

# Código Cero

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

NÚMERO 46 Xuño/XULLO 2006 • PREZO 1€

## Maletas en liña

O turismo xa non se entende sen Internet



**A eclosión do vídeo na Rede**  
Queremos algo máis que texto

**Party Celanova 2006**  
Encontros informáticos no claustro

**Libreiros computerizados**  
*84 Charing Cross Road Punto Com*

**Análise de blogs e contas  
de correo dos deputados**  
Bitácoras desaproveitadas



*Sentímonos parte dela*



**25 de Xullo,**  
**Día de** *Galicia*



XUNTA DE GALICIA  
PRESIDENCIA  
Secretaría Xeral de Comunicación



## 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)

### Colaboraron neste número:

Manuel Pan, David Lombardía,  
Eva Campos, Patrica Calveiro,  
Raquel Noya, Manolo Gago,  
Fernando Sarasquete e Marcus  
Fernández

### Supervisión lingüística:

Sonia Pena.

### Fotografía:

Adolfo Enríquez Calo, Joferra.

### Edita:

Grupo Código Cero Comunicación  
UNINOVA.  
Políg. Ind. do Tambre Vía La  
Cierva, s/n (recinto Mercagalicia)  
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 46

### Xuño / Xullo 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...



Que pasaría cos internautas afeitados xa a facelo todo na Rede se, de súpeto, descubriren que Internet chegou á súa fin? E que pasaría cos usuarios de teléfono móbil que non imos a ningún sitio sen o noso terminal, obxecto fiel que poñemos enriba da mesa das cafeterías como se fose unha tarxeta persoal, algo que fala por nós máis ca nós mesmos (en breve escoitaremos falar xa de Xanciño o do Nokia 6131 ou de Manuel o do Nec N3431)? Para comezar: é moi posible que moitos de nós non soubésemos que facer coas novas vacacións. Hoxe en día, tal e como reflectimos nas páxinas centrais deste número 46 de Código, o turismo vai tan estreitamente cinguido ás ferramentas de Internet (e tamén, paseniño, ós móbiles) que o segundo xa semella un apoio especialmente deseñado para o primeiro. Programar viaxes,

mercar billetes de avión, tren ou autobús, reservar aloxamento, ver fotos, visitar guías, facernos con prazas para os concertos: a listaxe de posibilidades é ben ampla e a todas aquelas empresas do sector que sigan na teima de continuar coa mesma liña de negocio ca hai 20 anos só lles podemos dicir unha cousa: coitadiños. Mais, queda alguén de verdade no negocio das vacacións que teña posibilidades de ser competitivo nun mundo no que até confiamos no Google para que nos recorde o noso apelido en caso de esquecelo? No especial sobre turismo de catro partes que incluímos nas páxinas centrais desta revista falamos sobre estes e outros temas semellantes, incluíndo un aquel de reflexión, non moito, porque as mensaxes e as chamadas de compañeiros e amigos que xa están de vacacións (previamente pasando por Inter-

net, claro), non nos deixan moita marxe para a concentración, mais si para a envexa, a carraxe, o desprezo e outros “fermosos” estados de ánimo laborais.

Conclusión: a oferta de viaxes *off line* é un animal en extinción. Ollade para el agora, se tendes algún preto, antes de que desapareza.

Mais non só de turismo vive o internauta nestas datas, verdade? Hai máis cousas nas que pensar, nos meses de xullo, agosto e setembro... hai máis cousas?

Si, si que as hai, recoñezámolo. Por exemplo: nos libros. Tendo en conta isto, que xuño, xullo, agosto e setembro son os meses nos que máis se le, incluímos nesta revista unha reportaxe de natureza práctica (por dicir algo) sobre a que portas podemos ir chamando se non vivimos preto dunha librería tradicional ou se andamos

á procura de rarezas bibliográficas. E xa que falamos de rarezas, tamén poderedes atopar nestas páxinas as acostumadas reportaxes sobre o máis curioso de Internet (desta vez, colleita de xuño de 2006, que resultou farturenta abonda) e sobre as e-bitácoras que máis nos gustaron.

Igualmente, reservamos tres páxinas para un especial sobre os formatos de vídeo na Rede (pensemos no éxito do servizo Youtube, ou das súas versións porno que se están a rexistrar estes días), cada vez máis demandados e visitados, agora que o ancho de banda permite máis xogo e que xa non nos conformamos con textos longos na pantalla que acaban por estragar a pouca capacidade de visión que nos quedaba, animalíños como somos, perante a pantalla do PC, tan dependentes xa da nosa ama a tecnoloxía.

