

Código



Cero

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

NÚMERO 41 XANEIRO/FEBREIRO 2006 • PREZO 1€

Salón Atlantimag

A fotografía xa non será nunca a mesma

A Internet que se nos vén enriba

Parte tecnolóxico para o día de mañá

Música na rede

Diñeiro igual a calidade?

CiberIrmandades da Fala

Internautas galegos loitan pola súa lingua

Saudade polo walkman

Innovación que morre... con máis innovación

Tu potencial, nuestra pasión.™
Microsoft



Un servicio que gestiona 7 millones de transacciones al día.
A pleno rendimiento con Microsoft SQL Server 2005.

¿Cómo gestiona Xerox Global Services los millones de dispositivos de oficina que necesitan sus clientes? Utiliza la base de datos SQL Server™ 2005 64-bit sobre Windows Server 2003, alcanzando un 99,999% de disponibilidad*. Para más información consulte www.microsoft.es/clientesql



*Resultado aplicado. La disponibilidad depende de numerosos factores, entre los que se incluyen el hardware y el entorno de software. Los productos de Microsoft no están diseñados para ser utilizados en entornos de misión crítica. © 2005 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos. Microsoft, el logotipo de Windows, Windows Server y Windows Server System son marcas registradas de Microsoft Corporation en los Estados Unidos y en otros países. XEROX es una marca comercial de XEROX CORPORATION.

Microsoft
**Windows
Server System**



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

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

Redacción

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

Publicidade:

Carolina Cruz, Ruben G. Pedrero
publicidade@codigocero.com

Colaboraron neste número:

Eva Campos, Xoán Fernández,
Fernando Sarasquete, Sonia
Pena, Marcus Fernández,
Rubén González, David
Lombardía e o colectivo web das
CiberIrmandades da Fala

Supervisión lingüística:

Sonia Pena.

Fotografía:

Adolfo Enríquez Calo, Joferpa.

Edita:

Grupo Código Cero Comunicación
UNINOVA.
Políg. 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 41

Xaneiro/Febrero 2006

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

neste número...



Xa estamos metidos de cheo en 2006, mais aínda e cedo para saber o que van achegar estes doce meses en materia de Sociedade da Información para Galiza. Pero o que si que se pode dicir é que o futuro pinta moderadamente ben. Podemos ser optimistas? Se cadra si, e se cadra é obrigatorio ser optimistas, e desfacermos dunha vez por todas dese fatalismo que din que é propio de nós os galegos e galegas, e que moi probablemente nunca foi propio desta terra, senón imposto por outros. Así, podemos animar un pouco a visión que temos da Galiza tecnolóxica (en caso de desfalecer) albiscando proxectos de concellos galegos como A Estrada, As Pontes ou Vilalba, onde se está a incrementar moito o volume de persoas que xa non lle teñen medo a Internet e que pasaron de denominalo "ferramenta inútil" a chamalo "fonte de información e recursos". A este respecto, e para quen queira

afondar un máis nos detalles destas iniciativas, incluímos neste número unha serie de datos de interese sobre algúns dos achádegos tecnolóxicos que se están a levar a cabo na Estrada. Seguindo con esta liña de optimismo coa que comezamos este texto, incorporamos no número 41 reportaxes sobre empresas galegas que se están a abrir un camiño no mercado mundial cos seus desenvolvementos, como por exemplo TLR, convocada para o proceso de normalización e identificación de tódolos produtos que se comercializan en todo o mundo. Tamén falamos de iniciativas encamiñadas a defender a presenza da nosa lingua en Internet, agora que o inglés e, en menor medida o castelán, incrementan o seu dominio na Rede a costa de idiomas que van cedendo terreo, se é que algunha vez tiveron terreo que ceder. A comunidade CiberIrmandades da Fala é unha agrupación de usuarios de Internet que opera dende hai

máis de dez anos loitando por defender unha lingua, a nosa, que en máis ocasións das que podemos imaxinar non foi defendida por institucións públicas ou empresas de aquí.

A fin de contas, ninguén vai defender a lingua por nós.

E neste número 41 tamén reservamos un espazo importante (o caderniño central) para poñer ó tanto ós nosos lectores do programa e obxectivos de Atlantimag. Trátase do salón da imaxe e a fotografía dixital que se vai celebrar a partir do 9 de febreiro no recinto da Feira Internacional de Galicia de Silleda, e no que se vai analizar polo miúdo o presente e o futuro dunha nova maneira de facer fotografía (agora que os carretes e os clásicos revelados van formando parte, cada vez máis, dunha vida que deixamos atrás). Cómpre ter en conta este salón, como fonte de novas e coñecemento, de gran interese para os profesionais da imaxe mais tamén relevante para os usuarios

galegos de novas tecnoloxías, agora que practicamente non hai un internauta neste país que non cargue ou descargue algunha imaxe en rede previamente tratada en programas de deseño.

Ou sexa: para ser internauta, hoxe en día, hai que ser tamén un pouco fotógrafo.

E viceversa.

O número 41 que vostede, lector, está a piques de ler, complétase con outros textos que (cremos) poden ser interesantes e sen necesidade de baixar moito o listón de esixencia, como por exemplo as dúas páxinas que dedicamos a analizar moi polo miúdo, e cun aquel de saudade, algúns dos obxectos tecnolóxicos que están a desaparecer por mor doutros obxectos tecnolóxicos (por exemplo: o walkman). Tamén falamos de tendencias en Rede (a Internet do mañá) e dos problemas que pode provocar nos usuarios unha indigestión (ou sobredose) de novas tecnoloxías do coñecemento.

sinatura convidada

A democracia dixital, un debate da participación cidadá na vida política. Eva Campos Domínguez, investigadora da UCM **4**

novas

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

reportaxes

Debate en Santiago sobre tendencias na Web: cara onde imos? **10**

CES 2006: unha feira de andar por casa **12**

O colectivo Ciberirmandade.org fálanos dos seus máis de dez anos de experiencia defendendo o emprego do galego nas novas redes tecnolóxicas **14**

Atlantimag, o pasado, o presente e o futuro da fotografía dixital **15**

Atlantimag: programa de actividades **16**

Entrevista con Xosé Maril, presidente da Feira Internacional de Galicia (FIG) **17**

A fotografía dixital democratiza a arte de captar imaxes **18**

Ofrecemos unha ollada ao concurso de fotografía que puxo en marcha durante o verán a entidade Turismo Rías Baixas **19**

Crónica Mírate: o Salón da Imaxe e a Comunicación do Noroeste conseguiu atraer, durante catro días, a máis de 8.000 persoas **20**

A tecnoloxía de hoxe pon en corentena a tecnoloxía de onte (repaso de obxectos que van camiño do faiado) **22**

A Sociedade do Coñecemento, mellor con moderación (en doses elevadas, pode producir adicción) **23**

TLR, requirida para o proceso de normalización mundial de tódolos artigos do mercado **26**

Previsións para un ano que se prevé crucial dende o punto de vista tecnolóxico **28**

que fixen eu para linquear isto?

A Sociedade da Información vai cara adiante, pero deixa restos e manchas **25**

pase vip

Repaso polas webs da música que é calquera cousa menos independente **27**

nova economía

Publicidade das puntocom **30**



A democracia dixital, un debate da participación cidadá na vida política

Dende que as novas tecnoloxías se introduciron na nosa sociedade, hai certos axentes que se dedican a observar se estas ferramentas da información levan consigo prácticas substanciais que fomenten a participación cidadá nas cuestións políticas. Certamente, a desafección política que se está a vivir nas sociedades democráticas occidentais está promovendo que dende algúns recunchos da sociedade se vexa nas Tecnoloxías da Información e da Comunicación (TIC) a posibilidade de que os cidadáns e os seus representantes teñan un contacto máis directo sen o filtro dos tradicionais medios de comunicación.

Esta posibilidade propiciou que moitos analistas e investigadores do ámbito da Comunicación Política expuxeran diferentes hipóteses coas conclusións aínda por ver: se por unha banda se pensa que as Tecnoloxías da Información e da Comunicación poden eliminar a apatía e o desencanto político que grandes sectores sociais senten na sociedade actual e que a súa aplicación nos servizos públicos pode ser aproveitada para obter un maior rendemento nos mesmos; por outra banda considérase que a introdución destas tecnoloxías no ámbito público non vai a mudar nin os xeitos, nis os retos, nin tampouco os obxectivos da política.

As teorías máis realistas esbozan que as ferramentas tecnolóxicas (coma por exemplo Internet e os teléfonos móbiles, entre outras) non van a significar a transformación dos sistemas políticos de Occidente –é dicir, Internet non vai trasladar a política ós cidadáns– mais defenden que achegan novas vías de comunicación e de intercambio de información para os cidadáns que realmente teñen interese nas cuestións políticas. Deste xeito,

aínda que as tecnoloxías non van a ocasionar que as prácticas da democracia participativa vaian cumprirse (ó menos a curto prazo) si ofrecen unha implicación máis achegada entre os políticos e os cidadáns máis interesados.

Precisamente, un dos aspectos que causa máis olladas no proceso de aplicación das TIC ó ámbito político é a participación cidadá na cuestións públicas e non se pode confundir esta participación coa xestión de documentos coa Administración Pública, pois iso non é máis que unha mellora de servizos públicos, senón na posibilidade que teñen os cidadáns dunha determinada comunidade para informarse, deliberar e decidir sobre asuntos da mesma.

Nun primeiro termo, hai que pensar no interese que poden amosar os usuarios para intervir nas cuestións públicas e, en segundo termo, nas posibilidades reais de acceso que eses electores poden ter á información pública. En base a este argumento, pensar nunha cidadanía máis activa, ben instruída, que recompila información e expresa as súas opinións, é acertado para describi-la situación dalgúns cidadáns, daqueles que están politicamente interesados e motivados. Para este sector da poboación, Internet si pode significar un importante avance no proceso de reunir información e de entrar en contacto con quenes establecen decisións. Non obstante, para a gran maioría dos habitantes non terá estas consecuencias.

Con todo, aínda queda moito que percorrer no vello do acceso universal de tódolos cidadáns ás Tecnoloxías da Información e da Comunicación (TIC). Finalmente, hai que ter presente o interese ou a posibilidade dos gobernos e das institucións públicas para facilitar

información, e a probabilidade real destes cidadáns para atopala. Neste sentido, pódese considerar que, até o intre, a maioría dos representantes políticos están máis preocupados por cuestións coma o control da información e a intromisión na intimidade persoal de cada individuo ca por velar porque este dereito democrático de acceso a información se vexa cumprido.

Neste contexto é mester formularse o papel que os axentes políticos, sobre todo o dos gobernos, exercen na Rede. Ademais da responsabilidade dos cidadáns cómpre referirse á dos políticos en canto aproveitan esta falta de entusiasmo dos cidadáns para cumprir os seus obxectivos propagandísticos en lugar de fornecerlo coñecemento libre entre os individuos. O problema é que, segundo consideran moitos analistas, os políticos trasladaron á Rede os seus discursos tradicionais e manteñen o sentido da información: ora falan da ausencia de entusiasmo e interese dos cidadáns para participar na vida política, ora cústalles desenvolver propostas que promovan esa participación.

En definitiva, estase vendo que a Rede ofrece novas posibilidades ós cidadáns de a pé, principalmente ós que realmente están interesados na política, para participar na vida pública.

No en tanto, aínda existen moitas trabas para que esas posibilidades poidan levarse ao fin: ben pola responsabilidade do propio individuo (por descoñecemento ou interese) mais, sobre todo, porque os gobernantes aínda seguen amosando máis interese na poboación coma conxunto (a través dos medios de comunicación de masas) cá nos cidadáns coma individuos.



XUVENTUDE GALIZA.NET



XUNTA DE GALICIA

VICEPRESIDENCIA DA
IGUALDADE E DO BENESTAR
Secretaría Xeral do Benestar
Dirección Xeral de Xuventude e
Solidariedade

**Palacio de Congresos e Exposicións
Santiago de Compostela 7, 8, 9 de Abril**

Patrocina



Colabora





Arturo Dopico anunciou os bos resultados de R en 2005

O director xeral de R, Arturo Dopico, interveu hai uns días no programa de radio La Voz de la Empresa, onde informou do positivo funcionamento do perador de cable galego, informando que en 2005 captaron 27.000 novos aboados, de xeito que chegan ós 184.000 clientes.

Na cifra de ingresos neta a compañía incrementou un 32% o seu resultado anterior, de xeito que chegou ós 133 millóns de euros e incluso o EBITDA tivo un incremento superior (do 51%).

O peso das empresas en R tamén é un dos seus fortes, xa que o 21% dos clientes son corporativos e representan o 36% da facturación, o que fai que sexa o operador de cable europeo coa proporción de ingresos procedentes do sector empresarial.

Continúan os litixios contra os autores do xogo GTA: San Andreas



O xogo máis polémico de 2005 está claro que foi o Grand Theft Auto: San Andreas, aínda que a compañía que o desenvolveu, RockStar Games, está a ter moitos problemas debido a numerosos escándalos que incluso os levaron fronte a fiscalía de Los Angeles, que di que a cidade do xogo se asemella sospeitosamente á cidade californiana.

Tamén o fiscal Rocky Delgadillo denuncia que o xogo incluía material pornográfico oculto, que forzara a recualificar o xogo para que non fose permitida a súa venda a menores, polo que parece que non se dan librado de problemas coa xustiza norteamericana.

Expoenter 2006 reunirá ó sector tecnolóxico galego entre os días 30 de marzo e 1 de abril

Expoenter, como salón tecnolóxico galego que é, tamén é fonte de novas. Estes días volve estar no punto de atención dos medios informativos, agora que se coñecen as datas de celebración da feira (do 30 de marzo ó 1 de abril) e a natureza dalgúns dos eventos que van inseridos no programa. Por exemplo, albergará a celebración do sétimo Concurso de Proxectos Tecnolóxicos, no que participarán universitarios de toda Galiza presentando traballos vinculados ás necesidades empresariais do sector. Amais, o salón tamén acollerá as Xornadas Técnicas Expoenter, dirixidas a empresarios e profesionais e ó público en xeral, "que permitirán actualizarse en temas punteiros da Sociedade da Información".



De xeito paralelo a Expoenter (que se vai celebrar no recinto Expourense, entidade organizadora do salón) celebraranse Forumensino, o Salón do Ensino a Cultura e o Deporte; e máis Previsel, Salón da Prevención e a Seguridade Laboral. Cómpre dicir que o principal obxectivo de Expoenter é reunir, baixo un mesmo teito, ós sectores máis representativos do mundo das novas tecnoloxías. Máis en www.expourense.org

Xuventude Galiza Net celebrarase este ano entre o 7 e o 9 de abril

Tres días para conectarse á Rede, xogar e intercambiar coñecemento. Un encontro informático a medio camiño entre reunión de amigos internautas e congreso tecnolóxico, por iso habendo máis do segundo cá do primeiro, máis informalidade cá protocolo. A party XGN,



que ten novo nome (Xuventude Galiza Net), vaia celebrar o s días 7, 8 e 9 de abril no Palacio de Congresos de Santiago, organizada pola Dirección Xeral de Xuventude e Solidariedade. A xuntanza, que vai dirixido, como de costume, a mozos e mozas internautas de entre 16 e 30 anos, ten o seguinte gran obxectivo: contribuír ó enriquecemento persoal da mocidade establecendo ligazóns estreitas alén do puramente técnico. Dito doutro xeito: non se trata só de habilitar computadores con conexión a Internet senón de facer fincapé en todo o que hai de experiencia formativa no feito de conectarse. XGN é unha party dirixida a atraer persoas de diversas procedencias (Madrid, Euskadi, Cataluña, Asturias, e de forma maioritaria, Galiza) unidas por un nexo común: a vontade de comunicarse entre eles e co mundo a través das novas canles da información.

Ademais de todo isto, a organización ofrecerá a posibilidade de participar en diversos concursos, conferencias e mesas redondas. Estas e outras actividades xirarán arredor dos últimos avances tecnolóxicos, o lecer e o computador como ferramenta creativa. É mester sinalar que o proceso de inscrición pechouse o pasado domingo 5 de febreiro e que o éxito de convocatoria foi semellante ó de anteriores edicións. Máis datos en <http://www.xuventudegaliza.net/>

A serie Emprendedores de Televisión Española poderase achegar a través de iTunes

O programa de televisión Emprendedores, que realiza en cada entrega un achegamento ó mundo empresarial cos testemuños en primeira persoa de persoas emprendedoras que narran dende os seus primeiros días de desenvolvemento das súas iniciativas empresariais ata os atrancos atopados na súa empresa, será o primeiro en España en publicarse a través do sistema de videopodcast de iTunes, de xeito que se poderán descargar de balde. Os capítulos da serie que emite actualmente La 2 de TVE tamén están accesibles para a súa visualización dende a web Escola BanesPyme, e con todos estes xeitos de acceso a tales contidos preténdese reforzar a labor divulgativa do programa de televisión.

A Xunta e a comunidade galega de software libre estudan posibles colaboracións

A comunidade galega de software libre quere tender pontes coa Xunta, máis numerosos e, sobre todo, máis firmes cós que mantiña co anterior equipo de Goberno. Ó seu xuízo, é importante que as administracións coñezan, de primeira man, todo o que se está a facer dende os colectivos de código aberto en beneficio da sociedade e, sinalan tamén, das institucións (aforro de cartos no pago de licenzas).



É nesta liña de achegamento mutuo onde hai que situa-la xuntanza mantida hai uns días entre representantes das asociacións galegas de software libre e a directora xeral de Sociedade da Información, Elena Veiguela, quen (afirma a Xunta) se interesou polas distribucións de GNU/Linux que hai en galego. Ó seu parecer, estes programas poden ser empregados e promovidos nas accións de formación e difusión que faga a Consellaría de Innovación. Na reunión, que segundo Veiguela foi abondo frutífera, o departamento da Xunta encargoulle á colectividade Linux unha análise das distintas distribucións empregadas, elaborada con espírito crítico, co fin de obter unha imaxe clara dos puntos fortes e das feblezas do desenvolvemento que propoñan. Asemade, a directora xeral convidou ás asociacións asistentes á reunión (GULO, GPUL, GALPON, AGNIX, AULUSC e GLUG) a formar parte do stand que a Xunta de Galiza, por invitación da Xunta de Andalucía, terá na II Conferencia Internacional de Software Libre, que se celebrará do 15 ao 17 de febreiro en Málaga.

Santiago acolle unhas xornadas sobre comunicación identitaria para estudantes e profesionais galegos do xornalismo

Reflexionar sobre o que é hoxe en día o xornalismo e o que non, e sobre todo, reuni-la meirande cantidade de voces do sector e de tódolos soportes, canles e plataformas posibles. Estas son, en gran parte, as intencións das Xornadas sobre Comunicación Identitaria que organiza o Club Internacional de Prensa na Facultade de Ciencias de Comunicación de Santiago, entre os días 6 e 10 de marzo. O congreso, que é de balde, é especialmente dirixido a profesionais e estudantes universitarios, vai orientado a agrupar baixo un mesmo teito a tódolos soportes informativos existentes no eido da comunicación en Galiza, a través dos seus principais medios.

Cómpre salientar que para inscribirse, é preciso dirixirse ó Club Internacional de Prensa, Avda. da Coruña 6-baixo de Santiago; tfono: 981 54 59 50; ou ó correo electrónico: club.inter.prensa@xunta.es. A prensa escrita diaria, estará representada polos directores de: La Voz de Galicia, Faro de Vigo, El Correo Gallego, El Progreso e La Región. Esta Mesa celebrarase o día 6 ás 18:30, trala Conferencia Inaugural que é ás 6 da tarde, será impartida polo Secretario Xeral de Comunicación da Xunta de Galicia, Fernando Salgado, que será presentado polo Decano da Facultade de Ciencias da Comunicación, Miguel Tüñez.

Euskadi levará a Internet por banda larga a todo o seu territorio durante este ano

Euskadi pode consolidarse coma un referente a nivel europeo ó achegar o acceso á Internet de banda larga ós 102 concellos nos que tal tecnoloxía non resulta rendible grazas ó plan Koekta Zaitex@Banda Zabala, de xeito que a finais de 2006 será a primeira rexión europea en dar acceso de banda larga en todo o seu territorio. Actualmente xa se completou o acceso á Rede a través de banda larga para o 90% de Euskadi en menos dun ano, precisando para tal fin dun investimento de 8,4 millóns de euros.



SOFTGAL

desarrollo e integración de sistemas

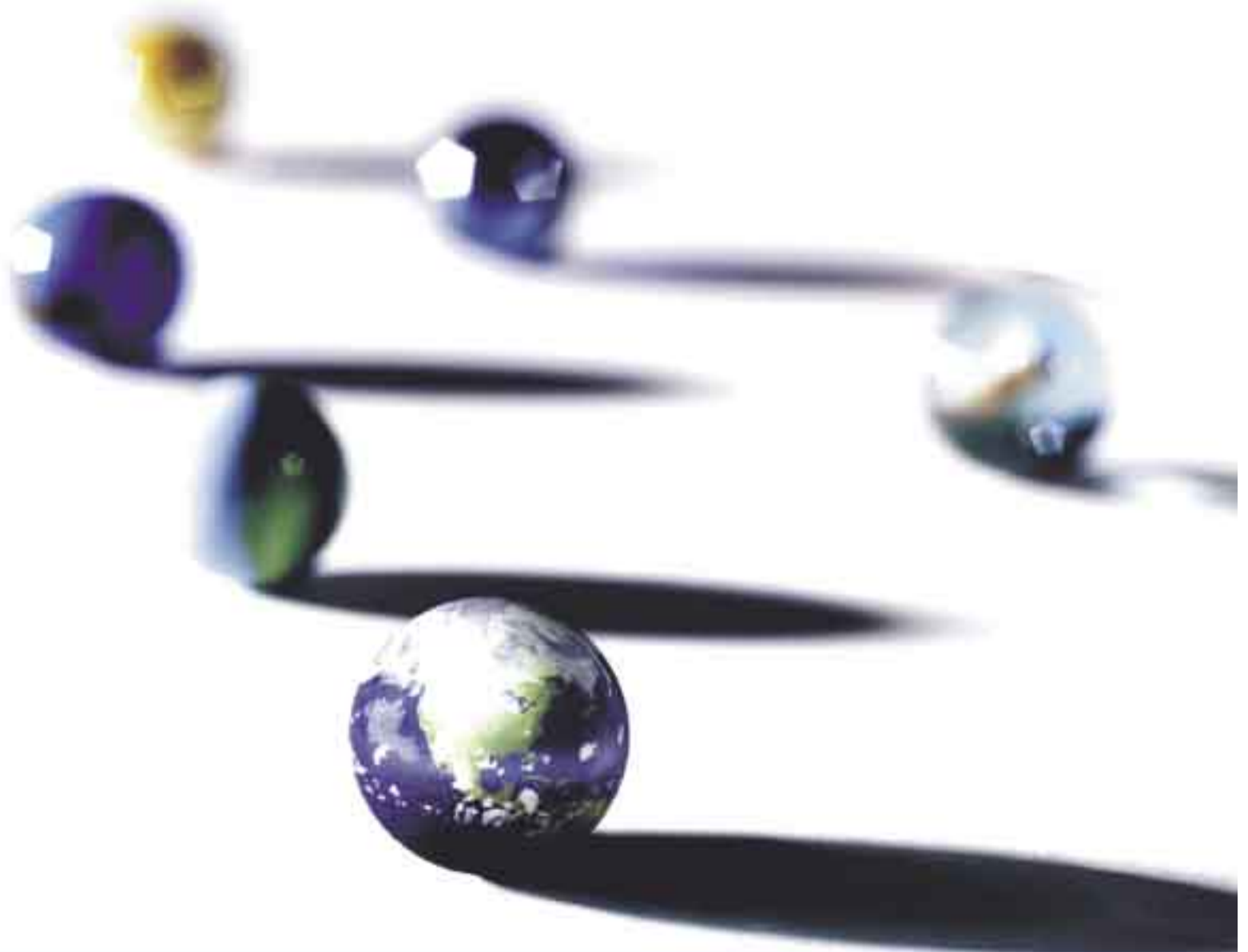
soluciones e-business

ingeniería de sistemas, redes y comunicaciones

integración sistemas multimedia y audiovisuales

soluciones de almacenamiento

infraestructuras TIC



A Coruña

Santiago de Compostela

Vigo

Madrid

Lisboa

Sesenta empresas TIC de Galiza unen forzas na asociación Ineo, que camiña xa con paso firme

Unha asociación de empresas galegas vencelladas á Sociedade da Información que empreste apoio ós seus membros e ó resto do sector e que, ademais, non esqueza que hai unha sociedade, a deste país, que agarda por alguén que a mobilice para formar parte de cheo na era dixital.

