

Código



Cero

Revista de Novas Tecnolóxicas de Galicia - <http://www.codigocero.com>

NÚMERO 29 XANEIRO/FEBREIRO 2005

Móviles do futuro

Terceira xeración:
utilidades e indicacións



**Xuventude
Galicia Net 2005**

Comeza a conta atrás

Banda ancha en Galicia

Internet a toda vela

**O poder das
mensaxes de texto**

A frase axeitada pode
cambiar a historia

O anti-ranking web

Repaso polo peor da Rede

QUIZÁ NO TENGA TIEMPO PARA ESTUDIAR EL COSTE TOTAL DE PROPIEDAD DE WINDOWS Y LINUX, POR ESO YANKEE GROUP LO HACE POR USTED.

Para las empresas grandes y medianas, un despliegue significativo de Linux sería caro y extremadamente complejo. De hecho, en un estudio realizado en grandes organizaciones, los encuestados afirmaron que un cambio completo de Windows o Unix a Linux aumentaría de manera importante el coste total de propiedad (TCO).

*—Laura DiDio, The Yankee Group, Abril 2004
Comparación de TCO en Linux, Windows y Unix*

The Yankee Group, firma de consultoría e investigación global, concluyó que un cambio total de Windows o Unix a Linux podría aumentar tres o cuatro veces más los costes, sin obtener resultados tangibles en cuanto a un mayor rendimiento o valor comercial. Estas conclusiones están basadas en una encuesta realizada a 1000 administradores de sistemas y ejecutivos de grandes y medianas empresas de todo el mundo.

Para acceder el estudio completo, visite www.microsoft.com/spain/hechos





CÓDIGO CERO revista de novas tecnolóxicas de Galicia

Director

Xosé María Fernández Pazos
(director@codigocero.com)

Subdirectores

Marcus Fernández
(webmaster@codigocero.com)
Carlos Ballesteros
(cballesteros@codigocero.com)

Redactores-Xefes

Carlos Lozano
(cuetorubio@yahoo.es)
Fernando Sarasquete
(redaccion@codigocero.com)

Redacción

Xabier Alcalá
(Telecomunicacións)
Damián Fernández (Linux)
Manolo Gago (Opinión)
Emiliano Gómez (Informática)
David Lombardía (Nova
Economía)
Moncho Paz (Opinión)
Modesto Pena (Redes)
Ramón Puente (Opinión)
Víctor Salgado (Dereito)

Publicidade:

Carolina Cruz, Raquel Noya
publicidade@codigocero.com

Colaboraron neste número:

Ignacio Martín Granados,
Óscar Curros, Lauren Silveira,
Antonio Domínguez Leis, Mario
S. García, Isidro Cea, Pablo
Grandío, Fernando Sarasquete,
Manuel Gago, Emiliano Gómez,
David Lombardía, Carlos Lozano,
Marcus Fernández, Raquel Noya.

Supervisión lingüística:

María Xesús Vázquez.

Fotografía:

Adolfo Enríquez Calo, Jofarpa.

Edita:

Grupo Código Cero Comunicación
UNINOVA.
Polig. Ind. do Tambre Vía La
Cierva, s/n (recinto Mercagalicía)
Código Postal: 15890 - SANTIAGO
Tel. 981 51 96 00/93 63 24
Fax. 981 55 77 07
Móbil: 690 60 71 02
http://codigocero.com
redaccion@codigocero.com

Deseño Gráfico:

eNISA. Servicios Infográficos
Rúa do Río, 30 - SANTIAGO
Teléfono: 981 554 444
correo@mundografico.net

Imprime:

Celta de Artes Gráficas, S.L.
Rúa Colón, 30 - VIGO
Teléfono: 986 81 46 00
Fax: 986 81 46 38

Número 29

Xaneiro/Febrero 2005

Publicación periódica
Tirada: 15.000 exemplares
Depósito Legal: C-2301/01
I.S.S.N. (edición impresa): 1579-7546
I.S.S.N. (edición dixital): 1579-7554

neste número...



Partindo da base de que o 99% dos mozos e mozas deste país teñen teléfono móbil, pareceunos unha obriga en Código Cero facer un percorrido por uns aparellos ós que, a forza de telos constantemente en mochilas, petos e bolsos (sempre connosco), non se lles empresta a suficiente atención. O móbil en si mesmo é un filón informativo, sobre todo se temos en conta que está coas persoas, alí onde estas estean. Só con que falemos dos terminais de terceira xeración encheremos como mínimo dúas páxinas. E así

foi, como se poderá comprobar nas páxinas centrais deste novo número. ¿E que ocorre con eses fenómenos solidarios que se executan a través do móbil sen necesidade de moverse do fogar ou tan sequera do sofá? ¿Non merecen como mínimo un artigo? En Código Cero cremos que si, por iso ofrecemos nesta nova entrega unha viaxe polo mundo das mensaxes en texto, que son tantas como chamadas, e que poden chegar incluso a variar o rumbo social e político dun país. E xa que falamos de mozos, mozas e información, nada mellor

que reservarlle dúas páxinas a Infopartix e a Xuventude Galicia Net, dous encontros convocados pola Dirección Xeral de Xuventude (un que xa pasou e outro que aínda non), que xiran en torno á seguinte máxima: intercambiar coñecemento. Por certo, que XGN vai transcorrer este ano entre o día 18 e o 20 de marzo, unha vez máis no Palacio de Congresos e Exposicións de Santiago. Completamos este número 29 con reportaxes sobre a chegada da banda ancha á totalidade do territorio galego (para o 2007), sobre mulleres "fer-

pectas" feitas por computador e sobre un curioso fenómeno, o de persoas vinculadas á relixión cristiá que asumen as novas tecnoloxías da información como unha canle tan boa como outra calquera para chegar ós fieis ou, do mesmo xeito, a todas aquelas persoas que, sen ser fieis, precisen de apoio e consellos espirituais. O obxectivo de moitas destas persoas é desenvolver a través da Rede algunhas das tarefas que se desenvolvían antes baixo o teito dunha igrexa ou sancristía.

humor por K. Benlloch e S. Covelo



Por suposto unha homenaxe cincara a Quino e a Mafalda.

firma invitada

Ignacio Martín Granados, coordinador do II Congreso Online do Observatorio para a CiberSociedade **4**

novas

Resumo de actualidade de e-comercio e de empresas relacionadas coas novas tecnoloxías **5**

reportaxes

O 52 % das vivendas galegas cumpren a normativa de ICTs **10**

Código TV faise un oco nos receptores de televisión dos composteláns **11**

As Consellerías de Innovación e Familia presentan Cativadas.com **12**

Misses virtuais: o fraude tamén chega ós concursos webs de beleza **14**

Infopartix, o lugar onde tódolos mozos teñen algo que achegar **15**

Comeza a conta atrás para o evento tecnolóxico da tempada, Xuventude Galicia Net **16**

Galicia sobre rodas: banda ancha para todos dentro de dous anos **17**

UMTS, todo o que vostede sempre quixo saber e nunca se atreveu a preguntar **18**

As mensaxes de texto (SMS) poden cambiar o mundo **20**

Hedy Lamarr: A actriz e o teléfono móbil **21**

Incrementáanse os relixiosos que establecen comunicación cos fieis por Internet **22**

Open Acces revoluciona a publicación de artigos científicos **24**

Como facer un reprodutor de MP3 un mesmo **25**

que fixen eu para linquear isto?

Repaso polos despropósitos de Internet I **23**

barlovento

Os bloggers... un diario? **26**

nova economía

Banca on-line: así é o presente **27**

opinión

Novos formatos de gravacións **28**

pc práctico

Análise polo miúdo do noso PC con Everest Home Edition **29**

xogos

UEFA Champions League 2004 - 2005 **30**



Ignacio Martín Granados, Coordinador del Master "Tecnologías de la Información y la Comunicación y la Sociedad de la Información y el Conocimiento" y del Grupo de Trabajo 35: "Ciudades Digitales: Una revisión al concepto de ciudad y ciudadanía" (II Congreso Online del Observatorio para la CiberSociedad)

En estos últimos años, y dentro del contexto de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, uno de los términos que más éxito ha tenido ha sido el de "ciudad digital". Pero, ¿sabemos realmente qué es una ciudad digital?. Recientemente venimos asistiendo a un gran impulso, desordenado y precipitado, caracterizado por el afán de ser el pionero, en lo que podíamos denominar como diseño y auto proclamación de ciudades digitales, ciudades virtuales, ciudades del conocimiento, telópolis, *infocities*, etc. Por este motivo, a pesar de que ya es utilizado de manera extensa sólo existen definiciones aproximadas que tratan de reflexionar en torno a las nuevas relaciones entre ciudadanos, administración municipal y empresas.

Según la definición de la Comisión Técnica del Libro Blanco de Ciudades Digitales de Iberoamérica (2002), las entenderíamos como el "entorno de ámbito local en el que existe una considerable implantación de la sociedad de la información, tanto en el conjunto de los ciudadanos en su ámbito residencial, de trabajo o en la utilización de los servicios públicos como de las empresas e instituciones; en temas tales como la teleadministración, comercio electrónico, teletrabajo, teleformación, telemedicina, gestión de servicios de uso público, aplicaciones para colectivos con requerimientos especiales, aplicaciones sobre cultura, turismo y ocio, aplicaciones de tipo residencial y móvil, producción de contenidos, etc. Todo ello basado en redes de alta velocidad y a partir de que una considerable parte de la población esté formada en aplicaciones telemáticas y, en particular, en el uso de internet".

Según esta explicación, cuál es el verdadero objetivo de las ciudades digitales, ¿situar en el ciberespacio lo que ya existe en la urbe física?, o innovar realmente al crear espacios de oportunidad, relacionar comunidades, integrar ciudadanos y ofrecer nuevas vías de desarrollo local que impliquen iniciativas creativas de los distintos actores hacia el progreso e integración en la Sociedad de la Información. Parece claro que el segundo punto es el realmente importante, y no debemos quedarnos estancados en el primero tal y como ocurre en la actualidad.

Los diferentes programas para el desarrollo de ciudades digitales impulsados desde la Administración han situado a los municipios ante un importante reto: superar las barreras y limitaciones cotidianas aplicando la innovación de las nuevas tecnologías (TICs) a los servicios municipales, que mejoren

su capacidad de respuesta ante los ciudadanos.

Esta innovación se hace patente en todos los ámbitos de la vida, tanto privada como social, ya que las ciudades, en tanto que redes de

en su concepto más amplio, para mejorar el desarrollo social, económico, cultural, medioambiental, etc. de la ciudad y sus habitantes. Estamos hablando de Gobierno y Administración electrónica, eDemocracia y participación ciudadana a través de las TICs, comercio y transacciones electrónicas, teletrabajo, teleformación y alfabetización digital, ocio y contenidos digitales, telemedicina... Y más aún, si estamos proclamando la reinención de la ciudad, en una cosmovisión digital, también debemos tener en cuenta la incorporación de una nueva oleada de derechos civiles que conformarán el nuevo estatus del eCiudadano.

Por tanto, los desafíos son varios. Empezando por el verdadero ejercicio de liderazgo, capacidad política y apuesta económica por estas iniciativas de las administraciones; pasando por la infraestructura tecnológica necesaria a través de la cual canalizar los servicios digitales; y terminando por la sensibilización de la sociedad civil que ayude a evitar la estratificación o brecha digital como la nueva exclusión del siglo XXI.

En el marco del II Congreso Online del Observatorio para la CiberSociedad se abordaron todos estos temas, dentro del Grupo de Trabajo sobre Ciudades Digitales, el cual está dirigido a todos los interesados en los conceptos manejados anteriormente, y está abierto a la difusión de todas aquellas experiencias, estudios de caso, análisis comparativos, propuestas innovadoras, enfoques, revisiones y teorías sobre ciudades digitales y eCiudadanía, haciendo especial hincapié en el mundo de habla hispana.

En definitiva, el objetivo del Grupo de Trabajo es el de fomentar la reflexión, la investigación desde una perspectiva multidisciplinar y transversal, y ayudar a definir una Teoría de Ciudades Digitales que contribuya a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, siguiendo la estrategia de crear una sociedad abierta con un proyecto común donde todos los agentes sociales participen, se interrelacionen, redefiniendo su espacio público y sus usos en la sintonía de desarrollar la Sociedad de la Información.

Si deseamos saber "¿Hacia qué Sociedad del Conocimiento?" nos dirigimos, nada mejor que analizarla desde el ente local, la unidad mínima donde se gestan los grandes cambios y dinámicas sociales.

Ignacio Martín Granados
imgranados@inicia.es
www.cibersociedad.net/
congreso2004

"...cuál es el verdadero objetivo de las ciudades digitales, ¿situar en el ciberespacio lo que ya existe en la urbe física?, o innovar realmente al crear espacios de oportunidad, relacionar comunidades, integrar ciudadanos y ofrecer nuevas vías de desarrollo local que impliquen iniciativas creativas de los distintos actores hacia el progreso e integración en la Sociedad de la Información. Parece claro que el segundo punto es el realmente importante, y no debemos quedarnos estancados en el primero..."

información, comunicación y articulación entre los diversos actores sociales, son piezas fundamentales en el desarrollo de la Sociedad de la Información. Y dentro de dicho impulso, las ciudades digitales ofrecen una serie de servicios digitales,

Ciudades Digitales: Una revisión al concepto de ciudad y ciudadanía



Interdix desenvolve Automociogalicia.info, un portal útil para os afeccionados ó motor

Sendo como é a automoción unha parte crucial dos alicerces da economía galega, ten a súa lóxica que apareza no noso universo web un portal que sirva de lugar de encontro a todos aqueles internautas que, dalgunha ou outra maneira (sexa para mercar, vender ou por simple afección), teñen en mente o mundo do motor cando se conectan. Isto é o que se pode atopar nesta web: compras e vendas de vehículos, comparativas, novas, sección de servizos (a que taller ir, a que grúa chamar), enquisas, información completa sobre as distintas competicións, contactos, foros, vínculos, etcétera.



Detrás desta nova iniciativa está Interdix Galicia, unha empresa con experiencia nisto de ofrecer servizos prácticos para internautas coas ideas claras (Galiciadigital.com, Galiciadigital.net, Galegos.info, Internetgalicia.net, Espello.com ou Escaparategalogo.com). Así é como se definen a si mesmos, facendo especial fincapé en converter a Rede en algo útil: "Contamos cun equipo formado polos mellores profesionais do sector, que teñen unha gran experiencia. E sobre todo, contamos cunha inesgotable ilusión, e a satisfacción de estar facendo camiño (galego) no mundo case infinito de Internet".

O Compostela Conventian Bureau renova web e obxectivos

Facer de Santiago un sitio inmillorable para o turismo, e máis concretamente para o de congresos. Esa é unha das tarefas do Compostela Conventian Bureau, que presentou a mediados de xaneiro a súa nova páxina web, que pretende ser o elemento activo que "venda" un escenario privilexiado como o da capital de Galicia. ¿Que é todo aquilo que a distingue e que os participantes



en congresos non atoparán noutra cidade? A resposta a esta pregunta está no portal presentado, unha sorte de guía que destaca na forma polo seu deseño sobrio e o formato accesible e no contido por facer recuento dos elementos máis importantes da cidade, unha cidade invisible que nunca existiu, "só nos sonhos da xente", en palabras do escritor local Suso de Toro, que participa neste proxecto web cunha interesante introdución.

No acto de presentación do portal estiveron (entre outros persoeiros) Xosé A. Sánchez Bugallo, alcalde de Santiago e Francisco Candela, concelleiro de Turismo, quen tivo tempo para recordar que Compostela, sendo como é unha potencia turística de primeira orde, que recibiu 4 millóns de visitantes no 2004, merece proxectos web de primeira orde. Ademais, fixo fincapé no volume de negocio movido polo sector neste ano que xa rematou: 30 millóns de euros.

A AUI desenvolve Internet.info, unha bitácora onde os autores son o consello editorial

Na Sociedade da Información, todo o mundo informa. Esa é unha das bases de Internet.info, un proxecto da Asociación de Usuarios de Internet (AUI) que acaba de pórse en marcha como "modelo de traballo cooperativo, pioneiro en España, que outorga ós propios autores a responsabilidade da xestión e a participación directa nos resultados". Os autores son, polo tanto, o consello editorial. A iniciativa, que en realidade se podería cualificar de bitácora que mira cara a súa propia razón de ser (a Sociedade do Coñecemento), aposta (segundo os responsables) pola sustentabilidade, a calidade, o rigor e o compromiso nas achegamentos fronte á abundancia de información sen contexto". Internet.info contará co apoio de autores españois de recoñecemento. "Estamos poñendo en marcha unha cooperativa para xeración de contidos. Calidade e cantidade avaladas polo compromiso dos autores e un modelo económico que incentive ós que xa están e atraia a novos líderes de opinión", manifestou nun comunicado de prensa Jesús Valbuena, membro do devandito consello editorial.



Imaxin e a Universidade de Vigo colaboran nun revolucionario proxecto de tradución automática

A tradución automática é un dos eidos de maior proxección no sector tecnolóxico, agora que tódolos pobos queren e deben estar en Internet co seu idioma. Galicia, como país con lingua propia, non está a quedar á marxe. De feito, a firma galega Imaxin Software e a Universidade de Vigo están a traballar cun grupo de empresas e institucións educativas para desenvolver un sistema de tradución automática para as catro linguas oficiais de España en software de código aberto. Segundo fixo saber Imaxin nun comunicado, a novidade que presenta o proxecto radica "na creación das bases dun sistema aberto que permitirá modificar libremente o programa de tradución e axeitalo ás necesidades do usuario". A iniciativa, incidiu Imaxin, é completamente innovadora en España.



Este proxecto estará financiado en parte polo programa PROFIT do Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. A coordinación irá a cargo da empresa vasca Eleka. Está previsto que o proxecto estea rematado dentro dun ano e que por tanto a principios do 2006 estea dispoñible na Rede. As empresas e centros de investigación que realizan o proxecto son pola parte galega imaxinsoftware e o Seminario de Lingüística Informática da Universidade de Vigo. Por Cataluña: Thera, Centre de Llenguatges i Computació, o centro de investigación TALP da Universitat Politècnica de Catalunya. Por Valencia, o grupo Transducens da Universidade de Alacante; a fundación Elhuyar da comunidade autónoma vasca; a empresa de enxeñaría lingüística Eleka, tamén do País Vasco; o grupo de investigación IXA da Universidade do País Vasco.

Catro vilas galegas probarán o voto electrónico no referendo da Constitución europea

O Ministerio do Interior elixiu a Santiago de Compostela, Vilagarcía, Monforte e O Carballiño para desenvolver un proxecto piloto de voto electrónico para o referendo sobre a Constitución europea que se desenvolverá o 2 de febreiro. O experiencia (que se celebrará do 1 ó 18 de febreiro) non terá valor xurídico (polo que os cidadáns que voten a través da Internet tamén deberá asistir ó colexio electoral para que o seu voto se teña en conta) pero servirá para comprobar o sistema de votación de cara ó futuro.



A UDC, na cabeza de España en cuestión de redes dixitais

A Universidade da Coruña (UDC) acábase de anotar un tanto no que se refire a redes dixitais. Logo da de Valencia, a que vén de instalar a UDC (chamada 10 Gigabit Ethernet) é a máis importante dos campus españois, cunha capacidade para dez gigabits (seis mil veces superior á dun fogar ben equipado, segundo informa El Correo Gallego).

Segundo se puido saber nunha rolda de prensa organizada pola propia Universidade, o obxectivo desta nova infraestrutura é converter a esta institución educativa coruñesa nun punto de referencia a nivel español en cuestións como o vídeo baixo demanda ou a formación a distancia.

A rede, que se habilitou nun tempo sorprendentemente reducido, servirlle á UDC para distribuír unha boa cantidade de arquivos dixitais almacenados, ata o de agora en certa maneira inmovilizados por limitacións da infraestrutura previa.

Polonia evita a aprobación das patentes de software en Europa

A polémica directiva europea sobre as patentes de software parece que continúa sen aprobarse grazas de novo a Polonia, que continúa a amosar reticencias sobre o texto, de xeito que o comité xurídico do Parlamento Europeo deberá devolver o proceso lexislativo ó punto de partida. Deste xeito se evita a imposición das patentes nos programas informáticos que segundo a meirande parte do sector prexudicaría seriamente ós intereses europeos, por ser preto da totalidade das mesmas de titularidade extracomunitaria (polo que habería que pagar polo seu uso).

O Ministerio de Industria inicia unha proba piloto de Televisión Dixital Terrestre nun entorno local

O Ministerio de Industria acaba de unir forzas co Concello de Alcázar de San Juan para pór en marcha neste concello unha iniciativa piloto que levaría consigo a implantación da primeira experiencia de Televisión Dixital Terrestre (TDT) en España nun entorno local. O proxecto, segundo informa o Ministerio de Industria, está chamado a ser “un demostrador para experimentar os novos modelos de negocio que a TDT fai posibles”. E prosegue: “Preténdese que os cidadáns e empresas se beneficien da nova plataforma en tódolos eidos sociais e económicos, comprobando nunha situación real as vantaxes da Sociedade da Información, mediante o uso de novos servizos de telecomunicacións”.

Os beneficiarios directos desta iniciativa piloto non son só os cidadáns de Alcázar de San Juan, senón tamén as súas empresas e institucións. O proxecto conta cun investimento de 5.670.000 millóns de euros, achegados polo Goberno, o Ayuntamiento de Alcázar de San Juan, a Junta de Castilla-la Mancha e outras entidades.

A nova sobre o bebé chamado Yahoo inventouna un xornalista

A nova que saíu na meirande parte dos medios de comunicacións nos pasados días sobre un rumano que puxera ó seu fillo o nome de Yahoo resultou ser unha falsidade inventada por un reporteiro do xornal Libertatea (Ion Garnod), polo que despediron ó xornalista despois de confirmarse o engano. O xornal chegou a amosar un certificado de nacemento do suposto cativo, que resultara ser un retoque fotográfico.

