes en torno a la decisión de la junta. Es decir, los Estado-nación no tienen voto en los asuntos que conciernen a internet, más allá de los reclamos formales que hagan sus representantes en el GAC.

De ICANN interesa principalmente mencionar su rol en la regulación de los dominios web. Por un lado, ha reconocido los derechos de propiedad intelectual para los nombres; por otro, ya decidió la tercera apertura de extensiones del nivel superior que hasta ahora tenían un techo bajo.

El ICANN nació como entidad sin fines de lucro y recibiendo por dominio genérico un dólar para su mantenimiento, además del aporte que los países pudieran hacer en forma voluntaria. Sin embargo, a partir del año que viene, obtendrá ingresos por los nuevos dominios gTLD: de calificar todos los pedidos, le significará un reembolso de más de **350 millones de dólares**. Incluso, la organización no garantiza la devolución del dinero aunque la empresa no califique y, por lo tanto, no obtenga la extensión. Eso sin contar el precio que deberán pagar las adjudicatarias para poder operar el registro: unos **6.500**

⁹ Marc Raboy menciona en primer lugar a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y sus instituciones vinculadas: UNESCO, UIT, OMPI. En el mismo nivel, otra con carácter global y con creciente influencia y poder de *enforcement* (que se podría definir como la capacidad de hacer cumplir las reglas) es la OMC. En segundo lugar, destaca grupos multilaterales exclusivos como el “Grupo de los 8” o el Global Information Infrastructure (GII); le siguen los grupos regionales multiestado como el MERCOSUR y en cuarto lugar ubica al ICANN.

dólares por trimestre, más lo que recauden con las subastas, teniendo en cuenta que varias empresas pelean por los mismos dominios¹⁰.

La excusa de los representantes de ICANN para hacer la apertura es que “aumentará significativamente la competencia y la capacidad de elección de los consumidores en ese mercado, al ofrecerles potenciales aplicaciones innovadoras, creativas y valiosas”¹¹.

Un dominio es un identificador completo de una denominación. Está compuesto por la unión del nombre y el subdominio, separados por un punto. Por ejemplo nombre-ejemplo.com.ar o mrecic.gob.ar, limitado a un máximo de 26 caracteres. El ICANN no tiene fines de lucro y recibe por dominio genérico un dólar (para su mantenimiento), además de que los países pueden aportar dinero en forma voluntaria en concepto de mantenimiento. A partir del año que viene, obtendrá ingresos por los nuevos dominios gTLD: de calificar todos los pedidos, les significará un reembolso de más de 350 millones de dólares. Incluso, la organización no garantiza la devolución del dinero aunque la empresa no califique y, por lo tanto, no obtenga la extensión. Eso sin contar el precio que deberán pagar las solicitantes para poder operar el registro: unos 6.500 dólares por trimestre¹².

El Sistema de Nombres de Dominios (DSN) fue creado para facilitar la designación de recursos en las redes, con lo cual se evita la memorización de direcciones numéricas. Por lo general, los nombres de dominios tienen tres niveles.

*El nivel superior "top level domain" (TLD) que puede contar con dos variantes principales:

¹⁰ Se pueden ver los requisitos y los precios para la solicitud de dominios en la página de ICANN. Disponible en <https://archive.icann.org/es/topics/new-gtlds/factsheet-new-gtld-program-oct09-es.pdf>

¹¹ Extraído de www.icann.org/es/about/.../strategic-plan-2009-2012-09feb09-es.pdf

¹² Se pueden ver los requisitos y los precios para la solicitud de dominios en la página de ICANN. Disponible en <https://archive.icann.org/es/topics/new-gtlds/factsheet-new-gtld-program-oct09-es.pdf>

1) El genérico (gTLD), como "com", "net", "org". Sólo pueden ser asignados por ICANN. Se cuentan sólo 22 extensiones de ese tipo, hasta el próximo año cuando finalice el proceso de liberalización de nombres y aumente exponencialmente la cantidad.

2) El nivel "código país" (ccTLD), consistente en dos letras ("ar" en el caso de Argentina; "br" en el caso de Brasil, por ejemplo). Cada país decide su normativa interna y registra los datos técnicos y de contacto de los registros técnicos bajo el .ar, como puede ser edu.ar, gov.ar, etc. En Argentina registrar un dominio es gratuito (es el único país en América Latina con ese criterio), por lo cual se ha generado una sobreabundancia de nombres: hay unos 2.400.000 registrados en la NIC, motivo que llevó a establecer un límite en el número de registros permitidos (200 nombres por Entidad Registrante), al tiempo que "se trabaja en cambiar el sistema y que sea pago como en la mayoría de los países", señala Messano.