É ese vieiro o que quere percorrer Ineo, agrupación de 60 empresas que é, neste intre, máis realidade activa cá proxecto, máis maquinaria tecnolóxica cá resumo de boas intencións sobre o papel (e, de feito, non é casual que Ineo queira dicir “en camiño” en latín). A asociación, promovida pola Zona Franca de Vigo, está estes días afrontando unha recta final que remata na asemblea constituínte do día 16 de febreiro. Alí se darán cita os seus integrantes, entidades privadas que facturan oitenta millóns de euros ó ano e achegan emprego a 1.500 persoas, e fornecerase (se cabe) os obxectivos da asociación: desenvolver un tecido asociativo forte, promover proxectos conxuntos que incrementen a competitividade da Galiza tecnolóxica, traballar a prol da innovación e fomenta-lo emprego das novas ferramentas entre a sociedade e os sectores económicos que aínda fiquen de costas á era dixital.

Stewie Griffin presentará virtualmente un talk show na Internet

O fillo menor dos Griffin, protagonistas da serie de animación Padre de Familia, será o presentador virtual dun programa televisivo en formato talk show que se desenvolverá para a Internet e que se estreará a finais de ano. O novo programa presentado por Stewie estará accesible dende a web da serie televisiva e noutras páxinas de News Corp. de xeito que empregarán ó popular personaxe de animación para atraer a unha audiencia nova, o que podería incluso ser interesante para anunciantes potenciais. Agardan que este programa só complementa o resto dos produtos da marca de Padre de Familia, que actualmente está accesible tanto a través da televisión (podéndose ver en España na Fox) coma en DVD.

Emetel dinamiza a actividade do Porto de Celeiro cunha área de conexión sen fíos

O Porto de Celeiro xa forma parte da Sociedade da Información dende hai tempo, ó ter en funcionamento un sistema de trazabilidade on line que achega ós cidadáns completa información sobre o peixe que se vende na devandita vila. Agora, logo de que o sistema fose recoñecido como Mellor Aplicación TIC 2005 pola AETG, a sociedade Porto de Celeiro volta a ir un paso máis alá co desenvolvemento dunha zona de conexión sen fíos a Internet na área portuaria, encargado á empresa galega Emetel Sistemas. Trátase dun proxecto único en Galiza, non só polas súas características técnicas senón tamén (nun plano de máis fondura) polo seu significado: representa crear un vantaxoso equilibrio entre dous mundos que case todos criamos opostos: o da Sociedade da Información e o das actividades pesqueiras.



Segundo informa Emetel nunha nota de prensa, a iniciativa tamén é única pola súa envergadura e aplicacións, xa que a rede dá cobertura tanto á área terrestre como á zona marítima do porto, “estando dotada dos máis estritos dispositivos de seguridade” (este último punto vén a conto porque Emetel Sistemas é consciente que a Internet que chega polo aire co Wi Fi suscita un algo de desconfianza nalgúns usuarios polo que respecta á privacidade dos datos transmitidos). Grazas a este sistema, os barcos que entran no porto poderán (entre outros servizos) acceder á rede do Porto de Celeiro e participar na poxa dende a mesma embarcación de xeito informatizado e vía radio. “Isto”, relata no comunicado Emetel, “acádase, por unha banda, coa instalación de básculas sen fíos en cada barco e, pola outra, coa dun servidor de información de trazabilidade do peixe no centro de comunicacións do Porto de Celeiro”. Neste último punto, cómpre explicar que a “trazabilidade do peixe” refírese ó seguimento exacto de cada peza dende o punto de captura até o punto de venda, sen que se perda información algunha polo camiño.

Deste xeito, pódese dicir que grazas ás ferramentas tecnolóxicas aplicadas á subasta, esta pode dar comezo antes de que cada mercadoría chegue a terra, ó ter información completa da mesma no propio porto. Isto supón, como se poderá enxergar, unha gran vantaxe no que se refire a aforro de tempo e de esforzo, non só para as persoas que chegan do mar senón tamén para os que están en terra, xa que se poden mover polo espazo portuario mantendo o acceso á rede dende calquera punto das instalacións.

Mais non remata aí a cousa, manifesta Emetel Sistemas. O feito de ter acceso a unha área restrinxida para cada usuario ou buque permite que se fagan pedidos, consultas a bases de datos ou acceder a outros servizos das empresas do porto. Estas operacións, “dada a sensibilidade dos datos tratados”, estarán protexidas con certos dispositivos de seguridade de última xeración en toda a área ampla da zona sen fíos de Celeiro.

A galega Krasis achega a Microsoft documentación técnica para os seus produtos de programación

Detrás do desenvolvemento do Visual Studio 2005 de Microsoft hai man galega. Concretamente da empresa Krasis, do Grupo Femxa, quen achegou documentación técnica para o lanzamento desta ferramenta de deseño de software da multinacional de Bill Gates. O contacto entre as empresas deuse coa adquisición, por parte de Microsoft, dun curso de Krasis sobre esta tecnoloxía, “que a partir de agora formará parte da documentación oficial do produto en castelán para todo o mundo”, segundo sinalou a firma de Vigo. E engade: “O curso foi elaborado antes da dispoñibilidade para o público da ferramenta, e consta de material formativo en formato electrónico e vídeos multimedia”.

Logo deste curso, Krasis tamén ten elaborado por encarga un libro electrónico que Microsoft distribuirá entre os usuarios da versión de balde da devandita ferramenta de desenvolvemento. En realidade, non se trata dun primeiro contacto, xa que a empresa galega leva anos colaborando coa multinacional de Redmond en tarefas de formación, así como nas fases de proba dos seus servizos. Conforme indica Krasis, hai na actualidade varios empregados e colaboradores que foron recoñecidos co MVP, “un galardón que Microsoft outorga ós profesionais máis salientables de 63 países nas súas diferentes tecnoloxías”.

O CESGA convértese no primeiro centro de España recoñecido co certificado de calidade ISO 9001:2000

O Centro de Supercomputación de Galiza (CESGA) é o primeiro centro de España que acadou unha certificación de calidade pola súa xestión. Así se fixo saber hai uns días en Santiago, na sede que o CESGA ten no Campus Sur, nunha reunión cos medios que contou coa presenza de Salustiano Mato, director xeral de I+D e Javier García Tobío, director xerente desta entidade galega.



A xuntanza serviu, entre outras cousas, para presenta-lo recoñecemento co que abrimos esta nova, que consiste na certificación ISO 9001:2000 entregada pola auditoría Det Norske Veritas (DNV). En representación desta entidade acudiu Luís Alejandre, delegado en Galiza de DNV, quen explicou polo miúdo a razón pola que o CESGA recibe este recoñecemento: por garantir cos seus sistemas de xestión a mellora da calidade dos servizos e produtos que empresta. Sinalar que o certificado de calidade ISO 9001:2000 foi creado pola Organización Internacional para a Estandarización e que, no eido europeo, tense entregado moi poucas veces, e ningunha no ámbito español, até o de agora. Segundo o CESGA, a consecución deste certificado supón fornece-los seus obxectivos, orientados cara á promoción de servizos de apoio á investigación e o desenvolvemento no sector das novas tecnoloxías, así como servir de ferramenta de primeira orde en operacións de cálculo intensivo e comunicacións.

Fotografiasdegalicia.com: un álbum de fotos virtual que non remata nunca

Un álbum de fotos colectivo que é coma un mapa visual do máis coñecido de Galiza, mais tamén daqueles currunchos que non saen nunca nas guías turísticas por motivos, en moitas ocasións, difíciles de entender. Fotografiasdegalicia.com, unha páxina web de Jerónimo Pérez, vai encamiñada a ocupar ese amplo espazo comprendido entre o de máis sona no mundo enteiro (Santiago, Fisterra, a Torre de Hércules) e o que coñecen uns poucos. Dun extremo a outro.



Trátase dun servizo no que colaboran 23 fotógrafos e/ou internautas e que conta xa cun fondo de 600 imaxes do noso país. Estas fotos están clasificadas de xeito xerárquico, en álbums por provincias e comarcas, incluíndose ademais certos álbums especiais que tratan temas de meirande interese, como por exemplo: as Fragas do Eume, as Burgas de Ourense ou a Catedral de Compostela. Cada unha das imaxes, subministradas dende moí diversos puntos de Galiza, vai acompañada dunha breve descrición. Trátase, ademais, dunha iniciativa aberta, na que calquera persoa afeccionada á fotografía pode participar, coma un libro que está sempre en constante elaboración (posto que Galiza, a fin de contas, non remata nunca). Máis datos en www.fotografiasdegalicia.com

O operador galego R subministrará servizos de comunicacións ó Grupo Gadisa

Gadisa, unha das corporacións máis importantes do noso país, vén de sumarse á listaxe de empresas e institucións que fan uso da tecnoloxía do operador galego R, que lle subministrará ó devandito grupo servizos de comunicación de voz e datos. Así o deu a coñecer hai uns días Roberto José Tojeiro, vicepresidente executivo de Gadisa, quen amosou o seu convencemento de que este acordo lle vai permitir á corporación “gañar en eficiencia e rendibilidade e avanzar cada día ofrecendo máis calidade e proximidade co cliente”.

Tojeiro, para quen as novas tecnoloxías son un elemento indispensable na mellora da competitividade en Galiza, sinalou que en virtude deste achegamento a R, a operadora vai dar servizo de telefonía fixa e datos a máis de 220 tendas de alimentación e hostalería da corporación, pertencentes ás marcas: Gadis, Claudio, Cash IFA, Haley e Manduka, tanto en Galiza coma en Castela-León. R, ademais, vai prover de servizos por fibra óptica á sede central de Gadisa, no Polígono de Pielada en Betanzos. Neste momento, R conta con máis de 38.000 empresas entre os seus clientes.

O profesorado galego poderá ter acceso a unha base datos matemática con máis de cen mil referencias

Como facer que os mestres de matemáticas galegos acaden espertar entre os seus alumnos máis interese pola materia? Cal podería ser a chave para que os estudantes teñan ó seu alcance os mellores recursos dispoñibles a nivel mundial? E non menos importante: poden as novas tecnoloxías incrementar-lo interese dos mozos e mozas polas matemáticas? Conforme Carlos Andradadas, presidente da Real Sociedade Matemática Española (RESME), as redes do coñecemento non só non acabaron con esta disciplina, como todo o mundo temía, senón que contribuíron ó rendemento dos alumnos nela. Disto e doutras cousas falouse recentemente no Centro de Supercomputación de Galiza (CESGA), na presentación dun convenio que lle permitirá á comunidade educativa galega ter acceso a unha gran base de datos matemática, o MATHDI.

En virtude deste acordo entre catro partes (CESGA, a RESME, a Dirección xeral de Ordenación e Innovación Educativa e a editorial xermana FIZ Karlsruhe), vaixe achegar a profesores e investigadores ás 100.000 referencias bibliográficas da devandita base de datos, versión electrónica da revista xermana Zentralblatt für Didaktik der Mathematik, que contén entradas de tódalas publicacións matemáticas máis importantes do mundo. Segundo informou o CESGA con motivo da presentación deste acordo en Santiago, “a tipoloxía e a temática dos documentos abrangue un espectro amplo dentro da área da didáctica, que vai dende software e xogos educativos elementais até revistas e informes técnicos nas matemáticas máis avanzadas”. No Centro de Supercomputación de Galiza, que se vai encargar do mantemento e actualización do espello do MATHDI, aclaráronse outros puntos sobre o “porqué”, o “como”, o “onde” e o “quen” deste proxecto:

- As matemáticas son a materia con maior índice de fracaso escolar en Galiza
- Con esta iniciativa, preténdese achegar estas disciplinas á sociedade, favorecer o achádego de recursos que faciliten unha comunicación fluída e amena
- A Sociedade Matemática Española, que conforme Carlos Andradadas vela pola boa saúde desta disciplina, considera que a maridaxe entre matemáticas e novas tecnoloxías é favorecedora para ámbalas partes e, sobre todo, para alumnos e profesores. Para que se entendese o seu discurso, referíuse ós beneficios da supercomputación ou da simulación numérica na sociedade: previsións meteorolóxicas, loita contra o cancro, etc.
- Segundo Andradadas, a ferramenta MATHDI é como unha inxección de vitamina no eido educativo.
- Tódolos presentes estiveron dacordo en que é un acerto que un centro como o CESGA abra os seus recursos para a divulgación de coñecemento a tódolos niveis da sociedade
- Todo o profesorado galego poderá ter acceso a esta base de datos
- Aproximadamente, o 60% das entradas están escritas en inglés

O Congreso para Empresarios Mozos de Galiza centrará gran parte do seu programa nas novas tecnoloxías

Que fai falla para dalo paso de estudante a empresario? Cales son aquelas cousas que deberíamos saber antes de ser xefes dunha iniciativa



innovadora? A Asociación de Empresarios Mozos de Galiza quere responder a estas e outras preguntas, e con este fin vai organiza-la primeira edición dun congreso para mozos e mozas que estean a facerse un oco no noso tecido produtivo, ou ben a piques de facelo. O encontro, que se celebra no Centro Social Caixanova, coincide coa conmemoración do décimo aniversario da asociación organizadora, que fará entrega do terceiro Premio Empresario Mozo á mellor iniciativa levada a cabo en Galiza.

O congreso, que discorrerá entre o 23 e o 24 de febreiro, xirará arredor dos seguintes temas (de vital importancia para converternos nos nosos propios xefes): a comunicación, o marketing, a dirección de recursos humanos e as novas tecnoloxías da información. Máis datos en www.ajevego.es

O 68 por cento dos fogares estradenses ten computador



A Estrada Dixital achega estes días datos para rachar non só coa tradición senón tamén para crebar con algo de máis difícil solución: os tópicos. Estes, referentes ó nivel de penetración das novas tecnoloxías en Galiza, din habitualmente que no rural non hai xeito de acceder á Sociedade do Coñecemento. Mais a información que proporciona na súa páxina o programa Cidade Dixital da Estrada discorre en sentido contrario ós clichés. Por exemplo: o 68% dos fogares deste concello ten computador, porcentaxe que é alta a nivel rural, mais segue a ser elevada ó compararse coa media galega e española.

Segundo se indica na antedita web, a chegada do programa Cidade Dixital “calou fondo á hora de mellorar cifras, facilitando por exemplo liñas de subvención para a merca de equipos con 180 euros de axuda para particulares”. Convén subliñar que o A Estrada tamén camiña firme cara a chegada da rede sen fíos total, incrementando ó longo de 2006 o número de conexións á rede e tamén de certificados dixitais. Ademais, e tendo en conta os datos máis recentes achegados nesta páxina, xa hai un total de 25 parroquias (de 52) contando con ruralcentros: locais sociais ou antigas escolas nas que se habilitaron equipos con conexión a Internet e cámaras webs para videoconferencia. Amais, todos estes puntos están interconectados a través dunha rede sen fíos. Máis datos en www.aestradaaixital.org

O Día de Internet en España coincidirá co Día Mundial da Sociedade da Información, o 17 de maio

O 17 de maio será o día no que se celebren tódolos logros da era do coñecemento a nivel mundial... e a nivel español. Unha xornada que une tres conmemoracións nunha soa. É dicir: será o Día Mundial das Telecomunicacións, o Día Mundial da Sociedade da Información e, a maiores, o Día de Internet 2006 para España. Así o fixo saber hai días o secretario de Estado para estas cuestións, Francisco Ros, logo de que o cumio mundial de novas redes celebrado en Tunicia en novembro propuxera á Asemblea Xeral das Nacións Unidas que se instaure o devandito 17 de maio como Día Mundial da Sociedade da Información, coincidindo co Día Mundial das Telecomunicacións.

Isto que semella un tanto complexo non é máis que a tentativa de poñer un pouco de orde entre unhas celebracións que, a fin de contas, son coma “irmás”. O Goberno español únese a esta iniciativa achegando a súa xornada festiva (Día de Internet en España), co fin de contribuír, coma no cumio, a que se coñeza a Rede e se converta nun recurso real accesible ó público.

O certame Entra e Navega xa conseguiu convocar a 4.335 galegos

Un certame que achega o uso das novas tecnoloxías sen que supoña grandes esforzos para os destinatarios: os mozos galegos. Máis ben todo o contrario: o concurso Entra e Navega, que puxo en marcha a Dirección Xeral de Comunicación Audiovisual, tratou de fornece-lo emprego das ferramentas da Sociedade de Información a través do xogo. Dende que foi posto en marcha, no pasado mes de outubro, xa acadou a cifra de 4.335 participantes nas catro provincias (segundo datos achegados a mediados de xaneiro). O concurso, que cando se publique esta revista xa estará posiblemente rematado, veu dividido en dúas metades, dous xogos interactivos chamados: Xerencia de biblioteca e Camiño de bibliotecas.

Nestas dúas iniciativas participaron 120 bibliotecas galegas: 46 da provincia da Coruña, 26 de Lugo, 22 de Ourense e 26 de Pontevedra. Salientar que a organización dos concursos está a repartir máis de 300 premios entre os gañadores: cámaras dixitais, portátiles, memorias USB e reprodutores mp3, entre outros agasallos.



Fundetec reconece cun premio á Confederación Galega de Minusválidos polo seu labor formativo e tecnolóxico

A Confederación Galega de Minusválidos (GOGAMI) vén de ser reconecida pola Fundación para o Desenvolvemento Infotecnolóxico de Empresas e Sociedade (Fundetec) co premio do mesmo nome na categoría de Persoas con Discapacidade polo seu Proxecto de Formación a Distancia.

Así o fixo a devandita entidade sen ánimo de lucro nunha entrega de galardóns celebrada en Madrid, na que se valorou o proxecto da COGAMI por favorecer a inserción social e laboral das persoas con discapacidade a través das novas tecnoloxías, empregadas neste caso para a formación a distancia. Ademais, o xurado salientou especialmente o impacto e a repercusión na sociedade enteira, non só na galega.

Un sistema P2P servirá para a distribución legal de películas da Warner



A Warner Bros anunciou que en breve comezará a vender programas de televisión en Alemaña, Austria e Suíza mediante un sistema P2P denominado In2Movies, que permitiría a descarga de películas e programas televisivos, confirmándose que obras coma Batman Begins, a última película de Harry Potter ou a serie The O.C. estarán dispoñibles a través deste novo sistema. O sistema aproveitaría a tecnoloxía P2P para mellorar as descargas e suporía unha iniciativa para loitar contra a descarga ilegal de películas a través da Rede, consolidando unha alternativa lexítima e segura.

Pedro Jorge Romero: "A Web 2.0 é como tivo que ser a Web orixinal"

A Universidade de Santiago serviu de escenario para un debate sobre o futuro de Internet



O blogueiro Pedro Jorge Romero, nunha imaxe recente en Santiago

REDACCIÓN

A burbulla das *punto-com* nunca estourou, e se chegou a estourar foi por que tiña que facelo. Agora, coa perspectiva do tempo, semella que deste punto de inflexión saíron máis cousas boas do que se cría, sobre todo para os usuarios de Internet. Os receptores da información pasaron a ser emisores. Ti e máis eu. Vós e nós. Antes do estoupido, Internet era un monólogo. Esta introdución, rescatada dos arquivos de Código Cero, vén a conto porque esta nova orde da Sociedade da Información, a Web 2.0, foi o tema principal dunha xornada organizada hai uns días en Santiago. Aquí vai unha reflexión apuntada no noso bloc de notas: "A Web 2.0 é como tiña que ter sido a Web orixinal, unha plataforma que se usa, non se consume". Son palabras de Pedro Jorge Romero.

Romero acudiu á cita, organizada na Escola Superior de Enxeñería Técnica da USC, en calidade de *blogueiro* mais tamén de representante da Asociación de Usuarios de Linux da Universidade compostelá (e, sobre todo, acudiu como internauta). Pedro Jorge, un vello coñecido de Código Cero, comezou a súa intervención cunha broma: "Cal é a diferenza entre a Web 1.0 e a 2.0? Pois que na primeira estaba todo en construción e na segunda todo está en beta". Algo de verdade debe haber nesta reflexión, porque lle permitiu desenvolver

o resto do seu relatório: "A Web 2.0 emprégase, mentres que a 1.0 consúmese. Pensemos por exemplo en Writely.com, un procesador de texto que está visitable na Rede e, por suposto, utilizable". Ó seu xuízo, é de crucial importancia pararse no seguinte concepto: intelixencia colaborativa, propio da nova orde da Rede.

Poñamos un exemplo: Amazon.com. Por que Amazon.com ten éxito perante a súa competencia natural? Pedro Jorge foi claro ó respecto: "Porque déixache comenta- los libros ós que acodes e dáche a posibilidade de adquirilo ou non dependendo do que digan os demais usuarios. Convídanche a falar e a

aproveitarte do factor intelixencia colectiva". Na opinión de Pedro Jorge, a fin de contas, sempre hai máis posibilidade de sacar xuízos de valor fiables da suma e o promedio de moitas opinións cá dunha soa.

A Wikipedia, en definitiva, é un exemplo diso, tendo como ten, segundo Romero, "unha capacidade infinita de recuperarse dos erros". A Wikipedia, ó seu xuízo, baséase na confianza nos restantes usuarios da Rede, no poder de moitos.

Este é, a fin de contas, un dos piares fundamentais da Web 2.0. Máis exemplos perfectos da nova orde Internet? Que tal se pensamos en Flickr?

Vale, é un pouco antiga, pero segue a estar de plena actualidade. Así opina moita xente, incluído Pedro Jorge, que lle sacou unha foto á audiencia do salón de actos da ETSE para, despois, pendurala no devandito servizo de fotografías *on line*. Servizo que, por outra banda, non sempre foi de imaxes compartidas e comentadas, senón que iso de que os usuarios acheguen fotografías dende tódolos currunchos do mundo veu despois. "A importancia de Flickr radica na rede social que leva dentro. As fotos que poñemos, polo feito de seren comentadas polos internautas, adquiren valor". Na opinión de Romero, a Web 2.0 é como tivo que ser a Web orixinal, unha especie de corrección histórica. Proba diso son as bitácoras, "un invento estupendo que amosa o mal que fixemos coa

Rede nos seus primeiros días". Tamén achegou chaves de futuro:

- Máis Web nos móbiles.
- Máis xornalismo cidadán (un exemplo disto foi a cobertura que ofreceron os cidadáns de Londres dos atentados do metro).
- Milleiros de millóns de novos usuarios, pendentos agora de acceder a Internet, van cambiar para sempre o que entendemos por Sociedade da Información.