Os españois son os europeos que máis confían nas vantaxes de Internet para encontrar parella

A nivel europeo, os restantes países poden gañarlle a batalla a España no que se refire a uso das novas tecnoloxías da información, pero non en romanticismo. Non deixa de ser curioso que, segundo unha enquisa recente do Instituto Francés de Opinión Pública (IFOP) auspiciada por Meetic, os españois (que non son precisamente un exemplo a seguir en materia de formación tecnolóxica) son os máis felices na súa vida amorosa e, asemade, os que máis confían nas posibilidades de Internet para encontrar parella estable. De feito, o 14% está totalmente disposto a utilizar a Rede para iniciar unha relación sentimental, fronte ó 5% dos italianos. A enquisa repite o mesmo esquema de resultados nas restantes preguntas: en todas aparecen os españois como os máis entusiastas, estando sempre os italianos (polas razóns que sexan) no lado oposto: no do escepticismo case absoluto. A maior parte dos individuos enquisados (máis de 2.500) de distintos países europeos responderon “sí” cando se lles preguntou se consideraban que as relacións nacidas en Internet poden ser tan boas e duradeiras como as demais. Os máis entusiastas nestes sentido foron os solteiros e as persoas con conexión a Internet.

O estudo (segundo os seus responsables) serve para amosar que a sociedade evoluciona, ábrese cada día máis, “e que ante o fenómeno amplamente debatido da solteiría, a Rede empeza a ser aceptada como un medio moderno e eficaz de achar parella. De feito, cada día se levan a cabo máis encontros fraguados en Internet”. O estudo sinala que para oito de cada dez europeos, esta forma de encontros desenvolverase de forma importante nos vindeiros anos, sobre todo en canto se superen certos tabús e ideas preconcebidas (aínda queda moita xente que considera máis válido iniciar relacións sentimentais en discotecas e pubs a altas horas da noite que mantendo contacto con outra persoa por Internet). “Polo tanto”, conclúe a investigación, “habrá cada vez máis encontros a través destas canles nos vindeiros cinco anos. Polo menos, así opina o 67% dos italianos, o 74% dos alemáns, o 78% dos ingleses e (atención) o 86% dos españois”.



Para conectarse a Internet e saber que pasa no mundo, nada como a oficina

Oficina, doce oficina. O lugar de traballo consolídase como o escenario onde se realizan a meirande parte das consultas e trámites do cidadán vía Internet. Un estudo de Online Publishers Association e Nielsen/RetRatings incide no seguinte punto: o 20% dos traballadores europeos reconece pasar máis tempo na oficina para navegar na Rede e efectuar todo tipo de xestións. A porcentaxe, que en certa maneira bota por terra a teoría de que como a casa propia non hai nada, deixa ben as claras o papel fundamental que xoga Internet como fonte de información (algo terá Internet cando os traballadores prefiren facer máis tempo na oficina). A investigación fíxose con 5.000 internautas asiduos á prensa dixital. Segundo a enquisa, o 80% dos europeos que accede a Internet dende o traballo le a cotío a información dos xornais electrónicos. Máis ou menos a mesma porcentaxe asevera que acceder á prensa dixital é a mellor maneira de coñecer o que pasa no mundo sen saír do lugar de traballo. Ademais (e isto non deixa de resultar curioso), un 38% dos enquisados di que o acceso a estes sitios é máis exhaustivo no traballo ca na casa.



Unha bitacoreira española publicará en papel textos dos seus blogs

A editorial Aguilar porá a venda o vindeiro 9 de febreiro o libro *Mi vida perra (diario de una treintañera cualquiera)* que será a primeira adaptación ó formato libro dunha bitácora de Internet española mesturando textos de Almudena Montero, de 33 anos, que publicou en dúas bitácoras: *amqs (antes muerta que sensilla)* e *Eva Braun* (batidora hormonal). Montero admite que enganouse á creación de bitácoras (así como a visitar as dos seus amigos a través da Rede)

Unha crítica positiva sobre o weblog *amqs* no Ciberpaís (suplemento de *El País*) fixo que a editorial Santillana se achegase a Montero indicando o seu interese na publicación da bitácora máis alá da Internet, o que se converterá en realidade a primeiros de febreiro, para desgraza da xornalista Arcadi Espada, que agardaba que o seu *blog* fose o primeiro en pasar a papel da man, esta vez, da editorial Espasa, pero a súa obra non verá a luz ata a vindeira primavera, polo que non acadará a posición pioneira desexada.

As autoridades de Irán, en guerra coas weblogs

En Irán, as bitácoras de Internet consolidáronse dende hai tempo como salvagardas da liberdade de expresión. Pero dende hai meses, nin sequera aí, nas *weblogs*, poden dicir os xornalistas o que eles consideran que hai que dicir. As autoridades dun dos países onde máis se atenta contra este tipo de liberdades, saben ben a onde dirixir os seus esforzos. Agora sábese que xa se ordenou (segundo informa Daniel Rodríguez Herrera en Libertad Digital) ós ISP impedir o acceso dos cidadáns a servizos como Blogger, BlogSky, BlogRolling e PersianBlog. As institucións xudiciais tamén consideran perniciosos para a poboación servizos de amizade como Orkut, que tamén se bloqueou, malia que serve a internautas de todo o mundo para facer amigos ou atopar parella. Segundo datos de Rodríguez Herrera, Irán está moito máis avanzado que en España no que se refire a uso de Internet. Polas 26.000 bitácoras que hai en España, no país persa hai 64.000. Ademais, Irán está no terceiro posto do *ranking* no que se refire a usuarios do Orkut, logo de Brasil e Estados Unidos.

En realidade, o control que se está levando a cabo nos medios informáticos non é máis ca unha consecuencia lóxica do control previo nos medios de comunicación tradicionais, supervisados ideoloxicamente polo Goberno. Internet e as bitácoras mantiveron ata hai uns meses a condición de sitio onde se poden dicir as cousas que nos xornais e nas revistas che custarían a privación de determinados dereitos. Rodríguez Herrera inclúe no seu artigo unha lembranza ó labor de Voice of America, Radio Farda e Anonymizer sinalando ós cidadáns iranianos cales son os mellores e máis efectivos métodos para que o can de garda que representa este goberno non detecte os movementos en Internet dos usuarios dese país. Algo así como facilitarlles un mapa da liberdade.

Red.es e Correos unen forzas para fornecer a seguridade dos correos electrónicos

Correos e Red.es asinaron un acordo co obxectivo de incrementar a seguridade e previr e contrarrestar os posibles ataques que se produzan nos correos electrónicos. Ámbalas entidades súmanse á Rede de Sensores do Centro de Alerta Temprana Antivirus (CATA), o que lles permitirá compartir toda a información relativa a virus e vulnerabilidades informáticas a través de Internet. Coa súa incorporación, xa son 66 as entidades (públicas e privadas) que forman esta rede do CATA, primeiro centro de securización de Internet en español que examina máis de seis millóns de correos electrónicos ó día. Entre os 66 colaboradores/sensores cos que conta o centro, ademais de Correos, están os Ministerios de Asuntos Exteriores, Xustiza, Educación e Ciencia, máis de 30 Universidades (públicas e privadas), once Comunidades Autónomas, o Senado, así como distintos centros de investigación coordinados polo Centro Superior de Investigacións Científicas (CSIC).



Un simple imán pode evitar as radiacións dos móbiles a través dos sistemas de mans libres

O catedrático Lawrie Challis, que dirixe o Programa de Investigación de Telecomunicacións Móviles e Saúde na Universidade de York, asegura que os protectores de ferrita para os cables evitan a circulación das ondas de radio dos móbiles ó usuario a través dos dispositivos de mans libres. Así, os típicos cilindros imantados que se empregan en múltiples cables de equipos informáticos (é habitual velos nos cables de alimentación dos portátiles) e que teñen menos de un centímetro de diámetro serían suficientes para evitar os potenciais (e non probados) efectos nocivos dos móbiles nos seus usuarios, polo que habería que aconsellar ós fabricantes de *kits* de mans libres a súa incorporación *de serie*.



AS PRIMEIRAS DO 2004

 **"la Caixa"**

Galicia Hoxe

Yahoo sumouse en xaneiro ás buscas internas no computador cunha nova ferramenta

As buscas de escritorio están no punto de mira dos denominados "xigantes" da Sociedade da Información. O último peso pesado en sumarse a este proceso é Yahoo, que puxo en marcha a fase de probas do seu servizo gratuito de buscas internas no propio eido do computador. O obxectivo desta iniciativa non é unicamente contribuír a facilitar (de balde) o manexo dos equipos informáticos senón (e sobre todo) incrementar na medida do posible os ingresos da compañía a través da publicidade relacionada coas buscas. Esta ferramenta, que permite buscar ata 200 tipos de arquivos diferentes (correos, textos, fotografías, música, contactos persoais), está baseada en tecnoloxía con licenza X1 Technologies. A súa finalidade é a de facer máis doadas as pescudas no correo electrónico e en tódolos arquivos almacenados nos discos duros. Cómpre lembrar que os meirande competidores de Yahoo, Google, Microsoft e Ask Jeeves, xa puxeron na Web a súa versión da ferramenta de buscas internas.

As discográficas apostan polos móbiles como nova vía de distribución

A Industria Discográfica está a propoer a venda de música a través dos móbiles coma unha nova fórmula de distribución que podería sacar da crise ó sector segundo debateron durante o MIDEM de Cannes, que se celebra do 23 ó 27 de xaneiro. Queda constancia da preocupación da Industria polo crecemento da piratería e o freo nas vendas, de xeito que están a buscar xeitos de combater a problemática actual, apostando por unha banda pola protección dos contidos e, por outra, pola comercialización mediante novas vías. De feito, os móbiles xa son unha fonte de ingreso importante (polos tons de chamada) que podería mellorar grazas ás capacidades multimedia dos novos terminais de telefonía, que comezan a incorporar radio e MP3, polo que poderían estar destinados a substituír ós reprodutores multimedia actuais (como xa veñen facendo cos PDA).

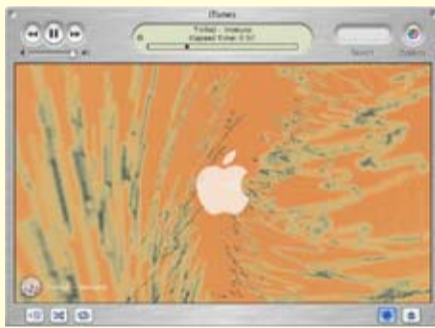


Google estrea un buscador de vídeo

Google vén de lanzar un novo buscador especializado na localización de ficheiros de vídeo na web, de xeito que se poden localizar contidos de milleiros de programas de televisión xa que o sistema analiza os contidos de canles coma PBS, Fox News, C-SPAN, ABC e NBA. O buscador amosa unha imaxe do vídeo en cuestión, o que pode servir ó usuario para decatarse de a fidelidade dos resultados. Asemade a compañía desmentiu a nova de que ía lanzar unha aplicación de voz sobre IP ó estilo do Skype.

iTunes vende 1,3 millóns de cancións diariamente

A tenda de música de Apple a través da Internet, iTunes, parece consolidar a súa posición no mercado (co 70% do sector), de xeito que a diario se descargan dende a mesma 1,3 millóns de cancións, sumando 250 millóns de temas descargados dende o seu lanzamento. De manterse o ritmo actual, iTunes pecharía o ano cuns 500 millóns de temas musicais vendidos, o que é moi superior ás expectativas iniciais, xa que confiaban en vender un millón de temas vendidos nos seis primeiros meses. Actualmente iTunes tamén permite a compra de música dende España, ofrecendo máis de 700.000 cancións e máis de 9.000 libros sonoros.



IBM cede 500 patentes a usuarios e desenvolvedores de programas de código aberto

Que IBM se estaba a deixar querer pola comunidade mundial de software libre era algo sabido. O que se cadra non se agardaba tanto é que cedese a este colectivo cincocentas das súas patentes, na que se cre (así o entende IBM) a máis importante operación deste talante rexistrada ata o momento. Segundo IBM, da cesión poderán beneficiarse usuarios a título individual, comunidades ou firmas privadas, sempre que desenvolvan o seu labor nos programas de código aberto (*open source*) usando ferramentas da mesma natureza. Ademais, explícase dende a multinacional que a finalidade desta operación é convertela no alicerce dun conxunto de patentes comúns de todo o sector tecnolóxico. Así, preténdese impulsar o espallamento dunha plataforma global asentada sobre programas de código aberto. Por outra banda, IBM entende esta cesión como un novo movemento a prol da interoperabilidade dos sistemas informáticos.



Parte da comunidade de *open source* mundial xa recibiu a nova con optimismo, sobre todo polo que ten de tendencia máis ou menos contraria ó que vén sendo habitual nas grandes corporacións: a acumulación do meirande número de patentes. Cómpre lembrar que IBM é a empresa que máis patentes ten no mundo, polo que o sector máis crítico da comunidade Linux opina que cincocentas de centos de milleiros de patentes non representa gran cousa. De feito, paralelamente a esta cesión, non se rexistrou nos últimos anos unha ralentización do ritmo de rexistros por parte de IBM. Así, sábese que no 2004 fixéronse efectivas na devandita empresa 3.248 patentes.

A actriz porno Jenna Jameson promove un reprodutor multimedia



Regincom, o fabricante do reprodutor multimedia Iriver, decidiu que para achegar clientes podería empregar a unha estrela do porno nas súas promocións, xa que "non se pode descoñecer que moita xente emprega os reprodutores multimedia portátiles para ver pornografía". Así, a empresa tratou de buscar unha figura do sector recoñecible de xeito doado, polo que seleccionaron a Jenna Jameson para lanzar a súa campaña de promoción dos Iriver, o que pode sorprenden a moitos, xa que non é habitual que as actrices porno participen nos anuncios de produtos de uso xeral. Asemade a campaña coincide co lanzamento de contidos eróticos en América Latina por parte de ClubJenna, Inc. (empresa da actriz) que distribuirá dende tons de chamada ata fondos, sendo peculiares as melodías de xemidos.



China consolídase como receptor de tecnoloxía con 94 millóns de internautas

Cando un país ten unha poboación de 1.300 millóns de almas e un interese ilimitado por poñerse á última en cuestión de tecnoloxía, hai que terlle medo, ou cando menos respecto. É o caso de China, onde se comprarán máis de cen millóns de teléfonos móbiles no 2007 e onde hai xa (a finais de 2004), 94 millóns de usuarios de Internet. Polo que respecta á telefonía móbil, dicir que segundo a firma Analysys International, a meirande parte dos terminais vendidos no xigante asiático eran de tecnoloxía europea (GSM). Segundo estes datos, un de cada catro chineses ten un móbil, sendo as posibilidades de mercado tan grandes como o seu volume de poboación (1.300 millóns).

Entre as marcas comercializadas destacan Motorola, Samsung o Nokia. No que atinxe ós usuarios da Rede, dicir que o crecemento do 2004 supón unha taxa do 8% con respecto ó do ano anterior, segundo datos do Centro de Información sobre Internet de China. Malia a magnitude destas cifras, calcúlase que a este país aínda lle queda moito para chegar a unha especie de tope no que se refire a difusión de novas tecnoloxías (aínda ten menos da metade dos usuarios que hai en Estados Unidos). Así e todo, non cabe dúbida de que, a este ritmo e co seu elevado potencial demográfico, o primeiro posto do *ranking* en afianzamento da Sociedade de Información nun prazo non maior de cinco anos téñeno máis ca asegurado.

Telefónica pon no mercado ADSL para empresas por 24,9 euros

Telefónica segue a dar pasos en oferta de banda ancha. Un dos máis recentes movementos foi o de poñer no mercado unha nova categoría de conexión, ADSL Flexible Negocios, que vai orientado principalmente para as empresas, que poderán acceder a Internet de alta velocidade en horarios establecidos (de 9:00 a 12:00 e de 18:00 a 21:00 horas) por 24,90 euros ó mes. A conexión poderá efectuarse de luns a sábado. Ademais, inclúense doce horas a maiores de acceso mensual no momento do día que se desexe.

Esta nova oferta inscribíse dentro do programa de novas modalidades de contratación de Internet de alta velocidade que comezou Telefónica hai uns meses con outros produtos máis dirixidos ó eido do fogar. ADSL Flexible Negocios representa un xiro da empresa de cara a escenarios máis empresariais. Nesta liña tamén se inscribe o servizo Solución ADSL E-gestión Negocio, orientado a mellorar a xestión comercial das PEMES, os negocios e os profesionais. Trátase, segundo informa Europa Press, "dun produto que ofrece á área de vendas información relativa ós clientes, actuais e potenciais, de forma organizada, personalizada e accesible en todo momento e de calquera lugar, grazas ás vantaxes das aplicacións CRM en Rede".



Galicia, punto de partida

SAÍDA VOLVO OCEAN RACE
VIGO 12 NOVEMBRO 2005



XUNTA
DE GALICIA

VOLVO
OCEAN
RACE
2005-2006

Só o 52% das vivendas galegas cumpriron no 2003 a normativa de Infraestruturas Comúns de Telecomunicacións (ICT)



REDACCIÓN

En Galicia, pouco máis da metade (52%) dos edificios obrigados pola lei a dispor dun proxecto de Infraestruturas Comúns de Telecomunicacións, contaban con este tipo de dotacións no 2003. Esta realidade foi dada a coñecer a mediados de xaneiro no Club Internacional de Prensa de Santiago, onde a Asociación de Enxeñeiros de Telecomunicacións de Galicia (AETG) presentou o *Estudo sobre o Estado da Implantación das ICTs en Galicia*, cofinanciado pola Dirección Xeral de Tecnoloxía. Na xuntanza cos medios, fíxose fincapé en todo aquilo que debe ter un edificio de nova construción rexido pola Lei

de División Horizontal e que teña máis de dúas vivendas:

- Instalación de telefonía.
- Instalación de recepción e distribución de radio e televisión (tanto analóxica como dixital), terrestre e vía satélite.
- Instalación de canalizacións e rexistros para acceder ós operadores de telecomunicación por cable.

A situación de Galicia, que non é distinta ó que ocorre no resto do territorio nacional, foi comentada desta maneira por Javier Franco Tubío, vicepresidente da AETG: “Levamos anos inmersos no

proceso de liberalización das telecomunicacións, pero isto non vale de nada se non temos dispoñibilidade nos nosos fogares de acceder ós novos servizos. O que constata este estudo é que estamos lonxe de que as vivendas que se están a construír inclúan na súa integridade un acceso pleno a estes servizos. É importante subliñar o caso da Televisión Dixital Terrestre, da que tanto se está falar. Podemos cambiar os nosos aparellos de recepción, pero se as novas vivendas non están preparadas, todo isto quedará nun exercicio tecnolóxico moi interesante pero pouco práctico”. Ó seu xuízo, cómpre mobilizar todo o que sexa posible ós distintos axentes implicados: Administración do Estado e Local, promotores, construtores, arquitectos, empresas instaladoras de telecomunicacións e enxeñeiros técnicos de telecomunicacións.

No acto de presentación do estudo, ó que tamén acudiron José Manuel González, director xeral de Tecnoloxía e máis Juan Antonio Sánchez, membro do Grupo de Exercicio Libre da AETG, falouse polo miúdo dos obstáculos que impiden que se asuma definitivamente o cumprimento da normativa: por unha banda a diversidade de requisitos para a concesión de licenzas de obras (segundo o concello que se trate) e, pola outra, o descoñecemento por parte dos axentes implicados na normativa, utilidade e beneficios do proxecto ICT (máis adiante inclúense a listaxe completa de obstáculos).. Neste sentido, para darlle un novo pulo á lexislación

GALICIA	2001	2002	2003
Edificios de Vivendas	6.720	8.111	5.320
Computables ICT (40%)	2.688	3.244	2.128
Proyectos ICT	925	1.006	1.112
	34,4%	31,0%	52,3%

nas vivendas, a AETG e máis a Consellería de Innovación comezarán en breve a desenvolver estas accións:

- Cursos de formación nas materias de telecomunicación entre os técnicos do concello. Tamén se contempla desenvolver cursos para os enxeñeiros, co obxectivo de “facer mellor os proxectos, máis documentados, máis personalizados e sobre todo, nos aspectos de dirección de obra, a que non se ten que incorporar en tódolos casos, sexa legalmente necesaria ou non”.
- Realización e divulgación dunha guía de boas prácticas para o desenvolvemento de proxectos ICT.
- Difusión e comunicación a tódolos concellos dos aspectos principais do cumprimento da Lei de ICT. Envíalas normativas ós responsables políticos (concelleiros) e técnicos (arquitectos, apareladores e secretarios) do concello.
- Campaña informativa ós usuarios finais, é dicir, ós compradores de vivendas (o cidadán que merca unha vivenda debe saber que lle poder pedir ó vendedor/construtor/axente en materia de acceso a novas tecnoloxías).

O COETG inaugurou na Coruña a súa nova sede, onde se fixo recuento de obxectivos

O Colexio e a Asociación de Enxeñeiros de Telecomunicacións de Galicia son, neste momento, dúas das entidades do eido tecnolóxico máis activas do noso país. Esta semana foron noticia pola apertura da súa nova sede na Coruña, que se suma á xa existente en Vigo. O obxectivo: seguir a traballar a prol da construción da Sociedade da Información en Galicia. Na presentación, celebrada o xoves pola tarde, fixeron acto de presenza (entre outros persoeiros) Juan Rodríguez Yuste, conselleiro de Innovación, Nieves Vázquez, tenente alcalde do Concello da Coruña e Ricardo Fernández e Ángel Viña, secretario xeral e decano do COETG, respectivamente. Durante a inauguración, recordouse o conseguido e o que está por conseguir:

- A data de hoxe o Enxeñeiros de Telecomunicacións supoñen para Galicia un colectivo que representa case un 10% dos Enxeñeiros de Telecomunicacións de España.
- O compromiso coa promoción da promoción e os profesionais de Telecomunicación desde Galicia e para Galicia é unha das máximas tanto do COETG e da AETG.
- A data de hoxe máis de 600 Enxeñeiros de Telecomunicación forman parte do COETG e máis de 1000 da AETG.



Resultados obtidos

Os resultados do estudo non son todo o positivos como sería desexable (algo, por outra banda, que non é exclusivo de Galicia), pero, segundo a AETG, constatouse nos últimos cinco anos que as cifras de elementos

ICT (proxectos, boletíns, certificacións) seguen a medrar, “o que indica un maior cumprimento das normativas legais dende a publicación da primeira lei, no 1999, na que se fan obrigatorios os proxectos de infraestruturas de telecomunicacións”.