## sinatura convidada

Máis de 100 blogs nos andeis da Blogoteca, Manuel Pan, xerente de Abertal **4**

## novas

Resumo de actualidade de e-comercio e de empresas relacionadas coas novas tecnoloxías **6**

## reportaxes

O Mosteiro de San Salvador acolle a partir do 7 de agosto a nova edición da Celanova Party **10**

Onte e hoxe das novas tecnoloxías: facemos unha viaxe no tempo ó día no que “naceu” o primeiro internauta **12**

O 91,67% dos deputados galegos do Congreso conta e-mail mais ningún con blog **13**

A realidade virtual, mellor cá ficción **14**

Especial turismo e Internet: Viaxes en liña, evasión de currantes **15**

Especial turismo e Internet: Da tixola ó lume (web galegas sobre gastronomía) **16**

Especial turismo e Internet: O Machu Picchu e máis Galiza enteira, con ollos panorámicos **17**

Especial turismo e Internet: Galeguizando o turismo na Rede **18**

Especial vídeo en Internet: A eclosión do vídeo na Rede **19**

Especial vídeo en Internet: Éxitos encadeados **20**

Especial vídeo en Internet: Os vlogs **21**

Entrevista con Noa Orizales, responsable da empresa galega de teleformación Contidos Dixitais **22**

Innovación galega, facendo reconto **23**

Celme de blog, viaxe de verán pola blogosfera **24**

A Consellería de Innovación aposta pola navegabilidade na súa nova web **25**

As licenzas de TDT non convencen a todos **26**

Librarías en liña: opcións para lectores con pouco tempo de lecer **27**

Científicos sentan os alicerces dun manual de ética para robots **29**

As empresas dos Estados Unidos, á caza do empregado internauta **30**

## nova economía

Volven os anxos: os investigadores regresan ó sector **28**

**Manuel Pan**

xerente da empresa galega Abertal

## A Randeira



## Máis de 100 blogs nos andeis da Blogoteca

Con motivo da posta en marcha hai uns meses da Blogoteca \_servizo público de bitácoras feito ten Galiza\_ e, sobre todo, por ter superado xa á liña dos 100 blogs creados polos internautas, pedímoslle a Manuel Pan, xerente da empresa galega Abertal (con sede en Carballo), que fixese balance de todo o conseguido. Pan, malia ser estas unhas datas nas que debería estar prohibido pedirle a calquera traballador que fixese balance dos seus proxectos, tivo a paciencia de escoitarnos e, sobre todo, de botarnos unha man.

Aquí tendes, polo tanto, o seu repaso persoal da Blogoteca, un servizo que permite a creación de blogs de balde, de xeito sinxelo e incorporando tutoriais de uso, non precisándose ningún coñecemento de HTML ou programación.

Máis de 100 blogs ocupan xa os andeis da Blogoteca, o que pon de manifesto o apoio dos internautas galegos ao primeiro sistema de blogs feito en Galicia e en galego. Trátase dun sistema de balde e sinxelo, aberto ás ideas e ás propostas da comunidade que nel se vai creando, con tutoriais de emprego, e un servizo de consultas disposto sempre a axudar aos usuarios no que sexa preciso. Ademais de xente que xa tiña a súa bitácora persoal noutros servidores e decidiu trasladala aproveitando o servizo de mudanzas da web; van aparecendo, paseniño, novos blogueiros que descubren que a idea de ter unha páxina en Internet na que poder compartir as súas inquedanzas, presentarse ao mundo, e compartir experiencias con outras persoas, non implica a necesidade de ter coñecementos previos de informática nin de dispor de moito tempo de lecer.

Pero non estamos a falar só da Blogoteca como fenómeno a nivel individual, xa que son moitas as asociacións que decidiron empregar este medio como xeito de ter a súa propia páxina web. E, recentemente, tamén o proxecto de investigación *Os nomes, as voces e os lugares* \_enmarcado na programación que a Consellería de Cultura e Deporte vai desenvolver arredor do Ano da Memoria\_, entrou a formar parte da Blogoteca.

Podemos velo en [www.blogoteca.com/memoriaguerracivil](http://www.blogoteca.com/memoriaguerracivil)

Coa mesma temática aparecera xa con anterioridade a Autoestrada da Memoria e, sen deixar de falar de historia, atopamos a web dos dos compoñentes dos míticos Voces Ceibes, *Benedicto García Villar* ([www.blogoteca.com/chiscandounollo/](http://www.blogoteca.com/chiscandounollo/)).