No acto celebrado na ETSE en Santiago tamén houbo espazo e tempo para outros xeitos de velo futuro de Internet, un futuro que non é doado de albiscar (por exemplo: ninguén agardaba que a Rede nos fá achegar unha nova oportunidade, un segundo comezo logo daquel primeiro de 1995). A xuízo de **Joaquín Lameiro**, delegado en Galiza de IBM, voltamos dalgunha maneira a aquel punto de inflexión, só que a unha escala maior. É algo así coma un "volver a comezar" ou un "regreso ó futuro" pero con certos matices que cómpre aclarar. Por exemplo, agora é máis importante o feito de crear contidos, non de consumilos (neste punto Lameiro coincidiu con Romero). E proseguíu: "Coa Web 2.0 estamos a anticipar unha idea de innovación colaborativa como un novo modelo de produción, e é posible que, en breve, se poña en dúbida o esquema mesmo de empresa tradicional como modelo de negocio". Lameiro fíxose de novo a si mesmo e á audiencia a pregunta inevitable: "Que é a Web 2.0?... se é que é algo". Na súa opinión, é certo que é algo, ou polo menos así o reflicte Google, onde é posible atopar máis de nove millóns de entradas sobre o termo. E di Lameiro: "A Web 2.0 non ten que ver tanto co software como coa xente na Rede. Basicamente, é unha plataforma que potencia o coñecemento colectivo". Neste tempos que corren, nos que semella que todo o resolvemos co que el denomina "googleazo", hai unha cousa que o delegado en Galiza de IBM aconsella ter en conta: "A Web é cada vez máis semellante a un cerebro humano, e as súas ligazóns son como as que cinguen os sistemas neuronais, e é posible que remate por converterse todo nunha especie de extensión do noso cerebro", comentou.

A visión de Microsoft

Xusto antes de que pasara o ecuador da xornada podemos sentar con Álvaro Morón, director de Estratexia de Plataforma de Microsoft, quen nos achegou o punto de vista da multinacional con respecto ós cambios que nos depara a Sociedade do Coñecemento (e hai que ter en conta que falar de tendencias de Microsoft é, precisamente, como falar das tendencias dunha boa parte da tecnoloxía informática). Segundo Morón, os alicerces sobre os que se apoia a estratexia de futuro desta empresa son os seguintes: fidelidade, seguridade e identidade. Estes tres factores son fundamentais, a maiores, para un



Álvaro Morón, de Microsoft, falou do futuro da Internet a través do "ollo" desta multinacional

país como España (dixo), onde se rexistra unha porcentaxe baixa de persoas que se conectan cada día: o 20%. Polo tanto, a seguridade é crucial para incrementala confianza.

Morón fixo referencia tamén ó Windows Media Center, a gran aposta de Microsoft para o fogar dixital, que se podería definir (segundo Morón) como "un produto que posibilita novos sistemas de integración dixital, como traslada- lo concepto do PC ó salón da nosa casa, permitíndonos acceder a toda a información multimedia de xeito doado e rápido" (cómpre sinalar que este servizo xa está dispoñible na súa versión española).

A Web 2.0 pode ser tamén oportunidade de novas formas de negocio, segundo indicou en Santiago o director de Estratexia de Plataforma de Microsoft. Sobre todo, en países con penetración alta de novas tecnoloxías, "polo que é fundamental que Galiza suba na súa taxa de internautas e aproveite esta nova ocasión de xerar riqueza". Neste sentido, non puidemos evitar preguntarlle a Morón polas posibles solucións a este desfase dixital galego. Ó seu xuízo, está ben claro: incrementala formación e as infraestruturas, co fin de leva-las redes tecnolóxicas fóra das cidades, a unha poboación dispersa de máis. Para acadar isto, dixo, é crucial que se poñan dacordo as empresas e as administracións.

Windows Vista. Comenta-lo Windows Vista foi, por así dicilo, o punto e final da charla con Álvaro Morón. Para comezar, preguntámoslle cando estará dispoñible, e a data que nos achegou foi a seguinte: a finais do verán. Logo, asaltámo-lo con preguntas sobre os cambios que vai incorporar este novo sistema operativo. "Hai tantos, que non sabería por onde comezar", comentou. Uns exemplos: o sistema de buscas internas ("un sistema dinámico e doado que che permite maior operatividade e buscas instantáneas, ó estar todo o contido do PC indexado"), un entorno gráfico mellorado, máis fiabilidade, máis seguridade ("a que demandaban os usuarios", dixo) e unha presentación dos contidos máis visual, con opcións para visualizalas en tres dimensións.



O nacemento dunha realidade

O modelo de entidade de INEO

O modelo de entidade de INEO basease nas seguintes premisas:

REDACCIÓN

O día 16 de febreiro terá lugar a Asemblea Constituínte de INEO. Ese día nacerá oficialmente a gran asociación empresarial que englobará ás empresas do hipersector das tecnoloxías da información e da comunicación.

Culmínase un proceso que comezou no ano 2001 e que coa colaboración da Zona Franca de Vigo permitirá que as empresas do sector TIC galego contan cunha organización que responda ás súas necesidades.

O 16 de febreiro nacerá oficialmente a gran asociación empresarial que englobará ás empresas do hipersector das tecnoloxías da información e da comunicación.

Representatividade sectorial: A asociación empresarial outorgará unha voz común relevante, autorizada e significativa ás empresas TIC para o diálogo coas administracións públicas, outras organizacións empresariais e a sociedade en xeral tendo unha importancia decisiva nas políticas e no contexto tecnolóxico galego.

Independencia económica: INEO camiñará cara o autofinanciamento das súas propias actividades na súa liña de eficiencia e de xestión moderna e eficaz. Este autofinanciamento basearase na prestación de servizos ás empresas, administracións e outras asociacións empresariais.

A asociación empresarial máis importante do sector TIC en Galicia está formada nestes momentos por 62 empresas das catro provincias galegas.

Enfocada á prestación de servizos aos socios:

A asociación está creada por e para os membros. As súas actividades virán a dar resposta efectiva ás necesidades estratéxicas e cambiantes das empresas do sector en eidos coma a innovación tecnolóxica, a formación, lexislación...

Especialización a través do desenvolvemento de competencias distintivas:

A asociación especializarase no desenvolvemento de áreas de coñecemento de especial valor e atractivo nas que buscará a excelencia.

Xeración de retornos cuantificables a socios: A asociación producirá beneficios

intanxibles aos seus membros así como retornos cuantificables que superarán á aportación dos socios.

Eficiencia a través da profesionalización:

INEO contará cun equipo dun perfil profesional elevado, altamente cualificado e capaz de xerar valor engadido interno na asociación para cumprir os obxectivos marcados.

As empresas que integran INEO facturan 80 millóns de euros ao ano e dan emprego a 1.450 persoas.

Xeración de negocio:

A unión fai a forza. INEO creará sinerxías competitivas que xerarán negocio a través da realización de proxectos de maneira conxunta doutro xeito inabarcables, o coñecemento estratéxico do sector, o prestixio de pertenza á organización e promover proxectos de gran dimensión nos que intentará involucrar aos máis importantes

axentes sociais e que serían inalcazables polas empresas individualmente.

INEO bota a andar

A asociación empresarial máis importante do sector TIC en Galicia está formada nestes momentos por 62 empresas das catro provincias galegas dedicadas a software a medida, software estándar, equipos informáticos, consultoría TIC, formación TIC, comunicacións e redes, servizos informáticos, electrónica, proceso de datos e asesoramento xurídico de TIC.

As empresas que conforman INEO facturan en total 80 millóns de euros e dan emprego a 1450 traballadores. Está prevista a realización de 26 proxectos a levar a cabo no próximo trienio. Ademais existen na actualidade catro grupos de traballo que desenvolven áreas prioritarias para a industria TIC galega.

INEO

Socios de Ineo



Máis información
www.clusterineo.org
ineo@clusterineo.org
986 26 97 15

CES 2006: unha feira de andar por casa



Bill Gates amosou as vantaxes do uso de varias pantallas de grandes dimensións

MARCUS FERNANDEZ

Parece evidente que en EE.UU. non se celebran os Reis, ou iso se pode deducir do feito de que o Consumer Electronic Show (CES) se celebre en Las Vegas do 5 ó 8 de xaneiro. Así, as datas da feira de electrónica de consumo máis importante de Norteamérica deixan en evidencia a popularidade de Papá Noél e a disposición de servir coma inicio do ano a nivel tecnolóxico. De tódolos xeitos, que se xuntasen na cidade máis popular de Nevada 2.500 expositores de 110 países non quere dicir que esteamos ante un evento de repercusións internacionais, senón que se trata dun evento singular, polo feito práctico das presentacións que alí se fan. Así, os produtos e ser-



O servizo de venda de vídeos de Google incluírá na súa oferta os partidos da NBA

vizos que se presentan durante o CES non son grandes innovacións tecnolóxicas que poidan chegar dentro de varios anos, senón que os prazos son máis próximos, de xeito que o que se puido ver este ano estaba moi achegado ó mercado real, polo que resulta unha especie de avance do ano de pro-



Robin Williams amenizou a presentación do servizo de venda de ficheiros de vídeo de Google

ductos a piques de comercializarse. Convértese así o CES nunha plataforma de presentación das novidades que chegarán ó mercado da electrónica de consumo durante 2006, ou sexa, que os extravagantes inventos que só interesan ós seguidores da tecnoloxía no seu estado máis puro non teñen cabida neste evento, onde o pragmatismo impera e toman protagonismo os televisores, os móbiles, as consolas de videoxogos ou os reprodutores multimedia, ou sexa, unha chea de aparellos que xa hai tempo que non resultan estraños a case ninguén.

Microsoft pegou forte

A feira abriuse cun persoeiro que é xa toda unha estrela no mundo da tecnoloxía: Bill Gates. O fundador de Microsoft non tiña grandes anuncios que realizar, xa que viña de lanzar unha nova consola (a Xbox 360) e o resto de produtos que prepara a compañía de Redmond tardarán bastante tempo en chegar ó mercado, polo que apostou por unha posta en escena espectacular, cun combate virtual entre el e Steve Ballmer. Os dous directivos de Microsoft batéronse nunha partida á Xbox 360 que se saldou coa vitoria de Gates, o que serviu para animar ós presentes no evento. Asemade, insistiron na aposta de Microsoft polo HD-DVD coma evolución do DVD (en contraposición do BluRay, que é a tecnoloxía pola que aposta Sony) anunciando que lanzarán un lector externo deste tipo de discos para a Xbox 360, que sairá no presente



Tom Cruise axudou a visionar o trailer de Misión Imposible 3 a través de Yahoo Go

ano e que permitirá achegar as películas en alta definición á última consola de Microsoft. Gates tamén subliñou o crecemento do Windows XP Media Center Edition, adiantou novidades do sistema operativo Windows Vista, amosou as vantaxes de traballar con múltiples monitores de grande formato, incidiu na potencia gráfica do que deu en chamar o simulador de voo definitivo (o Flight Simulator X), presentou o teléfono intelixente Palm Treo 700w e, en definitiva, amosou as intencións de Microsoft para os vindeiros meses, polo que resultou de grande interese para os incondicionais da empresa.

Famosos, famosos...

Competir coa popularidade de Bill Gates é algo que levan moi mal o resto de directivos de empresas tecnolóxicas (agás Steve Jobs, que está feito todo un *showman*) polo que, para chamar a atención do público, tiveron que contar coa presenza de actores e cantantes que atraeran a atención das cámaras de televisión para poder dar maior repercusións ós anuncios que se realizaban durante o CES. Incluso a propia Microsoft tivo

Incluso a propia Microsoft tivo



Bill Gates rompeu o xeo cun combate de boxeo virtual contra Steve Ballmer

que pecar do uso de estrelas, de xeito que para presentar a integración do novo Windows Media Player 11 coa nova tenda de música da MTV (URGE) contou



Robin Williams axudou a presentar o servizo de venda de ficheiros de vídeo de Google

co cantante Justin Timberlake. O resto de competidores apostou máis pola comedia que pola música, de xeito que Robin Williams e Ellen DeGeneres amenizaron as veladas de Google e Yahoo! respectivamente. Williams participou xunto co Larry Page na presentación das novidades de Google, que foron de distinta índole, xa que foron dende o lanzamento dun paquete de aplicacións informáticas gratuítas (Google Pack) ata un servizo de venda de vídeo a través da Internet que se chama Google Video Store e que conta con máis de 3.000 vídeos que se poden adquirir a través da Internet, destacando que conta coa programación da CBS e cos partidos da NBA. DeGeneres participou na presentación do servizo Yahoo! Go, que adapta múltiples servizos a distintos medios (ordenadores, televisores e móbiles), aínda que outro famoso foi o que acadou a atención en tal presentación, xa que cando Terry Semel quixo proxectar un trailer de Misión Imposible 3 tivo un fallo de conexión, que foi resolto ó pouco tempo polo actor Tom Cruise, que apareceu na escena a xeito de salvador no derradeiro segundo. Todo un golpe de efecto que resultou moi efectivo para desviar a mirada dos dispositivos e dirixila máis ós servizos que se anunciaron durante o CES.



Ellen DeGeneres durante a presentación do Yahoo con Terry Semel.

Conclusións

Finalmente podemos concluír que o CES confirmou a súa visión práctica da tecnoloxía, amosando novos dispositivos e dando unha idea do que se vai a levar en 2006 no mundo da electrónica sen perderse en prototipos que nunca verán a luz ou en robots e outros *cachivaches* sen interese para nada que vai máis aló dunha revista



Os responsables de Google tamén anunciaron un paquete de aplicacións informáticas de balde

científica.

Foi curioso ver como a feira de Las Vegas serviu para que algunhas empresas competisen por ver quen acadaba o título do televisor de plasma máis grande do mundo, que recaeu en Panasonic cunha pantalla de 203 polgadas cunha definición de 1.920 x 1.080 píxeles polo que nos queda claro que a alta definición comeza a ter o terreo preparado, aínda que o vai



Pantalla de plasma de Panasonic de 103 polgadas

a ter difícil, xa que non existen prazos para a implantación de tal tecnoloxía. Pero de tódolos xeitos, a loita por ver qué empresa lanzaría a novidade que revolucionaría o ano parece que non chegou, e se ben Microsoft tivo moitas novidades, Yahoo! e Google tamén acadaron o interese do público, polo que de designar un protagonista da feira estaría ben claro para quen quedaría tal honra: para os consumidores.

¡Y tú creías que lo habías visto todo!



PONTEVEDRA NATURAL

UNA PROVINCIA RAL

Los espacios naturales de Pontevedra son sorprendentes. Un valioso patrimonio natural rico en variedad; litoral marino, entorno fluvial, bosques, áreas montañosas y entornos en protección. Espacios que proporcionarán al visitante la oportunidad de encontrarse con la naturaleza en su estado más puro.

Es Natural su mar, sus aguas, su naturaleza, sus montes y ríos, su rica gastronomía, sus fiestas, sus increíbles rutas.

Natural por lo auténtico, mágico y genuino de las Rías Baixas, en sus encantadores hoteles, sus paradores, sus casas rurales, sus balnearios. Un país con una cultura propia, acogedora, que te espera para mostrarte lo mejor de sí mismo en cualquier época del año.

Así es nuestra provincia, Pontevedra te da mucho más de lo que esperas encontrar.



DEPUTACIÓN
PONTEVEDRA



RÍAS BAIXAS
TURISMO

"Ás veces recibimos respostas dunha agresividade increíble"

O colectivo Ciberirmandade.org fálanos dos seus máis de dez anos de experiencia defendendo o emprego do galego nas novas redes tecnolóxicas



FERNANDO SARASQUETE

Dende a prehistoria da Rede. Non tódolos días se ten o privilexio de entrevistar ós responsables dunha web que data dos tempos en que nin sequera existía o termo "internauta", tal e como hoxe o coñecemos. O correo electrónico nin se soñaba pola maioría e a blogosfera era pouco menos, se era algo, que un prognóstico valente. Sen embargo, xa existía conciencia de traballar para que o galego non ficase de costas ós novos desenvolvementos tecnolóxicos. Foi aí mesmo, nesa "educación primaria" da Sociedade do Coñecemento cando botou a andar a CiberIrmandade, unha comunidade que tamén é un proxecto web (non se concibe unha sen a outra) e que se impuxo dende o principio defende-la identidade propia nun océano (o de Internet) de identidades que se comen unhas ás outras. Ninguén vai facer unha web galega en galego por nós, ou case ninguén. Esta (entre outras moitas) é unha das razóns de ser da CiberIrmandade da Fala, un grupo de xente que pode ser tan heteroxéneo coma calquera grupo que non forma unha asociación de xeito oficial, mais que ten dúas grandes características comúns: son internautas e loitan por facer, precisamente, o que ninguén vai facer por nós, espalla-la cultura galega. Para a CiberIrmandade, apostar pola lingua galega é apostar, abofé, por un factor de mellora. Non se trata, así, dunha perda, dun sinal de ignorancia ou de incompetencia, senón dun valor engadido. Algo así coma o toque de graza dun proxecto, aquilo que fai que, no medio dun grupo de xente, alguén se fixe en nós.

-Que é iso que fai principalmente a CiberIrmandade?

-Somos un grupo de individuos que, dende 1996 (prehistoria da Rede), mobilizámonos pola nosa lingua e cultura en Internet. Dende entón, pasamos por etapas de hiperactividade e outras de latencia absoluta. A nosa actividade principal é o achegamento de correos electrónicos aos administradores de webs pregándolles o uso da nosa lingua; aínda que posíbel, non pretendemos facer bombardeo de correos senón que preferimos que estes leven o nome e apelidos dos remitentes.

-Serviron de algo, até o de agora, as iniciativas levadas a cabo dende a Ciberirmandade?

-Dende logo que serviron de moito, tanto dende o punto de vista práctico, conseguindo muda-la actitude dos *webmasters*, que comezaron a considera-lo uso do galego, como no de concienciación xeral e particular cara ós xestores das webs, que ven que tamén hai xente que defende a nosa lingua e que existe os dereitos que legalmente se lles recoñecen.

-Que webs e marcas comezaron a incluír contidos en galego logo de que se puxese en marcha a vosa maquinaria?

-A CiberIrmandade acadou os devanditos obxectivos coas seguintes marcas, entidades ou institucións: LARSA, Comarcas de Galicia, Deputación da Coruña, Deputación de Pontevedra, Mercado do Progreso de Vigo, Sindicato CSI-CSIF, Cristina Pato, Caixa Galicia, SIMOTOR.COM, Concello de Oia, Policía de Cedeira, Porta Ciber Galicia, UNITENDA ou Enxebre. E, á parte, os vellos das etapas anteriores que non temos rexistrados pero que foron de tanta importancia como Estrella Galicia e Castromil. Ah! e o máis recente, aínda quentiño, como saído do forno: a Federación Galega de Surf, que por certo respondeu axiña ós nosos pregos.

-Como encaixan as vosas propostas os webmasters que reciben eses correos electrónicos?

-De todo hai. Aínda que basicamente rexistramos tres tipos de actitude: os que realmente se decatan da posibilidade que están a rexeitar e da súa potencialidade, os que empregan "técnicas de marketing" para ir aprazando a solución malia recoñeceren a situación e, por último, os que rexeitan calquera posibilidade amosando unha clara "galego-fobia" inxustificada. A verdade é que, ás veces, recibimos respostas dunha agresividade increíble cando nós sempre confeccionamos modelos da máxima corrección posible e nos que o máis "duro" é a esixencia do cumprimento co Estatuto, a Lei de Normalización Lingüística ou os Estatutos propios das entidades, tentando demanda-la aplicación de leis que non fixemos nós. Mais tamén é certo que son os menos, e tamén (mágoa!) hai unha cantidade considerable de "ignorantes" (non é unha descalificación: simplemente

dicímolo porque ignoran as nosas demandas).

-Xa tedes en mente o voso seguinte paso na comunidade web galega?

-Agora mesmo estamos certamente nun período de reorganización e tamén nunha tentativa de expansión. Tentamos aglutinar e cinguir moitas iniciativas a prol da lingua que se atopan por toda a Rede, e estamos a implicarnos en proxectos de tradución de software (o phpBB, colaborando na do Joomla! ou na do Coppermine), espallamento da cultura na medida das nosas posibilidades, etc. A nosa idea é sermos o máis dinámicos posible e adaptámonos ás necesidades da Comunidade Virtual Galega, achegando o que ben poidamos co noso esforzo, e se cadra por iso tampouco temos unhas liñas de actuación ou obxectivos moi rixidos.

-Cantos sodes? Sodes amigos que xa vos coñecades de toda a vida ou ben fixestes fronte común logo, como internautas?

-É difícil calcularmos o número de compoñentes da nosa organización, por canto ó non estaren inscritos no rexistro correspondente non levamos un control rixido e as colaboracións poden ser diversas e puntuais. Nós consideramos que calquera que participe, por exemplo nas nosas campañas de demandas de "galeguización", pode considerarse un ciberirmandiño/a, polo que o número chega doadamente ós douscentos. Logo están os que traballan no mantemento da estrutura, da web, os foros, etc. e eses andarán pola vintena. Pero, claro, todo é moi provisional e dependente do tempo libre de cadaquén, por canto o noso labor é totalmente desinteresado e sen ánimo de lucro.

-Supoñemos que non traballades todos e todas dende as catro provincias, senón dende algunha das moitas "Galizas"

-Si, a nosa relación é máis ben virtual, xa que entre outras cousas ás veces a distancia é insalvável (non só hai xente da Galiza senón que andamos completamente "diasporizados" polo mundo adiante). Algunha vez falamos de facer algunha xuntanza real, unha especie de congreso, e aínda é algo que non desbotamos.

-Dicides que habilita-la versión galega nunha web é un valor engadido para a web e para a persoa/empresa/institución que a habilita. Que lles diríades ós futuros webmasters de Galiza que estean a piques de optar só polo castelán ou o inglés?

-Hai que ter claro o porqué da potencialidade da Galiza, tanto no ámbito cultural coma no económico. Está claro que a produción galega ten, polo xeral, moita sona por todo o mundo, e iso é así porque é diferente á do resto, máis humana se cadra, o cal leva a que os futuros compradores/usuarios procuren

produtos especificamente galegos, e mesmo caían no engano de mercar ou usar "sucedáneos" que só teñen de galegos o seu nome (as castañas, a madeira de piñeiro, as patacas, o turismo rural etc.). Por iso debería reforzarse esa identidade propia dos recursos galegos, e, que maior identidade que o noso idioma?.

-Para cando un buscador cento por cento galego que sexa tan útil na nosa lingua como pode ser o Google en inglés ou en castelán?

-Para canto antes. É unha iniciativa que debería ser tomada por un conxunto de xentes ou entidades de "posíbeis". Está claro que o problema que nos afecta a tod@s é a dispersión de iniciativas e o "individualismo" galego (non ben estudado aínda, pero abonda con ver a ocupación do territorio galego polo tecido residencial); e namentres non o solucionemos, non cremos que poida xurdir nin buscador nin cousa semellante. Afastados, cada un polo seu lado a cousa vai a nada. Xunt@s temos futuro.



Un pouco de historia

A xuízo dos seus membros, o nome deste colectivo vén do libro *Da periferia á rede*, de Isabel Vaqueiro e Daniel Romero, no ano 1996, un ano que, se ben non semella quedar moi lonxe en termos reais, si que se atopa afastado no virtual, xa que a tecnoloxía evolúe tan decontado que, se a miras en fite, case podes ver como caduca (alguén se lembra, por exemplo, dos tempos en que todos nós facíamos procuras na Rede a través do servizo Altavista?). Pois ben, nos días en que apareceu CiberIrmandade.org non é que estivese soa no panorama web galego, pero case. De feito, no 1995 unicamente se contabilizaron uns 25 *sites* galegos. Dende aquela época, "a prehistoria das páxinas persoais en Internet", o colectivo pasou por diferentes niveis de actividade, aínda que (polo feito de ser un site sobrevivente) incluso nos intres máis baixos debeu atesourar certa vida latente. Na actualidade, os seus membros recoñecen que aínda non funcionan coa "constancia que merece o seu obxectivo de normalizar a presenza do galego nas redes", mais sinalan que a obra non está rematada e que quedan moitas cousas por facer, coa axuda dos novos internautas que se vaian sumando á causa.