Así e todo, queda moito por facer. O camiño é longo e accidentado, pero AETG séntese coa obriga de contribuír á implantación definitiva das ICTs: “existe unha gran tarefa por facer para chegar ás cifras próximas ó 100% de proxectos respecto ó número de edificacións, algo que non o máis ca o cumprimento dunha lei”, sinalase no informe presentado. Este cumprimento rexistrouse só no 52% das vivendas no 2003, como xa se dixo ó principio. Polo que respecta ás certificacións de

fin de obra, tendo en conta un período de conclusión de obra de dous anos, a porcentaxe é do 17%.

Estas son as razóns, segundo a AETG, do baixo cumprimento da lei:

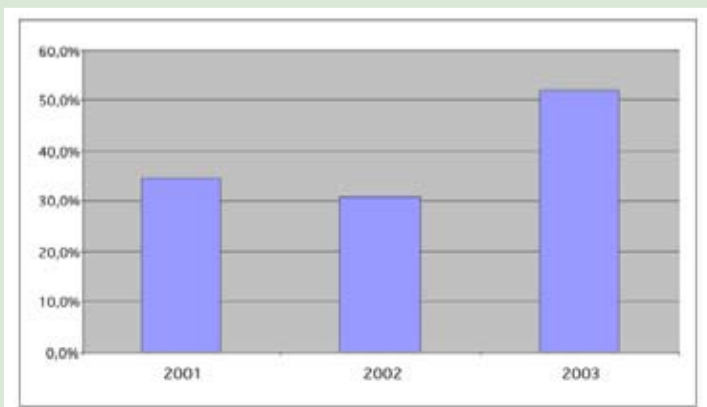
- Ausencia de titulados en telecomunicacións nos eidos oficiais, “que redundan no descoñecemento e falta

de sensibilidade de cara as novas tecnoloxías”, afirman.

- Percepción do proxecto ICT como unha peaxe administrativa e unha carga económica que non engade valor ó promotor. Cómpre que non se vexa como un obstáculo, senón como unha vantaxe a longo prazo.
- Ausencia de conexión

entre as directivas oficiais de desenvolvemento da Sociedade da Información e o das ICT.

- Escasa implicación dos enxeñeiros de telecomunicacións autores dos proxectos ICT na realización das obras.
- Proxectos repetitivos de baixo valor técnico.



Nombre	Población	Pro	Bol	Cer
Coruña (A)	236.379	102	66	16
Santiago	90.188	34	1	0
Ferrol	77.950	33	18	6
Narón	32.204	30	7	4
Carballo	28.142	25	0	0
Oleiros	27.252	28	10	9
Ribeira	26.086	18	0	0
Arteixo	23.306	47	23	6
Culleredo	22.348	19	9	6
Cambre	19.262	9	4	1
Ames	18.782	20	0	0
Boiro	17.748	7	1	1
Teo	15.476	7	1	1
Subtotal	635.123	379	140	50
PROVINCIA	1.096.027	509	185	71
	57,9%	74,5%	75,7%	70,4%

Nombre	Población	Pro	Bol	Cer
Lugo	88.414	62	19	6
Monforte	19.091	7	2	3
Vilalba	15.365	1	1	0
Viveiro	15.240	3	0	0
Subtotal	138.110	73	22	9
PROVINCIA	361.782	144	41	15
	38,2%	50,7%	53,7%	60,0%

Nombre	Población	Pro	Bol	Cer
Vigo	280.186	70	18	11
Pontevedra	74.942	23	12	9
Vilagarcía	33.496	32	12	4
Redondela	29.003	12	1	1
Marín	24.997	7	1	1
Cangas	23.981	15	7	2
Estrada, A	22.308	10	3	2
Lalín	19.869	9	2	1
Ponteareas	19.011	8	5	4
Moaña	17.887	7	1	0
Nigrán	16.110	2	0	0
Sanxenxo	16.098	8	3	1
Tui	16.042	1	0	0
Porriño	15.960	2	0	0
Subtotal	609.890	206	65	36
PROVINCIA	919.934	342	93	49
	66,3%	60,2%	69,9%	73,5%

Nombre	Población	Pro	Bol	Cer
Ourense	107.510	53	43	26
	107.510	53	43	26
	343.768	117	58	36
	31,3%	45,3%	74,1%	72,2%



Programas de produción propia

· A produción propia baséase, por unha banda, na actualidade local con programas como os informativos locais **HOXE**, a axenda cultura de Santiago e **BUFFET**, un magazín diario que se emite ás 21.45 horas con seccións de cine, deportes, actualidade local e entrevistas.

· Por outra banda, os programas de produción propia pretenden estar en relación estreita cos intereses dos universitarios e novos profesionais. Estes constitúen, en realidade, o público obxectivo máis



importante de Código TV, o máis innovador á hora de idear contidos en poñelos en marcha. Entre este tipo de programas destacan **NON TE ACHICOPALES**, un espazo divertido e dinámico no que os



participantes amosan o seu talento para ser os vindeiros presentadores do programa musical de Código TV. **PASE VIP** é un programa musical no que se complementan os vídeos musicais de actualidade con rarezas e información sobre a historia dos grupos que marcaron o século XX e están a marcar os inicios do XXI. **POR OTROS OJOS**, presentado por unha estudante de intercambio da Universidade de Santiago de Compostela, ofrécenos unha xanela ás vidas de emigrantes e estudantes provintes doutros pobos na nosa cidade. **CÓDIGOMETRAXE** é unha aposta de Código TV polas iniciativas audiovisuais e creativas da xuventude. O programa inclúe os curtos dun grupo de mozos, unha reportaxe sobre estes traballos e entrevistas. **AMODIÑO** é un programa



de humor, entrevistas descaradas e colaboracións satíricas. Trátase dun programa moi dinámico, orixinal e arriscado na súa realización e posprodución.

REDACCIÓN

ANTES DE CÓDIGO TV ESTIVO UNHA REVISTA.

O xermolo dun medio de comunicación soe estar noutro medio de comunicación. Neste caso, o de Código TV está en Código Cero. A única publicación en papel de tecnoloxías da información que se fai en Galicia é a base desta nova canle televisiva. Un lugar (esta canle) que dende o principio quixo ser o sitio onde descansar de tanto *zapping*, onde relaxar o mando a distancia. A paréntese da viaxe compulsiva de canle en canle, unha chamada para minorías multitudinarias, a contrapartida anticipada á televisión *basura*, a fin do mando a distancia e a fin das discusións por saber quen manda no aparello de televisión. Os seus responsables, os mesmos practicamente cós de Código Cero, iniciaron o proxecto tratando de saber que era o que desexaba o mando a distancia. E este foi claro ó respecto: tranquilidade. Dende que comezou a funcionar a nova canle, o nivel de felicidade nos fogares de Santiago e o seu contorno incrementouse. A clave estivo na fórmula Codigo TV.

AGORA A TELEVISIÓN MEDRA.

Código TV vai dando pasos seguros cara a consecución dun obxectivo: que os espectadores defraudados recuperen a confianza no medio televisivo, logo de longas tempadas de decepcións e desencontros. Que vexan a televisión como unha xanela pola que entra a cidade na que viven, e non como unha fenda por onde fuxe o seu tempo máis prezado, o tempo libre. O espectador como dono e señor do micrófono. En Código TV dáselle a oportunidade de entrevistar a quen sempre quixo entrevistar. Satisfanse os intereses da audiencia rexeitada por outros medios de comunicación, a audiencia longamente esquecida. Código TV vai directamente cara eles. E faino, polo momento, para os espectadores de Santiago e concellos próximos da provincia da Coruña e Pontevedra. Conta ademais, nesta tarefa mediática, co respaldo do Grupo Vocento. De feito, é a única televisión galega integrada dentro desta rede de televisións locais. Isto tradúcese nunha programación de calidade as 24 horas do día, combinando produción propia e espazos de emisión nacional de alta calidade, é dicir collendo o máis importante de dous mundos, o lugar que é o noso punto de partida (Santiago) e o lugar que é o noso percorrido (o mundo). Código TV é unha canle de expresión dun grupo de profesionais, pero tamén dunha cidade e o seu contorno. Unha estrada pola que se vai se vén. Unha aposta xoven e inmediata que abre vías alternativas de expresión para os cidadáns e os empresarios da zona (información local, deportes, cine, cultura, música, ocio, novas tecnoloxías). O micrófono é do espectador. Tamén a cámara. Un espectador urbano que empresta especial atención á actualidade cultural, universitaria e social de Santiago de Compostela.

A cámara pertéceche

Código TV consolida a súa andaina en Santiago e o seu contorno cunha programación onde o espectador, finalmente, tamén participa

DESPOIS, o obxectivo a medio e longo prazo é dinamizar o panorama informativo local galego. A televisión entendida como axente de desenvolvemento social E un público, o de Santiago e o seu contorno, que ve como lle ofrecen finalmente unha plataforma de expresión onde facerse eco das súas inquedanzas. É por iso que a empresa ábrese completamente á cidade, á procura de novas voces, ou simplemente de voces que xa estaban aí pero que aínda non puideron ser escoitadas. “Trátase dunha cuestión de orde social”, comentan os responsables da iniciativa, “unha televisión ó

servizo dunha cidade, e non unha cidade ó servizo dunha televisión. Unha cidade entendida como un conxunto de persoas que viven alí, no sentido máis humano do termo. Un lugar onde sempre hai que ter en conta que, detrás das noticias, hai xente. E, dentro das persoas, sexa cal sexa a súa procedencia, hai presentadores de televisión, actores, guionistas, redactores e, ¿por que non? directores. Queremos que Codigo TV sexa como aquel sitio onde os individuos deixaban de ser anónimos. A escaleira que leva ó escenario, e o escenario mesmo”, conclúen.



Material de apoio

Segundo indicaron os conselleiros, Cativadas está pensado como material de apoio para o docente na aula e non para que o neno o empregue só. Por iso todas as accións teñen unha finalidade de xeito que se adquiran dous obxectivos: uns xerais ou comúns e outros específicos que reflicten a finalidade concreta de cada actividade proposta.

Entre os fins xerais atópase o de conseguir unha actitude favorable de cara aos novos medios tecnolóxicos, o de familiarizarse co uso do ordenador e co movemento do rato, e o de comprender mensaxes orais sinxelas e fomentar a capacidade de coordinación óptico-manual. Este produto multimedia posibilitará aos pais realizar co seu fillo calquera dos dous niveis seleccionando a actividade. O docente disporá dun contorno de traballo no que poderá asignarlles tarefas aos seus alumnos e seguir o seu proceso de aprendizaxe a través dunhas fichas.

unha ferramenta de utilidade para Educación Infantil na medida que vencella ós educadores e ós pais no manexo dos computadores.

O programa establece doce actividades con dous niveis cada unha, de doado uso. É, ademais, un produto multimedia en tora regra, con imaxes e sons e outros recursos dirixidos a fomentar a transmisión de coñecemento. As actividades son: o meu corpo, a casa dos animais, a miña habitación, asociacións, os sons dos animais, sei vestirme, necesidades, coloreo, as letras, os transportes, coche e obstáculos, e os números.



REDACCIÓN

Unha web para que os docentes ensinen e que os rapaces aprendan. Unha web como intermediaria entre uns e outros, sen excluír ós axentes que soen dicir a primeira e a última palabra na educación dos pequenos: os pais. Esa é a finalidade de Cativadas.com, un proxecto presentado este martes 25 de xaneiro en Santiago polos conselleiros de Familia e Innovación, Pilar Rojo e Juan Rodríguez Yuste, respectivamente. A web, que foi dada a coñecer ó mesmo tempo que a súa versión en CD executable para repartir en tódalas gardarías de Galicia (10.000 exemplares en febreiro), estrutúrase en torno á figura da ratiña Lola, que axuda a pais, mestres e cativos con idades de 0 a 3 anos a adquirir coñecementos tecnolóxicos. Ou, polo menos, de ir desenvolvendo unha actitude favorable de cara ó futuro uso das ferramentas da Sociedade do Coñecemento. Durante a presentación da iniciativa, Pilar Rojo fixo fincapé na importancia de familiarizar ós pequenos cos elementos da Sociedade da Información, o vehículo da sociedade futura: “A alfabetización con estes novos medios”, comentou, “debe comezar a idades temperás, debido á crecente implantación de recursos informáticos nos centros de Educación Infantil e Primaria. Cativadas abre un camiño para a

aprendizaxe virtual de valores positivos que se irán ampliando. Así mesmo, contribuirá á aprendizaxe da lingua galega, seguindo as liñas marcadas polo Plan de Normalización Lingüística”.

O conselleiro de Innovación, Industria e Comercio, Juan Rodríguez Yuste, tamén tivo palabras para remarcar os beneficios da Sociedade da Información, unha canle de futuro que, convinemente controlada, axudará os cativos galegos a estar mellor formados no futuro e a ter máis recursos para adaptarse ás condicións e requisitos que o mundo moderno, o mercado laboral e a vida en termos xerais lles esixa. Ó seu xuízo, do que se trata é de propiciar unha actitude favorable e positiva caras as novas tecnoloxías, agora que algúns medios de comunicación, sobre todo televisivos, parecen empeñarse en centrarse nos aspectos máis turbios destas ferramentas, aspectos que son achacables a unha parte dos usuarios, non á Rede en si mesma. Yuste destacou o carácter didáctico deste produto multimedia (“coidadosamente ordenado e regrado”), e tamén a súa vertente máis práctica, ó ser

As Consellerías de Innovación e Familia presentan **Cativadas.com**, un proxecto educativo e tecnolóxico para nenos, pais e profesores



Confidencialidade dos datos

Ademais, o sistema garante a confidencialidade dos datos, posto que non se pode acceder a el sen antes identificarse tecleando o campo de usuario e o de contrasinal que hai que crear a primeira vez que se utiliza o programa.

No proceso da súa elaboración tivéronse en conta criterios pedagóxicos adaptados aos nenos de 0-3 anos, as posibilidades do seu desenvolvemento cognitivo e motriz e os contidos educativos que os currículos marcan para estes niveis educativos. O traballo farase co rato sen necesidade de premer, seguindo as indicacións da ratiña Lola. O cursor irá adquirindo distintas formas dependendo da actividade. A pretensión final é o desenvolvemento dunha actitude favorable cara aos medios de comunicación e ás novas tecnoloxías por parte dos docentes, e fomentar o interese dos nenos por aprender.

LIBERDADE PARA AS TÚAS MANS
Esquécete do mando a distancia

codigo
televisión

redaccion@codigotv.com

GRUPO CÓDIGO CERO COMUNICACIÓN S.L.

oooooooooo
o vocento oo
oooooooooo

A nova televisión compostelá
Sintonízanos nas canles 60 e 44 de UHF

Fabricando á muller "ferpecta"



RAQUEL NOYA

Os concursos de beleza están de plena actualidade. Estamos empeñados en atopar a representante da beleza ideal dos nosos tempos e, para iso, cada ano desfilan lixeiras de roupa centos de mulleres en todo o mundo que van pasando varias probas e subindo chanzos para acadar o máis codiciado premio: ser Miss Universo, a muller máis guapa do planeta, que nos sorprende a todos pola súa beleza e "intelixencia"...

Nada hai de malo –aparentemente– nesta busca. De feito, dende a Antigüidade, cada época tivo a súa encarnación da beleza, como a Venus de Milo, na antiga Grecia, a Mona Lisa no Renacemento, Greta Garbo nos anos 20 ou a sedutora Marilyn Monroe nos 60.

Estarédesvos preguntando que fai Código Cero falando deste tipo de concursos, que supostamente non teñen nada que ver coas novas tecnoloxías... pois si, certamente, non teñen nada que ver coas novas tecnoloxías de Galicia, pero é que a estas alturas do século XXI e, tras máis de cincuenta anos aturando os insoportables e superficiais concursos de beleza de carne e óso, non pode sorprendernos que se celebre un certame de beleza virtual. O concurso chámase *Miss Digital World* e busca ás mulleres en 3D máis fermosas do planeta. Está dirixido a artistas dixitais, axencias de publicidade, produtoras cinematográficas e programadores de videoxogos, ademais de público en xeral. Este concurso lévase a

cabo de xeito totalmente virtual, nun escenario gráfico de terceira dimensión, con animadores virtuais, e incluso artistas e participantes feitos por computadora.

A edición do 2004 tivo vencedora. Chámase *Katty Ko* e foi creada polo deseñador chileno Flavio Parra, que se inspirou na súa muller, a actriz Katty Kowalecko. Desenvolveu un software de animación e modelado 3D Max de Discret e competiu con máis de 40 participantes de todo o mundo "logrando un indiscutible triunfo". Acadou un total de 18.000 votos, uns 10.000 máis cá segunda candidata, polo que o seu deseñador obtivo 5.000 dólares, supoñemos que a repartir coa súa señora...

Non é nada novo que vos adiante que dende hai uns anos nunca faltan os escándalos e as polémicas que manchan a reputación destes eventos e que nin sequera os sorrisos das máis fermosas poden limpalos. Pois ben, como non podía ser doutra maneira, tamén houbo polémica neste certame. Non sería un verdadeiro concurso de beleza se non se acusaran uns ós outros de *tongo* ou de amañar os votos. O pasado mércores 28 de Decembro do 2004, o xornalista Christian Leal dedicáballe unha inocentada máis que merecida ó deseñador chileno e publicaba na revista *Mouse* que trala vitoria de *Katty Ko* achábase algo "turbio" e aseguraba que os votos da devandita candidata proviñan dun mesmo sitio. O sistema de votos para *Katty Ko* fora manipulado, xa que os usuarios da páxina web dun coñecido centro comercial votaban de xeito automático para a súa candidata cada vez que visitaban o sitio.

As nosas sospeitas estaban confirmadas. Tal e como nos imaxinamos, o concurso fora un fraude. Dende que soubemos o resultado das votacións, foi imposible comprender como un deseño que parecía quitado dun debuxo manga, que non tiña absolutamente ningunha traza que o asemellara á realidade,

puidese gañar un concurso destas características. Por suposto, todos tiñamos a nosa favorita, e facíamos as nosas apostas. Algunha das candidatas tiñan verdadeiro parecido coa realidade, semellaban de carne e óso. *Katty Ko* era un debuxo bonito, pero tan só iso, un debuxo. Por iso cando coñecemos o resultado final das votacións, na redacción de Código Cero houbo unha mestura de sorpresa, indignación, decepción e esperanza... si, si, esperanza, ledes ben, a esperanza de poder deseñar nós a unha candidata digna de gañar este concurso, xa que se esa era a vencedora, calquera podía facer algo semellante, ou incluso mellor.

Agora non podemos evitar unha gargallada cada vez que lemos comentarios do que se autodescribe como deseñador gráfico, tales como: "Levoume tres meses crear a *Katty Ko* enteira, pero sen dúbida o pelo foi o máis difícil"; dende logo, para bater un *record* estaba ben, pero apostaría algo a que a moitos dos outros deseñadores, ese tempo foi o que lles levou crear a expresión dos ollos, cousa que *Katty Ko* non ten. Outro comentario sonado foi: "De tódalas participantes *Katty Ko* foi a única baseada nunha muller de carne e óso. Tal vez por isto, a xente votou por ela (...) ademais non se lle debe restar importancia ás numerosas horas que lle dediquei a practicar detalles mínimos para achegalos o máis posible á realidade" ... ¿realidade?, ¿que realidade? O único que ten de real o asunto é que fixecheis trampas e mentiches coma un cosaco...

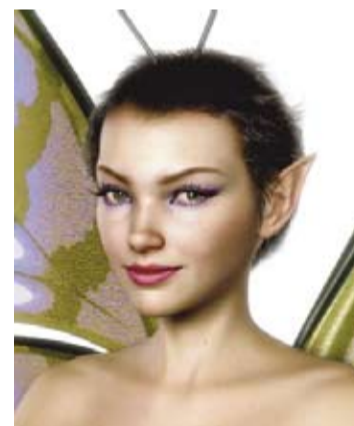
Pero as cousas non fan quedar así. Para alegría de todos nós, o pasado 4 de xaneiro coñeciamos as novas da posible descalificación da "modelo" que quedaría sen a súa "coroa" e do despido de Parra, comunicado por Promoplán, empresa para a que traballaba o deseñador gráfico, por considerar que a presenza deste na súa empresa lles podería traer problemas comerciais.

Por suposto, Flavio Parra reafirma a súa inocencia respecto das acusacións que motivaron o seu despido... de acordo; aceptamos as escusas. A fin de contas, todos algunha vez fixemos pequenas trampas como sacar as *chuletas* nos exames ou copiar do *chapón* de turno... pode ser perdoable... o que non lle perdoamos de ningunha maneira é que pretendere danar seriamente a nosa sensibilidade e estabilidade emocional presentado a *Katty Ko*, cando existen traballos deste tipo que superan incluso a perfección da realidade se cabe. Mirade senón as imaxes que incluímos na reportaxe e que non se presentaron ó concurso. Sobran as palabras.

Estaredes de acordo connosco en que se o obxectivo do concurso *Miss Digital World* era acadar sona e publicidade, conseguírono, pero dende logo non pola calidade dos traballos, senón coma sempre pola polémica, pola trampa, pola inxustiza... un tipo de publicidade indesexable que desprestixia ata ó

máis venerado pola opinión pública.

Por suposto o pasado 1 de xaneiro daba comezo a nova edición do *Miss Digital World 2005*. Nós preguntámonos se revisarán o sistema de votacións ou se pola contra se deixará tal como está. Se é así, que non nos sorprenda que a vencedora do presente ano acabado de estrearse sexa Heidi ou algunha das *Supernenas*, que en calidade e deseño son melloras que a fraudulenta *Katty Ko*.



Crónica puntual dunha info-xornada

RAQUEL NOYA

Xoves, 21 de Xaneiro de 2005.

10:00 a.m. Chegamos o Palacio de Congresos de Santiago de Compostela. Levamos dúas semanas esperando o *Congreso da información á participación* que organiza a Dirección Xeral de Xuventude, así que sen demorarnos demasiado recollemos a documentación e preparámonos para non perdernos nada do que Infopartix vai ofrecer.