*El nivel secundario, "second level domain" (SLD) puede registrarlo cualquier usuario. Por ejemplo: si una empresa se denomina XXX, podrá adoptar como nombre de dominio por: xxx.com.ar).

*El tercer nivel. Es de existencia eventual. Son empleados para permitir una más detallada localización de un producto o artículo dentro de un mismo nombre de dominio. Siguiendo con el ejemplo anterior, una opción es xxx/juguetes.com.ar.

Autores como Alejandro Pisanty (2008)¹³ avalan el modelo de gobernanza de internet a través de ICANN y entre los muchos logros que menciona señala que se ha consolidado en el ámbito internacional, entre los actores del mercado de nombres de dominio, "así como entre los gobiernos que en número cada vez mayor envían representantes a las reuniones del GAC". A su vez, valora la "liberalización" de las extensiones web porque esa feroz competencia "ha favorecido a los registrantes" (2008: 20), en la medida que

¹³ Fue miembro del Consejo Directivo de ICANN durante el periodo 1999-2007.

pretende estimular la competencia y la innovación al dar a las organizaciones más control sobre su presencia en la web.

El dato que escapa a Pisanty es que con esa liberalización se corren varios riesgos. Aún cuando una marca no desee utilizar un dominio personalizado, podría ver la necesidad de asumir los costos que supone su creación para proteger su nombre y evitar que sea utilizado por terceros. Por otro lado, la desregulación arriesga una privatización de facto de internet al dar a los poderosos jugadores opciones para controlar aún más la participación en la red, mientras que muchas organizaciones no podrán acceder a ese beneficio, debido a los altos costos ya mencionados. Además, ¿cuánto podría perderse en términos de protección de la cultura si se dejara a los dominios web en manos del mercado?

.patagonia

El año pasado ICANN abrió la convocatoria para quienes quisieran solicitar –y pudieran pagar- nuevos dominios de alto nivel (LTD). Se trata de la tercera ampliación desde que se creó el organismo: sólo en esta última apertura se recibieron en total 1.930 pedidos, de los cuales cerca de la mitad fueron de compañías y organismos de los Estados Unidos y sólo 24 de América Latina.

Entre los pedidos hay algunos en particular que generaron la reacción de la sociedad civil e incluso de algunos gobiernos. Entre ellos, la solicitud de Amazon y Google por quedarse con el dominio .book o firmas que solicitaron el nombre de toponimias, regiones geográficas como en los casos de .cba (Córdoba podría perder esa abreviatura como dominio) .roma y .patagonia.

En este último caso se hará hincapié. Entre las solicitantes se encuentra la empresa de indumentaria deportiva Patagonia Inc. de Estados Unidos que reclamó el dominio homónimo. Si le es otorgado el derecho de administrar esa extensión, la gente de la región patagónica¹⁴ nunca podrá registrarlo en la red. Si bien para muchos puede

¹⁴ La Patagonia es una región geográfica ubicada en la parte más austral de América, que comprende territorios del sur de Argentina y de Chile. Políticamente la región se divide en dos: la Patagonia argentina, al este, y la Patagonia chilena, al oeste. La Patagonia cubre un área de 1 043 076 km².

parecer una nimiedad, lo cierto es que escenario podría convertirse en un puntapié inicial que restrinja cada vez más la intervención de los Estados en asuntos vinculados a internet.

“Ceder ese dominio puede sentar un precedente para que cualquier empresa se imponga por sobre una región geográfica”, explica Cavalli, quien estará presentando un petitorio formal, en representación del gobierno argentino, en la próxima reunión internacional de los miembros del GAC, a desarrollarse a fines de octubre en la ciudad de Toronto. Lo que subyace en el fondo es que el comercio global se imponga sobre una lógica cultural. Y en esas disputas poco puedan hacer los Estados-nación en defensa de sus patrimonios culturales y, en definitiva, de su soberanía territorial.

Existen ciertos requerimientos para aplicar las solicitudes. En primer lugar, no cualquiera podrá solicitar una nueva extensión ya que habrá un requisito técnico a cumplir que es la capacidad para operar un dominio global, que implica que el nombre del dominio sea resuelto en cualquier consulta, en cualquier lugar del mundo.