Agora que a fotografía, coa chegada das novas tecnoloxías, cambiou radicalmente para que todo quedase igual (para que siga a ser: arte, visión, poesía e negocio) e agora que empresas históricas como Nikon abandonan definitivamente o analóxico para pasarse definitivamente ó dixital... agora, xusto nesta época de cambios, se cadra é o intre máis axeitado para organizar un “espazo único”, para poñernos o máis preto posible deses cambios. O motivo? Debater sobre os cambios, analízalos, avalíalos de arriba a abaixo, de esquerda a dereita e dar respostas útiles para os profesionais galegos: este é un dos obxectivos fundamentais de Atlantimag, a Feira Galaico-Portuguesa de Fotografía, Vídeo e Imaxe Dixital que se desenvolve en Silleda entre os días 9 e 12 de febreiro.

Atlantimag é un salón para os profesionais da fotografía e a imaxe que traballan en Galiza e Norte de Portugal. O único da súa natureza no noso país e que, neste ano 2006 que vivimos (ano que semella un cruzamento de camiños tecnolóxicos: a liña que se rebasa e xa nunca se volverá a cruzar, e a decisión de Nikon é unha boa proba diso) chega xa á súa segunda convocatoria. O espazo elixido? Un recinto de envergadura habilitado para calquera tipo de encontro que xire arredor da era tecnolóxica: o da Feira Internacional de Galicia (FIG), en Silleda. O FIG, que é á vez escenario de actividades e entidade organizadora (xunto coas asociacións galegas de fotógrafos e tamén do Norte de Portugal), inclúe este ano un amplo programa de actividades co fin de que non haxa un único elemento da nova era da imaxe que fique sen analizar. Con este obxectivo, rescátanse as iniciativas que máis éxito tiveron na anterior edición e engádense outras novas. Entre as primeiras, cómpre salientar o terceiro **Congreso Internacional de Fotografía e Vídeo Galaico-Portuguesa**, que conta coa homologación da Federación Española de Profesionais da Fotografía e a Imaxe (FEPPI). Neste congreso inserido dentro do marco da feira, os organizadores traerán a Silleda a unha serie de profesionais do eido español e internacional co fin de que acheguen, en relatorios, a súa experiencia. Por exemplo, acudirá o retratista italiano Mauro Ranzato (Premio Nacional Kokak en 1999 no apartado Vodas) para falar sobre o corazón, o sentimento, e a súa plasmación na fotografía. Na súa web, www.mauroranzato.it, pódense atopar, de feito, unha boa serie de exemplos do seu traballo, en gran parte centrado na elaboración de reportaxes gráficas sobre enlaces matrimoniais, tarefa na que sempre resulta complicado achegar novos puntos de vista e non caer nos tópicos impostos polo propio tema que se trata.

Neste Congreso Internacional de Fotografía e Vídeo Galaico-Portuguesa participarán tamén o



equipo de Yoan Fotógrafos (Sevilla) e o portugués Jorge Santos, cos relatorios O sentimento da luz andaluza e a A Fotografía vista por Jorge Santos, respectivamente.

Amais do devandito congreso, Atlantimag desenvolverase en actividades cen por cen de natureza práctica, com por exemplo os **plátos de traballo** orientados a acoller traballos en directo con modelos e decorados (o proceso da fotografía en pleno, dende o primeiro ata o último elo da cadea) e presentacións de produtos. O recinto do FIG tamén contará cunha área de **exposicións fotográficas**, un espazo artístico no que se poderá coñecer de primeira man o que deron de si os Premios Lux Fotografía da Asociación de Fotógrafos Profesionais (AFP). Tamén se poderá ver a Colección de Honra da FEPPI, que reúne imaxes recoñecidas cos Premios Goya de Fotografía.

Obxectivos e temas a tratar

Cómpre deixar clara unha cuestión intimamente cinguida á celebración de Atlantimag: é unha feira dedicada sobre todo ós profesionais da imaxe e a fotografía, e a un público, en definitiva, interesado nestes temas. Dito doutro xeito: dificilmente sacará algo de proveito unha persoa que nunca na vida premeu no botón dunha cámara fotográfica. A organización quixo defini-los obxectivos e as cuestións a tratar como unha fonte de recursos que nunca remata. O coñecemento que se achegue este ano encaixará perfectamente co do ano que vén. Desenvolveranse temas como a fotografía e o vídeo profesional e de consumo, os laboratorios fotográficos, os foto estudos, o fotoacabado, a iluminación e a súa tecnoloxía, a reprografía, a escenografía, os álbumes e cartonaxes ou a ensinanza regrada. Os obxectivos de Atlantimag son moitos, pero de atopar un resumo de intencións é posible que atopásemos algo moi semellante a isto: **Atlantimag é un espazo único que serve de punto de encontro e presentación das últimas novidades do sector da imaxe, que axudará ós establecementos e profesionais do sector a incrementar a rendibilidade dos seus negocios e contribuirá a que os afeccionados á fotografía atopen os medios**

para achegarse coas súas imaxes ó mundo profesional.

Homenaxe a fotógrafos

Dificilmente se pode facer fotografía en Galiza sen coñecer o que se ten feito no pasado. Nin sequera os profesionais se poden rupturistas se poden sustrear á tradición, porque incluso para poñerlle fin a algo hai que coñecelo. En Atlantimag vaixe ollar cara diante mais tamén haberá tempo para recuperar a memoria, non necesariamente perdida. É aí onde encaixan as homenaxes a diversos profesionais da nosa terra, como por exemplo o ourensán Ernesto Schreck Muro, membro dunha das familias de fotógrafos máis senlleiras de Galiza. O mestre canguense José María Santoro tamén será homenaxeado.

Premios ás mellores propostas

En Atlantimag quere-se recoñecer o labor dos profesionais e dos afeccionados galegos, non só achegándolles información senón tamén recoñecemento. É aí onde encaixa a convocatoria do primeiro Premio Internacional de Fotografía Atlantimag, un certame que está orientado a persoas que traballan por e para o sector da imaxe e que se divide en cinco categorías: publicidade, retrato, social, fotoxornalismo e libre-creación. O xurado deste concurso estará integrado por cinco membros de cinco asociacións de fotógrafos de Galiza.

Organiza

Fundación Semana Verde de Galicia
 Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo
 Asociación Provincial de Fotógrafos Profesionais da Coruña
 Asociación Provincial de Fotógrafos Profesionais de Ourense
 Asociación Provincial de Fotógrafos Profesionais de Pontevedra
 Agrupación Provincial Autónoma de Empresas Fotográficas de Lugo
 Associação Fotógrafos Profesionais de Porto
 Fotografías e Tendas Bernabé

Ligazóns de interese

<http://www.feira-galicia.com/>
<http://www.feira-galicia.com/ferias/atlantimag/>
<http://www.mauroranzato.it/>

Atlantimag, fotografía sen fin

A FIG de Silleda acolle entre os días 9 e 12 de febreiro a II Feira Internacional Galaico-Portuguesa de Fotografía, Vídeo e Imaxe Dixital



Actividades para un mundo que xira

Atlantimag inclúe no seu programa variados obradoiros de fotografía, exposicións e un congreso internacional sobre imaxe



REDACCIÓN

O mundo da fotografía é, neste momento, un mundo cambiante coma poucos. O que vemos hoxe non é o mesmo que o que veremos mañá. O sector da imaxe é un tren de alta velocidade. Algunhas cámaras dixitais semellan converterse en antigas antes do seu tempo; con todo, debemos seguir apostando polo analóxico? O mercado ferve de actividade no que se refire a novidades, mais como evitar non sentirse atordado por unha oferta tan ampla e, sobre todo, tan completamente nova? É posible que algunhas destas preguntas e outras semellantes obteñan unha resposta afín en Atlantimag, a Feira-Galaico Portuguesa de Fotografía. Só haberá que abrir ben os ollos nas áreas expositivas e estar atento ó que se fala nas diferentes partes que constitúen o todo desta feira: o Congreso Internacional de Fotografía (evento complementario), as actividades no plató (obradoiros) ou os concursos. Incluímos de seguido o programa destas distintas pezas dunha engranaxe que, sumadas unhas a outras, constitúen o motor de Atlantimag, unha feira que quere continuar en marcha mesmo cando remate, o 12 de febreiro.

Segundo Congreso Internacional de Fotografía e Vídeo Galaico-Portugués.

Atlantimag contén outros "Atlantimag" de menor tamaño, máis interesantes para sacarlle punta a unha das principais razóns de ser



do coñecemento: o feito de poder compartilo. Esta fragmentación da feira acaba unha das súas apostas máis ambiciosas nun congreso do que incluímos o programa.

Xoves 9 de febreiro de 2006

10.00-12.00 horas

Plató Fotográfico: *Xestión de cor aplicada á fotografía dixital e xestión de pedidos a laboratorio.* Patrocinado por Ros Fotocolor. Relator: Javier Cabado (Ros Fotocolor).

18.00-20.00 horas

Dall cuore alla fotografia. Relator: Mauro Ranzato (Italia), Premio Nacional Kodak en 1990 no apartado de vodas.

Venres 10 de febreiro de 2006

10.30-12.00 horas (na Sala Congreso)

O sentimento da luz andaluza. Relatores: Yolanda e Antonio (Yoan Fotógrafos).

16.00-17.30 horas (na Sala Congreso)

Afotografía vista por Jorge Santos. Relator: Jorge Santos (Portugal).

(Ó finalizar o congreso efectuarase unha homenaxe á traxectoria profesional dos galegos Ernesto Schreck Muro e Xosé María Pérez Santoro).

Actividades no plató Atlantimag

Xoves 9 de febreiro de 2006

10.30-11.30 horas. Presentación Programa Promaker. Patrocinado por Foto Artús. Relator: representante de Prolab Tecnic.

11.30-12.30 horas. *Como traballar en imaxe dixital/Laboratorio en casa.* Patrocinado por Foto Artús. Relator: Jordi Lorente (Eurosimer).

16.00-16.30 horas. *Últimas novidades en respaldos Hasselblad (H2B).* Patrocinado por Foto Artús. Relator: Javier García Campos (responsable de soporte técnico dixital de Rodolfo Biber).

16.30-17.30 horas. Presentación da nova Nikon D-200. Patrocinado por Foto Artús. Relator: Carlos Ormazábal (FINICON).

17.30-18.30 horas. *A importancia da iluminación na fotografía dixital.* Patrocinado por Arkofoto. Relator: José Miguel García (Arkofoto).



18.30-19.30 horas. *Como traballar en imaxe dixital/Laboratorio en casa.* Patrocinado por Foto Artús. Relator: Jordi Lorente (Eurosimer).

Venres 10 de febreiro

10.30-11.00 horas. *Últimas novidades en respaldos Hasselblad (H2B).* Patrocinado por Foto Artús. Relator: Javier García Campos (responsable do soporte técnico dixital de Rodolfo Biber).

11.00-11.30 horas. Presentación da nova Nikon D-200. Patrocinado



por Artús. Con Carlos Ormazábal (FINICON).

11.30-12.30 horas. *Como traballar en imaxe dixital/Laboratorio en casa.*

12.30-13.30 horas. *Tecnoloxía de captura en fotografía dixital Canon.* Patrocinado por Canon España. Relator: Javier Águeda (Canon España).

16.00-17.30 horas. Presentación Programa Promaker. Patrocinado



por Artús. Relator: representante de Prolab Tecnic.

17.30-18.30 horas. Plató Atlantimag (esta intervención sobre publicidade non estaba confirmada mentres se redactaba esta revista).

18.30-19.30 horas. *A importancia da iluminación na fotografía dixital.*

Sábado 11 de febreiro

10.30-13.30 horas. *Workshop de moda: Fashion Stories.* Patrocinado por Studio 8A (Portugal). Relator: Paulo Roberto (Studio 8A).

16.00-17.30 horas. Presentación Programa Promaker.

17.30-18.30 horas. *A importancia da iluminación na fotografía dixital.*

Domingo 12 de febreiro

11.30-12.30 horas. Presentación Programa Promaker.

12.30-13.30 horas. *A importancia da iluminación na fotografía dixital.*

16.00-17.30 horas. *A importancia da iluminación na fotografía dixital.*

17.30-18.30 horas. Presentación Programa Promaker.

Presentacións no stand de Foto Artús

Tódolos días:

- Presentación da nova cámara de vídeo dixital de alta definición de Canon modelo XL-H1 (unicamente se ten presentado a nivel estatal en Sonimag Foto).
- Presentación da Mamiya dixital ZD.
- Presentación do respaldo dixital DMR para Leica R9.
- Presentación de novas solucións de impresión de Hewlett Packard.

Exposicións Fotográficas

- Colección de honra da FEPFI. Algunhas das instantáneas expostas foron galardoadas nos Premios Goya de Fotografía.
- Premios Lux de Fotografía de la AFP (Asociación de Fotógrafos Profesionais).
- Retrospectiva de Ernesto Schreck Muro.
- Retrospectiva de José María Pérez Santero.
- Exposición de Luís Lorenzo sobre a natureza.
- Exposición das fotografías recoñecidas no primeiro concurso profesional de fotografía Atlantimag.

Listaxe de expositores (confirmados a data de 16 de xaneiro)

Arkofoto, Arpisierra, Arstyle, Artual Ediciones, Bach Import, Bernabé, Canon España, Chinatown Comercial Express, Cialit, Cimat Foto, Confederación de Empresarios de Pontevedra, Cromalite, Disefoto, Eurosimer, Floricolor, Foto Artús, Foto Vídeo Kitoli, GLG Distribuzione, Grupo Código Cero Comunicación, Grupo Paraíso Digital, Hewlett Packard, Photo-Aid, Productos Gago, Prolab Tecnic, Propoint, RJB AudioNorte, Rodolfo Biber, Ros Fotocolor, San Marco Imaging España, Studio 8A, TAI Editorial, TCG, Tecnotrón, Tórculo, Ukai ou Videosonic.

Unha cifra de 500.000.000 millóns de euros é digna de terse en conta. Trátase do volume de negocio que moveu a fotografía dixital entre febreiro e novembro do pasado ano en España, e podería ser considerado, en certa medida, coma unha razón de peso para organizar unha feira ou un congreso. Pero hai moitas outras razóns. Así nolo fixo saber Xosé Maril Sánchez, presidente da Feira Internacional de Galicia, organizadora do salón Atlantimag, para quen era preciso plasmar a nivel expositivo o que as devanditas cifras significan: un fervidoiro de tecnoloxía, ideas, propostas, innovación e, sobre todo, arte. Atlantimag serve, ademais, de obradoiro de reciclaxe do coñecemento xa que, na fotografía, como noutros asuntos da vida, fai falla estar actualizado e anticipalo que vai ocorrer mañá. Dito doutro xeito: nesta época tecnolóxica que corre, temos que ser un pouco coma homes do tempo, prognosticando se vai brilla-lo sol ou se vai haber treboada sobre un determinado produto (cámara, vídeo, portátil ou móbil) que queiramos adquirir.

-O mundo da fotografía é un fervidoiro de ideas. Semella que estamos a vivir unha época importante e crucial, con todo o que leva consigo a unión entre a imaxe e as novas tecnoloxías. Servirá Atlantimag para poñernos ó día de todo isto?

-Por suposto. Como vostede afirma, estamos a vivir unha época tremendamente dinámica no que respecta ao mundo da fotografía e da imaxe dixital en xeral. Só en España, o volume de negocio que rexistrou a industria da fotografía dixital ascendeu até case 500.000.000 euros entre febreiro e novembro do pasado ano, en tanto que no conxunto do 2004 movéronse arredor de 648.600.000 euros. Atlantimag pretende plasmar a nivel expositivo o que estas cifras significan. No parque da feira van estar presentes as marcas internacionais máis importantes na actualidade, e mesmo teremos o privilexio de poder dar a coñecer no Noroeste Peninsular novidades tecnolóxicas moi salientables, como as cámaras Nikon D-200 e Canon XL-H1, as novas solucións de impresión que ofrece Hewlett Packard ou as ferramentas dixitais Hasselblad e DMR para Leica R9... Todos estes produtos son de *últimísima* xeración, polo que a feira será un acontecemento sumamente útil para quen queira estar ao tanto do presente e o futuro deste sector.

-Por que cualifica a organización a Atlantimag de "espazo único" en Galiza?

-Atlantimag é a única feira profesional do país que está especializada no sector da imaxe dixital. Dende o noso recinto, a Feira Internacional de Galicia, estamos a facer un esforzo moi importante por promover e espallar todo o que ten que ver coas novas tecnoloxías, tanto entre os habitantes que viven nesta Comunidade Autónoma, como nas súas rexións limítrofes... Incluindo Portugal, que tamén forma parte do comité organizador da feira a través da Associação de Fotógrafos

Profissionais de Porto. Penso que Atlantimag é un exemplo de que dende este modesto recuncho da Península Ibérica se poden aportar moitas iniciativas a prol da reciclaxe tecnolóxica da sociedade.

-Debemos despedirnos, definitivamente, da fotografía analóxica? Cal cre vostede que é o futuro para a industria tradicional, os laboratorios de revelado e as cámaras de toda a vida que gardamos nos nosos fogares?

-Non cabe dúbida de que a fotografía analóxica está a perder puxanza. Se reparamos nas vendas de cámaras analóxicas rexistradas en España no último lustro, veremos que: de venderse 1.072.000 no ano 2000, pasáronse a tan só 151.000 no 2005, o que equivale ao 7,5% do total. É de supoñer que esta tendencia á baixa continuará irremisiblemente, especialmente agora que se poden sacar fotos co teléfono móbil a unha calidade de resolución de até dous megapixel. Atendendo a estes datos, está claro que a industria tradicional deberá redefinilas súas intencións e os seus produtos e servizos se quere perdurar. Así o están a facer xa grandes multinacionais como Nikon, mentres que outras firmas de moita sona están a atravesar momentos certamente delicados por non ter reaccionado a tempo, caso de Kodak ou da mítica Leica, que tan boas imaxes nos deu ao longo da historia cando esta cámara estaba nas mans de: Robert Capa, Henry Cartier-Bresson ou Sebastião Salgado. Pero aínda así, non creo que a fotografía analóxica acabe por desaparecer totalmente. Do mesmo xeito que hoxe en día quedan nostálgicos do vinilo que compaxinan o uso deste formato de audio con outros máis modernos, coma o mp3, sempre haberá xente, sempre haberá profesionais, que fagan uso das películas de 35 milímetros de toda a vida. O carácter *artesanal* deste sistema fai que teña unha compoñente sentimental moi importante.

-É Atlantimag unha feira reservada exclusivamente ós profesionais ou terá cabida tamén un público simplemente afeccionado á fotografía?

-Durante os dous primeiros días, a feira estará orientada principalmente cara aos profesionais. O programa do evento contén actividades especialmente adicadas a este colectivo, como os *platós Atlantimag* ou o Congreso Internacional de Fotografía Galaico-Portugués, que xa vai pola súa segunda edición e contará coa participación de relatores moi prestixiosos nos circuitos internacionais, como o italiano Mauro Ranzato -Premio Nacional Kodak en 1990- ou o portugués Jorge Santos. Na fin de semana esperamos da-la benvinda a un alto volume de afeccionados e para eles están pensadas especialmente as magníficas exposicións que se amosarán no certame.

-No resumo de obxectivos da feira, din vostedes que acudir a Atlantimag servirá, a gran parte dos profesionais galegos, para incrementa-la rendibilidade

dos seus negocios. En que medida se pode dar isto?

-Como expliquei antes, en Atlantimag van a estar presentes marcas moi importantes do sector da imaxe dixital. Mais non só no apartado da fotografía propiamente dita, senón tamén do vídeo, da reprografía, das artes gráficas... Todo isto conforma un abano de posibilidades moi amplo cara a satisfacer as expectativas dos profesionais galegos, que poden acceder aos produtos tecnolóxicos máis avanzados sen ter que desprazarse até Barcelona, Madrid ou outras cidades máis ou menos lonxanas, co conseguinte desembolso económico que isto supón. Por outra parte, tendo en conta a velocidade frenética coa que se renova esta industria -na que a novidade de hoxe é a reliquia de mañá-, deixar de vir a Atlantimag suporía dar demasiadas oportunidades á competencia.

-Vemos que no programa de actividades hai un espazo importante reservado a coñece-lo labor de fotógrafos senlleiros da nosa terra. Como é que olla cara o pasado nunha feira que semella ir orientada, precisamente, a albisar o futuro?

-É de lei render tamén unha calorosa homenaxe a todos eses artistas que fixeron tanto pola instauración da fotografía no noso país. Na primeira edición foron homenaxeados: a viguesa Mary Quintero -a primeira muller que se adicou profesionalmente a este oficio en Galicia- e o monfortino de adopción Arcado Vila Díez. Aquel foi un acto entrañable que estivo promovido polo seus propios colegas e que á vista dos resultados -con dúas retrospectivas dunha calidade excepcional e unha cea de gala tremendamente emotiva- paga a pena repeti-la experiencia. Daquela, algúns decatámonos de que estes creadores e verdadeiros pioneiros no país son un exemplo e un orgullo para tódolos galegos. Agora é a quenda doutros dous espléndidos artistas, como son José María Pérez Santoro, toda unha institución na comarca do Morrazo, e Ernesto Schreck Muro, quen personifica a segunda xeración da saga de fotógrafos máis antiga de Galicia, xa que os Schreck levan desenvolvendo a súa profesión na cidade ourensá dende o ano 1923.

-Na listaxe de entidades e organizacións atopamos que a Fundación Semana Verde de Galicia non está soa no comité. Ó seu carón hai unha chea de organizacións e colectivos de fotógrafos de Galiza e o Norte de Portugal. Que representa unha feira como esta para estas entidades? En que medida participan e lles interesa organizar un evento así?

-Atlantimag representa unha ocasión única de intercambiar: ideas, experiencias, opinións e inxerencias entre as asociacións de fotógrafos do Noroeste Peninsular. Conta ademais co valor engadido de que poderán escoitar a moitos profesionais de prestixio procedentes do exterior, o que redundará, sen dúbida, na reciclaxe e actualización dos seus coñecementos. Con esta intención, estou seguro de

"Atlantimag pretende plasmar a nivel expositivo o que significa o éxito da fotografía dixital"

Xosé Maril, presidente da Feira Internacional de Galicia, adianta unhas cantas claves para entende-lo que significa Atlantimag

que no transcurso da feira xurdirán moitas novas ideas que contribuirán a que o desempeño desta profesión sexa un pouco mellor na nosa terra, o que repercutirá, por suposto, en satisfacción para os clientes e quen sabe se na envexa de asociacións profesionais doutras latitudes que non teñen a fortuna de contar cun evento coma este.

-Atlantimag, será unha feira máis de ver ou de escoitar?

-Será unha feira de: ver, escoitar e desfrutar con tódolos sentidos. Os *stands*, as exposicións, as conferencias, as presentacións de produtos, os talleres de traballo... cada elemento de Atlantimag posúe o seu propio atractivo.

-Pódenos citar algunha novidade, algún prato forte que sexa importante mencionar aquí, co fin de que os lectores desta revista non dubiden das vantaxes de asistir a este salón?

-Teremos o privilexio de expor por primeira vez en Galicia as 176 instantáneas que foron galardoadas ou resultaron finalistas nos Premios Lux 2005, que son os premios de fotografía profesional máis importantes de España. Quero expresar publicamente o meu agradecemento á Asociación de Fotógrafos Profesionais de España (AFP) por ternos dado esta oportunidade única de amosar unha colección tan prestixiosa, da que forman parte creatividade de reputadísimos autores no mundo como: Joan Garrigosa, Gustavo López, José María Mellado, Pep Ávila, Jorge Aguilera, Miguel Palacios, Dany Virgili, David del Val o Pere Tordera. Tamén exhibiremos a Colección de Honor da Federación Española de Profesionales de la Fotografía y la Imagen (FEPFI). Algunhas das obras incluídas nesta mostra foron distinguidas noutro dos grandes premios que hai en España: os Premios Goya de Fotografía. E non quixera deixar de salienta-la celebración, o sábado 11 de febreiro, dun *workshop* sobre moda que será impartido por Paulo Roberto, un afamado profesional que traballa en revistas tan prestixiosas a nivel mundial como Vogue.