Musicalmente, é máis que recomendable a lectura \_e escoita\_ de *De Sons* ([www.blogoteca.com/desons/](http://www.blogoteca.com/desons/)), a *Musicoteca* ([www.blogoteca.com/musicoteca/](http://www.blogoteca.com/musicoteca/)), a web do *Urbanx Festival hip-hop 06* ([www.blogoteca.com/urbanx/](http://www.blogoteca.com/urbanx/)), *Just for one day* ([www.blogoteca.com/justforoneday/](http://www.blogoteca.com/justforoneday/)), *Cabo Norte* ([www.blogoteca.com/cabonorte/](http://www.blogoteca.com/cabonorte/)), e *Sonoridades* ([www.blogoteca.com/sonoridades/](http://www.blogoteca.com/sonoridades/)), esta última centrada na música portuguesa e escrita por Sara Vidal, actual vocalista do grupo Luar Na Lubre.

No eido da lingua e a literatura están *Falamos Galego* ([www.blogoteca.com/falamosgalego/](http://www.blogoteca.com/falamosgalego/)), *En galego3.0* ([www.blogoteca.com/engalego30/](http://www.blogoteca.com/engalego30/)), *Colegas do galego* ([www.blogoteca.com/colegasdogalego/](http://www.blogoteca.com/colegasdogalego/)) ou o *Cartafol do gardalivros* ([www.blogoteca.com/gardalivros/](http://www.blogoteca.com/gardalivros/)); o espazo do filólogo *Xosé Manuel Varela* ([www.blogoteca.com/xmvarela/](http://www.blogoteca.com/xmvarela/)); unha recompilación de *Verbas galegas* na web co mesmo nome ([www.blogoteca.com/verbas/](http://www.blogoteca.com/verbas/)) e igualmente en *O Refraneiro* ([www.blogoteca.com/orefraneiro/](http://www.blogoteca.com/orefraneiro/)), páxina actualizada diariamente que conta, ademais, con ditos, expresións, e refráns da nosa terra; unha selección de *Lendas de Galiza* ([www.blogoteca.com/lendas/](http://www.blogoteca.com/lendas/)); ou os *Contos de Xallas* ([www.blogoteca.com/contodexallas/](http://www.blogoteca.com/contodexallas/)).

Tamén temos que destacar o *blog do SOSI* (Servizo de Orientación en Solidariedade Internacional que podemos ver en [www.blogoteca.com/blogdososi/](http://www.blogoteca.com/blogdososi/)) e outras webs comprometidas coa *cultura* ([www.blogoteca.com/gztivas/](http://www.blogoteca.com/gztivas/)), o *medio ambiente*

(vémolos en [www.blogoteca.com/pesmelle/](http://www.blogoteca.com/pesmelle/)); o blog dun *biovicultor de Valdeorras* (visitable en [www.blogoteca.com/manueldocampo/](http://www.blogoteca.com/manueldocampo/)), o *dun rapaz de tres meses* (podemos velo en [www.blogoteca.com/mariofernandezperez/](http://www.blogoteca.com/mariofernandezperez/)), unha *guía de pinchos* e rutas de tapeo de tipo tradicional ([www.blogoteca.com/depinchos/](http://www.blogoteca.com/depinchos/)); ou de temáticas tan variadas como *Vai de tendas*: [www.blogoteca.com/qgesteam](http://www.blogoteca.com/qgesteam) *A bola extra*: [www.blogoteca.com/bolaextra](http://www.blogoteca.com/bolaextra) *Todo a vinte pesos*: [www.blogoteca.com/todoavintepesos](http://www.blogoteca.com/todoavintepesos) *A Randeira*: [www.blogoteca.com/arandeira](http://www.blogoteca.com/arandeira)

Estes e moitos outros blogs aparecen tamén indexados na web de [www.blogalego.com](http://www.blogalego.com), coa que a Blogoteca chegou a un acordo de colaboración. Esta experiencia estalle a servir á nosa empresa, Abertal, para desenvolver novos servizos, e sobre todo, levar á práctica novas ideas xurdidas do noso departamento de I+D, que, a verdade sexa dita, está a pasalo xenial con este proxecto.

Por último, cómpre subliñar que o punto que máis salientan os usuarios da Blogoteca, e que o diferenza dos grandes sistemas de creación de blogs, é o da atención que lle estamos a emprestar aos usuarios, tarefa que desenvolve a directora do proxecto, Raquel Gamallo, máis coñecida polo seu proxecto [www.ghastapista.com](http://www.ghastapista.com)

### Datos técnicos da Blogoteca

As características coas que contan os blogs creados na Blogoteca son:

- Artigos con ligazóns e imaxe asociada.
- Artigos destacados.
- Ligazóns permanentes aos artigos.
- Clasificación dos artigos por categorías.
- Comentarios por artigos.
- Arquivo automático por meses.
- Ligazóns a outros blogs ou páxinas de Internet.
- Posibilidade de personalizar o idioma do blog.
- Deseños predefinidos adaptables.
- Buscador integrado.
- Sindicación RSS 2.0





## A Cámara de Comercio de Vigo presenta o seu propio Viveiro Virtual para novas empresas



O servizo de Viveiro Virtual da Cámara de Comercio de Vigo acaba de presentarse como unha ferramenta para o asesoramento especializado para a creación e desenvolvemento de ideas de negocio ás empresas que se admitan como *viveiristas* durante un período máximo de 3 anos.