Otro aspecto es la representatividad de esa firma. Si alguien solicita registrar un dominio global asociado al nombre de una ciudad o provincia, tendrá que demostrar que cuenta con el respaldo de la comunidad correspondiente. “En este caso, la marca Patagonia no cuenta con el apoyo ni del gobierno argentino ni del chileno”, explica Cavalli.

Sin embargo, también hay omisiones. ¿Qué sucede con aquellas regiones que no dependen de una provincia determinada como es el caso de la Patagonia? ICANN no dice nada al respecto. De hecho, la empresa de indumentaria basó su argumento de solicitud en ese aspecto y en ser marca registrada, que es prioridad también para el organismo regulador. Desde la Dirección Nacional de Registros de Dominios de Internet, en cambio, sostienen que por estar englobada bajo el gobierno nacional, la firma requiere el permiso del Estado.

En esa nebulosa se encuentran los gobiernos locales en lo que respecta a internet. Legalmente, no hay mucho para hacer si finalmente se le concediera la extensión a la empresa. En ese caso, la firma de indumentaria hará con .patagonia lo que desee. Entre

los grises posibles, una alternativa es que pueda llegarse a un acuerdo con la firma y la extensión sea utilizada en ambos casos o implementar una objeción privada. Pero en cualquiera de los casos, implica dinero.

De todos modos, hay dos instancias de reclamo antes de que finalice la revisión de nombres (que sería a mediados del año próximo): una “alerta temprana” que ya fue realizada por el Comité de Gobierno a las autoridades del organismo, y el reclamo próximo en la reunión del GAC. “Ahí se necesita la mayoría de los votos de los miembros y es donde tenemos dudas, aunque tampoco resulte determinante porque quien decide finalmente es ICANN. Esperemos que los paneles de evaluación nos escuchen; sabemos que es complicado porque se trata de una empresa norteamericana y siempre hay intereses económicos en juego entre los diferentes países”, remarca Cavalli.

La otra forma de decirle no al dominio .patagonia fue a través de los foros en la web de ICANN. La página está en inglés y aunque se anunció que también iba a estar en idioma español, lo cierto es que el límite para que la sociedad civil pudiera emitir opinión respecto al caso venció antes de que la interfaz estuviera disponible¹⁵. “Hay gente que no hace comentarios porque no entiende la página por estar en otro idioma. No es difícil, pero tampoco es obvio”, señala Cavalli. En palabras de Pasquali (2002, citado por Mastrini, op.cit) más parece un escenario armado para “lavar la cara” del evento que de espacio real.

A modo de conclusión

Anthony Guidens (2001) habla de “riesgos manufacturados”, riesgos creados que no tenemos posibilidad de controlar, en un mundo globalizado. Refiere al riesgo ecológico, pero aclara que puede extenderse a otros órdenes de la vida. La metáfora puede servir para pensar el modelo de gobernanza de internet. Sus defensores muestran los 2 mil millones de usuarios en todo el mundo que han accedido a internet, las políticas de

¹⁵ Al término de este artículo no se había establecido la interfaz en español y la fecha límite para emitir opiniones era el 26 de septiembre de 2012. Se realizaron unos 1.100 comentarios en rechazo a .patagonia.

inclusión para disminuir la brecha digital y el número de gobiernos que, en número cada vez mayor, envían representantes a las reuniones del ICANN.

Sin embargo, que los Estados no tengan voto en las reuniones internacionales del GAC y sólo asistan en son de consejeros, no es menor, partiendo del hecho de que los miembros de ICANN (con representación mayoritaria de los países centrales) deciden – a nivel global- sobre temas que pueden involucrar aspectos políticos y culturales locales. Desde ese aspecto, el Estado ha perdido poder-soberanía ante este tipo de organismos supranacionales.

Si los que deciden van a primar un solo costado, esto es, el valor ingenieril -para el funcionamiento estable y seguro de la red- y el económico por sobre los aspectos culturales, la participación de la sociedad, entonces, se reduce a los comentarios en foros (en el caso de que se haya podido superar las dificultades idiomáticas).