Fotógrafos somos todos

Atlantimag pode ser unha boa ocasión para coñece-lo presente e o futuro da fotografía dixital, un sector que está, cada día que pasa, máis preto de tódolos cidadáns



FERNANDO SARASQUETE
SONIA PENA

De saudades

Comezamos estas liñas cuns termos un pouco enleados mais que teñen un avel de migalla, sobre todo de cara a un futuro inmediato: “nostalxia analóxica”. Esta saudade aínda non se deu, polo menos non a unha escala rexistrable mais, se cadra, vaise espallar (en breve) entre comunidades de afeccionados e profesionais da fotografía. A nostalxia ten un crecemento directamente proporcional ó das novas ferramentas fotográficas. É dicir: estamos perante un paradoxo. Canto máis medre a fotografía dixital no mercado, máis casos se darán de persoas que se neguen a renunciar ás vellas cámaras, ao carrete e ó revelado e que o compaxinen coas novas técnicas. En realidade, a ninguén se lle pode escapar-lo feito de que, coa chegada da fotografía dixital, estase a dar un fenómeno moi semellante ó que ocorreu hai anos coa chegada do CD. Este puido co vinilo, si, ora que non totalmente. Son moitas as persoas que seguen a escoita-los vellos discos, coa agulla pasando polos sucros (o son da fritura) de cor negra, sen pecharlle a porta a soportes de tipo dixital, e nin sequera ó mp3. Para xustificarse, din que cada cousa ten o seu tempo. Hai un tempo para escoitar CDs e outro para escoitar vinilos. Do mesmo xeito que hai sempre un intre, ó longo do mes, en que nos gusta abri-lo álbum de fotografías en branco e negro, da época en que os nosos pais tiñan a idade que nós temos agora.

De cifras

Segundo Xosé Maril, presidente da Feira Internacional de Galicia (organizadora de Atlantimag), as cifras do éxito da fotografía dixital son dignas de ter en conta. Só en España, o volume de negocio que rexistrou a industria da fotografía dixital ascendeu até case 500.000.000 euros entre febreiro e novembro do pasado ano, en tanto que no conxunto do 2004, movéronse arredor de 648.600.000 euros. Ademais, conforme informa

a consultora GFK, que centra gran parte dos seus traballos no sector, en 2005 vendéronse en España máis de 10 millóns de cámaras fotográficas dixitais. Estas, engadidas ás máis de 8 millóns que se comercializaron até ese momento, fan un total de 18 millóns de dispositivos, o que significa (segundo cálculos do xornal El País) que hai unha cámara dixital por cada 2,5 españois. Amais, o 70% delas van incorporadas a un teléfono móbil e, tendo en conta que o teléfono móbil é un obxecto que viaxa sempre connosco, é doado supoñer que alomenos un de cada tres españois está en disposición, neste intre, de inmortalizarse nunha imaxe dixital.

De xaponeses apegados a unha cámara

En realidade, non se trata só de xaponeses, aínda que estes levaran a sona. O de obter imaxes de tódalas pezas que constitúen a realidade circundante xa non é exclusividade dos orientais, se é que algunha vez foi así. Agora, tamén hai excursións de galegos que non se afastan máis de dous metros da súa cámara e que dignifican a realidade, dun sumidoiro ou dun muro de formigón, unicamente por estar preto dun lugar de interese turístico. Este fenómeno é máis doado de rexistrar nos lugares que aparecen ben consignados, como de visita obrigatoria nas guías turísticas. Pensar, por exemplo, na cantidade de veces que os veciños de Compostela foron fotografados, sen decatarse, só polo feito de pasar preto da Catedral ou das Praterías, pode converterse nunha desas cifras que dá máis vertixe cá información útil. A nosa face pode estar neste intre en milleiros de tarxetas de memoria de cámaras dixitais de todo o mundo, e nós nunca o saberemos. Este é un fenómeno propio dos novos tempos. Se de verdade tiñan razón os indíxenas de Oceanía cando sostiñan que sacarles unha foto, sen o seu consentimento, era como roubarlle-la alma, entón é probable



que moitos de nós sexamos envoltorio: carne e óso, ren máis.

Calquera pode ser fotógrafo, até a nosa avoa

A fotografía dixital representa, en certa medida, a democratización dunha arte. Seguirá a haber fotógrafos profesionais, e xente que faga arte de inmortalizar imaxes da realidade, mais agora é coma se alguén repartise paletas e pinturas, a un prezo módico, para facelo teu propio estudo impresionista na casa. Todo o mundo pode ser fotógrafo, e isto non é negativo

de por si. Ou non tería porque selo, por moito que haxa xente que opine que é o peor que lle puido pasar á arte fotográfica (a Torre Eiffel tallada pola punta, a Catedral de Santiago sen torres, a Torre de Pisa endereitada por fin!, etc). O problema que pode haber é o da sobrecarga de información. É dicir: que nos abafe a cantidade de fotos que podemos facer, xa que antes nos chegaba con dous carretes e agora hai xente que non se sente contenta até que volta a casa, dunha viaxe, con 600 fotografías. Porén, todo isto ten un aspecto moi positivo que non se pode deixar de lado: o feito de que unha de cada tres persoas leve unha cámara dixital consigo mellora: as posibilidades do xornalismo, o intercambio de coñecemento, amais de democratizalo. Podemos pensar, para que se entenda, no que pasou nos atentados do Metro de Londres, o 7-X, cando non houbo maneira posible de que os xornalistas baixasen alí e nos contasen logo o que acontecía. Foron os propios cidadáns os que o fixeron coas súas cámaras dixitais, cos seus móbiles con obxectivo incorporado. Eles foron os verdadeiros xornalistas. E o mundo puido saber que ocorría grazas ós principais prexudicados.

O éxito da fotografía dixital non se entende sen o Flickr... e viceversa

Non se comprende o éxito da fotografía dixital sen botar unha ollada ó Flickr. E ó revés. O fenómeno Flickr non comezou sendo unha rede social de fotografía. Comezou, máis ben, sendo simplemente rede social. O que acontece é que nunha rede social de persoas, que non se coñecen, é normal que se amosen fotografías uns ós outros. Coma tarxetas de visita gráficas. Aí está o xermolo desta rede, que hoxe en día aloxa aproximadamente 37 millóns de fotos, achegadas por 1,2 millóns de usuarios. O servizo Flickr é visitado cada día por un número moito maior de usuarios, que non facilitan imaxes, mais que comprobamos en primeiro termo o que dan de si as novas ferramentas dixitais en mans de fotógrafos de todo o mundo, e a verdade é que o nivel de calidade é moi alto. Falamos agora de Flickr por puntos:

- Este servizo está desenvolvido por **Ludicorp**, empresa fundada no ano 2002.
- Flickr integra, por vez primeira, nunha única aplicación innovacións tecnolóxicas variadas con movementos sociais que naceron daquelas.
- Este servizo foi mercado hai pouco tempo por **Yahoo!** En contra do que se temía, non só seguiu mantendo a súa esencia (con melloras na capacidade), senón que influíu dalgunha maneira no rumbo que toma Yahoo! nas súas decisións. **Yahoo! flickerizouse.**
- A iniciativa baséase en **compartir**. Esta é a chave. Compartilo todo.
- Compartir non significa que todo estea ó alcance de calquera e de xeito cen por cen libre. Non,



cada usuario escolle cales son as condicións: se copyright, se *copyleft* ou se licenza aberta.

• Flickr marca un antes e un despois no sentido de que as comunidades de fotografía *on line* que había antes, tiñan intereses comerciais (cámaras, servizos de impresión). Con Flickr o comercial pasa a un segundo ou terceiro plano. A arte, o proceso creativo, ponse no primeiro posto da ringleira, e esperemos que esta situación se perpetúe.

• O termo “flickr” aseméllase sospeitosamente ó termo “*freak*”. Pode ser casual ou non, con todo, o caso é que os usuarios deste servizo, en constante renovación, teñen unhas cantas características que os distinguen do resto da humanidade. Por exemplo: non saen da casa sen cámara dixital ou móbil (con capacidade de capturar imaxes) e son afeccionados de primeiro grao ás novas tecnoloxías. O portátil, sempre preto.

• A mellor maneira que tivo Flickr de propagarse foi de boca a orella, de boca a orella e así sucesivamente. No universo blog, e nas comunidades internautas, o tradicional “*boca a boca*” substitúese coa inclusión dun *link*. “Esta é a miña recomendación de hoxe”, semellan estar dicindo os centos de milleiros de sitios que inclúen ligazóns co Flickr.

Adeus definitivo á fotografía analóxica da man de Nikon

Aínda quedan pequenos vestixios daquelas cámaras de 35 milímetros, case esquecidas, rescatadas só polos máis “fetichistas” do eido; a última en despedirse foi Nikon, que anunciou hoxe, a través dun comunicado, que deixará de fabricar gran parte das cámaras que empregan película deste tipo e os seus accesorios. Coma sempre, o grande engule ao pequeno, e a fotografía dixital non deixa espazo na actualidade á fotografía analóxica. Nikon declarou que no último exercicio fiscal os ingresos acadados coa venda destes dispositivos analóxicos non superou o 3%, isto suporía un descenso do 16% respecto ó exercicio anterior, contrastando có incremento do 47% dos ingresos da fotografía dixital. A firma nipona fai desaparecer así á parte máis auténtica da fotografía, seguindo a outras grandes coma Kodak ou Leica. Con todo, faille un último recoñecemento ós fotógrafos profesionais e a súa fidelidade á marca, seguirá fabricando un modelo de película, o F6, dos máis empregados por este colectivo.



REDACCIÓN

Turismo Rías Baixas puxo en marcha durante o verán de 2005 o concurso de fotografía: *A paisaxe das Rías Baixas*, aberto a tódolos amantes da fotografía, tanto profesionais como afeccionados, un certame que buscaba premiar fotografías centradas en diferentes aspectos que compoñen a paisaxe da nosa provincia.

No certame participaron 107 persoas con 209 fotografías inéditas, non publicadas, nin premiadas noutros certames; cun tamaño mínimo de 24 x 30 e máximo de 30 x 40 e montadas nun soporte ríxido de 40 x 50 sen cristal.

Estas fotografías foron avaliadas por un xurado técnico e calificado, integrado, entre outros membros, por: Severino Penelas, director adxunto de Exit e Exit Book, Manuel López, director e editor da Revista Foto ou Manuel Moldes, pintor e membro da Academia Galega de Belas Artes.

O tribunal deste Concurso de Fotografía *A paisaxe das Rías Baixas* ten decidido premiar por unanimidade as seguintes fotos:

- Primeiro Premio: 3.500 € para *Tébras do amor* sobor o lema *Amor nas Rías Baixas* de Joseph Williams.

- Segundo Premio: 1.000 € para *Albiscando a praia baixo* o título *Navegando cada carruncho sen deixar de sorprenderse* de Javier Cervera – Mercadiño González.

- Terceiro Premio: 500 € para *Novo Sofía* baixo o lema *Navegando no mar de Arousa* de María Dolores Ponce Cousido.

Ademais destes tres premios, o xurado salientou con dous accésit de 250 euros ás seguintes fotografías:

- *Carballos* sobor o título *O bosque* de Margarita Elena Rivas Rodríguez.

- *Marisqueando en Raxó* baixo o lema *Raxó* de Luis Gálvez Viguera.

Tódalas fotografías participantes no concurso formaron parte da exposición que desde o 2 de decembro de 2005 até o 7 de xaneiro de 2006 na Sala de Exposicións do Palacete das Mendoza, sede de Turismo Rías Baixas.

O pasado luns 16 de xaneiro celebrouse no Pazo dos Escudos de Vigo, a terceira edición do Foro de Turismo Rías Baixas. Un evento no que representantes da restauración, hostalería, axencias de viaxes... da provincia de Pontevedra se deron cita para repasa-la realidade actual do sector turístico e para defini-las liñas e obxectivos de cara ó futuro inmediato. Tras abordar un



Os traballos recoñecidos cun accésit tamén destacaron pola súa gran calidade.

programa de traballo que incluía o tratamento de temas específicos vencellados co sector como a presentación do Plan de Calidade, Plan de Señalética e Balance do Estudo de Satisfacción do Turista, e unha conversa-coloquio do xornalista e escritor Alfredo Urdaci, *Novas formas de comunicación*; e xa asentados para cear, realizouse a entrega de premios aos gañadores do Concurso Fotográfico, sendo homenaxeados perante tódolos asistentes ó terceiro Foro.

Obxectivo: os pequenos mares galegos

Ofrecemos unha ollada ao concurso de fotografía que puxo en marcha durante o verán a entidade Turismo Rías Baixas



As tres fotos premiadas no certame (estas dúas máis a de arriba á dereita) ofreceron imaxes sorprendentes da

Mírate 2007, por descontado

O Saló da Imaxe e a Comunicación do Noroeste conseguiu atraer, durante catro días, a máis de 8.000 persoas de tódolos currunchos de Galiza e do Norte de Portugal



Enrique Varela, director de Mírate, amosouse satisfeito dos resultados obtidos nesta primeira edición

REDACCIÓN

De aquí nun ano. Mírate non foi un salón da imaxe e a publicidade calquera. Non puído selo, tendo en conta o aquel de tristura que se lle quedou ó recinto Ifevi de Vigo logo de que se pechase a porta desta edición 2006, o mesmo aire indefinido de saudade que lle pode quedar a un espazo que vén de albergar unha festa. E si, non se pode negar, houbo moito de troula informativa (se é que se poden xuntar dous termos tan contrapostos), ou de congreso lúdico, ou incluso de reunión de amigos, dende o xoves 26 ó domingo 29, nun recinto que case se viu rebordado pola gran afluencia de profesionais (primeiro) e de público (despois), sobre todo a partir do venres polo serán. De feito, e segundo os cálculos da empresa Tevemos Comunicación, organizadora da xuntanza, foron máis de 8.000 persoas as que pasaron polo Ifevi ó longo destes días: 3.000 profesionais e 5.000 visitantes (en xeral) interesados por un sector, o da publicidade, que de tan

presente que está nas nosas vidas, é e seguirá a ser un foco de interese de primeira liña. A xuízo de Muéstalo, o éxito desta convocatoria foi tal que nas enquisas elaboradas en vangarda, a pé de stands, practicamente tódolos profesionais asistentes estiveron dacordo: é preciso ir xa preparando a seguinte edición. Mírate 2007 dáse xa, deste xeito, por descontado.

Unha feira diferente. Non se pode negar que o tema arredor do que xiraba Mírate, a imaxe, a comunicación en Galiza e Norte de Portugal, daba xogo para facer algo distinto e (ollo á semellanza dos termos) distendido. E así foi. Os stands, sendo como eran de empresas e institucións vinculadas á imaxe e á comunicación, coidaron (agás en casos puntuais, e cómpre recoñecer que o stand de Código Cero non brillou especialmente) ata o máis mínimo detalle a estética, o deseño e a presentación de contidos, e incluso houbo quen se atreveu (no propio stand) a reunirse con outros asistentes arredor dunha mesa e compartir conversas coa mesma relaxación coa que acode un á inauguración da terraza dun parente. O ambiente dábase a isto, e gran parte de culpa tivérona os organizadores



e tamén os asistentes, como por exemplo os membros da empresa **Visual Graphics**, que non deron respiro dende o seu centro de operacións (unha instalación coma un templo romano, en envergadura e máis en estilo) poñendo música, facendo xogos malabares ou saíndo disfrazados ós corredores para recibir ós asistentes. Esta empresa de Vigo, entre unha actividade e outra, tivo tempo para explicarlles ós visitantes o porqué do templo romano, da música e dos xogos malabares. E entre eses visitantes estaba Código Cero. *“Ofrecemos solucións integrais publicitarias, dende o punto de partida, a creatividade, ata o final do proxecto, a presentación da parte gráfica e o espectáculo”*, comentounos Antonio Bugallo, de Visual Graphics, co fin de poñermos ó tanto das súas iniciativas. *“Levamos a cabo presentacións de todo tipo de produtos de consumo e de iniciativas e incluso de ideas, empregando estes materiais que vedes aquí (referiuse ó templo romano de Mírate), lonas e vinilos ou calquera obxecto onde se poida facer unha impresión previamente deseñada”*, comentou, deixándonos vía libre para facerlle nós a pregunta obrigada: *“Podes darnos casos concretos de cousas que fixerades?”* Como supuñamos, as actividades levadas a cabo por Visual Graphics en Vigo foron de moita capacidade de



Visual Graphics, empresa con sede en Vigo, ofreceu no Ifevi unha visión distinta da que normalmente se ofrece nas feiras empresariais

convocatoria, como a elaboración da parte gráfica e o escenario para o desfile de modas desenvolvido en Vigo no mes de xuño, co fin de incentivarlo comercio en determinadas zonas da cidade. Ó seu xuízo, o que fai esta empresa non é nada novo en cidades como Madrid ou Barcelona, onde se lle saca rendemento ás lonas xigantes das fachadas dos edificios en construción ou rehabilitación. É dicir: falamos de publicidade a gran escala.

De museos reais que se visitan e museos virtuais... que tamén se visitan. Foi Mírate un museo real da publicidade, pero tamén virtual, que durou en aparencia catro días pero que seguirá exercendo influencia ó longo das semanas que separen esta edición que pasou da seguinte, en 2007. Nesta mostra de comunicación, *marketing* e outros asuntos paralelos, un dos recunchos que máis interese despertou foi o de **Coca Cola**, que non foi realmente un curruncho senón máis ben un estrado, e que cumpriu o papel de convidado



de honra, sobre todo polo moito que ten que contar unha empresa desta envergadura nun eido en constante renovación coma o da publicidade (pódese entender que é a publicidade sen botar un ollo ó que ten feito Coca Cola ó longo de moitas décadas?). A poucos metros de distancia no salón Mírate ergueu **La Voz de Galicia** o seu propio espazo de mostras, neste caso centrado na historia do xornalismo e ofrecendo un camiño intermedio entre o virtual e o que tradicionalmente se entende por escenario museístico. O xornal galego convidou ós visitantes a sentar perante unha pantalla plana e ver alí, coa axuda do rato, o que tamén se puído ter visto antes o seu

Museo do Xornalismo, a través de imaxes de tipo panorámica e unha información completa pero que non satura.

De creatividade galega en estado puro. É posible reunir nun único libro a esencia da creatividade galega? Esta pregunta tan directa vén a conto porque foi unha das que lle dirixiu Código Cero a Alberto Dafonte e a Xesús Pérez Seoane, investigadores que integran o equipo (xunto con Eva Quintás) da Universidade de Vigo que decidiu elaborar unha recompilación do mellor que deu de si a publicidade galega ó longo de 2005. Dito doutro xeito: fixeron *o the best of...* da comunicación e a imaxe en Galiza. Foi unha tarefa complicada, como sinalaron Dafonte e Seoane no seu stand, perante unha morea de exemplares a 18 euros que diminuíra por momentos, tal era o interese amosado. *“É coma un directorio gráfico da creatividade”*, dixo Dafonte mentres sostiña o produto dos seus esforzos nas mans e agardabamos pola chegada de

Seoane, *alma mater* do proxecto. E proseguíu Dafonte, logo de que lle preguntásemos pola natureza dos criterios empregados para a selección de traballos: *“O primeiro criterio distintivo fixérono as propias empresas e institucións que achegaron os seus produtos. Foi un*





O profesor Fernández Hermida falou da televisión que chama á nosa porta, a dixital

traballo duro. Aproximadamente un ano de traballo. Catro meses de recompilación e tres na procura de cartos e axudas para a edición". Cómpre sinalar que finalmente foi o salón Mírate o que fixo posible este último punto (a fin de contas, fundamental). O libro, puidémolo ver, é cen por cen visual, máis para ver que para ler, e é difícil que puidera ser doutro xeito, tratándose dunha antoloxía da comunicación gráfica: ou é que non aprendemos a lección aquela de que publicidade, canto máis nos entre polos ollos, mellor?

De xornadas, obradoiros e platós. Mírate discorreu por varias canles pero tivo unha mesma meta: a reflexión sobre a publicidade. Houbo tempo para ollar esta cuestión de tódalas maneiras



posibles, e en varias linguas (un luxo máis que un atranco): castelán, galego e portugués. Cuestións desenvolvidas nesta edición 2006 serán abordadas en 2007 coma un frase que se deixou aberta e que logo se retoma. Expuxéronse ideas e proxectos sobre como pode influír a chegada da televisión dixital na publicidade, sobre a propiedade intelectual nos novos soportes audiovisuais ou sobre o marketing para profesionais da comunicación e as licenzas de marcas e



logotipos, sobre ferramentas informáticas aplicadas ó deseño informático ou á fotografía ou incluso sobre efectos especiais e caracterización (a cargo de Ricardo Spencer, un especialista de renome en Galiza e España). De entre tódalas presentacións, unha das que máis chamou a atención foi a do novo software **Aperture**, a incursión do xigante



Apple no eido da fotografía ou, dito doutro xeito, a competencia máis directa que lle vén de saír ó xa case mítico Adobe Photoshop. Trátase dunha ferramenta para o manexo, o retoque e a post-producción de fotografías dixitais, e foi presentada en Mírate por Jaime Ares, de AS Computer Mac Center, quen quixo deixar claro dende o principio que Aperture non ten nada que ver co Photoshop de Adobe: "Para comezar, aquí se tratou de reunir toda a información posible de fotógrafos, editores e usuarios para defini-los pasos a actuar, os proxectos e o xeito de desenvolve-lo traballo", comentou Jaime Ares. E engadiu, referíndose xa a detalles máis concretos: "Un dos puntos máis importantes deste novo software é o xeito de capturar e importa-las imaxes xa feitas, tremendamente sinxela, e que nos permite facer todo tipo de importacións, xa sexan

de fotografías ou de arquivos en xeral".

Outro dos seminarios que conseguiu espertar interese abondo, e tamén un certo aquel de polémica, foi o que tratou sobre a propiedade intelectual no soporte intelectual. De feito, para que nos imos a enganar?, era un tanto previsible que o relatorio dun integrante da SGAE (Sociedade Xeral de Autores) desencadease opinións encontradas. Case sempre é así (agás cando a audiencia é



dunha única postura ideolóxica, a súa) mais iso non impide que do choque de pareceres saia algo positivo. Pedro Farné, director do Gabinete de Goberno Corporativo da SGAE, estivo en Mírate para falar de dereitos de propiedade sobre os contidos que aparecen en Internet, e salientou a "fallo de sensibilidade perante a protección dos dereitos dos que poñen en marcha a cadea de creación". Ó seu xuízo, é preciso poñer máis orde na Rede, onde semella que todo é intercambiable de xeito totalmente libre, e expresou, ademais, dúas peticións do órgano que representa:

- Que se estableza unha remuneración compensatoria para os dispositivos electrónicos que se empregan para ver películas
- Que se fixe unha autorregulación ó estilo francés, cunha reunión entre os dous sectores implicados, o de contidos e as asociacións que representan ó sector tecnolóxico



Televisión Dixital Terrestre (TDT). A publicidade do século XXI vai correr, en gran medida, por un vreiro ben definido: o que marque a televisión dixital. É unha realidade que non se pode deixar de lado, como tampouco se pode ollar por riba do seguinte feito: hai que ir adaptándose a estes novos tempos, sempre e cando queiramos seguir vendo a tele, e producindo contidos para ela. En Mírate falouse moito sobre televisión dixital, e tamén sobre unha das súas moitas facetas, a Televisión Dixital Terrestre (TDT). Un dos participantes do salón Mírate que máis preguntas tivo que responder sobre este tema



foi Xulio Fernández Hermida, enxeñeiro de Telecomunicacións da Universidade de Vigo, e cómpre deixar claro que moitas das cuestións que lle dirixiron eran dun nivel básico. Por iso comezou por onde, a fin de contas, é máis lóxico comezar: polo principio. Aquí van unhas cantas chaves para entendela, e nunca está de máis refresca-la memoria.