10:20 a.m. A xente vai chegando, e parece que o congreso da información á participación vai ser un éxito. Os relatores da mesa redonda déixanse ver por alí de cando en vez e nas súas caras de tranquilidade adivíñase que teñen o seu discurso da mesa redonda máis que preparado e resabido e, efectivamente, ás 12 do mediodía da comezo o debate.

12:45 p.m. Alí fábase, débátese, polemízase e razónase acerca do tema da participación dos mozos en materias de voluntariado e solidariedade, e de asociacionismo xuvenil. Todos están, iso si, de acordo en que os novos galegos son activos e solidarios, pero quizais algo que se nota é a falta de información por parte dos concellos e organismos de representación. A xuventude non pode ser voluntaria se non sabe que a sociedade precisa da súa axuda e se non se lle indican os temas e proxectos nos que se precisa a súa colaboración, e dende os seus asentamentos manifestan a súa vontade de participar de xeito activo na sociedade.

13:20 p.m. A medida que se desenvolve o congreso, tódolos relatores van expoñendo libremente e defendendo as súas posturas. A mesa redonda é un éxito. Hai discrepancias que fan ver que as distintas posturas escóitanse e que se teñan en conta por parte dos asistentes. Pero, sen dúbida, o que esperta maior interese entre os asistentes é a pantalla xigante que se coloca detrás dos relatores e na que se poden ler as mensaxes de móbil que aqueles envían a un número facilitado pola organización. A única condición que se esixe para poñer os SMS na pantalla xigante é que as preguntas, ideas e suxestións que se envíen estean relacionadas co tema que se debate. Pero fítranse moitas mensaxes que suscitan os risos entre o persoal. Mensaxes nas que se di "...estaba sen chaves da casa coa que estaba caendo", mensaxes de *ligoteo*, mensaxes que advirten da presenza da presentadora do programa da televisión de Galicia *Arrampla con todo*, mensaxes que pedían tres "hurra" por Portugal... e outras moitas que foron censuradas, tal e como nos advertiron posteriormente, debido a que o seu contido lle faltaba ó respecto a terceiros.

13:55 p.m. Os ánimos están caldeados e as tripas comezan a ruxir coa fame sabendo que se achega a hora de xantar, e que tras isto poderemos visionar o vídeo que a organización realizou exclusivamente para o evento.

16:10 p.m. Neste vídeo, chamado *Os mozos e mozas opinan*, participaron 100+1 xoves galegos que foron entrevistados no pasado mes de decembro en diversos puntos das catro provincias. Gusta moito. De máis de 25 horas de imaxes que tiñan gravadas, aproveitáronse arredor de 28 minutos de contido que desencadea risas, opinións de apoio e opinións en contra.

E, por fin, ás 18:30 horas podemos dirixirnos cara o seminario que máis nos interesa e que máis ten que ver co noso entorno e coa nosa revista; é o seminario das *Novas Tecnoloxías e Medios de Comunicación* onde podemos ver como é o funcionamento dos xornais dixitais e a importancia que ten Internet nestes tempos nos que unha das cousas que en xeral máis se busca é a información.

19:50 p.m. Algo que podemos comprobar nesta case hora e media de seminario é que malia que os diarios dixitais se dirixen a un público diferente ó dos diarios impresos, os primeiros teñen unha serie de características como son a inmediatez da información, a profundidade dos temas, a repercusión obtida... que fan que estes estean cada vez máis demandados. Aínda así, polo de agora son considerados un medio complementario e aínda non están ó alcance do cen por cento da poboación.

20:00 p.m. Remata o seminario. Os participantes son trasladados ó centro de Santiago onde poderán acudir a un concerto nunha coñecida sala da capital galega. Nós imos a descansar. Hoxe foi un día ben completiño. Mañá temos outra dura xornada de traballo pero poderemos deitarnos tranquilos, sabendo que o vindeiro ano seguro que Infopartix se presentará con máis e mellores propostas para a sociedade xuvenil galega.



REDACCIÓN



"Queremos escoitar a vosa voz". Esa foi unha das frases coas que Pilar Rojo, conselleira de Familia, inaugurou hai uns días en Santiago o congreso Infopartix, unha xuntanza que, como o seu propio nome indica, trata de "informar para que participes". A cita foi no Palacio de Congresos e Exposicións, onde ó longo de dúas xornadas (20 e 21 de xaneiro) a Dirección Xeral de Xuventude puxo estratexias en xogo para evitar que se dea o que nunca se debe dar nun congreso (e menos aínda nun congreso para mozos/as): que os/as asistentes non interveñan. Seminarios, obradoiros, concertos e conferencias: todo estivo ó servizo de fomentar o diálogo. Incluso o "panel vivo", unha extensa superficie onde os mozos déronse renda solta a



En Infopartix opinan todos

si mesmos a través dun xeito de comunicación moito máis antigo do que se pensa, o graffiti. Os temas tratados no congreso foron varios: novas tecnoloxías da información, asociacionismo, traballo en rede, formas e modelos de participación. Así se expresaba na mañá da inauguración Pilar Rojo sobre este punto de encontro denominado "Infopartix": "Queremos coñecer as vosas opinións, e asemade, ofrecervos un espazo no que atopar ideas e solucións para superar os posibles obstáculos que poden frear a participación ou o asociacionismo na mocidade galega". O congreso plantexouse como algo dinámico, na forma e no contido. Así o entenderon os diversos colectivos xuveniles que ofrecían *in situ* información ós asistentes: Raiceiros, Raíña Lupa, Don Bosco ou Mistura. Do que se

trataba era de facer que os mozos e as mozas obtiveran coñecementos e experiencia, incluso cando non estaban activos. Neste sentido, Rojo aclarou que "o que se quería é que este foro marcasse distancias cos congresos tradicionais, onde o público limitábase a escoitar". A conselleira fixo fincapé no que foi conseguindo a Consellería de Familia e Xuventude ó longo destes anos: "Galicia é a terceira comunidade de España no que se refire a servizos dirixidos á mocidade, con 248 oficinas municipais, 69 puntos de información xuvenil 21 servizos de información propios e o portal da RIX, con máis de 1.370.000 visitas". Pilar Rojo estivo acompañada na presentación por Loreto San Martín, directora xeral de Xuventude, a quen Código Cero puido entrevistar para o seu número 28 en formato

Os asistentes convertéronse en xornalistas dixitais

"Gustaríanos ver nos medios a dimisión de Bush". Esa é unha das moitas opinións que achegaron os mozos e mozas que asistiron a Infopartix cando se lles fixo a seguinte pregunta: ¿Que é o que vos gustaría ler nos medios dixitais? E así continúa o seu tiron de orellas: "Os xornalistas deberían preocuparse máis de preguntar ás persoas que participan e non escoitar só os discursos oficiais". Estas e outras reflexións (críticas ou non) puideron escoitarse nun dos seminarios do foro Infopartix, no que dous xornalistas de La Voz de Galicia (Isabel Alvite e César Rodríguez) convertéronse, por unhas horas, en profesores da comunicación, medios dixitais e Internet. Diante deles, medio centenar de mozos e mozas transformáronse, á súa vez, nunha redacción dixital. Código Cero puido falar con Isabel Alvite (na imaxe) logo da fin deste seminario, que por certo foi o que máis éxito tivo. Ó seu xuízo, o nivel dos asistentes foi bo (nalgúns casos incluso falou de "nivel avanzado"), e son persoas, os mozos e mozas en xeral de entre 18 e 25 anos, acostumadas a usar Internet para buscar moita información, rápida e fiable.

-Isabel, ¿podes dicirnos cal é a visión que os mozos teñen de Internet e os medios dixitais?

-Todos menos un dixeron a palabra "información" cando se lles preguntou para que fan uso a cotío das novas tecnoloxías. En segundo lugar, destacaron o factor "comunicación". Neste sentido, o correo electrónico é a ferramenta máis popular.

-¿Cal foi exactamente o teu cometido?

-Ensineilles como funciona a redacción dun xornal dixital. Fixeron un caso práctico. Eu deilles unha serie de informacións e eles tiveron que ordenalas, sopesa-la súa importancia e facer a portada dun periódico. Tamén lles falei da miña experiencia en La Voz de Galicia. Dinlles a coñecer fórmulas de participación en liña, como por exemplo a do "flashmob", que é unha concentración/mobilización organizada a través das novas canles de información. Como por exemplo as da xornada previa ás eleccións presidenciais.

-De todas estas cuestións, ¿cal foi o tema polo que amosaron máis interese?

-Un dos que máis lles interesou foi o das "weblogs", a posibilidade de que o usuario de Internet teña esta canle de expresión e comunicación ó seu alcance.

-¿Cal é o nivel das persoas que asistiron ó teu seminario en materia tecnolóxica?

-Hai usuarios moi avanzados e outros non tanto. Pero incluso os que menos experimentados están, teñen un nivel aceptable e nótase que adoitan a conectarse a cotío. Houbo algunhas persoas que xa tiñan desenvolvido algún tipo de "weblog". A conclusión é que todos eles tiñan horas de navegación, polo que estaban ben familiarizados cos termos que usamos os internautas.





Xuventude Galicia Net 2005: entre amigos

A Dirección Xeral de Xuventude ofrece na súa web información completa sobre este encontro para mozos internautas

As persoas de idades comprendidas entre os 16 e os 30 anos poden ser moitas cousas e ter moi distintas vocacións e vontades, pero hai un nexo común que parece unilos a todos: Internet. É por iso que a Dirección Xeral de Xuventude organiza un ano máis a xuntanza Xuventude Galicia Net, unha convocatoria que quere ir alén do puramente técnico para centrarse no que está detrás e diante das computadoras e da Sociedade da Información: as persoas. De feito, o obxectivo básico deste encontro é habilitar tecnoloxía para crear comunicación, ordenadores para amizade e o enriquecemento. Este ano, Xuventude Galicia Net celebrarase os días 18, 19 e 20 de marzo no Palacio de Congresos e Exposicións de Santiago. Na web do mesmo nome pódese atopar cumprida información sobre o detalles desta xuntanza multitudinaria. Como por exemplo a data de apertura do prazo de inscricións: o venres 28 de xaneiro.

REDACCIÓN



Se es galego e internauta, tes que estar en Xuventude Galicia Net os días 18, 19 e 20 de marzo. A Consellería de Familia, a través da Dirección Xeral de Xuventude, é a responsable da organización. Unha vez máis, polo que podemos ver na redacción de Código Cero na web deste encontro, hai un esforzo por conseguir que os concursos, os premios e os servizos estean, como mínimo, ó mesmo nivel de anos anteriores. Unha vez máis, o obxectivo primeiro da *party* xa está cumprido antes do seu inicio: espertar interese entre a mocidade. Tanto foi así, que as expectativas da organización respecto á solicitude de altas foron amplamente superadas. Mentres se redactaba este artigo, abríase o prazo para as inscricións, e todo apuntaba a que se ía bater o *record* do ano pasado, edición na que se rexistraron máis de 50.000 visitas á web www.xuventudegalicia.net. Nesta convocatoria, a Dirección Xeral de Xuventude reforza outro dos obxectivos: achegar un escenario de aprendizaxe (o Palacio de Congresos de Santiago) e socialización. É dicir, que todo vai encamiñado para que os mozos e mozas inscritos afonden na Sociedade do Coñecemento mentres se divirten e comunican coas novas amizades (inevitables, por outra banda, cando se pasan tres días con outras persoas de similares idades e preferencias).

Xuventude Galicia Net, para quen a estas alturas aínda non sabe o que ofrece, consiste nun encontro informático que aglutina a mozos e mozas profesionais e usuarios da informática de moi

diversas procedencias (Madrid, País Vasco, Cataluña, Asturias... e de forma maioritaria, Galicia). A organización, tal e como ten explicado na súa renovada e reinaugurada páxina web, “pon a disposición dos participantes a posibilidade de conectarse á rede cun acceso rápido, ademais de brindarlles a interesante alternativa de participar en diversos concursos, conferencias e mesas redondas”. Ademais, como vén sendo habitual, o encontro contará coa presenza de relevantes persoeros do mundo da informática (nas conferencias e mesas redondas).

Xuventude Galicia Net, que comezou a súa andaina no 2000, pasará ademais á historia por ser o evento tecnolóxico no que se conseguiu habilitar unha das maiores redes informáticas de todo o eido nacional, a través da conexión de equipos e o seu enlace con Internet. Para poder sacarlle rendemento a todo isto, a organización unicamente pediu uns poucos requisitos: que a persoa inscrita acadise co seu propio computador, e que a poder ser fose un equipo potente e con certas calidades que conseguise aguantar o tirón que representan 52 horas de actividade continuada.

Por outra banda, e malia que nas bases oficiais non se esixe o que imos citar a continuación, o certo é que non se pode obviar o feito de que a computadora non é o único que debe ser resistente, senón tamén o usuario. “Só para valentes”, titulabamos hai dous anos un artigo similar a este, con motivo da edición 2003 de Xuventude Galicia Net.



Lugar: Pazo de Congresos e Exposicións de Galicia

Como en anterior edicións elixiuse o Pazo de Congresos e Exposicións de Galicia como escenario de Xuventude Galicia Net. A decisión tomouse, unha vez máis, porque o recinto está moi ben situado (a medio camiño entre Santiago e o resto do mundo, é dicir, entre Compostela e as autoestradas e o aeroporto) e porque conta cos mellores servizos (segundo os organizadores) “que cabe imaxinar nun edificio moderno e competitivo, con salas de reunións, restaurante, sala de prensa, cabinas de tradución simultánea, sala de exposicións, e un longo etcétera”. A superficie do pazo é de 15.000 metros cadrados. Respecto ó **equipamento** que deberá levar cada participante, cómpre indicar que é preciso traer o ordenador e todo o necesario para poder conectalo a un só enchufe de rede eléctrica e outro de rede de datos. Na páxina web de Xuventude Galicia Net hai unha listaxe con todo o equipo necesario para esta singular *expedición*:

- CPU, monitor, rato, teclado e cables.
 - Tarxeta de rede *Ethernet* con conexión *RJ45*.
 - Regreta de enchufes.
 - Cascos para a música. Os altafalantes están terminantemente prohibidos.
 - Roupas para os 3 días, toallas e útiles de aseo.
 - Saco de durmir e *esterilla*.
 - DNI e xustificante de ter efectuado a transferencia.
 - Carné Xove ou carné Máis no caso de que pagaras 25 Euros.
 - Autorización dos pais ou titores, no caso de ter de 16 a 18 anos
- Á parte de isto, é recomendable traer, segundo os organizadores da xuntanza, unha serie de obxectos que, en teoría non teñen moito que ver coas tecnoloxías da información, como por exemplo unha almofada, que aínda que poida parecer fóra de lugar en realidade pode solucionarlle unhas horiñas de descanso a máis de un participante exhausto. Ademais, tamén aparecen estes outros obxectos na listaxe:
- Un desaparafusador de estrela, para poder abri-lo teu PC se algo falla.
 - Un CD de instalación do sistema operativo e os *drivers* das tarxetas que teñas instaladas.
 - Cargador de teléfono móbil (se tes teléfono móbil).

Non está de máis que fagas unha copia de seguridade dos datos importantes, antes de acudir a Xuventude Galicia Net e que instales un antivirus.

A banda ancha cambia a vida da xente. Os estudos de Internet sobre Internet coinciden nese punto. A forma de actuar das persoas non é exactamente a mesma antes e despois de ter un acceso á Rede destas características. Os síntomas nos individuos son moi variados, pero todos eles se poden resumir nun incremento da información xeral e das habilidades tecnolóxicas. Hai usuarios que incluso se atreven a dicir que o feito de ter banda ancha pode diminuír o tempo que duran as discusións nos fogares, tendo en conta a rapidez coa que se pode resolver a dúbida que propiciou o debate máis ou menos encarnizado. Paralelamente, mellora a vida laboral e o funcionamento das empresas. Se o feito de contar con Internet resulta positivo para calquera tipo de oficina (no que se refire a compras, vendas, trámites, mensaxes cos clientes), a alta velocidade non fai máis que incrementar o valioso da situación. En definitiva, grazas precisamente

a alta velocidade, os xornalistas están máis documentados, os funcionarios teñen máis tempo para tomar o café, os profesores completan de xeito máis exhaustivo as súas leccións e os alumnos poden facerlles mellores preguntas. A clave do éxito non está só no feito de que a información chegue rápido, senón tamén en que se pode acceder a ela en calquera momento, e non hai que agardar máis do que a paciencia do individuo de tipo moderno pode resistir (a paciencia diminúe a medida que avanza e se engrandece a tecnoloxía) para efectuar unha conexión. A cuestión do acceso inmediato pon case en igualdade de condicións a Internet con outros métodos de busca de información máis tradicionais, como enciclopedias, xornais ou revistas. A economía dun país ten máis posibilidades de fornecerse se asume a responsabilidade de coller este outro "tren" de alta velocidade. É unha cuestión de competitividade, no sentido máis vinculado coa práctica do deporte. E foi por medio (precisamente) da banda ancha (as boas novas chegan, por unha vez, con igual velocidade cás malas) como chegou á redacción de Código Cero a nova de que Galicia xa conta cunha **Estratexia de Banda Ancha**, iniciativa con nome propio e con entidade responsable definida (a Consellería de Innovación) na que se contempla facer chegar Internet de alta velocidade a toda a poboación no 2007. O obxectivo do programa baséase no lema por excelencia da Sociedade da Coñecemento: *Aquí collemos todos* (algo máis ou menos fóra de lugar ata o de agora para a nosa comunidade, onde máis da metade dos concellos non podían acceder a este tipo de tecnoloxía). É dicir, o alicerce do programa é facer de cada galego un membro por dereito deste entramado de información xeralizada por vía

Galegos nunha estrada de catro carrís

Repaso polas vantaxes da banda ancha, tecnoloxía que chegará a todo o territorio do noso país no 2007

conta ademais cun importante compoñente solidario, ó rexistrarse o compromiso (segundo informou El Correo Gallego) de "establecer as medidas necesarias para solucionar o problema das zonas nas que os operadores non efectuaron, nin teñen previsto facelo, o despregue da rede debido á ausencia de demanda suficiente".

Para o ano en curso, a Consellería de Innovación destina 9 millóns de euros a acometer o desenvolvemento dunha rede troncal, coa que estender a banda ancha a todo o territorio autonómico. Ademais, para dotar a Galicia de acceso a Internet en óptimas condicións o Goberno vai reservar 21,7 millóns de euros (neste ano 2005) do paquete de investimentos no afianzamento da Sociedade da Información. Esta cifra representa un incremento do 300% con respecto ó ano que acabamos de deixar atrás.



Empresas que lle din "ola" ó computador

A Consellería de Innovación vén de comprobar o alto interese do mundo empresarial galego por axudas relacionadas co acceso ás novas tecnoloxías. Este feito contrasta coa opinión dos sectores sociais máis críticos no noso país, que inciden en que nas empresas máis tradicionais Internet aínda importa ben pouco. É dicir, que en detrimento diso que se chama "computador", aínda agora teñen peso certas maneiras de pechar un negocio cos seus rituais complementarios: darse a man, mirarse ós ollos, falar cara a cara. Así e todo, os datos que presenta Innovación superan, nalgúns casos, a media nacional.

Indicador	2001	2004	Variación
% pemes con ordenadores	97'3	98'8	1'5 %
% pemes que acceden a Internet	74'3	90'6	21'9 %
% pemes con acceso a Internet en banda ancha	10'9	68'4	527 %
% empregados con acceso a Internet	17'3	20'8	20'23 %
% pemes que usan Internet coa Administración	23'3	57'2	145'5 %
% pemes que usan Internet coa banca	53'3	81'9	53'65 %
% pemes que usan internet para formar ó persoal	3'1	5'6	80'6 %
% pemes con sitio web	27'7	40'6	46'57 %
% pemes con persoal informático	16'3	24'3	49'07 %

Cómpre salientar o importante crecemento da porcentaxe de empresas que pasaron a ter banda ancha (68.4% no 2004, o que representa un aumento do 527%), dos empregados que teñen acceso a Internet no lugar de traballo (20,8 %) e das empresas que utilizan a Rede coa Administración (cun aumento do 145,5% entre 2001 e o 2004). Ademais, segundo subliñou Innovación, cómpre destacar o afianzamento do uso do comercio electrónico nas empresas: "Hoxe en día, arredor dun 30% das pemes utilizan a Rede no proceso de compra, e un 15% chega a formaliza-los pedidos directamente en Internet".

tecnolóxica. Estes son os datos a ter en conta:

A Estratexia de Banda Ancha da Consellería de Innovación vaise desenvolver entre 2005 e 2007, contando cun presuposto para ese período de 45 millóns de euros. O plan



879 proxectos vinculados ás novas tecnoloxías

A Consellería de Innovación, paralelamente ós datos sobre a banda ancha e a aceptación de Internet nas empresas, tamén facilitou a Código Cero a cifra exacta de proxectos vinculados ás novas tecnoloxías que foron apoiados por este departamento nos últimos catro anos: 879. Dende 2001 ata a actualidade, destináronse 9,52 millóns a propiciar a implantación das novas tecnoloxías no tecido empresarial galego. E, dado o interese do sector por estas axudas, foi necesario aumentar a partida inicial destas axudas: no 2004, malia que a partida era de 2 millóns de euros, tivo que ser ampliada a 3,8.

	2001	2002	2003	2004	Total
Proxectos	110	74	122	573	879
Investimento	9'12	7'35	4'79	9'06	30'32
Subvención	2'09	1'70	1'90	3'83	9'52



Todo o que quixo saber sobre UMTS e ninguén tivo a paciencia de responderlle

Primeiro foi GSM, logo GPRS e agora vivimos no universo UMTS. Está claro que imos falar de tecnoloxía. Só a tecnoloxía se clasifica así, con siglas sen vocais. Concretamente, falaremos de móbiles de terceira xeración (UMTS), eses aparellos que no ano 2010 calcúlase que formarán parte da vida cotiá de 2.000 millóns de persoas en todo o mundo. Por se isto fose pouco, xa se sabe que hai operadores europeos que traballan xa na seguinte xeración de terminais. A moitas persoas estes fenómenos tecnolóxicos vannas coller coa garda baixa. Como aprender a correr sen ter andado antes. Os medios tampouco axudan, e dan por sentadas certas cousas, como que todo o mundo sabe que UMTS significa Sistema Universal de Telecomunicacións Móviles. No seguinte artigo non imos dicir nada que non dixera antes. Precisamente esa á súa razón de ser: que a mensaxe xa foi emitida, perdeuse e agora vólvese emitir. Así foi como comezou todo.