El presente trabajo intentó poner de manifiesto que lejos de estimular la competencia y la iniciativa entre empresas e instituciones, la apertura de dominios genéricos no hará más que inclinar la balanza a favor de empresas de gran rentabilidad. Si la tendencia sigue siendo desregular aún más los dominios pero con una condición de 185 mil dólares, cuántas posibilidades tendrán entonces instituciones sin fines de lucro, pequeñas empresas u organismos gubernamentales de países de menos recursos. El año que viene, ICANN tendrá la oportunidad de hacer un guiño a quienes ponen reparos al modelo de gobernanza de internet, al rechazar solicitudes como .patagonia para una empresa de indumentaria o el .book para las poderosas Google o Amazon.

Por más pequeño que pueda parecer la resistencia, es necesaria. Del total de comentarios en el foro abierto por ICANN en oposición a un dominio, el primer puesto se lo llevó .patagonia: 1.100 personas accedieron a la página y plasmaron su crítica. Pocos, si se lo dimensiona desde la cantidad de usuarios de internet que promedian Chile y Argentina, con 50 por cada 100 habitantes. Además, como señalan Mastrini, De Charras y Fariña, “la posibilidad de acción de la sociedad civil no está exenta de sombras y contradicciones; no se trata de un conjunto coherente, sino que responden a diversos orígenes e intereses”. De todos modos, se considera que es necesario impulsar desde los Estados la participación de la sociedad civil.

En este paso de las políticas de comunicación nacionales, de fronteras significativas, a un modelo de gobernanza como es el de internet, ¿cuáles serían los criterios a proteger, guiados por el “interés público”? Aunque es difícil una respuesta, resuena lo dicho por Van Cuilemburg y McQuail: el concepto “está siendo significativamente redefinido en pos del mercado y en detrimento de la igualdad y la diversidad cultural”.

En ese sentido, se hace imperiosa una mayor participación del mundo académico; que no quede sólo en manos de perfiles tecno-económicos las decisiones que envuelven a internet. La mayoría de los representantes de países que participan del GAC son ingenieros, informáticos y abogados. Cuesta pensar en cómo defender la cultura sólo desde esa vereda.

Referencias

Castells, M (2009). “La comunicación en la era digital”, en *Comunicación y Poder*, Madrid, Alianza, pp 86-189.

Causas y Azares (2003). Intelectuales, comunicación y cultura: entre la gerencia global y la recuperación de la crítica, en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol.V, n.1, Ene./Abr. de 2003.

Disponible en: http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/mattelart.pdf

Kurbalija, J y Gelbstein, E (2005). *Gobernanza, de internet. Asuntos, actores y brechas*, Fundación Dipló, Malta.

Mastrini, G. y de Charras, D. (2005). “20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI” en *Anuario ININCO-Investigaciones de la Comunicación* N°17, Caracas, junio, pp. 217-240

Mastrini, G.; De Charras, D y Fariña, C. (2008). Nuevas formas de regulación internacional y su impacto en el ámbito latinoamericano, en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información de la Comunicación*. Vol VIII, n°3, sept-dic/2011.

Mattelart, Armand (2006). *Diversidad Cultural y Mundialización*, Paidós, Barcelona.

Pisanty, A (2007). Gobernanza de Internet y los principios multistakeholder de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en *Revista Mexicana de Política Exterior*, No. 79-80. Disponible en portal.sre.gob.mx/imr/pdf/Pisanty.pdf

Polanyi, K (2007). *La Gran Transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Rua, M. “Argentina reclamará el uso del dominio web .patagonia”. Publicado el 14 de julio de 2012. Disponible en:

http://www.perfil.com/ediciones/2012/7/edicion_693/contenidos/noticia_0051.html

Van Cuilemburg, J. y **McQuail**, D (2003). “Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación”, en *European Journal of Communication*, Vol. 18 N°2, Sage, Londres, pp 181-207.

William, D y **Wilson**, E (2008). “Governing global electronic networks. International perspectives on policy and power”, Massachusetts, The MIT Press.

Otras Fuentes

Entrevista a Olga Cavalli, asesora del Comité de Gobierno de Argentina para ICANN, realizada el 16 de Agosto de 2012.

Entrevista a Oscar Messano, presidente de LACNIC y la Cámara Argentina de Internet, realizada el 21 de septiembre de 2012.

<http://www.lanacion.com.ar/1483922-no-al-dominio-patagonia-defender-lo-que-es-nuestro-tambien-en-internet>

<http://www.nic.ar/>

<http://www.icann.org/>