- O sinal da nova televisión, en lugar de analóxico, é dixital; ou sexa que o que chega á antena que temos no tellado é unha longa serie de ceros e uns.
- Trátase dunha canle radioelétrica, polo que as frecuencias son as mesmas para todo o país: se estás en Vigo e te desprazas a calquera outra parte de España coa túa tele, non terás que volver a buscar as túas cadeas preferidas
- A televisión dixital non só se pode difundir por terra (a TDT) senón tamén por ADSL, por MMDS, por satélite ou ben por cable
- Coa TDT non haberá desconexións zonais como as tradicionalmente coñecidas en Galiza
- Para recibila, precisamos adapta-las nosas antenas e máis un receptor dixital integrado (IRD) para o noso aparello televisor
- Todo o que está feito para transmitir en TDT valerá con algunhas variación para a tele dixital no teléfono móbil
- A televisión dixital valerá para mellorar a calidade de imaxe e de son (non máis neve nin imaxes dobres) e para ver máis programas, xa que co sistema analóxico, o que había ata o de agora, non había sitio para máis canles (coa dixital haberá sitio para 180).



O que queda despois da festa

A nova era da tecnoloxía está levando por diante moitas costumes que criamos inamovibles e, sobre todo, á propia tecnoloxía que vai quedando vella

REDACCIÓN

A tecnoloxía de hoxe é lixo do mañá. Un exemplo ben claro disto é o busca. Houbo un tempo en que ese aparello (prototipo rudimentario do móbil) era o mellor método empregado polos tecnoadictos para gabarse perante os seus compañeiros de traballo e sentirse importantes (e cando falamos de tecnoadictos, referímonos ós que non se cansan de adquirir sempre o último do mercado para esquecer eses obxectos de inmediato). O inferno dun tecnoadicto podería ser verse obrigado a carrexar (nestes tempos que corren, agora mesmo) un “busca” e facer uso del coas amizades. Dito doutro xeito: para saber que tecnoloxía é a que está hoxe en día en extinción, nada mellor que mete-lo nariz dentro do faiado dun destes individuos. Porque, a fin de contas, é diso precisamente do que trata esta reportaxe. De cousas, artigos, aparellos, obxectos que nos acompañaron no pasado, que brillaron por un tempo e que esmorecen agora, vítimas da nova tecnoloxía que abre vieiros e o noso dezo de consumo, é do que imos falar a continuación. A fin de contas, non só a natureza é vítima do progreso, senón tamén a propia tecnoloxía. E é tal a velocidade de evolución da mesma que xa nin sequera lembramo-lo tempo en que ollábamos con envexa os walkman dos nosos amigos.



• **O walkman.** A revista PC World recoñeceu hai pouco a este aparello como o mellor *gadget* dos derradeiros cincuenta anos, entendéndose por *gadget* un obxecto tecnolóxico cunha función útil e específica e que é coma unha prolongación do noso corpo. Falamos do walkman orixinal de Sony, desenvolvido en 1979, mais tamén de tódalas imitacións que viñeron máis tarde. A súa morte estaba xa cantada dende hai



tempo, primeiro coa aparición do *discman* e logo cos reprodutores dixitais portátiles (iPod). Atopar hoxe en día a alguén carretando este armatoste no cinturón pode ser toda unha experiencia, polo que ten de inesperada. O walkman semella, hoxe por hoxe, máis antigo e pasado de moda cá (por exemplo) un gramófono, e iso que foi un dos símbolos de relevancia social na década dos oitenta. Durante estes anos vendéronse millóns de unidades, tantas que se pode dicir lle gañaron unhas cantas batallas ó disco de vinilo e ós xiradiscos no mercado, principalmente polo doado que era o proceso de reprodución de cinta a cinta.



• **Os disquetes** (en inglés floppy disk). Os disquetes nunca foron de fiar. A súa vida foi, malia todo, relativamente longa, xa que nos acompañaron ó longo de dúas décadas, a dos oitenta e a dos noventa. Empregábanse para moitas funcións (distribuír programas, crear copias de seguridade), non só para gardar documentos de texto. Os seus meirandes inimigos foron tres (en orde de aparición): as unidades de cinta de gran capacidade, os CD-ROM e os chaveiros USB. Na actualidade, atopar un disquete en calquera oficina é tarefa complicada. Xa ninguén confía neste material, que se degrada en pouco tempo.

• **Os reloxs de pulseira.** Vale, que aínda hai moitísima xente que os leva e que se para nos escaparates a sinalar os que máis lle gustaría ter, pero non se pode negar que tamén hai unha boa porcentaxe de persoas que xa renunciaron a este obxecto. A razón é ben sinxela:

por que levar dous reloxs se podes levar unicamente un, o do móbil? Este feito, que nun principio non espertou moito interese, está a meter nunha crise de moita envergadura á industria reloxeira mundial. O mesmo se pode dicir do sector fabricante de despertadores, onde é posible que haxa máis de un directivo lembrándose do día en que a alguén na industria do móbil se lle ocorreu incluí-la opción “espertador”.



tecnolóxica, porque no intre en que apareceu o primeiro móbil no mercado foi xusto cando os buscas deixaron de ter razón de ser. O seu funcionamento era ben curioso: non servía para pasarche chamadas pero si para converter en texto unha breve mensaxe de voz. Era coma un servizo de chamadas perdidas, ou un semi-móbil que non permitía respondelas. Por un tempo, máis ben breve, foi un desenvolvemento moi celebrado entre xente de éxito, se entedemos por éxito ser obxecto de múltiples requerimentos vía telefónica.

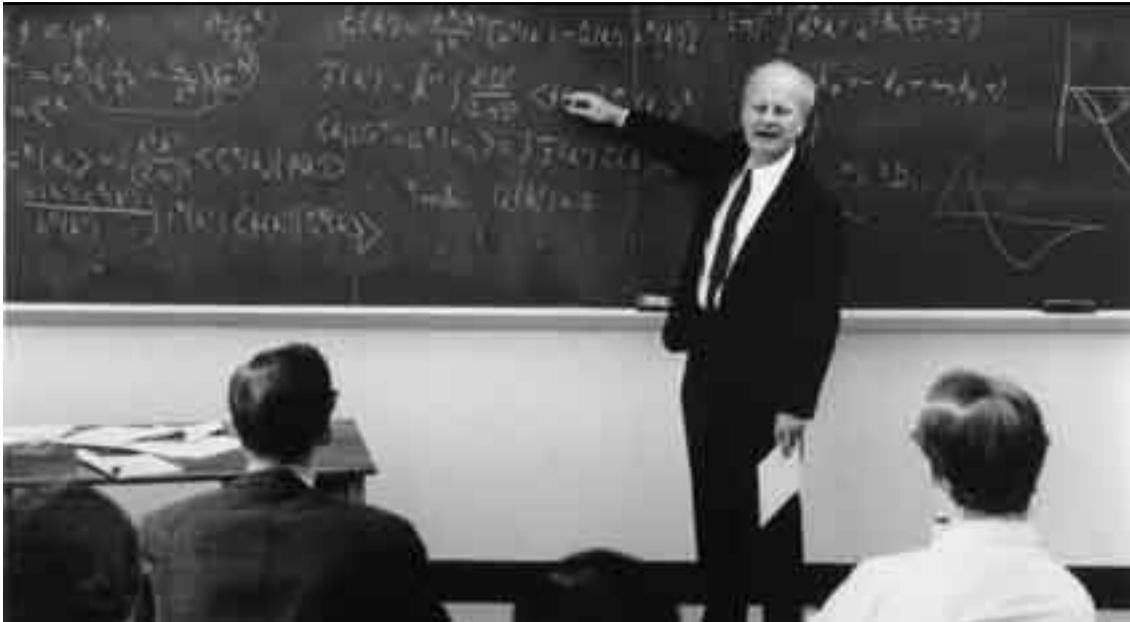
• **Radio-casetes (no automóbil, no fogar) e vídeos.** O proceso é imparabile. Xa case ninguén escoita cintas, nin no fogar nin no automóbil. Os discos de vinilo (os seus principais competidores) aínda sobreviven, porque teñen un “glamour” do que carecen as cintas, e ademais (en contra do que puideron pensar moitos no pasado) consérvanse mellor, xa que o material magnético que serve de soporte ás carcacas de música e vídeo é moi degradable. Todos sufrimos este mal. O mal das cintas de música e vídeo é que desaparece a información que contiñan ó cabo duns cantos anos. Isto é especialmente ferinte se falamos de filmes ou obras musicais que nos marcaron e que non temos xeito de conseguir en DVD (e hai que dicir que é totalmente criticable o feito de que a industria tecnolóxica nos obrigue, cada certo tempo, a trocar obxectos que mercamos no pasado por outros novos, xa que cunha vez debería chegar). Rematamos cunha reflexión que semella moi collida polos pelos mais se cadra non o é tanto: as cintas de vídeo son as culpables de que se perderan centos de miles de gravacións de vodas e bautizos.

• **Teléfonos de disco.** Había que dar moitas voltas á rodiña do teléfono, e non era moi cómodo mete-los



• **O busca.** Hai tempo que é “carne” de trastenda. Houbo quen os viu xa en mercadiños de obxectos usados, e non se sabe moi ben de que poderían servir hoxe en día como non fose de curiosidade

dedos nos furadiños, sobre todo se tiñas os dedos grosos de máis. Os teléfonos de disco desapareceron practicamente (agás nas casas dalgúns nostáxicos) por dous motivos: porque chegaron aparellos



que non nos obrigaban a estar durante moito tempo marcando números e, sobre todo, porque Telefónica preocupouse ben de sacalos dos nosos fogares para substituílos polos novos. Desta creba sobreviviron



poucos. Os teléfonos de disco son un bo exemplo de tecnoloxía que se converte en coleccionismo.

- 1º Son saudados nas casas galegas dos anos sesenta e setenta como unha tecnoloxía de vangarda.
 - 2º O seu reinado chega á súa fin coa chegada dos teléfonos fixos de botóns e, polo tanto, convértese automaticamente en obxecto a extinguir, incluso en motivo de vergoña.
 - 3º Pasan os anos e os teléfonos de disco comezan a aparecer nos mercadiños do usado, sendo este un sinal inequívoco de que, co tempo, serán material de coleccionismo (e o que antes daba vergoña ter na casa, pasará a ser símbolo de fachenda).
- **Máquinas de escribir.** As máquinas de escribir xa hai tempo que foron desterradas das oficinas bancarias, e o paso dos anos e outros factores fan que pensemos nela, no son particular das súas teclas, cun aquel de nostalxia. As máquinas de escribir foron, nun día, obxectos que daban medo ós máis pequenos cando as súas nais os matriculaban en academias onde lles retaban a ter un número respectable de pulsacións,

pero hoxe en día pouco medo dan xa, sobrevivindo como poden neses espazos sagrados onde tódalas cousas desordenadas están no seu sitio, que son os lugares de traballo dos escritores. A máquina de escribir e, consecuentemente, o oficio de mecanógrafo, teñen neste intre un crespón negro ó seu arredor, e é certo que desaparece un mundo canda ela, tendo en conta que foi desenvolvida por Giuseppe Ravizza alá polo 1855, de xeito artesanal. Malia todo, hai moitos que non ven na chegada do computador persoal un punto e final, senón unha simple adaptación á modernidade dalgo que puido ter morto e non morreu.



- **As chaves do coche.** Houbo un tempo en que as chaves do coche imitaban ás das portas das casas. Logo foron collendo formas cada vez máis propias de seu e, hoxe en día, xa non as reconece nin o inventor que as trouxo ó mundo, e nalgúns modelos son máis tarxetas de crédito cá chaves. En realidade, non fai falla mercar un coche caro para atoparse con sensores que detectan un chaveiro e poñen en funcionamento un botón de acendido.
- **As pizarras.** Durante a pasada edición de MITE, na Feira Internacional de Silleda, comezamos un dos artigos que resumía a

tecnoloxía alí vista do seguinte xeito: “Para que demo imos precisar dunha pizarra cando xa hai pantallas para aulas dixitais coas que podemos escribir e manexar un computador?”. Isto veu a conto porque xusto se acababan de presentar certas pantallas táctiles da empresa Audiovisuales Data, entre outras ferramentas tecnolóxicas aplicadas á educación. Foi alí onde se deu a coñecer tamén a nova de que a Xunta acababa de mercar un importante “surtido” destas xanelas polas que, se nos fixamos detidamente, poderemos ver chegar o futuro. E o futuro é, a fin de contas, unha crise da industria fabricante de pizarras para os colexios. Ou unha reconversión cara o interactivo. Acabarase polo tanto a graza do máis simpático da clase cando collía o xiz para pasalo pola superficie verde nun determinado ángulo e acada-lo que, probablemente, sexa o ruído máis desagradable do planeta. Con esta hipotética redución de ruídos molestos, quen poderá seguir dicindo que a tecnoloxía é inútil?



- **As cabinas telefónicas.** O día que os redactores de Código Cero vimos en Vigo a unha persoa falando co seu móbil dentro dunha cabina telefónica, foi o día en que soubemos que as cabinas telefónicas tiñan os seus días contados, polo menos no que se refire á súa función orixinal. Cada vez máis maltratadas (cristais rotos, plásticos queimados) e menos empregadas para o que foron construídas, xa case se pode dicir que pasaron á fase de eliminación total. E non xurdirá colectivo algún que as defenda, como si aconteceu en Inglaterra, onde a operadora que as instalaba coidouse de que non feriran a paisaxe, con aquela forma e aquela cor característica (vermella) que será, se cadra, o que as salve.



R.I.P.

Matías Loureiro



Chamádeme nostáxico, pero cada vez que paso por unha tenda de audio-vídeo e vexo a decadencia na que van morrendo sen remedio algúns respectados compañeiros da nosa existencia, éntrame unha estraña sensación de baleiro. Isto xa me leva pasando dende hai algún tempo, pero non foi até o patético adeus dos vídeos cando puiden concretar tan penosa sensación. Modelos que outrora víamos inalcanzables, cheos de cabezais e sons estéreos, cámaras lentas e paradas de imaxe hiperclaras, saldáronse a prezos indignos de tan elaborada tecnoloxía. Morren arrastrándose penosamente polos andeis dos grandes almacéns, cada vez máis agochados, ocultos tralo brillo dos DVDs, burricáns que daquela nin sequera sabían gravar...

Mais o seu tamaño contido e pouco chamativo, fai que as mentes pouco sensibles a estes capítulos de desaparicións tecnolóxicas non fosen conscientes do drama que se vivía na sección de electrodomésticos. Pola contra, o que está a pasar cos “vellos” televisores de Tubos de Raios Catódicos é unha morte propia das extincións dos dinosauros. Grandes aparellos de imponente presenza, espectaculares medidas en longo, ancho e fondo e brillantes imaxes producidas polo eterno bombardeo dos electróns nas superficies fosfóricas, están a ser pisados por tarabelos famentos de esquelética constitución: LCDs e Plasmas que crean imaxes de debuxos animados co silente produto de mecánicas cuánticas imposibles de comprender. A mística dos baleiros interiores dos tubos catódicos, atravesados por raios de electróns, artistas que pintaban a imaxe na pantalla, atraídos por enormes campos enerxéticos, van desaparecer decontado. A forza bruta vai ser derrotada polos ténues pulos electromagnéticos. A pedrada de David na fronte de Goliat.

Dicía un vello profesor que o ollar do ser humano se sentía irremediamente atraído por dúas cousas: o lume e o que daba voltas. Produto de inquietudes prehistóricas aínda no subconsciente. Pois algo temos que ter evolucionado porque estamos a cambia-las cociñas por vitrocerámicas; e, no audio, os xiradiscos foron os primeiros ameazados pola desaparición. Aínda que se defenden como poden nas mans dos DJs e nos corazóns dos melómanos, está claro que a masa compradora non sabe para que demo vale esa cousa redonda que xira. E aínda menos mal que a estupidez industrial, ou vaia vostede saber que escuros intereses comerciais, impediron que a nova xeración de SACD e DVD Audio extinguirose tamén o xa venerable CD. Que vai sobrevivindo, pero xa cercado polo poderoso exército formado polas tropas combinadas de Mp3 e DVDs.

Por certo, que xa que falamos desta combinación, direi que unha das mellores ideas que vin ultimamente é a de levala ó mundo dos reprodutores para coche. Xa hai modelos que len DVDs cheos de Mp3, amais do vídeo, claro; e que incluso teñen un conector USB para poder le-los ficheiros de audio dende un disco duro portátil ou un reprodutor de estado sólido. Xa poden pasar semanas, ou meses, antes de que nos aburramos da música que temos no coche e teñamos que pasar pola leria de cambiala.

Vaia, xa me deixei levar outra vez pola atracción do novo. Este artigo ía da nostalxia do que desaparece, non da excitación que causa a novidade. Vexo que esta revista de novas tecnolóxicas está a exercer unha influencia funesta sobre min.



Non te pases ó lado escuro... da tecnoloxía

As novas ferramentas (Internet, videoxogos, móbiles) non son malas de por si, mais poden intensifica-los problemas que todos levamos dentro



- E que queres que faga?... Para iso non tirara-las revistas que tiña aquí.

REDACCIÓN

O malo os videoxogos, Internet, mensaxeiría instantánea e outras ferramentas

O peso da sobreinformación é o mesmo có da ausencia de información. Dito doutro xeito: os nosos cerebros, que foron, son e serán procesadores de datos, teñen un límite de capacidade. E, a diferenza do que ocorre cos computadores, non se poden facer incorporacións de memoria RAM. Ao menos, polo de agora. Que consecuencias trae isto? Unha delas é a seguinte: a ignorancia non só é froito da falla de información, senón tamén do seu exceso. Demasiados datos provocan situacións de colapso. Así que, que ocorre cando hai unha tarefa que absorbe por completo a nosa atención? E que pasa se esa tarefa non é a que se entende por recomendable? Que

ocorre se o que máis nos gusta facer, se o único que nos reporta ilusión na vida é facer uso dos videoxogos e, de entre estes, canto máis violentos mellor? Din os especialistas que a chave de todo isto é a palabra “cognición”. Este termo tan estraño na vida real e tan familiar para o gremio dos psicólogos, non alude a outra cousa que ó devandito procesamento dos datos. Voltamos, polo tanto, ó principio, mais cunha palabra nova: cognición, que atinxe a cuestións como: a atención, a linguaxe, a percepción ou a memoria. Estas capacidades atópanse nos rapaces en constante crecemento. Se algo lles pon freno digamos, por exemplo, o emprego ultraexcesivo de videoxogos, é posible que lles remate pasando factura, sobre todo no que se refire á capacidade de levar a cabo actividades diferentes.

Non se trata de ser alarmistas. Os videoxogos son, de por si, positivos, ó igual que as novas tecnoloxías da información. Poñemos por caso: se hai alguén que se deprime por estar demasiado tempo conectado á Rede é porque xa tiña de antes esa tendencia á tristura.

Os efectos negativos dun uso inmoderado das consolas son semellantes ó dun emprego excesivo das restantes novas tecnoloxías. Falamos de Internet e de ferramentas inseridas en Internet, coma por exemplo: os chats ou os servizos de mensaxeiría instantánea.

Pensem, por exemplo, no manexo destas ferramentas de Yahoo! ou Microsoft no traballo. Face-la seguinte suma non tería por que ser negativa: Messenger+empregados. E non é negativa para a comunicación dos traballadores coas súas amizades, mais si para a produtividade da empresa. Os servizos de mensaxeiría esixen tal atención dos usuarios que, moitos destes, quedan virtualmente inutilizados para todo o que non sexa atender ós seus contactos. Se alguén lles tenta subministrar información nese intre, datos que non teñan nada que ver co están a facer, hai un 95% de posibilidades de que esas palabras reboten neles como nunha parede. Ou, mellor dito, pasen de longo. De aí que moitas empresas

opten pola solución máis radical: impedi-la descarga destes servizos nos computadores dos empregados. Neste sentido, rastreamos na Rede opinións de interese, como a do Instituto de Neuroloxía Cognitiva de Arxentina (vía Clarín.com), que recomentan, ante todo, un réxime de equilibrio. Unha dieta de mesura no tecnolóxico. “O equilibrio”, din fontes deste instituto, “é a primeira recomendación para que as tecnoloxías non se convertan en hostiles. É dicir, tratar de que os rapaces non só se concentren nelas, senón que compartan o seu tempo con outras actividades”.

Na Rede, en xeral, prevalecen as opinións positivas respecto ós videoxogos e o emprego de determinadas ferramentas de Internet entre os máis novos da casa. Así e todo, no que si que se fai fincapé é en que poden intensificar males preexistentes. Se hai un cativo ó que non lle gusta ler, perpetuarase nesa teima se por casualidade ten unha consola preto.

De estatísticas, dopamina e outros asuntos

Di o xornalista Andrew Gumbel, de The Independent, que en Estados Unidos o 10% dos 189 millóns de internautas son adictos ás novas tecnoloxías. É dicir: que se lles falla o técnico proveedor de Internet é posible que o traten do mesmo xeito cá un traficante de estupefacientes que se fai de rogar ós seus clientes. Os especialistas que expresaron a súa opinión, logo de que se dese a coñecer este dato, non se puxeron dacordo: Internet é algo adictivo por si mesmo, ou é que unicamente potencia o que as persoas xa levan dentro? Coma por exemplo: o gusto polo xogo, a tendencia a mercar sen medida ou a axear ás parellas nas praias ou nos lugares afastados das cidades. Un individuo que non está a gusto na súa vida, ó que lle custa relacionarse coas persoas do seu arredor será unha especie de vítima en potencia deste tipo de novas adicións. Dito doutro xeito: as novas tecnoloxías da información teñen un especial poder de atracción sobre as persoas ás que lles gustaría vivir outra vida diferente da que teñen.

Informa Hilarie Cash, directora dos Servizos para Adición a Internet e a Computadora de Redmond (Seattle), que os xogos e as diferentes funcionalidades de Internet poden chegar a xerar unha corrente química específica de dopamina. Polo tanto, para moitas persoas recibir correos instantáneos por Internet é fonte de pracer. Por outra banda, a ausencia destes servizos, polas razóns que sexan, provocarían angustia e depresión no ciberadicto. Isto que semella esaxeración pode ocorrer, a niveis certamente menos preocupantes, en determinadas empresas que desenvolven gran parte do seu traballo nas novas redes de información. Que ocorre se, de súpeto, se priva a un medio de comunicación do acceso a Internet? Non podería ser que, polo menos durante un breve período de tempo, se dese un caso de desorientación e nerviosismo xeralizado no eido da redacción? En Internet, precisamente, rastreamos os estudos de Jennifer Ferris, psicóloga de Virxinia (Estados Unidos) que mesmo chega a identificar, tan adiantada ela ó seu tempo, certos sinais reveladores da adicción ás redes:

- Tremores.
- Movements involuntarios dos dedos cando o usuario está afastado da computadora (algo así coma teclear no aire).
- Disfuncións nas relacións cotiás coas amizades e compañeiros de traballo.
- Perda do posto de traballo, no caso de que a produtividade do empregado caia en picado por culpa dunha comunicación sen medida con persoas alleas ás tarefas laborais.
- As relacións familiares debilitáanse: o usuario pasa máis horas das debidas perante o computador, e o mundo que ten xusto ás súas súas costas está máis lonxe, en definitiva, que o que rodea á persoa coa que establece comunicación a través da Rede.
- Os ciberadictos teñen problemas de saúde derivados da falla de mobilidade: é lóxico supoñer que, mentres chateas ou recibes un e-mail, non fas exercicio.