F.S.

A cifra merece, como mínimo, un pouco de atención: 2.000 millóns de persoas en todo o mundo terán teléfonos móbiles de terceira xeración dentro de cinco anos. O aparello que usarán está a deixar de ser unha incógnita para moita xente, agora que dende tódolos sectores se está a incidir en que o 2005 será o ano do despegue do UMTS (Universal Mobile Telecommunications System). Un despegue que, polo menos en España, prevese definitivo, logo dunha serie de aprazamentos. Deste xeito, nas próximas eleccións autonómicas ou presidenciais que se celebren neste país, as mensaxes políticas que uns cidadáns envíen a outros de cara a dirixir o rumbo dos resultados estarán apoiadas por imaxes, vídeos e son. Todo un luxo para os usuarios con conciencia política ou non -sexando o partido que sexan-, tendo en conta o moito que se reforza un corpo textual acompañado dunha imaxe. Esta (entre outras moitas) vai ser unha das vantaxes desta tecnoloxía, da que moitos usuarios saben o nome e os apelidos pero pouco máis.

A continuación, incluímos unha serie de datos co obxectivo de aclarar certas dúbidas.

• QUE?

Tal e como dixemos ó principio, UMTS é unha especie de terceiro paso, unha evolución natural do GSM (segunda xeración) e do GPRS (segunda xeración avanzada). Un dos seus puntos fortes é que está baseado en tecnoloxía WCDMA, listaxe inacabable de siglas

que ten a súa orixe, como moitas tecnoloxías coas que convivimos hoxe en día, no eido militar. A principal vantaxe da Wide Code Division Multiple Access é que a súa sinal esténdese grazas a un código de ensanchado que só coñecen o emisor e o receptor. UMTS son siglas europeas. Fóra do noso eido, as tecnoloxías denomínanse doutra maneira. Na súa principal característica reside a súa vantaxe: na velocidade. Isto permite que se poidan efectuar videoconferencias (se o ancho de banda medra, tamén os soportes da mensaxe). Para facernos unha idea, dicir que nun vehículo a gran velocidade é posible acadar velocidades de transmisión de ata 144 kbit/seg. En espazos abertos pódese chegar a 348 kbit/segundo (o que máis ou menos é a taxa media ofertada neste momento, oito veces superior á do GPRS). Así e todo, se o usuario non se move e fica quedo no interior dun edificio con cobertura abondo, é posible chegar ós 2 Mbits/segundo.

• PARA QUE?

Cando o usuario se pregunta para que pode servir un UMTS o mellor é que pense que para o mesmo ca un móbil, pero con melloras. Algo así como unir nun único aparello un computador con acceso a Internet e un teléfono (pero máis semellante en forma a un teléfono cá un computador, para tranquilidade daqueles que non gusten de carrexar pesos excesivos). Co móbil de terceira xeración pódense facer moitas cousas, e o máis frecuente (como ocorre con moitos aparellos tecnolóxicos) é que moitos usuarios fiquen só na superficie, facendo uso só dunha parte pequena dos servizos posibles. O UMTS, lóxicamente, non mellora a forma das mensaxes (o que non sabe escribir, seguirá sen saber facelo) nin tampouco o contido. Entre os funcións máis demandadas están as seguintes: videoconferencias e descargas de música en MP3. Tamén é posible ver a televisión no móbil, xogos, clips de vídeo ou videomensaxería.

• CÓMO?

Nestes casos, o normal é que sexa o propio vendedor o que nos explique como funciona o aparello en cuestión. Así e todo, o máis positivo é que acudamos ó noso provedor cunha certa cantidade de coñecementos, non para evitar que nos enganen senón máis ben porque a vida moderna impón o seu ritmo, e non todos (nin nós nin o vendedor) dispoñemos de tempo suficiente para extensas explicacións. O UMTS utilízase en moitos aspectos igual ca un móbil convencional. Quen saber usar este, saberá manexar aquel sen problemas. Pero hai aplicacións que ofrecen



certas dúbidas. Por exemplo, non todo o mundo sabe que se pode acceder a Internet cun portátil por medio do aparello de terceira xeración. Tódalas operadoras que traballan en España subministran tarxetas para que o usuario poida conectarse. A conexión, sempre que esteamos nunha zona de boa cobertura, será de 384 kbits. Se estamos "fóra de onda" o normal é que o ritmo descendá ó dunha conexión con módem. O usuario pode adquirir un terminal destas características en igualdade de condicións ca un convencional: liberado ou ben de operadora. Cómpre sinalar que non hai por que desprenderse do número antigo. Non ocorre o mesmo coa tarxeta SIM, que se pode cambiar por outra de máis capacidade sen que se incremente o prezo.

• ONDE?

Nas cidades galegas grandes, a cobertura está asegurada. Polo momento, non existen datos exactos de que nas zonas rurais nos vaia operar a pleno rendemento o noso terminal, en calquera caso funcionará igual ca un de segunda xeración. O que si que está claro é que a cobertura varía dependendo do operador que teñamos contratado, do mesmo xeito que ocorre cos móbiles convencionais. A nivel español, sábese que Telefónica e Vodafone son as empresas que máis territorio abranguen co seu servizo. Ámbalas operadoras teñen cuberto un 40% do país. Amena non presenta grandes diferenzas na súa taxa. Da mesma maneira que existe servizo de *roaming* para os terminais de segunda xeración cando imos ó estranxeiro, tamén o hai para estes outros terminais. En Europa pasa máis ou menos o mesmo ca en

España: o noso móbil estará plenamente operativo nas cidades. Fóra delas, pasará a funcionar como un de segunda xeración. A cousa cambia cando saímos de Europa. A tecnoloxía UMTS non irá tras de nós. Por exemplo en Estados Unidos e Asia utilízanse as tecnoloxías CDMA e FOMA, que veñen a ser máis ou menos o mesmo, pero, malia todo, non parece que sexan moi compatíbeis co UMTS. Aínda así, sábese que en Xapón coexisten varias tecnoloxías, evitándose pois a seguinte situación: que o usuario que merque un aparello en Europa para logo viaxar a Tokío acabe esnaquizándose con ira na beirarrúa, para sorpresa dun pobo tan tranquilo como o xaponés.

• CANTO?

Chegamos á pregunta do millón, a que todo o mundo estaba agardando. Os móbiles de terceira xeración non se poden denominar baratos, pero o que é certo é que baixaron o seu prezo dun ano a esta parte, e que existen vantaxosas ofertas que os usuarios poden aproveitar, agora que está claro que Telefónica, Amena e Vodafone están mobilizando todo o seu potencial para fomentar o despegue definitivo desta tecnoloxía. E dentro desa mobilización é onde entran en xogo as ofertas. Segundo informa o xornalista Ángel Jiménez de Luis de El Mundo (un dos principais apoios á hora de facer este artigo), existen en España uns dez modelos dispoñibles. O máis barato é o Motorola V980 (119 euros). De tódolos xeitos, o normal é que rolden os 400 euros, como por exemplo o Sony Ericsson Z1010, un dos máis demandados, que chega ós 399.

• **CANDO?** Xa. Así de breve e así de rotundo. Xa se poden adquirir, coa seguridade dun pleno funcionamento nas cidades de máis de 100.000 habitantes. Isto é o que hai polo momento, pero prevese máis cobertura para finais de ano, o que leva a pensar en que a porcentaxe de UMTS vendidos en España no pasado Nadal (o 10% do total de móbiles) vaia triplicar para o 2005.

• QUE VÉN DESPOIS?

Xeración: conxunto de persoas que nacen e viven nunha mesma época, cunha diferenza máxima de idade duns dez anos. Isto ocorre nas persoas. Na tecnoloxía non acontece o mesmo. As xeracións poden aparecer case de xeito simultáneo. Cando aínda se está a consolidar a telefonía de terceira xeración, aparece xa no horizonte a plataforma Super 3X, tecnoloxía na que están a traballar 26 multinacionais do sector como Siemens ou Nec, e que se espera ultimada para o 2007. As vantaxes que vai incluír son as seguintes: transmisión de datos ata dez veces máis rápida que un móbil de terceira xeración UMTS, mellora nos xogos e nos contidos en xeral e meirande resolución na imaxe (LCDs). Segundo diversos medios de comunicación, detrás da tecnoloxía Super 3X deberá haber xigantescos investimentos por parte dos operadores europeos, tanto en desenvolvemento de tipo tecnolóxico como en licenzas. É precisamente a posibilidade de utilizar o móbil como canle de transmisión de imaxes (tv, vídeo) de alta definición o que máis está a animar ás empresas a apostar por esta tecnoloxía.

Exame de Nadal para UMTS. Nota: aprobado.

O Nadal xogou a favor do UMTS. Máis incluso do que agardaban os tres operadores que traballan en España, que cualificaron de "exitosa" a campaña de promoción e vendas de teléfonos móbiles 3X, malia que en números o total do comercializado non fose en España alén duns cantos milleiros de unidades.

Así e todo, a sensación reinante é que o labor publicitario das operadoras (coa axuda dunha gran parte da prensa) deu os seus froitos, e a videoconferencia segue a ser ese pequeno detalle que fai que alguén, en calquera currunchito de España, deixe de entreterse en que lle vai agasallar ó seu mellor amigo porque xa se deu de cheo coa resposta: UMTS. Iso, unido ás perspectivas interesantes que nos están a vender, fai deste aparello un caramelo de luxo na porta do colexio para os amantes dos doces. Un obxecto multiusos, que polo visto pertence á terceira xeración de algo, e que co tempo promete converterse no símbolo por excelencia da polivalencia: móbil, computador, agenda, espertador, tarxeta de crédito, aparello de televisión, cámara de fotos, GPS. Ser tantas cousas á vez non parece nada doado, pero calquera pode comprobar que o camiño a seguir pola tecnoloxía é ese: que a caixa de ferramentas pase a ser a caixa da ferramenta (única).

O éxito (relativo) do UMTS hai agora un mes en España pódese situar nesa liña. Motorola e Sony Ericson foron algunhas das marcas máis reclamadas. En Telefónica un importante número de usuarios utilizou o programa de puntos para cambiar o terminal de segunda xeración por un de terceira. Outro elemento que tamén tivo moito éxito foron as tarxetas que posibilitan a conexión a Internet dun computador portátil mediante un terminal UMTS. Moi útil para rebaixar a presenza física da tecnoloxía.



Cifra récord na venda de móbiles no 2004

As vendas de móbiles en xeral (de segunda e terceira xeración) no 2004 foron un 20% maiores ca no 2003, segundo se desprende dos datos provisionais aportados a mediados de xaneiro polas operadoras. Desta maneira, pasouse a barreira dos 15,5 millóns de terminais vendidos, aparellos que non foron parar a mans de xente que nunca antes tivo un, senón que máis ben serviron de reemprazo dos xa existentes (90%), o que certifica a calidade das campañas publicitarias dos distintos operadores, tan insistentes na necesidade de que troquemos de móbil (ter un móbil pasado de moda é entendido hoxe por moita xente como unha sorte de fracaso social). Isto significa que nove de cada dez aparellos foron mercados para substituír un móbil máis ou menos vello.

Ademais, case a totalidade dos terminais comercializados na pasada campaña de Nadal tiñan pantallas en cor e aplicacións multimedia, estando en vías de extinción os aparellos con pantalla en branco e negro e sen servizos de i-mode. Este incremento das prestacións (unido á aposta decidida dos clientes por elas) fixo que se encarecera o custo dos móbiles nos últimos tempos, feito que non parece desanimar ós compradores senón, polo visto, todo o contrario.

Así, neste momento, o máis habitual é que paguemos non menos de 120 euros por un móbil. A cifra de gasto total en España durante o 2004 foi de máis de 2.000 millóns de euros. No 2005 o ritmo de vendas vaia incrementar aínda máis, diminuíndo por outra banda o tempo que separa o intre en que adquirimos o móbil máis moderno e completo do mercado e o momento (que será máis ou menos triste dependendo da carga sentimental do terminal) en que nos despedimos del para substituílo por outro.



Tantas mensaxes como chamadas

Os SMS consolídanse en España como un método rápido e barato de establecer comunicación... e solidariedade

A clave está nas mensaxes de texto. Acontecementos de importancia mundial poden ter finais distintos, dependendo de cal sexa o SMS de máis éxito viaxando de terminal en terminal. A solidariedade dun pobo cos damnificados na catástrofe no Sueste de Asia encontrou, hai unhas semanas, a mellor forma de expresarse a través da palabra "axuda" na pantalla dun móbil. Os SMS serven para que os analistas prognostiquen que camiños vai tomar a sociedade dun país. Primeiro foi Aznar. Agora é Zapatero. Polas mensaxes de texto coñecerán se o pobo lles quere. Baratos, eficaces, rápidos e, aínda por enriba, saudables. As mensaxes de texto varían de forma segundo a idade do emisor. Unha persoa de sesenta non entenderá a mensaxe dun individuo de quince. Un movemento que consegue recadar 7,5 millóns de euros para a catástrofe do tsunami merece que se empreste atención ós métodos que o fixeron posible. Métodos SMS.



Foto: Santi Alvite

A USC envía datos académicos ós móbiles dos estudantes

¿Cal pode ser o mellor medio tecnolóxico hoxe en día para comunicarse cos mozos e mozas que cursan estudos universitarios? ¿Que é aquilo que teñen case todos eles e que levan a todas partes para manterse en contacto

uns cos outros? A resposta é ben sinxela: o teléfono móbil. Trátase dunha plataforma onde está practicamente asegurado que, ó outro lado da liña, alguén vai estar presente. Así o entende a Universidade de Santiago de Compostela (USC), de aí que asinase un convenio con Vodafone e Aycos para transmitir datos de relevancia ós alumnos por medio das mensaxes de texto, incluíndose cualificacións de exames ou calquera outra información do eido universitario. Segundo fixo saber

F.S.



A comunicación depara sorpresas. Poucos especialistas puideron prognosticar no 1995 que os SMS (*Short Message System*) ían acadar nun prazo dunha década tanta popularidade. Naquel ano alguén enviaba dende un computador a primeira mensaxe de texto no Reino Unido a un teléfono móbil. A operación tivo algo de experimental. Agora xa non hai nada de experimental no feito de enviar un SMS. Poucas accións son tan comúns. Intentar atopar hoxe en día a un rapaz ou rapaza menor de 20 anos que non dispoña de móbil e non envíe SMS é unha perda de tempo. Real e absoluta. Actualmente, cada 90 segundos viaxan polas ondas máis de un millón de SMS directos cara un destinatario concreto. Na pasada Fin de Ano enviáronse en España case 20 millóns de mensaxes. A natureza deses SMS foi esta: felicitacións, comentarios políticos (sobre todo contra Zapatero o seu Goberno) e, sobre todo, chistes e outras bromas que foron pasando de móbil a móbil trazando un percorrido que levaría directamente á loucura a quen quixese analízalo. Cruzamentos e máis cruzamentos. A teoría do caos: por medio do seguimento de seis mensaxes así, sería posible incluír nun entramado de liñas a tódalas familias españolas. A forza dunha mensaxe que destaque por riba das demais en forma e en contido pode ser tal, que non sería unha tolema crer que se poden dirixir determinados acontecementos históricos.

Unha chamada, neste sentido, nunca será tan boa como un SMS. Mensaxes como por exemplo as que se enviaron entre os sucesos do 11-M e as eleccións presidenciais, para algúns (os do PP) totalmente decisivos nos resultados, para outros

o reitor compostelán Senén Barro, "Vodafone emprestará á USC o servizo de conexión á plataforma de Datos en Mobilidade que permite interactuar directamente ás aplicacións informáticas de xestión académica da institución docente cos seus sistemas de envío de mensaxes". O proxecto está a ter unha importante repercusión, e xa están inscritos neste sistema o 50% dos alumnos matriculados. As mensaxes non suporán repercusión económica algunha para os usuarios, validándose o envío de publicidade, controlada pola propia Universidade e a empresa

non tanto (os do PSOE). Nestes SMS, como se pode recordar, se lle botaba en cara a José María Aznar que os atentados eran consecuencia directa do apoio a Estados Unidos na guerra de Iraq. As mensaxes de texto como arma non teñen inclinación política definida. Agora son os "outros" os que fan uso delas, como para botar dardos contra o suposto boicot de Madrid como cidade olímpica iniciado por Carod Rovira. No punto de mira destas mensaxes están as medidas do Goberno en contra do que os autores cren digno de ser conservado: a unidade de España, ou a súa condición de país católico.

Segundo datos aportados pola empresa Netsize, non fai tanto tempo que convivimos coas mensaxes de texto. A sensación de que levamos toda a vida con elas é falsa, como soe ocorrer coas cousas de uso cotiá moi afianzadas no noso xeito de proceder. En realidade, levan só uns dez anos ó alcance da xente. Netsize tamén ofrece datos sobre o tempo normal que tarda un SMS en saír do móbil do emisor e chegar ó do receptor: cinco segundos. Unha das claves do éxito é, basicamente, o escaso custo que lle supón ó usuario. A iso hai que engadirlle unha das súas principais características: a discreción. As chamadas chegan facendo ruído, dando berros durante certo tempo. As mensaxes chegan e non interrompen reunións, non arrefrían citas, chegan como en adagio, sen que o receptor teña necesidade de contestar ó momento. Os SMS non soen albergar contidos urxentes, nin tampouco despedidos laborais nin declaracións de certa transcendencia. Para iso temos as chamadas, estando os usuarios dalgunha maneira obrigados a transmitir coa voz as mensaxes máis importantes. Os SMS, ademais, teñen outra vantaxe: non se necesita

que haxa silencio para establecer comunicación. Na hora punta na estación de tren, viaxando nun autobús co equipo de fútbol. Os SMS son en gran parte responsables de que a telefonía móbil teña medrado en todo o mundo un 40 % nos últimos anos, perdendo a fixa, pola contra, un 5% dos ingresos. As aplicacións son infinitas: envíos de cualificacións ós estudantes (como o proxecto da Universidade de Santiago do que falamos nesta mesma páxina) ou avisos de urxencia e axuda para persoas maiores (como no País Vasco, onde se instalaron sensores en utensilios de uso cotiá de vivendas illadas, conectados con servizos de urxencia rápida).

Unha das utilidades dos SMS que máis pode contribuír ó benestar social é a de servir de base a campañas solidarias. Como a da catástrofe no Sueste de Asia, para a que se recadaron 7,5 millóns de euros en España por vía de mensaxes de texto. A iniciativa, posta en marcha por Antena 3, trouxo consigo a intervención do Ministerio de Economía e Facenda, que se comprometeu a renunciar ó cobro do IVE ás operadoras de telefonía móbil, polo que se destinou todo o importe de cada mensaxe (1,04 euros) ás vítimas do tsunami no Índico. Unha vez máis, a clave do éxito reside na rapidez e na comodidade. Por un momento, gran parte de España foi solidaria. A cuestión é poder aproveitar o momento en que un español se sente solidario. Momento que, para moitas persoas se cadra non dura moito, e rápido esmorece. Pero dura o tempo preciso en que se colle o móbil (sen saír da nosa casa, sen erguermos do sofá), prémese "escribir mensaxe" e redáctase algo tan sinxelo, directo e esperanzador como a palabra "axuda".

Este convenio é, segundo indicou Senén Barro, un paso máis no forte compromiso da Universidade coas novas tecnoloxías da información. Ademais, o que se pretende é aproveitar a importante presenza de teléfonos móbiles na comunidade estudantil, agora que se fixo público que o 99% dos universitarios dispón de móbil ou incluso está pensando en cambialo e que máis do 80% dos mozos e mozas consideran que as novas tecnoloxías son ferramentas imprescindibles para o mercado do traballo.



Mario S. García

“Tan vital es su descubrimiento para la Defensa Nacional que el Gobierno de los Estados Unidos de América no permitirá publicar detalles”. Así calificaba el periódico New York Times el invento que Hedy Lamarr había patentado en agosto de 1942, en plena 2ª Guerra Mundial. “Ha sido clasificado en categoría ‘Red Hot’. El diseño permitirá el control remoto de aparatos militares”.

Habitualmente, en las batallas navales los submarinos lanzaban varios torpedos para abatir un objetivo: a menudo las corrientes los desviaban o el enemigo se negaba a estarse quieto. Una solución podía ser enviar señales de radio al proyectil para modificar su ruta. La teoría parecía buena, pero el adversario podría interceptar fácilmente las señales e impedir su misión.

Hedy Lamarr aún es un rostro muy conocido. Como actriz, quizás la recuerdes cortando melenas a destajo en “Sansón y Dalila”. ¿No? ¿Recuerdas la imagen que se ha utilizado durante años como reclamo publicitario del programa CorelDraw? Pues es ella. Hija de un adinerado banquero austriaco, hizo sus primeros pinitos en el cine en 1933 correteando desnuda por un bosque, lo que ya tiene mérito para la época. Casada por conveniencia familiar con un fabricante de armas nazí llamado Fritz Mandl, tuvo que asistir a muchas reuniones de negocios. De este modo aprendió detalles de la industria armamentística, que luego le aportarían ideas. Al sentirse esclavizada y tratada como mujer objeto, decidió escapar de todo aquello. Cuenta la leyenda que su fuga fue “de película”, pero mejor será que volvamos a la historia que nos ocupa.

Una vez asentada en Hollywood conoció a George Antheil, a la sazón un vanguardista compositor musical, adelantado a su tiempo. Antheil había construido en 1926 un sistema, el ‘Ballet Mecanique’, capaz de sincronizar

16 pianos de tal modo que sonaban al unísono desde la primera nota. Para ello utilizaba un conjunto de rodillos perforados que recorrían la partitura a tocar.