O malo dos reprodutores de mp3

Os novos reprodutores portátiles como o iPod non só están a revoluciona-la tecnoloxía, senón tamén a relación das persoas coa música. Digamos que iPod, por ser tan lixeiro e manexable, está máis preto das características propias da música cá calquera dos equipos tecnolóxicos desenvolvidos previamente. E non deixa de ser curioso que estes días, nos medios de comunicación, coincidan novas que son como a cara e a cruz dunha mesma moeda: por unha banda recoñécese ó iPod como un dos mellores inventos dos derradeiros anos e, pola outra, advírtese (coidado!) de que máis de un usuario pode quedar xordo antes de chegar á idade na que, normalmente, todos comezamos a quedar xordos. É o que se vén chamando a “xordeira do iPod”. Este fenómeno é, segundo algunhas voces máis ou menos especializadas provintes de Estados Unidos, máis un feito consumado cá un simple pronóstico. Dito doutro xeito: institucións como a Academia Americana de Audiología, advertiron xa de que se teñen detectado en moitos mozos, que habitualmente empregan estes dispositivos, problemas de audición máis típicos de persoas maiores.

De tódolos xeitos, cómpre sinalar que este avellentamento prematuro do ouvido interno non é, a fin de contas, culpa do iPod. En calquera caso, o mal está no uso incorrecto das ferramentas que o acompañan. Por exemplo, os auriculares chamados *earbuds*, que son eses pequenos obxectos que se colocan nas orellas e que impiden, pola súa disposición, o paso doutros sons distintos ós da música. O son da realidade circundante. Isto provoca que as persoas ás que non lles guste demasiado a realidade circundante non dubiden en leva-lo volume do reprodutor até o máximo. A solución non pasa, como podería pensar máis de un “experto”, por ofrecerlles unha conversa de interese (co fin de que baixen o volume da música), senón por seguiren nesta liña de advertencia ou ben (case mellor) por limitar características dos auriculares.

Algo así como poñer un tope de velocidade nos automóviles.

Cómpre sinalar que os auriculares colócanse na cavidade interna da orella, moi preto dos órganos máis vulnerables. Amais diso, hai que ter en conta que un iPod a pleno rendemento pode acadar os 115 decibelios, o mesmo ca unha moto co escape retificado; e se a iso lle engadimos unha mala selección musical, podemos facernos unha idea do que pode significar este problema. Sen embargo, é probable que moi poucos mozos tomen cartas no asunto. A fin de contas, non adoitamos pensar no mal futuro que nos fan as cousas que comemos, bebemos ou simplemente empregamos. Facémolas e punto.

Contra este deixarse levar, precisamente, é contra o que se están a posicionar algúns persoeiros da música. É o caso de Pete Townshend, membro da banda The Who, quen está a sufrir hoxe en día os abusos auditivos do pasado, polo que xa fixo chamamentos en medios de comunicación de todo o mundo a prol de que se controle o volume da música que permitimos que saia dos reprodutores de música, neste caso os portátiles. Esta é, en certa maneira, unha desas frases que dá calafríos, e máis para todas aquelas que disfrutaron algunha vez da capacidade de escoitar: “A perda de audición é algo terrible, porque nunca xamais poderá ser reparada”. Pensem niso.



[HTTP://WWW.LUVSEAT.COM/SEX_R_PRODUCT_TOUR.HTML](http://www.luvseat.com/sex_r_product_tour.html)

Fas unha busca no Google para obter unha imaxe coa que ilustrar determinado artigo e sáche algo que non agardabas, diametralmente oposto á natureza da procura. A quen non lle pasou isto? Ese é, máis ou menos, o xeito de chegar a esta web da que falamos aquí, unha páxina que xira enteiramente arredor dos beneficios sexuais achegados por unha cadeira anatómica e ergonómica, medicamente probada e co aval de dous doutores que aparecen, na parte superior esquerda da pantalla, con bata branca e fonendoscopia. O produto, do que se ofrece completa información textual e gráfica (con imaxes de parella empregándose a fondo co aparello), semella máis cadeira de dentista que leito de amor, mais iso non impide que The Luv Seat se presente como especialmente sinalado para persoas con "little sexual experiences", que podería traducirse de diversas maneiras:

- Persoas con experiencias sexuais breves, é dicir, que chegaron ó final do acto sen decatarse sequera de que este comezara.
- Individuos con determinados órganos de tamaño reducido.
- Persoas que fixeron o amor en moi poucas ocasións ó longo da súa vida.

Sexa como sexa, a páxina, con independencia do seu contido, non é salientable polo seu envoltorio, precisamente. As imaxes están tremendamente pixeladas e a documentación gráfica, sobre o asento en cuestión, move máis a pensar en instrumentos medievais de castigo ca no que todo o que constitúe: o antes, o durante e o despois do acto sexual. Por certo, tamén se inclúe un vídeo en tres dimensións con distintas vistas da cadeira, para quen estea interesado en sorprender á súa parella con este garrote vil... perdón, asento.



[HTTP://WWW.PASIONDE.GAVILANES.INFO/](http://www.pasionde.gavilanes.info/)

Non nos preguntedes como fomos dar a esta páxina. É posible que non saibamos dar unha resposta axeitada. Chegar a unha web do club de fans, da República Checa, da telenovela Paixón de Gabiáns debeu ser o máis estraño que nos pasou en moito tempo. Pois si, na Europa Central (e do Leste tamén!) son afeccionados a esta

serie, e supoñemos que iso non é nin bo nin malo, ora, o que si que é especialmente grave son: as cores elixidas para a web en cuestión, a orde dos contidos, a publicidade seleccionada para acompañala (cun toque de porno, un tanto fóra de lugar para a audiencia media das telenovelas, non?) e, sobre todo, un panel de fondo laranxa que semella un tellado de *onduline* a piques de reventar. O máis raro de todo isto é ver palabras en castelán no medio doutras en checo, que debe se-lo idioma con máis consoantes do planeta. Temos así dúas linguas, dous pobos ben dispares pero irmandados por unha mesma afección: a de soñar a partir das 16.00 que somos guapos e guapas, levamos chapeu vaqueiro máis chaqueta de flecos e escoitamos a Coyote Dax.



[HTTP://PERSONAL.IDDEO.ES/MMORA/CRCING/FAMOUS_PEOPLE.HTM](http://personal.iddeo.es/mmora/crcing/famous_people.htm)

Avala este proxecto o doutor Carlos Cucurullo, un facultativo que adica gran parte do seu tempo e dos seus esforzos a avaliar que famosos empregan ou empregaron nalguna ocasión unha ortodoncia e/ou corrector de dentes. Este labor de investigación non tería repercusión mediática se non fose por Internet, onde Cucurullo habilitou unha páxina que recompila imaxes e comentarios de persoeiros da sociedade actual, coma por exemplo o Príncipe Felipe. O que non se sabe moi ben é se a páxina vai encamiñada: á crítica social, ó cotilleo, ó morbo ou ben é un proxecto de divulgación científica sobre as propiedades das ortodoncias. Tamén pode ser que o devandito doutor teña unha clínica aberta hai pouco e que, nos ratos libres, se dedique a buscar na Rede casos senlleiros de ortodoncias co fin de quitarlle ferro (disculpade a expresión) a este asunto. Logo, é posible que lle presente este catálogo ós clientes máis remisos a poñerse un corrector e tente tranquilizalos con esta frase: "Ves, non lle teñas medo ó corrector, que até o Príncipe Felipe tivo que pasar pola experiencia, e mira que ben lle vai". Algo así.



[HTTP://WWW.MUNIELLOELECTRICIDAD.COM/PAGINAS/](http://www.munielloelectricidad.com/paginas/)

Vía Queweb.org atopamos esta páxina sobre unha empresa asturiana de electricidade que vén de reinventa-lo sistema que, tradicionalmente, cingue unhas páxinas ou seccións con outras. Neste caso, e tratándose como se trata dunha empresa de electricidade, o sistema elixido é unha chave da luz (prémese para entrar no corpo central da web), e, se cadra é abondo coherente o feito de que un negocio, destas características, empregue en Internet os mesmos dispositivos e obxectos cos que, normalmente, traballa na vida diaria. Estaremos ben atentos a ver que fan os sex-shops galegos neste sentido, xa que as posibilidades poden ser abondo interesantes no que a deseño rupturista se refire.



[HTTP://WWW.FRESCO.COM/](http://www.fresco.com/)

Esta é a web dunha cadea de restaurantes, e cómpre sinalar que aparece estes días no primeiro posto da listaxe de honra de Queweb.org, un sitio que se consagra de xeito, case exclusivo, a recompilar aquilo que hai en Internet, que che gustaría que visitase tódolos días o teu peor inimigo. A web ten varios problemas, e un deles é ese fondo de augas semiquedas, que aínda non sabemos moi ben que ten que ver coa gastronomía. O peor de todo, coma noutros casos semellantes, é a presentación, con logos que xiran en letras e letras que estoupan. Na vida real, sería coma entrar nun restaurante desta cadea e que o camareiro che collese polos ombreiros para facerte xirar sobre o teu eixe, coma un piñón.



[HTTP://WWW.GOLDENPALACE.COM](http://www.goldenpalace.com) (A "XOIA" DE WILLIAM SHATNER, SUBASTADA)

A chave do éxito de eBay e outras webs de poxas en Internet é vender parvadas. Isto non o dicimos nós (pero case), senón

Pedras nos riles

Facemos un novo repaso polos cuartos peor empapelados de Internet



o blogueiro canario afincado en Galiza: Pedro Jorge Romero, quen participou en Santiago hai uns días nunha xornada sobre a nova orde de Internet, a Web 2.0, aquela que anticiparon as empresas que sobreviviron ó estoupido da burbulla das "punto.com". Na edición do venres 20 de xaneiro de El Mundo, vén unha reportaxe de Pablo Pardo que, en certa medida, non fai máis que darlle a razón a Pedro Jorge. Trátase dunha historia que xira arredor dunha pedra extraída dun ril. Unha pedra que non tería máis repercusión cá calquera outro pelouro ou pedra do camiño senón fose porque foi sacada do organismo de William Shatner (na imaxe), o capitán Kirk da mítica serie de tv e cinema Star Trek.

Foi vendida pola nada desprezable cantidade de 25.000 dólares (29.800 euros), na empresa de subastas *on line* Goldenpalace.com, unha iniciativa web que non é mala de por si, mais que semella chegar a extremos irrisorios nalgunhas ocasións. Así e todo, e malia que esta manobra pode semellar unha operación estritamente comercial, sinala El Mundo que os cartos obtidos van ser doados á organización Habitat for Humanity, unha ONG cristiá que ten como principal obxectivo construír vivendas dignas para persoas con escasos recursos. Indica Pardo que o pelouro de Shatner vai ser engadido (malia o bo uso que se faga dos cartos) a unha longa listaxe de horrores poxados na Rede, como: o test de embarazo de Britney Spears ou o famoso sándwich que apareceu cunha silueta que imitaba á Virxe María. A este último obxecto subastado tamén fixo referencia Pedro Jorge Romero en Compostela: "Os usuarios de eBay e outros servizos venden, literalmente, lixo. Botellas de Coca Cola ou un anaco de pan coa imaxe da Virxe. A eBay dalle exactamente igual o que se venda, eles sempre cobran".

Que fixen eu para linquear isto?

A galega TLR, requirida para o proceso de normalización mundial de tódolos artigos do mercado



José Antonio Martínez, presidente de TLR, afondou nos detalles de cooperación con EAN



REDACCIÓN

Por que no mercado non existe un única maneira de identificar un mesmo artigo? Por que se emprega tempo e esforzos en “falar” varias linguas para designar un produto? Malia que pareza mentira, aínda está por chegar un sistema de estandarización de contidos no mercado internacional, coma se ás persoas se nos coñecese por distintos nomes dependendo do país ou da empresa onde nos atopemos. Este intre que vivimos é, se cadra, o máis oportuno para poñerlle fin a esta realidade. Así o ve a organización EAN Internacional, que xa ten certa experiencia neste eido, posto que hai tempo foi a responsable do desenvolvemento do código de barras. Para esta tarefa contará, como é de supoñer, cos apoios de algún que outro xigante do mercado mundial. Por exemplo, na mesa de traballo EAN senta con representantes de multinacionais como Carrefour ou Wal-Mart. E, atención ó dato, nesas reunións ten voz e voto unha empresa galega, TLR.

A empresa TLR é a única de toda España que foi requirida por EAN para participar nas sesións de traballo, que xa deron comezo en

Viena e San Francisco. A pregunta que se poden facer as persoas que vexan esta situación dende fóra é a seguinte: por que TLR? A resposta está, probablemente, na experiencia da firma TLR desenvolvendo sistemas de conectividade intelixente de datos, cos que se automatizan os procesos de xestión das empresas, procesos que obrigan a grandes investimentos de esforzos e tempo. É dicir: a experiencia de TLR normalizando produtos en sectores tradicionais como o da ferretería ou o da construción é a antesala, a menor escala, do que EAN quere universalizar con este proxecto, coñecido como GPC. Este, volvendo de novo ás cuestións que abrían este artigo, consiste en establecer un mesmo código para todos e cada un dos elementos do mercado que poden ser obxecto de transacción; trátase polo tanto dunha estandarización universal que é chave para que no futuro se poidan automatizar os intercambios de datos entre fabricantes, provedores e usuarios. Deste xeito, é probable que demos no cravo se chegamos á conclusión de que se trata da iniciativa máis ambiciosa (no seu eido) dende a posta en marcha do código de barras.

TLR: “A conectividade converte en prehistoria ó vello xeito de desenvolver as tarefas comerciais”

TLR está a traballar neste intre en desenvolvementos de envergadura que, malia ser doados de comprender unha vez que sen ven os resultados diante, corren o risco de non chegar ó lector se non se ofrecen distintas visións, puntos de vista alternativos ó do xornalista que fai chegar a información. Co fin de evitar isto, ata onde se poida chegar, convocamos a José Antonio Martínez Novás, presidente de TLR. Ó seu xuízo, non pode haber sinal de dúbida ó asegurar que a nova clasificación de produtos na que traballa a firma galega é dos proxectos tecnolóxicos máis importantes nos que puideron participar Galiza e España a nivel mundial. Martínez Novás axúdanos, ademais, a botar un pouco de luz sobre tódalas vantaxes que pode levar consigo a catalogación única e a conectividade intelixente que TLR promove. Para comezar (e non é un mal comezo), redúcense esforzos,

tempo de traballo e procuras de datos infrutuosas.

-Rematamos a introdución desta reportaxe cunha afirmación que, se ollamos cara ela marcando algo de distancia, semella unha especie de sentenza. Diciamos que é posible que a nova clasificación global de produtos na que traballades con GPC (no entorno de GS1) sexa a máis importante, no seu eido, dende o código de barras. A nosa pregunta para vós é: esaxeramos?

-Non é, en absoluto, esaxerado. No momento en que se complete a codificación de tódolos produtos, a información sobre eles poderá fluír de xeito moito máis rápido entre tódolos suxeitos intervinentes no mercado, isto é, tódalas empresas do mercado e o consumidor final. Para a conectividade intelixente de datos, que desenvolve TLR, esta codificación é un paso previo fundamental. De feito, sen esa normalización ou codificación previa, a conectividade de datos ten limitacións.

-Esta é outra cuestión que non podemos deixar de facer: por que vós? Por que GPC quixo contar coa vosa participación?

-Pola nosa experiencia neste eido da normalización. TLR leva seis longos anos traballando no desenvolvemento non só do seu sistema de conectividade de datos, senón na codificación de amplos sectores como os da ferretería e subministro industrial, que, como é ben sabido, teñen milleiros de referencias. A última nova a este respecto, e que teño a satisfacción de poder adiantarlle a Código Cero como primicia, é que a UNSPSC, organismo das Nacións Unidas encargado das clasificacións, vén de aprobar estes días catro novas propostas de TLR para a clasificación de senllos produtos xenéricos.

-Polo que puideros saber, xa deron comezo as reunións con esta organización, en varias cidades de Europa e América. Que nos podeades contar destas sesións?

-Estas reunións, con seren

importantes, no deixan de significar unha continuación dun traballo que se leva día a día, en interconexión permanente coas equipas espalladas por todo o mundo. Tivemos xa encontros en Viena e San Francisco, encontros que, claro está, axudan a avanzar e deseñar os programas de traballo a medio prazo. O contacto persoal sempre é necesario.

-Brevemente: en que medida axuda ás empresas este novo sistema de normalización e conectividade intelixente que TLR xa puxo en marcha en diversos sectores como o da ferretería ou o da construción?

-A normalización permite establecer un código que identifique de forma única a cada artigo. Coa catalogación única, vencellada á tecnoloxía de TLR, acontece algo que xa está a ser unha revolución nas procuras de produtos: redúcese o tempo dedicado e as pescudas infrutuosas. Os usuarios poden tamén dispoñer da información no seu programa de xestión ou web sempre actualizada. Deste xeito, se unha empresa ten as tarifas do seu provedor no seu programa, no momento en que sexan modificadas, actualizaranse de xeito automático na súa aplicación. En fin, a conectividade converte en prehistoria, dende o primeiro momento da súa implantación na empresa, ó vello xeito de prantexar ata agora as tarefas administrativas e mesmo comerciais.

-Como é posible que ata o de agora, a nivel internacional, non existe un sistema de estandarización de contidos no mercado?

-Existen, si, pero moi distintos. De aí o grande reto da GPC Global Product Classification: equiparar as distintas codificacións cando existan, e desenvolver as que non se teñan feito ata agora. Un proxecto de grande calado e no que estamos moi orgullosos de participar. A presenza de TLR na GPC é un exemplo claro e meridiano diso que se chama coñecemento e deslocalización. Dende España, dende Galicia, dende un recuncho, se queres, de Galicia, estamos no mundo cara a cara cos máis grandes.

Á hora de analiza-las webs das discográficas máis poderosas, as de máis sona como "Multis", decatámonos de certo dunha cousa. Malia teren un maior orzamento non son mellores cós "sites" dos selos independentes que analizabamos no anterior número de Código Cero. A orixinalidade escasea e nótase alarmantemente a globalización empresarial que está a vivi-la industria musical. Cada vez quedan menos discográficas grandes, e iso percíbese, enormemente, na súa plasmación virtual.

Imos comezar pola máis valorada, ao noso xuízo, claro está. Falamos de *Dro Atlantic* (www.droatlantic.com), nova denominación da primeiramente *indie Dro* e posteriormente *Dro East West*. A *home* de *Dro* ten un gran deseño: moi sinxelo, funcional e con un amplo abanico de opcións (audio, vídeo, descargas legais, logos, tons, foros, etc...) en definitiva, un luxazo se che gustan os variados grupos deste selo. Con todo, outro punto ó seu favor é o seu buscador, moi doado e completo. En moi poucos segundos podes atopar información de calquer: artista, grupo, banda sonora, etc... que se teña editado da man de *Dro*. Sen dúbida algunha, un exemplo para as demais *multis*. Anque todo o bo ten unha parte mala...o flash.



Como era de agardar, a *home* de *Warner Music* (www.warnermusic.com) é idéntica, en canto opcións á de *Dro*, e é que, aínda conservando os seus nomes, fusionáronse anos atrás. Ben que, o deseño de *Warner*, tamén en azul, é algo máis mesto e desordenado, en liñas xerais obtén un notable alto. Máis se cabe, se a comparamos con outras webs internacionais da filial musical de *Warner*, que deixan moito que desexar.



Como tamén deixan que desexar os sites de *Sony BMG* (www.click2music.es) e *EMI* (www.emmusic-spain.com). Teñen varias, demasiadas cousas en común. O primeiro de todo, é quizais un dos seus grandes erros, o enderezo en Internet. Nomes moi longos, difíciles de lembrar e pouco pegadizos que contrastan coa sinxeleza nominal das propias discográficas.



Podes tolear até atopar que www.click2music.es é *home* de *Sony BMG*. Ó igual que tras pasar por "Emis" de todo o mundo, por fin atopas, se tes sorte, a súa web española. Sigamos dando caña. Son pouco prácticas. A información é escasa e atopala convértese nalgo complexo. Pero aínda hai máis; poucas opcións e cando as tes, como no caso de *EMI*, están



desactualizadas, como a sección de videoclips. Non sexamos malos, porque tamén ten cousas boas. O site de *Sony*

SITES, MÚSICA E MULTINACIONAIS: DIÑEIRO IGUAL A CALIDADE?

BMG é mellor cá versión orixinal norteamericana (que xa é dicir!) e a sección de ligazóns de *EMI* é moi recomendable. Verdadeiramente, con webs así pódese entender en certa medida, porque a industria tradicional vai cara a onde vai.

Trala depresión dos exemplos anteriores, damos un xiro e voltamos a páxinas interesantes, aínda que a música que publican sexa comercial de máis ou



defecto salientable.

Non ocorre o mesmo con *Everlasting Records* (www.everlastingrecords.com). Un deses selos-distribuidores que está a medio camiño entre a independencia e o multinacional, aínda que máis preto do último. Polas características da discográfica e a súa nómina de bandas, prometía moito... pero que decepción. É moi moderna, mais moi pouco funcional, e o que é peor, está moi pouco actualizada. A súa tenda virtual é pésima, non lle recomendo a ninguén que descargue a súa revista electrónica en pdf... non dá máis que erros e de cando en vez bloquéache o computador.

Isto no que se refire a discográficas. Mais o binomio música e Internet dá para moito máis. Seguíde atentos a Código Cero, e por suposto escoitade música.

pouco atractiva. Se falamos de comercialidade, hai que falar de *Vale Music* (www.valemusic.com), un site que amosa á perfección o que vende: imaxe, simplemente imaxe. A discográfica que edita os traballos dos "triumfños", *Batukas*, recompilatorios do verán e demais estragos musicais, saben dar ós seus visitantes o que piden. O certo



é, que se che gusta este tipo de música, esta web será unha delicia para os teus ollos, xa que ademais de ser moi completa, é funcional e ten gran cantidade de información, así como unha completa guía de tódalas firmas de discos dos seus artistas, algo esencial para tod@s @s fans internautas. Amais, tenda virtual, vídeos, e fondos de pantallas, *microsites* especializados, etc... E como non, en cor azul. Por que predominará a cor azul?

Semellante a *Dro* e *Warner* é a *home* de *Universal Music* (www.universalmusic.es). Sinxeleza, bo deseño, gran cantidade de opcións e ningún

Rubén G. Pedrero é director e presentador de "Pase Vip", programa musical que emite Código TV de luns a venres ás 21 horas.



Adiviña que móbil traio

A Web ofrece cumprida información sobre o que nos depara 2006 en materia tecnolóxica



REDACCIÓN

Chega a hora (inevitable) de mirar cara adiante e albiscar, entre néboas de incerteza, o que nos vai deparar 2006 en materia de tecnoloxías da información. Que ninguén pense que é tarefa doada, o feito de prognosticar. Córrese o risco de caer en xeneralidades como a de dicir que en 2006 vai haber: guerras, catástrofes naturais, fame, emigración e cambios climáticos. Todo isto, por desgraza, xa se dá por sentado. Non, había que ir un pouco máis alá, até onde os nosos cerebros nos permitiran. Unha vez constatado o feito de que tampouco dabamos para máis, fixemos o que se adoita facer máis habitualmente nestes casos: mira-lo que din os outros. No eCuaderno abríusenos a mente, como tamén en Baquia.com e noutras páxinas e servizos que foron, hai días, coma xanelas ó futuro.

• **Web 2.0.** A fin das puntocom foi, acaso, o cambio de rumbo máis importante que experimentou a Sociedade do Coñecemento. Até que chegou ese outro fenómeno do que tanto se fala nos últimos meses: a Web 2.0. Se cadra a Web 2.0 non existe, e este artigo nunca debeu ser escrito, mais do que non cabe dúbida é de que os internautas de hoxe en día non son iguais cós de hai sete anos. Cambiaron. Medraron. Teñen máis experiencia, non aceptan todo o que se lles conta, non gustan da publicidade intrusiva, nin da falta de creatividade. Internet, que agora pode gabarse de ter programas que corren sobre ela (AJAX ou RSS), fíxose maior con nós e por iso precisamente apenas nos decatamos dos cambios. O internauta, agora, ten boca.