Un día, durante un ensayo en el que Antheil tocaba teclas y ella le seguía con su voz, Hedy recordó el tema del control remoto: ¿por qué no aplicamos esta idea a los torpedos? Tras dos años de trabajo, Lamarr y Antheil registraron la patente de un Sistema de Comunicaciones Secreto. En la descripción emplearon símiles musicales: dos rollos perforados, uno en el emisor y otro en el receptor, 88 canales de comunicación (el mismo número que teclas hay en un piano),... Lo importante es que se sincronizaban y conmutaban sus frecuencias (en inglés, **frequency hopping**), de acuerdo con las instrucciones de los carretes. Si emisor y receptor sabían en qué frecuencia debían estar en cada momento, el mensaje se podía transmitir sin miedo a ser interceptado. El enemigo no podría interferir en la señal, pues solo detectaría un enigmático ruido.

La patente fue cedida para uso militar. La Armada se dio cuenta de su valor estratégico, pero no comprendieron cómo ponerla en práctica, en parte por los impedimentos tecnológicos del momento. Hedy Lamarr retornó a su papel principal de mujer bella, aportando su encantador rostro para vender bonos de guerra, y también olvidó el invento.

Veinte años después, durante la crisis de Cuba de 1962, la flota naval norteamericana empleó la conmutación de frecuencias para el control remoto de boyas rastreadoras. Para ello hubo que emplear circuitos electrónicos en vez de rodillos perforados. Más tarde se utilizaría en la guerra de Vietnam, en el sistema de defensa por satélites Milstar (un contrato de 25.000 millones de dólares),... y un buen día dio por fin el salto al mundo civil. La moderna telefonía móvil utiliza la conmutación de frecuencias para proteger la señal de interferencias, garantizando la



intimidad de las llamadas.

Veamos: ¿Cuántos teléfonos móviles se han fabricado en los últimos quince años? Si cada uno de ellos pagara un pequeñísimo canon por la patente, los inventores serían archimillonarios, ¿no? Lamarr y Antheil nunca recibieron un dólar. ¡Cero patatero! Las patentes en Estados Unidos duran solamente 17 años. Cuando se fabricó la primera aplicación los inventores ya no tenían derechos económicos. En realidad, no es éste el primer caso de idea brillante, adelantada en décadas a su tiempo.

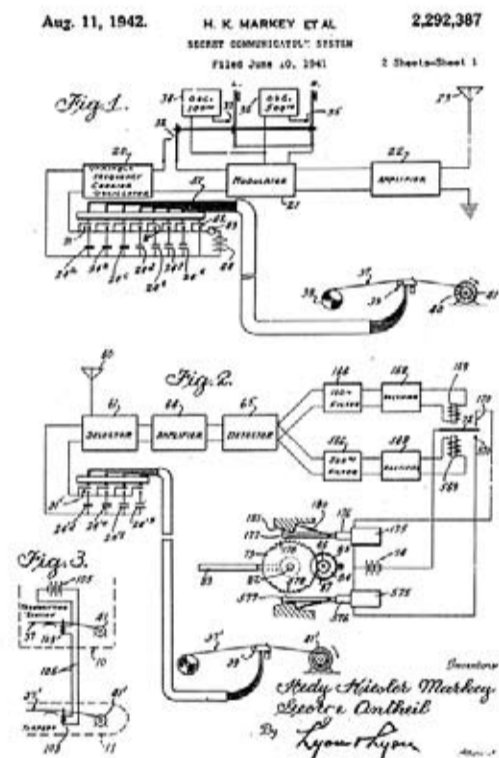
La actriz, pasada su época dorada, murió en el año 2000, pero al menos su ingenio fue por fin reconocido poco antes y Hedy recibió varios premios honoríficos por su gran contribución. Dicen que cuando le comunicaron el premio de la Electronic Frontier Foundation exclamó: “Ya era hora”.

Enderezos de interés

<http://www.ncafe.com/chris/pat2>

<http://www.hoxie.org/news99/senior99/hedy1.html>

La actriz y el teléfono móvil



e-factura: El Nuevo régimen de facturación, la factura electrónica.

Antonio Domínguez Leis
Economista Forense
adominguezleis@economistas.org

Para la evolución del comercio electrónico, resulta imprescindible conocer el nuevo Reglamento de la e-Facturación, aprobado por RD 1496/2003, de 28 de Noviembre, por el que se regulan las obligaciones de facturación. Ello permite la digitalización de los archivos históricos y la posterior destrucción de los tradicionales de papel. Al mismo tiempo que viene a ser una forma de incentivar el uso de la e-factura para aquellas empresas que quieran agilizar su gestión administrativa o bien entre empresas del mismo grupo. Es impresionante la importancia

de esta norma en el futuro, tanto o más como su retroactividad con el pasado al permitir esta norma poder conservar de forma digital todos los archivos en papel.

Esto eliminaría los caros y complicados almacenes de papeles contables, al mismo tiempo que conservarlos durante los diferentes periodos de tiempo de conservación de las leyes y la práctica mercantil:

- Prescripción fiscal; 4 años a partir de la fecha de auto liquidación del impuesto de que se trate.
- Prescripción mercantil: 6 años a partir de la fecha de la última anotación contable practicada en los libros registro. Art. 30 Com.

- Prescripción penal (delito fiscal), 5 años a partir de la liquidación del impuesto.

Por fin, se regula la creación, envío y conservación de las facturas por medios electrónicos o telemáticos. Este consiste en un archivo digitalizado que sustituye al documento tradicional en papel y que contiene el texto de la factura de acuerdo con las especificaciones mínimas legales, más una firma digital aplicada sobre el mismo y el certificado de firma que lo acompaña que debe ser emitido por una Autoridad de certificación homologada por la Agencia Tributaria.

Esta puede ser una magnífica oportunidad para una empresa gallega que desarrolle software en crear una aplicación para gestión documental digitalizada, la cual permitirá destruir los vetustos archivos de papel ¿Creéis que esto

no se demanda?

Al mismo tiempo desarrollar un protocolo estándar de generación y emisión de facturas entre empresas que facilite la conexión en su gestión administrativa y agilizar los cobros y pagos.

Requisitos de la e-factura:


- Reunir los requisitos de legitimidad que desarrolla la ley.
- Los documentos se deberán gestionar u conservar sistemáticamente, de modo que garantice el acceso on line completo y rápido a los mismos.

Beneficios de la e-factura:

Una cuestión novedosa llevará un tiempo imponerse, sin embargo será como todo, los primeros sufrirán el cambio y abrirán el camino a los demás. Esto es una cuestión de tiempo.

- Es positivo para la gestión de la empresa, al suponer una reducción de costes improductivos, personal, tiempo.
- Acceso inmediato a la información.
- Evitar la “pérdida” de documentación y los disgustos que trae consigo.
- Tiene la misma fuerza jurídica que la ley le pueda atribuir al papel, en cualquiera de su ámbito civil, mercantil o tributario.
- Reducción de espacio en almacenes y oficinas con el coste que supone el metro cuadrado de un alquiler,...

Cada una de las obligaciones y requisitos en la emisión y conservación de las facturas no sería el objeto de este foro, sin embargo serán cuestiones a evaluar a todos aquellos que quieran adelantarse en el tiempo.

 A escena coa que comeza esta reportaxe transcurre no fogar dunha persoa que, por motivos de saúde, non pode desprazarse ata a igrexa de Santa María La Real de La Corte, en Oviedo, co obxectivo de rezarlle ó Santísimo. Un fogar como outro calquera pero cunha particularidade máis: hai conexión a Internet e equipo informático axeitado. As tecnoloxías permítenlle a esta persoa cubrir unha serie de frontes que a televisión pública non lle cubre máis alá dos domingos da mañá, momento en que si que se retransmiten oficios relixiosos. Conta ademais coa axuda da comunidade da Adoración Perpetua e do seu párroco, Laurentino Gómez, quen consideran que a igrexa cristiá non ten en Internet un inimigo, senón todo o contrario, un apoio de primeira liña para chegar a máis fieis tras salvar unha serie de obstáculos.

Obstáculos principais:

- Impedimentos físicos. Por razóns de saúde ou ben de incapacidade, hai xente que non pode acudir ós oficios litúrxicos ou ben solicitar información e consellos espirituais.
- O ritmo de traballo actual. Non todo o mundo ten tempo suficiente para dedicarllo a estas

cuestións todo o que quixera. A xornada laboral impón o seu ritmo. As novas costumes dos máis novos. A xuízo desta iniciativa e doutras similares en España e Galicia, se o que se pretende é chegar á xente, hai que facelo polas canles que esa xente considera -a estas alturas-, habituais. A xuventude urbana española utiliza a Rede e os seus servizos con moita asiduidade. Para atopala, hai que estar na Rede.

O exemplo da comunidade de Adoración Perpetua en Oviedo, que instalou unha cámara web na devandita igrexa de Santa María La Real de La Corte non é un caso illado. Hai moitos máis casos, moitos exemplos que fomos recompilando en Código Cero ó longo das últimas semanas. O proceso de *e-vanxelización* semella coller folgos, superada xa esa fase na que os medios informativos, desexosos de ofrecer sempre novas curiosas que se saian da norma, semellan desenvolver conceptos xenéricos de cuestións moi puntuais. Como facer crer en verdades a partir dunha excepción. Así e todo, nos últimos tempos (sexo polo Nadal que rematou, sexo por outras razóns) aumentou a frecuencia de novas relacionadas coa igrexa católica facendo uso das novas tecnoloxías. Unha das máis comentadas foi

a do granadino (concretamente de Huéscar) Pascual Cabrera (67 anos), un home que, ademais de ser sacerdote da dioceses de Guadix-Baza, é un internauta experimentado para quen non existen dúbidas sobre a conveniencia de usar a Rede para dar consellos relixiosos e espirituais. De feito, acaba de cumprir unha década desempeñando este servizo, co obxectivo de facilitar que a xente obteña alivio interior ou unha saída ás súas preocupacións. Os temas que tratan as persoas que están en contacto con el son moi variados, pero todos xiran en torno a cuestións espirituais ou morais, estando as infidelidades no matrimonio no primeiro posto da listaxe, sobre todo as que se perpetran no posto de traballo con compañeiros/as. Este diálogo é, na forma, unha confesión, non así no contido. A Rede posibilita que a persoa poida expresarse libremente, sen necesidade de presentarse en persoa perante o sacerdote. Pero, tal e como afirma o propio Pascual Cabrera, non se trata de confesións. O sacerdote opta así, conscientemente ou non, polo afacerse da igrexa ós novos tempos, polo menos no que se refire á plataforma de comunicación utilizada, xa que a mensaxe fica máis ou menos igual: o sacerdote Cabrera non aconsella, polo menos de boas a primeiras, a separación familiar a todos aqueles que inician relacións sentimentais fóra do matrimonio.

O portal web da Dioceses de Guadix-Baza (<http://www.diocesisdexguadixbaza.org>), que xa anda preto das 25.000 visitas, vai abrir en breve unha sección que será “a páxina oficiosa da dioceses, chea de recursos pastorais, suxestións e propostas para os que atopan en Internet unha fonte de inspiración”. Todo nela está pensado para que o *webmaster* e responsables en xeral da web non se limiten a expoñer uns contidos para logo desentenderse. Ó outro lado hai alguén, con ideas e proxectos, como por exemplo o da *Cociña fácil e rápida*, outra sección dirixida “a todos aqueles curas sen tempo, relixiosos/as moi ocupados e solteiros de todo tipo que non son especialistas nos fogóns e que apenas (todos eles) teñen tempo de cociñar, porque o traballo pastoral lles absorbe ou as ocupacións da vida non lles deixan tempo”. Ó final do camiño, moi posiblemente, lles agarde a todos eles a consecución dunha parroquia virtual, que é ademais a meta doutras moitas comunidades en España, como por exemplo a da igrexa malagueña de San Ramón Nonato, que habilitou dende hai tempo en Internet un sitio onde é posible reservar a data dunha voda ou praza para cursiños prematrimoniais. Estes servizos, que son perfectamente utilizables no enderezo www.diocesismalaga.es/sanramon, tratan de compensar, coa axuda das novas tecnoloxías, o distanciamento que unha boa parte da sociedade está e experimentar coa fe cristiá. Equilibrar a balanza e, en palabras do sacerdote Rafael Pérez (párroco de San Ramón Nonato) á Axencia Efe: “Complementa-la relación persoal cos fieis, non substituílla”. Ese é o obxectivo deste proxecto web, no que se prevé a incorporación de contidos sobre cuestións candentes como o aborto ou a homosexualidade. A longo prazo, o que pretende Rafael Pérez, con algunha diferenza de matiz, é o mesmo que buscan dende hai uns cantos anos milleiros e milleiros de usuarios de Internet deste país, políticos e empresarios das novas tecnoloxías: que cando as persoas utilicen a Rede non sexan conscientes de que a utilizan (cando unha persoa colle o autobús para ir ó traballo non está a pensar durante todo o traxecto en que está utilizando o transporte público). Unha parroquia virtual será unha parroquia virtual o día en que os seus membros se lembren, de súpeto, de que esqueceron durante un tempo que eran virtuais. E engade Rafael Pérez á Axencia Efe: “Queremos que o uso destes servizos sexa algo

cotiá. Por exemplo, cando as nais non poidan vir á catequese terán o que se tratara dispoñible na Rede. Pretendemos que o acceso á páxina da parroquia sexa algo normal, como antigamente se tiña acceso ó libro que o cura che deixaba”, conclúe este sacerdote malagueño, que se confesa un iniciado no uso das novas tecnoloxías (non un experto) pero que, ó mesmo tempo, afirmase moi consciente da importancia da Sociedade do Coñecemento como plataforma de comunicación.

De algo máis ca “iniciadas” se podería cualificar a tres monxas do convento das Carmelitas Descalzas de Altea, onde dende hai algún tempo rómpese, relixiosa e radicalmente, coa imaxe estereotipada de recinto monacal en liña directa con Deus e non coa sociedade. A fin de contas, son as persoas as que están detrás das páxinas web. E estas páxinas web son a especialidade (convén esquecerse de doces e sobremesas) de tres relixiosas que asumiron con determinación que se hai algo que cambia é o tempo, e contra iso pouco se pode facer. Si, os tempos cambian e diso son conscientes Virtudes Parra (programadora informática e monxa carmelita), Lourdes Lorente e Marian Gómez. Tres relixiosas que saltaron ós medios de comunicación hai unhas cantas semanas por obra e graza do xornalista Diego Coello (de Diario Levante), quen moi posiblemente (ou si?) non era consciente da repercusión desta noticia cando a redactou (xuntar no titular dun artigo os termos “monxas” e “Internet” significa éxito mediático seguro). Sexa como sexa, a noticia xira en torno da seguinte cuestión: www.carmelitasdescalzas.net, unha web que anda polas 110.000 visitas e que lle serve a esta comunidade relixiosa para que as empresas ou as entidades deste país lles fagan encargos de deseños web. Trátase polo tanto dunha tarefa desenvolvida dende hai tres anos, que inclúe traballos como rexistro de dominios, elaboración de webs, mantemento e servizo de conexión gratuíta a Internet e conexión ADSL. Cómpre dicir que o proxecto naceu sen ánimo de lucro (non se trata dunha empresa) pero si que se aceptan os donativos. No momento en que se se redactou a nova sobre estas tres relixiosas, o nivel de encargos atopábase nas cotas máis altas rexistradas. De aí a supoñer que agora, trala cobertura mediática, esta comunidade relixiosa estea máis atarefada só hai un paso. Un paso lóxico.

Espiritual internáutico

A Rede incrementa a súa presenza no diálogo entre os membros da comunidade cristiá



Os italianos puideron seguir a Misa do Galo a través do móbil

A noite do pasado 24 de Nadal foi a primeira vez na historia na que a Misa do Galo presidida polo Papa púidose seguir a través de teléfonos de terceira xeración (UMTS) en Italia. Deste xeito, os usuarios de *videofoninos* puideron seguir a misa no seu terminal, no que supón toda unha innovación na propagación dos Evanxeos. A conexión comezou ás 23.00 horas e rematou sobre as 2.00 do día de Nadal, cando tamén se puido acceder á Mensaxe de Nadal de Xoán Paulo II, así como a súa bendición *Urbi et Orbi*. Os cartos que se achegaron a través deste servizo foron a parar ó proxecto 50 igrexas en Roma e á fundación O Bo Samaritano (para axudar a enfermos, principalmente de SIDA).



**WWW.MUJERE
SCREATIVAS.CA
NADIANWEBS.COM**

Comezamos cunha web de gravidade extrema. Non tanto polo mal aspecto que presenta, senón polo feito de que ninguén podería esperar esta desfeita logo de ver que se trata dun sitio de “mulleres creativas”. Fraco favor se lle fai ó proceso de igualdade entre sexos se



todo o que pode saír dun colectivo que se autodenomina “creativo” é esa profusión de soles no fondo da pantalla. Os contidos son variados e moi interesantes: poesía, feminismo e anarquismo. Pero a forma termina por impoñerse, ou a falta dela. A web funciona como homenaxe ós preceptos anarquistas polo que ten de desorde. ¿Como se non se explica que non exista a mesma separación entre uns botóns e outros e que non haxa división entre os títulos dos apartados? O usuario acaba preguntándose que pecados puido cometer no pasado para finalmente ir dar a un sitio como este.



WWW.MELIDE.COM

Se John Lennon erguera a cabeza... A homenaxe web de Melide á John Lennon (a musiquiña que acompaña a visita á web) non é nin homenaxe nin representativa de Melide. Por non ser, non é nin web, xa que nin sequera é útil nin visitable. Profusión de seccións e servizos que non están operativos e uns bonecos en perpetua mobilidade (que alguén



pare ese golfoño!!!) que nos levan directamente da man ás mazmorras de Internet. O inferno na Rede é un lugar onde tódalas seccións están en obras. O pesadelo do internauta: mover o rato sobre unha serie infinita de apartados inactivos. Benvidos á era cuaternaria. O usuario acaba maldicindo o día en que a alguén se lle ocorreu incluír música de piano nos seus deseños particulares de Internet. Deus acolla na súa gloria a todos aqueles que non poidan baixar o volume dos altosfalantes. O máis preocupante do asunto é o pouco que axuda esta web ó desenvolvemento social e turístico de Melide, sobre todo tendo en conta que se utiliza o nome da

vila co indicativo de dominio máis común en Internet, o punto com. Melide merece algo mellor.



LRI.LAREGION.NET

Nin imaxes, nin deseño. Unha das páxinas máis desacougantes do panorama web galego. Monumento á sobriedade e á economía de medios, o uso compulsivo dos brancos iluminaría unha habitación a escuras e aínda quedaría claridade para que alguén lese un libro ó outro lado da porta. A información, sexa polo motivo que sexa, concéntrase nunha metade da pantalla. A outra metade queda para o que poida pasar. ¿Para que fan falta as fotografías?



¿Quen dixo que eran necesarias para informar? Os titulares chegan, tendo en conta que os internautas son de por si pouco esixentes. Unha palabra vale máis ca mil imaxes. O máis destacable é o logotipo de La Región, que parece, no seu trazado, que foi deseñado no transcurso dun terremoto. O usuario despraza o rato pola pantalla sen rumbo, e non hai ninguén para axudalo no seu percorrido. Nunca imaxinamos que a cor branca ía dar medo, pero si.



ONLAE.TERRA.ES

Tarda en cargar. E cando finalmente aparece na pantalla, preguntámonos quen nos mandaría meternos en semellante fregado. Trátase da web de Loterías e Apostas do Estado, dato que non beneficia en nada a mitigar a gravidade da cuestión. Outra vez aparece, xusto na metade da pantalla para que todo o mundo



a vexa, unha desas figuras móbiles con persoa durmindo e lámpada que se acende entre ronquido e ronquido. Na páxina Queweb.org (un portal moi recomendable) aparecía ata hai pouco no primeiro posto da listaxe de honra como un dos despropósitos web máis importantes deste país. Agora foi superada polo portal do Concello de Palma, un disfrute para os sentidos.



WWW.XUNTA.ES

A web da Xunta de Galicia pide a berros unha capa de pintura. Ou, mellor dito, unha renovación total de fachada. Hai moitos internautas



que non entenden como unha web institucional pode chegar a ser tan anodina. Suponse que un portal destas características debería ser, tamén, un reflexo de Galicia. Unha xanela a un país e ás institucións que o gobernan. Pero non. Trátase dunha xanela á que non apetece asomarse, a non ser porque haxa que facelo, para buscar algunha información ou levar a cabo algún trámite.



WWW.GIJONASTURIAS.COM

Os nosos ollos merecían algo mellor. Azul e amarelo, con letras negras, e a tirar para adiante. Todos tranquilos, que aquí non pasa nada. En tódolos lugares cócese fabas, e en Asturias, loxicamente, non ían ser menos. Os cursos de deseño web e maquetación naquela comunidade deben ser replantexados. Auténtica tortura



china para os ollos, ofrece, por outra banda, contidos interesantes sobre cultura e ocio e turismo na cidade de Gijón. Pero o prezo que hai que pagar pola información é demasiado alto: a perda paulatina da visión. As intencións son boas, e está permanentemente actualizada, pero algo hai nesta web que provoca dores de cabeza. Iso si, polo menos é útil, cousa que no se pode dicir doutros portais de cidades coñecidas.



WWW.MTAS.ES

O Ministerio de Trabajo e Asuntos Sociais apúntase un tanto con esta web de primoroso acabado, coidado deseño e habilidosa distribución de contidos. O señor Jesús Caldera capitanea esta expedición polo lado máis sórdido de Internet. O fondo utilizado provoca migrañas e calafríos. Se as activades para fomentar o emprego e a mellora das condicións sociais en España seguen o camiño emprendido polas persoas

Ti déixame a min, que fun a un curso de deseño

Primeira entrega dun itinerario polo máis duro de roer en Internet

Internet non garante o bo gusto. Non polo feito de viaxar pola Rede e saber en que consiste, imos ser máis destros co deseño gráfico. Todo o mundo coñece algún manual no que consta como maquetar unha páxina. Se nos ensina a manexa-las diferentes ferramentas, pero, se o que nos gusta é botarnos á piscina sen mirar se hai auga, entón non hai nada que facer. Os internautas medios non só se enfrontan a perigos como as intrusionés informáticas, os virus ou os contidos ofensivos. Hai un crime que se perpetra con total aleivosía e impunidade en Internet: o crime de elaborar webs que atentan contra as normas básicas do gusto e (o que é peor) da accesibilidade e da usabilidade. Un novo mal nos ameaza, o da “web horrorosa”. Con este motivo iniciamos unha nova sección en Código Cero, para que os lectores vexan que non todo o que se produce na factoría web é material de primeira.

¿Acaso vale calquera persoa para presentar un programa de bricolaxe? Para facer unha web, diríase que si. Pero, como se dixo o principio, a Rede non garante o bo gusto. Na casa Internet xa colga o seguinte letreiro: non se fan milagres.

que xestionan esta web, estamos apañados. As iconas móbiles son, a Internet, o que os saldos son a un bazar chinés. O Ministerio, neste sentido, parece tomar dous camiños á vez: o da falta absoluta de criterio e o da eficacia encuberta. En realidade, un podería chegar a pensar que son máis eficientes do que parece, fornecendo a vontade dos internautas en converterse ser axentes activos. Non podía ser doutra maneira, logo de visitar esta web: o usuario da Rede desexa poñerse a traballar canto antes, e non ter que aturala máis.



¿Que fixen eu para linquear isto?

Open Access revolucionaria a publicación de artigos científicos

As universidades galegas
súmanse ás iniciativas
editoriais de acceso aberto
e gratuíto aos traballos de
investigación



“Este movemento de “libre acceso” debería de obrigar aos grandes grupos editoriais a reformular as súas políticas económicas”.



Victoria Millor,
directora técnica de Bugalicia

**BUGALICIA - CONSORCIO DE
BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS
DE GALICIA**
BUZON@BUGALICIA.ORG

Nos últimos meses, moitos foron os artigos de divulgación na prensa que nos falan da aplicación do *Open Access* á información científica.

Está sobradamente documentada na literatura técnica a revolución que Internet propiciou no concepto clásico da difusión dos coñecementos científicos. A edición electrónica reduce os custos de publicación e permite unha maior rapidez na súa transmisión.

Se temos en conta só as revistas científicas, o número de cabeceiras cífrase en torno a 200.000 e en vintecinco millóns o número de artigos publicados anualmente. Estas cifras redondas dan unha idea da dimensión deste sector da edición, que desde a década dos noventa iniciou a difusión da produción científica en formato electrónico.

Hoxe en día unha de cada cinco revistas científicas ten edición *on line*. Internet propiciou que a información sexa rapidamente difundida e compartida, pero só se esta se atopa dispoñible para todos.

Un artigo pode tardar un ano en publicarse en papel, mentres que nas revistas electrónicas a publicación pode estar lista en unha ou dúas semanas. Sen embargo, o acceso a un achado científico restrínxese a aqueles que pagan unha subscripción a unha revista ou directamente polo artigo. De aí

a importancia que están cobrando as revistas electrónicas gratuítas como medio para compartir as investigacións científicas.

Información científica “en aberto” para tódolos internautas. Esta é a filosofía que hai detrás das publicacións *on line* de acceso gratuíto, tan rigorosas como as clásicas revistas médicas, pero que, a diferenza destas, non cobran ao lector por acceder aos seus contidos e non están restrinxidas polos procesos editoriais tradicionais.

Como o lector non paga nada por acceder a estas revistas gratuítas, é o propio autor quen ten que financiar, habitualmente, os gastos de revisión e difusión do traballo (unha media de 750 € por artigo).

OPEN ACCESS EN GALICIA

As tres universidades galegas, a través do Consorcio de Bibliotecas Universitarias de Galicia, firmaron un acordo de asociación que permite aos investigadores publicar gratuitamente os seus artigos nas revistas electrónicas da editorial BioMed Central.

Bugalicia firmou este acordo a comezos deste ano. A cota a pagar é de 6.405 euros polas tres universidades. Deste modo, os investigadores das tres universidades galegas poderán presentar un número ilimitado de traballos de investigación ás revistas de BioMed Central sen custo, ou incluso fundar a súa propia revista referente a calquera campo da bioloxía ou a medicina.

O Consorcio de Bibliotecas

Universitarias de Galicia ten como obxectivo prioritario o favorecer a produción científica de Galicia, poñendo a disposición dos investigadores universitarios un amplo número de recursos de información electrónica e ferramentas para a súa explotación.

BioMed Central é unha editorial *on line*, dedicada a proporcionar acceso inmediato e gratuíto a traballos de investigación médica e biolóxica que publica en revistas de formato electrónico e que foron avaliados por outros científicos.

Publicar en BioMed Central apórtalles aos investigadores unha difusión pública dos seus traballos, ofrecéndollos gratuitamente a calquera lector a través da súa interface *web*, <http://www.biomedcentral.com/>. Os traballos tamén son indexados e depositados nun arquivo dixital gratuíto de revistas sobre biomedicina e bioloxía do NIH (U.S. National Institutes of Health), en <http://www.pubmedcentral.nih.gov/>, obtendo así unha visibilidade parella á dos traballos publicados en revistas impresas.

Os investigadores non perden os dereitos de propiedade intelectual, xa que BioMed non require que os autores transfiran os dereitos intelectuais dos seus traballos de investigación ás súas revistas, polo que calquera autor pode ademais publicar os seus traballos de investigación na súa páxina *web* ou enviar os artigos por correo electrónico a outros colegas sen as restricións ocasionadas polos dereitos da propiedade intelectual.

Grazas a un sistema de revisión por pares, o tempo de avaliación será menor e cada investigador poderá ademais visualizar *on line* tódalas fases do proceso. Os autores poderán asemade consultar de forma privada o número de veces que se le ou se baixa o seu artigo da rede.

Tódolos traballos de investigación poden ser lidos en canto sexan aceptados, non tendo que agardar a que unha revista dispoña de espazo, acurtando considerablemente o prazo de publicación.

Os artigos pódense buscar por calquera das súas partes. A busca sobre o texto completo aporta un maior grao de recuperación e visibilidade.

Este movemento de ‘libre acceso’, ao que cada vez se adscriben máis institucións, debería de obrigar aos grandes grupos editoriais a reformular as súas políticas económicas para que estas se adapten aos novos tempos.

Na web do Consorcio de Bibliotecas Universitarias de Galicia, <http://www.bugalicia.org> hai publicado un tutorial onde se explica paso a paso que deben facer os investigadores interesados en enviar traballos para a súa publicación en BioMed Central.



REDACCIÓN

Os reprodutores musicais son un tipo de dispositivo que se está a popularizar de xeito importante nos últimos anos, xa que o formato MP3 se converteu nun estándar *de facto* no almacenamento de arquivos musicais, polo que dende os reprodutores de DVD domésticos ata os móbiles de última xeración se pode escoitar música en tal formato. O éxito das MP3 levou á creación de todo un mercado de descargas a través da Internet (tanto de xeito legal coma ilegal) e ó facilitar o transporte dun grande número de temas nun espazo reducido vese claro o seu triunfo sobre o cada día menos empregado CD, habendo moitos expertos que auspician a morte do soporte físico na música e apostando pola súa compra intanxible. É evidente que a fabricación masiva de compoñentes electrónicos normalmente se traduce nunha baixada importante dos prezos, polo que a incorporación do soporte de MP3 non encarece o prezo dos dispositivos que, xunto coa proliferación das memorias flash (especialmente pensadas para as cámaras fotográficas dixitais)



incrementa a potencialidade deste tipo de reprodutores ata chegar a facilitar a creación caseira dun. Un reprodutor refrescante

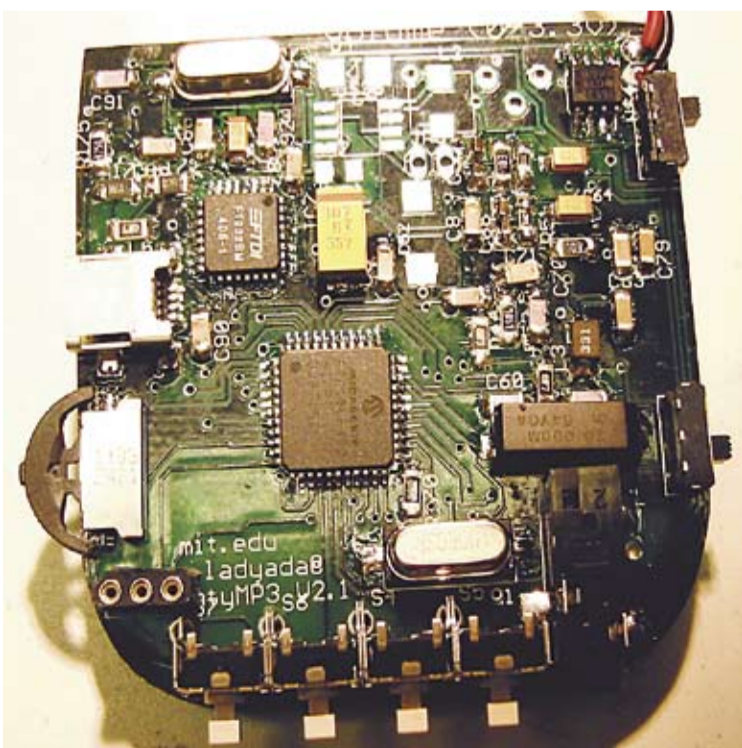
Ante a posibilidade de poder construír de xeito doado un reprodutor de MP3, xente do MIT deseñou un modelo no que as partes electrónicas se encerran nunha caixa de caramelos Altoids (que serían para os EE.UU. o que para a España as pastillas Juanola), á que se poderían conectar os cascos (ou os altosfalantes) para poder escoitar a música reproducida. Os compoñentes electrónicos precisos (descritos pormenorizadamente en <http://web.media.mit.edu/~ladyada/makelminty/>)

custan uns 25 dólares (ós que habería que engardir outro tanto para a placa na que se soldarían) e se reducen practicamente a un microcontrolador PIC (ó que moitos usuarios están familiarizados por certos *usos educativos*), un chip decodificador de MP3, un conversor dixital-analóxico (ou DAC), unha interface para poder conectar unha tarxeta de memoria CompactFlash, un porto USB 2.0 (para poder comunicarse cun PC), un transmisor FM (para poder sintonizar a música reproducida nunha radio) e un adaptador de corrente (para poder conectarlle as pilas). Así teríamos un reprodutor con máis prestacións que a meirande parte dos que hai no mercado, aínda que o seu prezo non resultase moi atractivo (xa que tamén da traballo a súa construción) pero que conta coa vantaxe de ser un deseño aberto, ou sexa, que a programación dos chips (*firmware*) e dos programas cos que interactúa o dispositivo son de libre distribución e modificación, o que abre moitas posibilidades. Por exemplo, non sería complicado facer unha variante que, en vez de almacenar a música nunha tarxeta de memoria CompactFlash, o fíxese nunha tarxeta MMC ou nunha SD. O *Minty MP3* (nome que recibe o dispositivo por construírse dentro dunha caixa de caramelos mentolados) pódese construír nunhas 5 horas, pero que poderían ser un tempo ben empregado para tódolos que queiran fachelear de ter un reprodutor de MP3 feito por eles mesmos.

Tamén hai outras alternativas máis sinxelas como o Super Simple MP3 (<http://www.walrus.com/~raphaell/html/mp3.html>) ou o XAMPP-7 (<http://www.myplace.nu/mp3/yampp7.htm>) que incluso se poder mercar nun *kit* de montaxe, polo que resulta doado achegar os compoñentes para poder realizar este tipo de bricolaxe electrónico tan musical e refrescante.

Fai un reprodutor de MP3 ti mesmo

O éxito das MP3 levou á creación de todo un mercado de descargas a través da Internet (tanto de xeito legal coma ilegal) e ó facilitar o transporte dun grande número de temas nun espazo reducido vese claro o seu triunfo sobre o cada día menos empregado CD, habendo moitos expertos que auspician a morte do soporte físico na música e apostando pola súa compra intanxible.



Os bloggers... un diario?

ISIDRO CEA

Moito Máis que iso... un xeito novo de entender a realidade cotiá a través dos ollos das persoas que redactan estes espazos web. Quizais a ausencia de contertulios que poidan amedrentar ós autores, faga máis doado que poidan escribir de todo aquilo que lles está a acontecer no seu diario periplo vital. Dende o que almorzas ata o que o teu mozo che dixó polo móbil.

WWW.BLOGALIZA.ORG

Pero non só se pode escribir un diario persoal na Rede... os bloggers son caixóns de xastre nos que colle todo o que a ti che poida coller na cabeza.

A blogosfera é un espazo moi

amplo, por exemplo:

Nachok, é o nick (o nome ficticio) de alguén que quere falar do que lle rodea, con fotos... se visita-lo seu site, poderás observa-lo seu xeito de velo mundo.

Se tes interese nas novas tecnoloxías e queres sacarlle o máximo partido a tódolos cacharros con pilas que tes ó teu carón, podes visita-lo *blog* de pel de tambor...

Ou se queres ser un pouco *cotilla*, Ronsel baleira os seu pensamentos en letras...

A Bitácora do Boedense... Un espazo para a reflexión e o diálogo na nosa terra. As portas están abertas para que entredes.

Isto vén sendo algo común nos *blogs*, a invitación para que opines sobre temas que se expoñen nos *sites*...

Todos estes *links* pódolos atopar en www.blogaliza.org

Blogaliza vén sendo un espazo común para as xentes que fan da Web o seu caderno de apuntes. Polo de agora estase a consolidar como un *weblog* colectivo no que podemos apuntar as novidades que vexamos máis interesantes para a comunidade *blogueira* en galego, o "blogomillo", como lle chaman por aquí.

Poderíamos abrir un debate... ¿Podo eu falar do que me dea a gana nun espazo aberto e que ti contestes sobre iso? ¿Que lle pode importar aos demais a miña opinión sobre as cores que se van levar a vindeira tempada, ou o experimento culinario que fixo onte a miña curmá mesturando cebolas con cacao e garbanzos? Que non che soe estraño porque diso se fala, e, sobre todo, diso se resposta neste tipo de *sites*...

A CUESTIÓN É: ¿COMO SE FAI UN BLOGGER?

A verdade é que non ten moita complicación... Dende a páxina www.bitacoras.net, podes acceder a varios sistemas de creación de *blogs*... gratuitos...uns máis complicados que outros pero tamén máis vistosos...

O máis empregado é o que ofrece www.blogger.com.

Non tes máis que rexistrarte gratuitamente, poñer un nome para o teu *site*, e empezar a crealo... en media hora podes empezar a arraxa-lo mundo cos teus comentarios... podes dar renda solta á túa creatividade e converterte nese escritor que na vida real quizais sexa un pouco frustrado, ou nese contacontos que noutros sitios ninguén quere escoitar.

Nos *blogs* tes espazo dabondo para que a xente poida critica-la túa palabra, ou a túa vida.

www.blogaliza.org: horas e horas de *picoteo* en páxinas e páxinas de contido galego.

Por certo, se tes unha bitácora en galego e non apareces na listaxe, e queres que se saiba de ti... pásate por www.blogaliza.org

De tódolos xeitos, hai *blogs* ou bitácoras, como tamén se lles chaman en tódolos idiomas, e o galego é tan importante neste xénero *interneteiro* como o que máis.

A ver que é o listo que queda sen o seu espazo na Rede.

Que o *blogalicedes* ben, e ata outra.



barlovento



Banca On-Line

Así es el presente.

En el número 5 de esta revista, publicábamos un reportaje dedicado al sector de la banca electrónica y a distancia, titulado “Banca on-line: qué nos depara el futuro”. Pasados dos años, volvemos sobre el tema para analizar el presente del sector.

David Lombardía
david@elvilmetal.com

La banca pasa por tener fama de ser un sector bastante conservador, y por tanto poco dado a hacer apuestas arriesgadas. Aunque no siempre es así, lo cierto es que en estos dos años hemos asistido a un desfile de propuestas no demasiado novedosas y bastante predecibles a las que los usuarios han respondido de forma dispar.

Por un lado cabe destacar el notable incremento de usuarios en lo que se conoce propiamente como banca on-line, esto es, la banca electrónica a través de Internet. La comodidad de hacer operaciones sin desplazarse, o realizar consultas fácilmente, entre otras razones, han llevado a muchos españoles a comenzar a utilizar estos servicios, de forma

que según recientes estudios, se estima que unos tres millones de españoles (la cuarta parte de los internautas) hacen uso de la banca a través de Internet. Cierto es que la mayor parte de ellos se limita tan sólo a realizar consultas, y rara vez recurren al PC para operaciones, pero el número es creciente y lo cierto es que los bancos tampoco se lo ponen del todo fácil.

Según un exhaustivo estudio realizado por Consumer¹ y publicado en noviembre, en el que se analizan un total de 15 bancos on-line, -de los que diez son versiones electrónicas de bancos tradicionales, y cinco son bancos estrictamente on-line- la principal característica positiva, y en la que todos ellos aprueban con buena nota es la seguridad, mientras que adolecen de otros inconvenientes que hacen que siete de ellos no lleguen al aprobado. Uno de los mayores inconvenientes de los que hacen gala las oficinas electrónicas de los bancos tradicionales, según dicho estudio, es que no facilitan o no posibilitan el realizar todas las operaciones a través de la Red, debiendo acudir a la oficina para darse de alta, solicitar tarjetas o contratar diversos servicios, de tal forma que la oficina virtual termina siendo un mero complemento de la real, y no un sustituto. Asimismo, las comisiones son similares a pesar de la obvia reducción de costes que posibilita la realización de las operaciones por el propio usuario. Del estudio se desprenden recomendaciones que los responsables de los bancos deberían intentar atender para contribuir a mejorar sus plataformas, antes incluso de

continuar por la senda de la introducción de nuevos servicios.

En lo relativo a los micropagos, dirigidos fundamentalmente al desembolso de pequeñas cantidades por productos o servicios tales como libros, artículos y reportajes o música -tan de moda últimamente-, así como transferencias de pequeñas cantidades entre particulares (procedentes de subastas o cualquier otra transacción), las cuentas virtuales, asociadas a una dirección de correo electrónico o a una tarjeta recargable en cajeros automáticos han sido las propuestas más habituales. En este sentido, la plataforma de pago a través del e-mail puesta en marcha por Bankinter bajo el nombre de Epagado, aún no ha logrado alcanzar una masa crítica de usuarios activos en nuestro país lo suficientemente elevada como para convertirse en un sistema popular, a pesar de no cobrar ningún tipo de comisiones a los particulares (tan solo se embolsa un porcentaje de las ventas cobradas con su sistema de las empresas que implantan su plataforma), que en la práctica permiten a los titulares transacciones de cantidades relativamente pequeñas entre cuentas de distintas entidades sin pagar ninguna comisión, tan sólo teniendo las cuentas corrientes asociadas a la virtual de Epagado. Una de las principales dificultades con que se encuentra ese sistema de Bankinter está precisamente en el éxito que, a pesar de no estar disponible en nuestro idioma, ha alcanzado desde varios años antes una plataforma similar, Paypal, y que para colmo, es propiedad del todopoderoso EBay. Aún así, en Bankinter son optimistas respecto

a su producto, pues el número de usuarios crece, y en este tipo de negocios operan las economías de escala: cuantos más usuarios tienes, más incentivos tienen los que aún no lo son para darse de alta, pues para recibir dinero de un usuario del servicio a través del correo electrónico, es necesario tener una cuenta propia.

Otro de los negocios que hace dos años prometían florecer era el del pago a través del teléfono móvil, que, auspiciado por las compañías telefónicas y los bancos, y tras el éxito de la telefonía móvil, añadía un nivel de seguridad adicional a las tarjetas de crédito (a las que se asocia) y era “rápido, seguro y barato”. Sin embargo, Mobipay sigue aún implantándose muy lentamente, y los usuarios de móviles no parecen prestarle mucha atención a la posibilidad de sustituir las tarjetas de crédito por el móvil. Y es que todo, desde el estudio de Consumer, hasta la experiencia de los usuarios, parece indicar que mientras nos obsesionábamos con la seguridad, se nos olvidó que además de la ineludible seguridad de las transacciones, había que tener más cosas en cuenta: usabilidad, ventajas económicas o tal vez productos novedosos e interesantes para los clientes. Tal vez ha llegado el momento de prestarles más atención, pues parece que los usuarios están preparados para asumirlos y, en algunos casos, están clamando por ellos.

¹ Y que está disponible en http://www.consumer.es/web/es/especiales/2004/11/26/112442_print.php

Novos formatos de gravacións



Carlos Lozano
cuetorubio@yahoo.es

Cando aínda está por ver que o formato de gravación de DVDs de Dobre Cara sexa o que a industria proclama, e que os problemas de compatibilidade cos reprodutores domésticos queden resolto definitivamente, unha nova tecnoloxía está a chamar á porta. Velaquí están os novos formatos de gravación de DVD de alta densidade. E cando o digo en plural, digo ben, porque unha vez máis a industria ofrécenos onde elixir. Incriblemente volvemos ter un caso de incompatibilidade de formatos, un caso máis que engadir á xa longa lista de guerras industriais nas que o fin todos perdemos: os fabricantes e os usuarios. Pero así é o mundo comercial no que se moven estas grandes corporacións.

O caso é que, xustifico ou non, temos que afrontar de novo o risco de facer a elección errónea e quedar na casa cun aparello para o que

xa non atopamos consumibles, ou que non é compatible, etc. Xa estívimos a piques de pasar polo mesmo cos formatos de gravación de DVDs +R, -R- se non fora porque algún fabricante atreveuse a sacar o mercado gravadoras compatibles cos dous formatos, inmediatamente o resto da competencia seguiu o exemplo. Se tecnicamente era posible facer gravadoras duais ¿porqué nos tomaron o pelo co da incompatibilidade?

En fin, é inútil queixarse porque as cousas son como son, así que imos a botar unha ollada ó que os fabricantes nos van ofrecer no tema de gravación de alta densidade.

Os dous formatos que se presentan chámanse HD DVD e Blu-Ray Disc. O primeiro está apoiado por fabricantes xaponeses, fundamentalmente Toshiba e NEC, e o segundo é a aposta de Sony e Phillips; como sempre facendo a guerra pola súa conta. O soporte volve ser o disco de 12 cms., que xa coñecemos dos CDs e DVDs, e que parece ser o único compatible que queda nesta loita de formatos. En canto as características técnicas son moi similares: a capacidade do HD DVD é de 30Gb para o disco gravable unha soa vez, e 20 Gb para o regravable. O Blu-Ray ten unha capacidade de 25Gb. As dúas tecnoloxías permiten o desenvolvemento de versións de dobre capa. A mecánica está baseada en dous láser de distinta lonxitude de onda: un roxo para ler CDs e DVDs, xa que son sistemas compatibles con estes formatos, e un azul para os contidos en alta

densidade.