Aceptada polo tanto a etiqueta Web 2.0, seguimos co artigo.

Hai unha nova orde de cousas que non se pode negar. Falamos da Web 2.0 e ninguén se apercebe de nada. Agora ben, se falas de blogs, wikis

e redes sociais, a case todo o mundo se lle despejan os coñecementos. Os tres elementos son chaves para entende-la nova orde. Eses e máis o seguinte: hai unha revolución no teu computador, e tes o privilexio de non vivir de costas a ela. Non deixes que te chamen consumidor e lector pasivo, nesta nova era que, quizais non é tan nova, e non fai máis que reproducir vellos esquemas. Nunha entrevista, o galego Enrique Dans contounos que, ó seu xuízo, a blogosfeira (un dos motores da Web 2.0) é o reflexo electrónico da ágora grega, o espazo das poles onde todo o mundo se xuntaba para falar sobre: política, sociedade, cultura, etc. Non se trata dunha moda. Todo o mundo está a saca-las fotos do álbum e a pórllle etiquetas para clasificalas. Nisto consiste, a fin de contas, esta revolución. A gran diferenza de 2006 con respecto ás cousas que aconteceron neste ano que remata é que xa non nos vai chegar con ver e ler. Espallaranse as bitácoras de audio e as de vídeo, logo de que iTunes posibilite a sindicación a blogs a través de rich-media RSS.

• **Accesibilidade.** Se a poboación envellece cada ano, e isto é especialmente grave en espazos coma o galego, por que seguir facendo deseños en Internet para os máis novos? Por que tanto lume de artificio? A que vén tanta animación que só consegue engadir un palmo máis de fondura á fenda da diversidade funcional? A accesibilidade, que consiste en traballar a prol de facilitala navegación, vai ser un dos grandes asuntos de 2006. Será, máis ca nunca, unha necesidade fundamental e unha esixencia clara por parte das persoas que ditan as leis. De aí a supoñer que os deseñadores especializados en abrir webs con animacións terán que desaparecer ou reciclarse. Así de sinxelo. As letras e as iconas serán de meirande tamaño, e incrementárase o papel do branco na pantalla.



• **Bitácoras.** Segundo Xosé Luís Orihuela, a *blogosfeira* hispana xa é adulta. Deixa atrás as indecisións e o rumbo errático da mocidade para meterse de cheo na madurez. Os *bloguers* xa cumpriron dezaoito anos e xa se decataron de que o seu mundo non se limita á Internet. A *blogosfeira* afectará á realidade do mesmo xeito que esta lle serviu de fonte de inspiración. Haberá máis encontros, máis fotos, máis actividades na vida real que teñen o xermolo na rede de bitácoras. Os blogs, que tenderán a ser cada vez máis audiovisuais, recibirán maior número de achegas do mundo da publicidade. Isto fará que moitas gañen en calidade de imaxe e

deseño ou que, se cadra, perdan en frescura e espontaneidade. Aparecerá, polo tanto, a censura. A *blogosfeira* cambiará para sempre a cor das augas no xornalismo: xornalistas que serán *bloguers* e *weblogs* que funcionarán coma medios de comunicación. Conforme Orihuela, os medios de difusión tradicionais tratarán de perpetuarse alimentándose de bitacoreiros.



• **Google aberta.** Google, que comezou nas pequenas dimensións dun cuarto de estudantes, vaise convertendo no peor pesadelo das editoriais de enciclopedias (que ven reducidas as vendas porque todo o mundo acode a Google), un novo monopolio que se viste con prendas informais, case unha relixión. Dá vertixe tratar de contabilizar tódalas veces que alguén escribe "google" na barra de navegador nunha xornada. En Internet, hai xente á que lle tremen os xeonllos ó pensar até onde quere chegar Google, que xa prepara un navegador e un sistema operativo. Que ninguén se estrañe se o buscador sae da pantalla do noso computador. Detrás de Google, atendendo ós seus movementos, estarán moi preto: Yahoo! e (atención) eBay, que segundo Baquia.com vén con forzas renovadas tras ter adquirido Skype, o servizo de chamadas de balde por Internet.

• **Vendas en Internet.** O ano 2006 preséntase como máis axeitado có 2005 para mercar e vender por Internet. A previsión é que se desenvolvan todo tipo de ferramentas útiles para que o feito de mercar *on line* sexa unha operación cada vez máis doada. Baquia sinala que haberá que seguir de preto ó que poida saír de servizos como PayPal.

• **Fraudes en Internet.** Paralelamente ó anterior punto, as estafas en Internet chegarán a un estado de excelencia nunca antes percibido. Trátase, polo tanto, dunha cuestión de supervivencia: se as túas presas aprenden a correr máis cá ti terás que sacarlle punta ó teu maxín. Así, irán escaseando cada vez máis os correos de *phishing* con faltas de ortografía. Os ladróns serán, agora, de luvas brancas. Segundo McAfee, estará á orde do día o roubo de identidade, sendo os ataques en maior medida enfocados a través do uso de programas espía e ladróns de contrasinais. Prevé tamén un aumento dos troianos distribuídos pola Rede e que converten a un computador infectado nunha web de estafa electrónica para logo xerar correo lixo, co fin de que outros usuarios se dirixan a ese equipo ou sitio infectado.



• **Móviles doentes.** Agora que os nosos computadores están cada vez mellor blindados, que porta aberta lles queda ós subministradores de *malware*? A resposta está nos nosos petos. É dicir, no móbil. Segundo McAfee, 2006 será un ano decisivo para o incremento dos virus en teléfonos móbiles, que teñen o Talón de Aquiles precisamente na mellora das súas capacidades, agora que son quen de funcionar con sistemas operativos (como o Symbian). McAfee estima que o dano causado por este *malware* para móbiles sexa máis amplo que o desencadeado polas ameazas que hoxe entran nos computadores persoais. Por que se dá este fenómeno? Moi sinxelo: porque ningunha protexe o móbil. "Unha ameaza móbil enfocada cara a varios sistemas operativos pode infectar de xeito simultáneo até a 200 millóns de terminais intelixentes conectados, xa que a meirande parte destes dispositivos non conta con protección algunha", sostén McAfee.



• **Wi Fi.** Agora que Martín Varsavsky quere facer de España un gran acceso Wi Fi, libre e compartido, é hora de face-lo seguinte prognóstico, sen temor a trabucarnos: o Wi Fi estará en boca de todos. E atención a Santiago, que á comunidade Compostela Wireless non hai quen a pare até que acaden rematar coa fenda tecnolóxica na capital galega e arredores coa fórmula do Wi Fi. Segundo Xosé Luís Orihuela, a xente comezará a ve-lo acceso sen fíos coma un dereito e non coma un servizo máis, e as institucións e as empresas que queiran atraer a xente innovadora empregarán o Wi Fi como reclamo.



• **Windows Vista e software de código aberto.** Sobre o Windows Vista hai opinións para tódolos gustos. Hai quen di que será un bombazo e hai quen asevera que terá un éxito moi relativo, e quen non poderá ser doutra maneira, agora que hai máis usuarios que deciden probar sorte con sistemas operativos alternativos, sobre todo código aberto.

Os días pasados foron días de colleita. De colleita de prognósticos tecnolóxicos. Nada máis comezar 2006 fixemos referencias a algunhas das máis importantes previsións da Sociedade do Coñecemento e logo Miva, firma provedora de servizos *on line*, púxonos ó tanto dunhas cantas máis. E non se pode dicir que quede na superficie da cuestión, anunciando o incremento do número de internautas ou outros asuntos que xa se dan por descontados. Por exemplo, dicir que no 2006 podería darse a fin da facturación das chamadas telefónicas, tal e como a coñecemos, é semellante abondo ó feito de mollarse. Se non se cumpre, alguén lles pode turrar das orellas, máis iso é parte do xogo, non?

Wimax medra e medra. Miva aposta nas súas predicións polo Wimax. Internet de alta velocidade en calquera curruncha da nosa cidade e accesible a través do PC ou o móbil. En Galiza hai empresas que tamén están a apostar forte por esta tecnoloxía (Wimaxgal, por poñer un exemplo). Segundo Miva, 2006 podería se-lo ano deste tipo de accesos nas cidades españolas, con redes de 50 quilómetros de cobertura. Cómpre lembrar que o Wimax (do inglés *Worldwide Interoperability for Microwave Access*) é un sistema de transmisión de datos sen fíos, ideal para os espazos urbanos, que posibilitan velocidades de até 70 Mbps e que fai uso da tecnoloxía LMDS.



A fin da facturación das chamadas telefónicas? Miva faise a si mesma e ao mundo a seguinte pregunta: que ocorre cando a accesibilidade e a capacidade das redes de acceso a Internet melloran tanto que permiten a boa transmisión de voz sobre IP (VoIP)? Canto se pode soste o método actual que empregan as operadoras para cobrarlle as chamadas ós seus clientes? Para Miva, a resposta é sinxela abonda: non se soste máis no tempo do que dura 2006. A voz sobre IP debería (sinalan) comezar a empregarse de forma masiva nalgún momento deste ano que arrinca, tanto a través do computador como do teléfono móbil con conexión a Internet. Deste xeito, habendo como hai a posibilidade (mellor dito: realidade) de facer chamadas de balde pola Rede, *“a factura telefónica mensual será unha lembranza do pasado, ó tempo que se abrirá un modelo de negocio, totalmente novo, baseado en móbiles VoIP”*. Ademais, Miva sostén que a voz sobre IP podería mudar o contido e, sobre todo, o continente das mensaxes que as

Miva

di que 2006 será o ano da fin da tarificación actual das operadoras

empresas lles envían ós clientes. É dicir, poderían proliferar nas páxinas web das empresas anuncios integrados a ligazóns de VoIP que, con facer un clic, permitan falar directamente coa empresa. Sería algo así coma poñer dous vehículos a circular pola mesma vía (Internet e o teléfono), co obxectivo de beneficiar ós usuarios e a interactividade mesma.



Non máis fallos de cobertura! Os fallos de cobertura non importan demasiado cando nos chama alguén moi pesado (unha enquisa da nosa operadora, ou unha campaña de promoción), mais si que amolan, e tanto, cando o que escoitamos nos interesa. Miva di que coa chegada dos teléfonos híbridos rematarán os xa cansinos fallos de cobertura. Estes aparellos fan uso de diversas tecnoloxías, non só do sinal estándar do que nos beneficiamos (?) todos neste intre. Por exemplo: Wi Fi ou Wimax. Este proceso de converxencia apresurará a chegada dese momento do que xa tanto se fala, e no que o móbil e o PC aparezan, perante os nosos ollos, coma unha única cousa.

Máis vídeo no móbil. Se a tecnoloxía móbil mellora, e tamén as capacidades destes aparellos, é lóxico que as empresas vexan aí oportunidade de mercado. Conclusión: haberá máis contidos audiovisuais nos nosos aparellos, sobre todo: novas e videoclips.

A fin do iPod. Comeza unha das predicións de Miva do seguinte xeito: *“En 2006 o iPod podería estar acabado”*. Non deixa de ser curiosa esa suposición, e

levemente apocalíptica, agora que este reprodutor de música portátil con disco duro (da casa Apple), aparece en case tódalas listaxes dos desenvolvementos tecnolóxicos máis salientables dos últimos anos. É dicir, por que chega xusto agora a fin de iPod cando se atopa tan comodamente no cumio da onda? Morre de éxito? Miva di que non se trata exactamente diso. É dicir: non desaparece a marca, senón o aparello en si mesmo. Finar para renacer. De feito, podería ser substituído por ferramentas que non só permiten escoitar música senón navegar en Rede, enviar e-mails e obter fotos. Tamén se empregarán para facer chamadas telefónicas. Polo tanto, estaríamos perante algo que non é un teléfono, nin un reprodutor de música, nin unha cámara, senón todo á vez. Algo novo, que non ten nome, pero que xa dende aquí, dende Código Cero, chamamos unha vez *“navalla suíza tecnolóxica”*.



Como gañar cartos co teu blog e non esmorecer. Segundo Miva, a blogosfera fai recibir un novo pulo, logo do moito que medrou en 2005. A axuda vai vir da man dos avances do RSS, que levarán a Internet a un nivel meirande de personalización. *“O ano 2006”,* sostén Miva, *“pode ver a chegada de novo software que posibilite ó usuario ter un control absoluto do que ve e de cómo o ve, a través de Internet, correo electrónico ou teléfono móbil”*. Ademais, en 2006 teremos a posibilidade de gañar diñeiro co contido que desenvolvamos, xa sexan artigos ou vídeos que editemos.



Navegacións Cotiás



Manuel Gago
magago@usc.es

XML, RSS e outras herbas

Un dos grandes achados da rede permanece no anonimato para o gran público: é o XML. Por suposto, se o lector é un usuario avanzado de Internet, ou traballa no negocio, coñecerá ben os usos do EXtended Markup Language. Trátase dunha sinxela linguaxe de representación de datos que vale, basicamente, como esperanto, como lingua de intercambio para que máquinas diferentes poidan intercambiar datos entre si. Aplicacións prácticas: cando comezaron a publicarse as versións dixitais dos xornais, ao principio había un pobre bolseiro na sala de servidores da redacción pasando do servidor do periódico en papel ata a edición dixital, unha por unha, as noticias. Imaxínade toda unha noite así: Ctrl+C, Ctrl+V, Ctrl+C, Ctrl+V...;horror! Crédeme: coñezo a máis dun ao que o chollo lle cambiou a vida. Afortunadamente, as tecnoloxías mudaron para ben, e as redaccións dixitais agora incorporan os contidos do periódico de cafetería con rapidez e fidelidade. Este era só un caso dos problemas de interconexión entre software, a maior parte deles motivados por cuestións de vil metal e compañías xogando ao monopolio, á hexemonía, e confiando, como Godzilla, en aniquilar ao contrario para ficar con todo o pastel.



Por sorte, estamos largándonos deses maqueta serie B de Hollywood. Na nova década, as compañías de software deixaron de empregar esa mentalidade de caudillo prusiano á hora de deseñar as súas aplicacións e xa prevén flexibles fluxos de importación de datos dentro dos seus sistemas. O XML, e varios formatos similares, son os cimentos prácticos deste cambio de mentalidade: non gañan os que pensan en pechar o mundo con todos dentro, senón os que son capaces de vincular a máis cousas entre si.

Vén todo isto a conto porque teño que recoñecer que estou adicto aos fluxos RSS. Xa saben, trátase de ficheiriños de novidades dun sitio web aos que un se conecta dende navegadores, como Firefox, aplicacións web, como Bloglines ou dende programiñas de lectura RSS que instalas no teu navegador. Estes ficheiros actualízanse por si sós na aplicación que empregues, co cal sempre dispós do último dunha web sen necesidade de visitala. E de súpeto, o teu horizonte temporal amplíase, tomas unha perspectiva divina das cousas e te descubres controlando, a golpe de rato, a información producida por centos de medios, blogs, webs administrativas, etc.

Os RSS están volvendo tollos a moitos xornalistas desta banda tecnolóxica da profesión. Nos congresos non se fala doutra cousa. E nos blogs especializados o fenómeno vívese como unha ampliación dos horizontes para o xornalismo. Sen embargo, a súa acollida pública é máis ben morna. Dende que El País distribuíu o seu lector RSS *Extra!*, multiplicou o número de accesos ao sitio, pero coa paradoxa de que moi poucos usuarios descargaron realmente o programa. Moralexa: os usuarios fieis fanse aínda máis fieis se melloras a súa canle da información. Pero máis posibilidades técnicas non significan necesariamente máis usuarios. E moitas veces, nin sequera máis contido.

Pero mentres, deixádeme seguir infoxicándome coa lectura simultánea dos meus 40 blogs favoritos.



Publicidade das puntocom

David Lombardía
david@elvilmetal.com

En varias ocasións tratamos, desde estas páxinas, ó sector da publicidade en Internet. Porén, nesta ocasión imos a ocuparnos da publicidade das empresas da Rede.

Ano 2000: Atopámonos en plena efervescencia da febre das puntocom. Enormes -en contía- fondos de capital risco invisten millóns no lanzamento de novas achegas, e o mercado publicitario está que arde. As empresas, recién creadas, contan na súa maioría con xenerosos presupostos para darse a coñecer, e así, as *dotcom* toman os medios clásicos. Os novos portais, buscadores, bancos on-line e webs de lecer pódense ver a miúdo nos mellores espazos da televisión, nos xornais de maior tirada e nas revistas máis vendidas, amén de nas varias publicacións especializadas no sector que xurden paralelamente. Meses despois, a presenza de novas tecnoloxías nos medios masivos comezaría a decaer, como sinal das *vacas fracas* que se aveciñaban.

Desde entón, ten resultado complexo voltar a ver algunha *puntocom* neste tipo de medios de comunicación. Na actualidade, as empresas con Internet, como alicerces de negocio, manteñen un esquema de investimento publicitario notablemente

distinto ao de fai pouco máis dun lustro. En xeral, apóstase polo investimento dentro do propio medio, o marketing directo e as campañas por resultados, complementándoo, nalgúns casos, con publicidade en medios especializados e dereita á canle. Non se trata, como recoñecen os responsables dalgunhas empresas do sector, só dunha decisión derivada da falta de orzamento para asumir os custos que supoñen as campañas en medios como: a televisión, a radio ou a prensa impresa, senón que isto é froito dunha determinación estratéxica derivada da análise das taxas de retorno do investimento para as diferentes canles.

Isto non ten por que significar que a anterior deliberación de recorrer a medios coma a televisión fose errónea, senón que a situación é diferente. “Os nosos servizos diríxense cara a un consumidor que xa é internauta, polo que se nos centramos nun medio que non sexa este, estaríamos desaproveitando unha alta porcentaxe do noso investimento”. De certo, as posibilidades de segmentación que ofrece Internet, semellan ser unha das principais razóns que empurran a moitas empresas do sector a non saír do medio para dar a coñecer os seus produtos e servizos, mais non son as únicas. Outra das razóns posibles -e que á vez incorren no alto custo dunha campaña

neles- é a saturación que amosan algúns medios e soportes -especialmente a televisión- e que ten levado a algúns anunciantes *tradicionalis* a abandonar ou reduci-la súa presenza neles, tal e como anunciou no Reino Unido a marca de cervexas Heineken, que malia non reduci-rem o seu investimento publicitario, decidiron restrinxi-la súa aparición na televisión en favor doutras alternativas publicitarias como: o marketing directo ou o *marketing de emocións*, así como dunha maior presenza en medios especializados e noutros soportes. En definitiva, segmentación.

Aínda que, mentres algunhas empresas “tradicionalis” abandonan os medios de masas, algunhas tecnolóxicas retornan a eles, atraídos pola que, ao mesmo tempo que o hándicap que esgrimen moitos anunciantes, de seguro sexa a súa maior vantaxe: a capacidade de impacto masivo. Unha delas é DELL. A compañía de venda directa de computadores e artigos tecnolóxicos está a complementa-las súas coñecidas campañas en: revistas especializadas, internet e marketing directo con spots na televisión. En troques, non renuncia a algunhas das técnicas habituais en Internet, como é o seguimento das campañas. Así, no lugar de realizar unha campaña *xenérica*, nos seus spots promociónanse uns produtos e remítese para a súa compra a unha web específica (*dell.es/tv*), que permite á compañía analiza-los retornos da inversión publicitaria. Este tipo de estratexias de seguimento son empregadas por máis anunciantes, bancos, empresas de formación a distancia, aseguradoras e outras empresas, co teléfono como canle de contratación. Nese caso, a técnica é a de

publicitar diferentes números de información e contratación para diversos soportes, permitindo isto coñecer-lo ROI publicitario. Semella claro que nun contexto no que o orzamento para a publicidade ten que ser, amais de limitado, efectivo, cada euro investido debe ser obxecto dunha análise en profundidade, de xeito que recorrer a medios de alcance masivo mais baixa segmentación é desexable cando a campaña ou o produto van dirixidos, precisamente, ó “gran público”. De maneira que, as empresas que ofrecen servizos de acceso a Internet (tarifas planas, bonos e accesos no seu día, banda ancha agora) non cesaron de recorrer nunca aos medios *tradicionalis*, como fixeran os portais e as webs que ofrecían servizos ó internauta. Quizais por iso sorprende a moitos que dúas das maiores webs de *contactos* lanzaran, recentemente, senllas campañas de publicidade con spots, nalgúns dos horarios máis disputados das principais canles de TV españolas. Parece que tras encher a rede -e algunhas publicacións impresas- de anuncios, e tornar a estratexias de marketing de guerrilla e marketing viral (seguro que ten lido ou visto nalgún xornal ou telexornal algo sobor as enquisas quedada, ou da iniciativa do “día do solteiro”, coas que estos portais levan acadado publicidade sen custo) agora Meetic e Match lánzanse a tentar conquistar, entre o gran público, ós seus novos usuarios -solteiros que andan na busca de parella e pagan unha cantidade mensual polos servizos destes portais- mediante a televisión. E é que algúns, como en pleno 2000, aínda teñen cartos para gastar e algo que dar a coñecer tanto ós que están “enganchados” coma ós que non.



Atlantimag

100, 250, 500

Del 9 al 12 de Febrero/06 II Feria Internacional Galaico-Portuguesa de Fotografía, Vídeo e Imagen Digital

II Congreso Internacional de Fotografía y Vídeo 9 y 10 de Febrero/06

JUEVES, 9

09:30 h.
Entrada de documentación
en el Pabellón I.

10:00 h.
Taller Fotográfico:
"Gestión de color aplicada
a la fotografía digital"
"Gestión de calidad en laboratorio"
Patrocinado por BOY-FOTOCOLOR

12:45 h.
Pausa - Café

13:30 h.
Visita a expositores

14:00 h.
Comida
Lugar: Restaurante de visitantes

14:30 h.
Visita a expositores

16:00 h.
Ponencia:
"El color en la fotografía"
Ponente:
D. Mauro Barbaño
Thalia



VIERNES, 10

10:30 h.
Ponencia:
"El sentimiento de la luz andaluza"
Ponentes:
Cristina y Antonio
Yoon Fotografías - Sevilla

12:30 h.
Pausa - Café

12:30 h.
Visita a expositores

14:00 h.
Comida
Lugar: Restaurante de visitantes

16:00 h.
Ponencia:
"La fotografía vista por Javier
Lemus"
Ponente:
D. Javier Lemus
Fotografía

18:00 h.
Clausura del Congreso
y entrega de diplomas

19:30 h.
Visita a expositores

22:00 h.
Cena de Gala - Ponencia:
"Una vida en el mundo de la
fotografía aplicada a los fotógrafos"
D. José M. Santos
D. Ernesto Sobrón (padre)
Lugar: Hotel

Organizadores:



Colaboradores



FEIRA INTERNACIONAL DE GALICIA 36540 SILLEDA - Pontevedra - Tel: 986 577000
atlantimag@feiragalicia.com - www.feiragalicia.com



NETCLUB FAVORECETE MOITO.

Abre a túa Conta Xove Netclub, pide a túa Tarxeta Visa Electrón Netclub gratuita e leva este bolso bandoleira de agasallo*.



Participa
no sorteo de
10 PSP**
(PlayStation Portátil)



* O prazo de entrega non poderá ser superior a 15 días hábiles.
 ** Participación limitada a 1.000 unidades.
 Participación exclusiva para clientes que soliciten a súa primeira tarxeta Caixa Xove Netclub e unha Tarxeta Visa Electrón Netclub.
 - Tarxeta de depósito obrigatorio.
 - Data límite presentación: 28 de xuño de 2006.
 - PROMOCIÓN VÁLIDA DE LUNES A VIÑEAS DE 10 A 20 ANOS.



902 12 13 14
www.caixagalicia.es/netclub



GALICIA NAVEGA
VISITA AL MENOS A VECELA SEMANA



CAIXA GALICIA