Se os sistemas son tan parecidos, ¿cal é entón o misterio que está detrás desta loita empresarial? Pois os intereses dos fabricantes e tamén dos grandes estudos cinematográficos; con semellantes capacidades -dúas horas de vídeo en alta definición- a administración dos contidos é a parte máis importante do negocio; na realidade os usuarios non somos máis que unha pequena parte da ecuación que teñen que resolver os fabricantes. A desgraza para eles e que antes de lle botar a man os beneficios, dereitos de uso e *royalties* necesitan ter o respaldo dunha grande cantidade de clientes que empreguen a súa tecnoloxía. ¡Ah! E esta vez teñen ben aprendida a lección xa que ámbolos dous formatos conteñen sistemas antipiratería moi elaborados coa idea de non perder un só céntimo das posibles ganancias.

De feito aínda que non hai no mercado aparello algún que soporte estes novos formatos, a loita entre eles for facerse co respaldo dos estudos e distribuidores de cine, así como dos fabricantes de software, é sanguenta. Se Sony ataca facendo o Blu-Ray o formato estándar nas futuras Playstation, os do HD DVD conseguen o apoio maioritario dos grandes do cine, e mentres empresas como Microsoft a espera de como vaia a soprar o vento, aínda non ten decidido a quen emprestará o seu importante respaldo. Neste caso o que é bo para Microsoft tamén debe ser bo para nós. Mellor esperar a ver que pasa.



Navegacións Cotiás



Manuel Gago
magago@usc.es

Mac Mini

Mea culpa: a primeira vez que escoitei o concepto 'Mac Mini' pensei que se trataba dunha nova promoción da famosa cadea de comida rápida. E non. En realidade, é a nova técnica comercial de Apple pedindo cacho na informática popular. Xa saben, é como estes parentes ignorados que aparecen no momento de repartir a herencia do vello: sen avisar e con pretensións.

O certo é que os dous novos produtos que Steve Jobs presentou en xaneiro -o Mac Mini, unha cpu a 489 € e o iPod Shuffle, unha versión light do seu afamado reprodutor MP3 a 99-, entrarían directamente polo prezo nos andeis de Lidl e, sobre todo, dentro dos intereses dunha enorme masa de consumidores ávidos de sacarlle a máxima tallada posíbel ás camariñas que mozo/

moza respectivo se agasallaron no Nadal. Eis o estilo de vida dixital. Perfectamente combinado co estilo de vida físico. Deste xeito, o Mac Mini ten de ancho o tamaño dunha man: ideal para estes amplos pisos de 45 metros cadrados nos que nos apiñocamos a xentiña de menos de 40. E ao iPod Shuffle podes comprarlle un accesorio xenial: unha banda para levalo do brazo mentres queimas as graxas da comida rápida que deglutes nos tres cuartos de hora que tes entre chamada e chamada do xefe no ximnasio ao que chegas cando todo o mundo marcha. De tan puro estudiado ata dá medo.

En todo caso, soan tempos de cambio considerábeis. Aínda lembro cando o Steve Jobs facía comparacións entre coches e ordenadores. Os Macintosh eran Mercedes e os PCs... ben, todos temos a nosa experiencia con PCs. A propia estratexia de Apple parece ser a diversificación do negocio, emprendendo unha longa marcha a través do deserto para ceibarse do hardware. Porque o hardware -permítanme unha profecía de inicio de quinquenio- o hardware, señores,

está en perigo de extinción. IBM entregoulle a división de cacharros, por exemplo, á chinesa Lenovo porque o negocio comeza a cheirar mal aínda que siga quedando ben colgado da parede do salón. Os cacharros dan problemas, precisan moito soporte técnico. As garantías dan guerra. A loxística é considerábelmente cara. E, por riba, pódese aparecer nun documental de Michael Moore pola flexibilidade laboral das nosas factorías do sudeste asiático. Uf. Cando o silicio -a base dos materiais semicondutores que

transportan os datos nas placas base dos ordenadores- non dá moito máis de si, os ordenadores personais chegan á súa fronteira física.

Os servizos de software -ou calquer cousa que se lle parezafanse cada vez máis importantes. A dixitalización da sociedade é unha realidade diaria. E ao ordenador váiselle desprendendo a lapela de instrumento de traballo para converterse no que se chama "centro de lecer dixital". O consultor Alberto Knapp ve isto

como unha clave do ano que chega no documento de predicións que elaborou (the-cocktail.com). Neste sentido, o Mac Mini -un ordenador con todo incluído- parte coa vantaxe de que non se quere complicar a vida. O novo futuro, sen embargo, parece retornar aos problemas de compatibilidade entre linguaxes, formatos e tecnoloxías que tiñamos hai dez anos. Pero ese, como se di nos libros de aventuras, xa é un conto para outro momento. Feliz ano que entra.



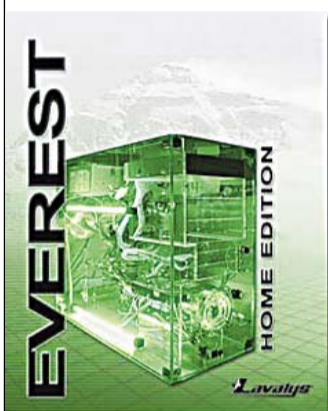
PC Práctico



Emiliano Gómez
emiliagv@usc.es

Un mapa do interior do noso PC. Unha viaxe pola súa configuración. Iso é o que nos ofrece a ferramenta Everest Home Edition (EHE), un programa español que se distribúe de balde e do que imos falar polo miúdo a continuación. Trátase da alternativa ó xa desaparecido Aida32, unha especie de versión mellorada e correxida levada a cabo polos mesmos autores. O EHE é un dos mellores "utensilios" de diagnóstico de hardware.

ANÁLISE POLO MIUDO DO NOSO PC CON EVEREST HOME EDITION



Everest ten dúas versións, Home e Professional Ed. A versión Home é gratuíta e a versión Professional inclúe algunhas características para empresas e podes adquirirla na súa páxina Web.

OBTENCIÓN DO PROGRAMA E INSTALACIÓN

1. *Obter o programa* e instalalo leva un par de minutos, primeiro hai que ir ó lugar de descarga que pode ser <http://www.lavalys.com> desde o seu apartado: <http://www.lavalys.com/products/download.php?pid=1&lang=en&pageid=3> e premer no primeiro botón "Download" (para descargar o ficheiro .exe, tamén se pode descargar en formato comprimido .zip), na pantalla seguinte desprazámonos co rato ata abaixo e prememos no botón "Accept" para aceptar a licenzia.

2. Elixir "Gardar", acepte o cartafol por defecto ou seleccione unha distinta. O ficheiro descargado [everesthome151.exe](#) ocupa 3 Mb. en disco.



3. *Instalar o programa* é doado, faga dobre clic sobre o ficheiro descargado no cartafol desde o "Explorador de Windows".

4. Aparece brevemente unha xanela que pon no título "Setup" facemos clic en "Sf".

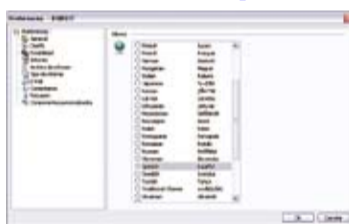
5. Na xanela de benvida e facemos clic en "Next>".

6. Xanela de aceptación de licenzia e activamos a casinha "I accept the agreement" e clic en "Next>".

7. Propón o cartafol de destino, deixamos o que propón por defecto e facemos clic tres veces en "Next>" nas tres xanelas que se amosan.

8. E para rematar facemos clic en "Install".

9. Xanela de progreso de instalación, cando remate facemos clic en "Finish". Amósase a pantalla do programa, entón podemos escoller o idioma facendo clic no menú "Archivo", opción "Preferencias...", (aquí pode elixir as opcións de configuración do programa), elixindo o idioma español.



FUNCIONAMENTO E CARACTERÍSTICAS

1. *O manexo de Everest* e semellante ó do Explorador de Windows, cando o executemos teremos á vista toda a información dispoñible a través dunha sinxela interface cunha estrutura arborescente.



2. Ten unha estrutura dividida en dúas áreas como se fosen os cartafoles e os ficheiros. Así se clasifican os distintos elementos analizados por Everest. A súa usabilidade é moi boa ó igual ca súa configuración por defecto, xa pode ser usado sen necesidade

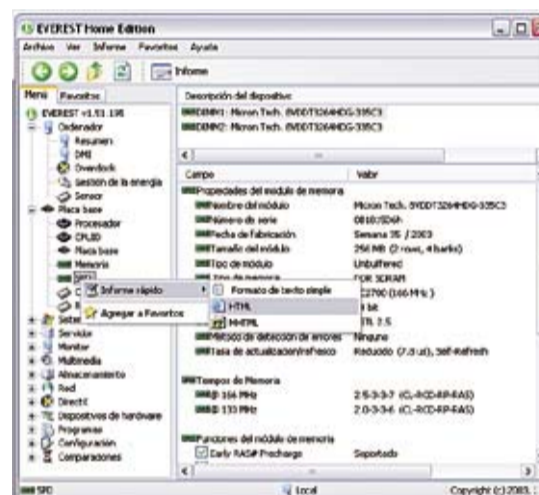
de ter que configuralo.

3. Non obstante, *para configuralo* faga clic no menú "Archivo", opción "Preferencias..."

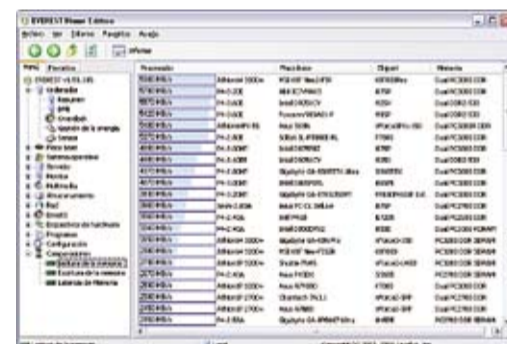
en formato HTML, MHTML ou TXT, especificando os detalles que queiras engadir no mesmo. Estes informes pódense gardar nun arquivo,

imprimir ou enviar por correo electrónico, p. exemplo menú "Informes", opción "Asistente para informes".

5. Everest permite obter detalles sobre o procesador, placa base, memoria, sistema operativo, procesos activos, DLL en uso,



4. A información amosase estruturada e ordenada na pantalla, na que se clasifican os distintos elementos analizados por Everest, e tamén permite crear completos informes cos datos que desexes,



servicios en execución, carpetas compartidas e usuarios, configuración de audio e vídeo, configuración de rede local e Internet, software instalado, elementos de hardware instalados e moito mais.


6. Tamén fai test comparativos, como por exemplo na seguinte imaxe se amosa un test comparativo de lectura de memoria.





UEFA Champions League 2004 – 2005

PABLO GRANDÍO
direccion@vandal.net

 A compañía americana Electronic Arts, a maior editora independente de

videoxogos do mundo, é famosa pola cantidade de licenzas oficiais que posúe e explota anualmente. Se dende hai máis de dez anos posúe en exclusividade a licenza da FIFA, agora EA fíxose coa da maior competición de clubs do mundo: A Liga de Campións da UEFA.

Aínda que hai moi pouco que lanzou FIFA, EA prepara este novo xogo de fútbol para o mes de febreiro, esta vez ambientado na Liga de Campións. O xogo incluírá 239 equipos, os máis importantes de


Europa, e poderemos xogar tanto a Liga de Campións actual como outra creada ó noso gusto. Ademais, incorpora *modos* de xogo poucas veces vistos nun xogo de fútbol, como o *modo Tempada*, no que teremos que cumprir unha serie de desafíos futbolísticos; por exemplo, remontar un 0-2 cando quedan 15 minutos de xogos, ou cosas polo estilo. Este *modo* de xogo xa o tivera a saga ISS a finais dos anos 90, pero logo quedou sen el. Agora FIFA, a competencia, recupérou para darlle emoción ás tardes de fútbol europeo.

En canto ao xogo en si, seguirá as directrices de FIFA 2005, aínda que mellorado nalgúns aspectos como a intelixencia artificial do árbitro, que trabucarase algunhas veces. Tamén mellórase a organización de equipo, dándolle máis importancia aos organizadores de xogo, tal e como ocorre no fútbol europeo. Por último, os disparos a porta son agora máis realistas e contan cunha barra de enerxía para que podamos calibralos. O xogo sae para tódalas consolas e máis para PC a principios de febreiro.



Star Wars: Cabaleiros da Antiga República 2

REDACCIÓN

 A finais do ano 2003 comentábase nestas páxinas a chegada á consola Xbox dun xogo de rol moi interesante ambientado no universo da *Guerra das Galaxias*, aínda que miles de anos antes dos sucesos das películas, chamado *Star Wars: Cabaleiros da Antiga República*. Tralo éxito da primeira parte, que incluíu varios nomeamentos como “xogo do ano” nalgúns medios, a segunda entrega sairá no mes



de febreiro simultaneamente para Xbox e PC.

Esta segunda parte segue o camiño da primeira e introdúcenos nunha historia que a continúa, na que os cabaleiros *jedi* están en perigo de ser extinguidos polos cabaleiros escuros ou *Sith*. De novo controlaremos a un cabaleiro *jedi* e máis outros

personaxes, e segundo as nosas accións o protagonista irase decantando polo lado luminoso ou escuro da forza, facendo que así o xogo vaia cambiando e os nosos poderes se desenvolvan dunha forma ou outra.

Entre os novos poderes que poderemos aprender e utilizar estará a *forza visionaria*, coa que poderemos ver se alguén estase a esconder tras unha parede, e ademais de que lado da forza está. Lanzado a finais do ano pasado nos Estados Unidos, a versión europea non incluírá extras por mor do retraso, aínda que estará traducida ó castelán.



novas

Take-Two merca a licenza Civilization

A compañía americana Take-Two, que nestes últimos tempos ven tendo moitos cartos grazas ás boas vendas da súa saga *Grand Theft Auto*, anunciou a finais de xaneiro que se fixo coa licenza da saga de videoxogos de estratexia *Civilization*. Take-Two xa a mercara no pasado mes de novembro a Atari, pero daquela non se fixera público a outra parte do acordo. Take-Two continuará a produci-la saga, cuxa cuarta entrega sairá a finais deste ano dentro do novo selo de publicación 2K Games.

EA faise coa ESPN durante 15 anos

Tralo acordo asinado coa liga americana de fútbol americano (NFL) no pasado decembro, Electronic Arts sigue acadando triunfos contractuais. Agora logrou un acordo coa rede americana de cadeas deportivas ESPN para usa-la súa marca e propiedades para producir videoxogos en exclusiva durante os vindeiros 15 anos. Este é o segundo duro golpe que lle da a Take 2 en tan so unhas semanas, xa que esta editaba ata agora o xogo ESPN NFL 2K5 e agora non porá facer uso de ningunha das dúas licencias.

Novo Castlevania anunciado para PS2

Unha das sagas de videoxogos máis coñecidas polos afeccionados voltará a finais deste ano á consola PlayStation 2. Konami anunciou, sen que antes houbera os tradicionais rumores, que está traballando nunha nova entrega da saga *Castlevania*. Os usuarios da consola de Sony volverán loitar contra o conde Drácula nun xogo ambientado no ano 1479, que combina o paso ás tres dimensións da anterior parte, *Lament of Innocence*, cos elementos de xogo de rol do memorable *Symphony of The Night* para a primeira PlayStation. O seu subtítulo será *Curse of darkness* (A maldición da escuridade).

Halo 2 xa vendeu máis que a primeira parte

Microsoft anunciou con ledicia que *Halo 2*, o seu gran lanzamento para Xbox do pasado ano 2004, xa conseguiu vender máis cá súa primeira parte, que ata agora era o xogo máis vendido da consola. En algo menos de dous meses, *Halo 2* vendeu xa 6,4 millóns de unidades en todo o mundo, a mesma cifra que vendeu o orixinal en algo máis de tres anos. O xogo foi o segundo máis vendido dos Estados Unidos no pasado ano 2004, so por detrás de *GTA: San Andreas*.

Anunciado Star Wars: Empire at War

LucasArts e o recentemente fundado estudio Petroglyph Games anunciaron en xaneiro o desenvolvemento de *Star Wars: Empire at War*, un novo xogo de estratexia en tempo real ambientado no universo das películas da Guerra das Galaxias. A historia do xogo terá lugar entre a do Episodio III –que se estrea en maio- e a primeira das películas da triloxía orixinal. Poderemos elixir entre o bando rebelde e o bando imperial, cada un coas súas marcadas características como as operacións secretas por parte do primeiro e os recursos inesgotábeis por parte do segundo. Sairá a finais deste ano, e está sendo producido por algúns dos creadores de *Command & Conquer*.



SOFTGAL

desarrollo e integración de sistemas

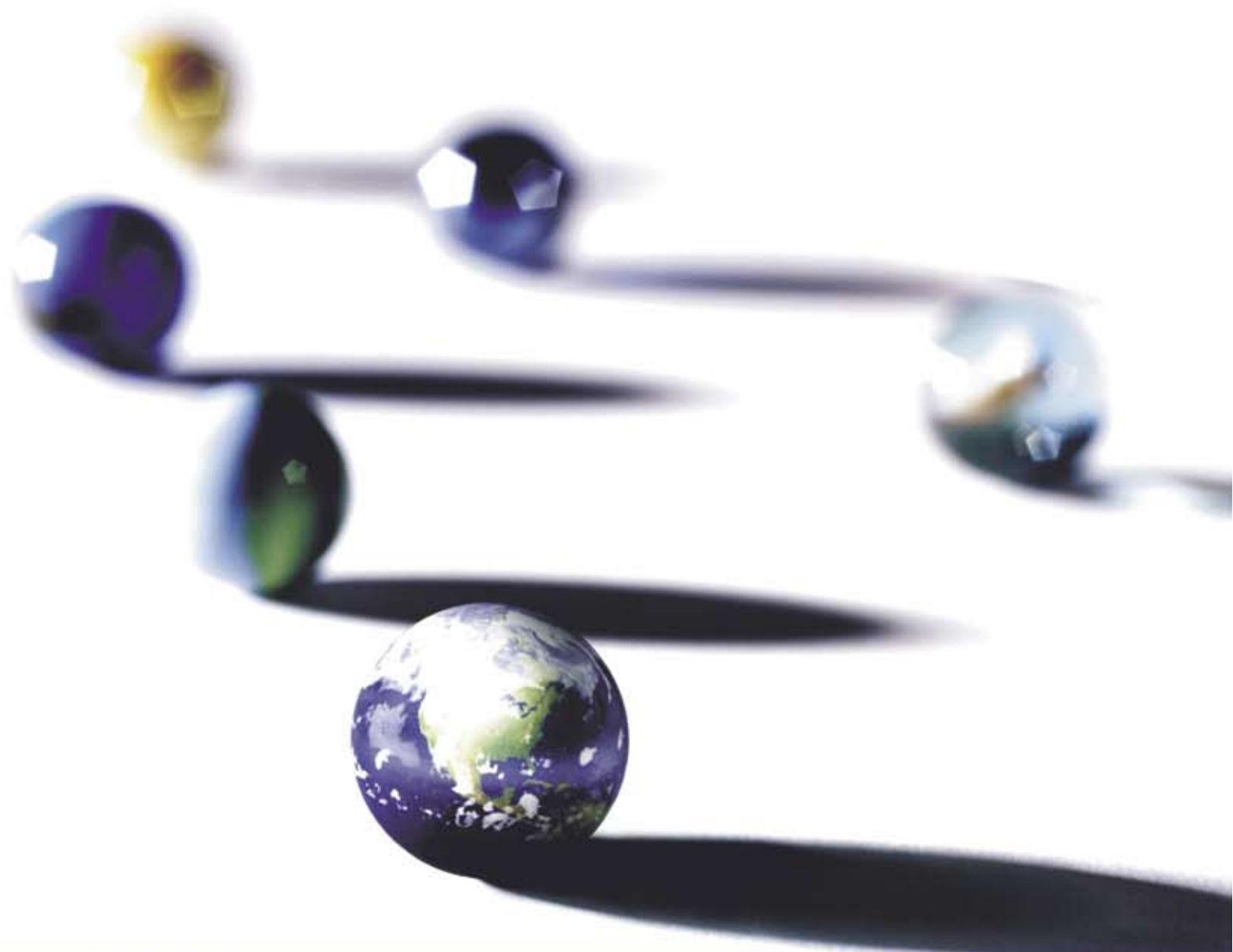
soluciones e-business

ingeniería de sistemas, redes y comunicaciones

integración sistemas multimedia y audiovisuales

soluciones de almacenamiento

infraestructuras TIC



A Coruña

Santiago de Compostela

Vigo

Madrid

Lisboa

plan Galicia

Principais actuacións



ESTRADAS



AVE



* Consello da Xunta de Galicia (23-1-03) / Consello de Ministros en A Coruña (24-1-03)

MOCIÓN APROBADA POR UNANIMIDADE POLO CONGRESO E O SENADO

22 de xuño de 2004

Estradas

Actuación	Finalización
Autovía do Cantábrico	2007-2008
Autovía Lugo - Ourense	2008-2010
Autovía Lugo - Santiago	2008-2010
Conexión Aeroporto de Santiago	2004-2005
Conexión porto de A Coruña	2005-2006
Autovía Pontevedra - A52	2010
Autovía Chantada - Monforte	2010

Camiños de ferro

Actuación	Finalización
Eixo Atlántico	2007
AVE Ferrol - A Coruña	2009
AVE Vigo - fronteira portuguesa	2009
AVE Santiago - Ourense	2009
AVE Ourense - Lugo	2009
AVE Transcantábrico	2012-2014
AVE Lugo - A Coruña	2012-2014
AVE Ponferrada - Monforte	2012-2014

Xunta de Galicia. Estradas. 29 actuacións.

Todas rematadas en 2005 / 2008

Unha obriga, un dereito



XUNTA DE GALICIA
PRESIDENCIA
Secretaría Xeral para as Relacións
coa Medios Informáticos