Deste xeito preténdense incrementar os servizos ás empresas que pola a súa actividade precisen de ser habilitados en zonas comerciais ou outros enclaves que non lles permitan instalarse no viveiro físico da Cámara de Comercio viguesa. Co novo servizo a Cámara colaborará cos emprendedores asesorándoos sobre o desenvolvemento do seu Plan de Empresa, na busca de subvencións e axudas e realizando un seguimento da evolución da idea de negocio, organizando tamén accións conxuntas de intercambio de experiencias e foros onde as empresas poidan compartir coñecementos. O Viveiro físico da Cámara inaugurouse en xaneiro de 2005 e conta con 19 despachos ocupados por pequenas empresas de servizos, cunha demanda moi superior á oferta, polo que a necesidade da plataforma virtual era evidente, servindo tamén para desenvolver novas oportunidades de negocio en sectores económicos emerxentes como o das novas tecnoloxías.

## As webs dos Concello de Santiago, Vigo e A Coruña, entre as vinte primeiras na listaxe de El País

El País recolleu o pasado xoves 13 unha información que é unha boa nova para os Concellos de Santiago, Vigo e A Coruña e: as súas webs están entre os vinte primeiros postos do ranking de páxinas municipais que vén de elaborar o devandito xornal. Isto que significa? En liñas xerais, que as tres webs subiron chanzos este ano para poñerse entre as mellores de España. No dito estudo, a de Compostela ocupa o oitavo lugar e destaca por ser un dos doce portais desta índole que cumpren coa nova lexislación de accesibilidade das administracións públicas emitida o primeiro de ano. Tamén é salientable a web de Santiago por non conter erros, segundo o informe de El País, un requisito non sempre cumprido pola maioría destas páxinas. Os municipios de Vigo e a Coruña destacan no undécimo e duodécimo posto, respectivamente, no ranking, o que tampouco está nada mal. A páxina de Lugo atópase nunha mediocre sesaxésima novena posición, mentres que as de Pontevedra e Ourense localízanse entre as catro peores do estudo (Isto si que xa é máis preocupante).

Na radiografía que o xornal fixo das páxinas oficiais das capitais de provincia e as cidades de máis de setenta e cinco mil habitantes, comprobamos que o acceso ós datos administrativos que dispoñen os Concellos dos cidadáns non se está a aplicar na ampla maioría das webs municipais. Outros déficits achados nos servizos que pola Rede se están a emprestar son os seguintes:

- Baixo índice de resposta as consultas cidadáns
- Precariedade da tramitación electrónica que só é viable no 39 por cento dos casos.



A páxina web de Santiago



O portal de Vigo quedou no posto 11 da clasificación



O site da Coruña tamén foi especialmente valorado

# BARCODA MEMORIA

percorre a costa galega coa exposición itinerante

## OS MÁRTIRES DO MAR

a represión franquista contra os mariñeiros galegos

vapor hidria segundo do 17 de xullo ao 6 de setembro (inclúen diferentes actividades en cada porto)

Xullo	Agosto	Setembro
17   18   19   Cambados	2   3   4   A Illa de Amusa	1   2   3   Vigo
21   22   23   Moaña	5   6   Rianxo	4   5   6   Vilagarcía
23   Homenaxe Nacional ás Vítimas da Represión en San Simón.	7   8   Cabo de Cruz	
24   25   26   Batona	9   10   Portosín	
27   28   29   Marín	11   12   13   Muros	
30   31   1 Agosto   O Grove	14   Travesía	
	15   16   17   18   A Coruña	
	19   20   21   Mugardos	
	22   23   24   25   Travesía   Ferrol	
	26   Homenaxe nacional da xente de mar aos pescadores asasinados e desaparecidos. Roteiro Ria de Vigo.	
	27   28   Cangas	
	29   30   31   Ríaxo	

<http://www.anodamemoria.com>

2006 Ano da MEMORIA

XUNTA DE GALICIA  
CONSELLERÍA DE CULTURA E DEPORTE  
Dirección Xeral de Creación e Difusión Cultural

## O alcalde de Oleiros publica na web municipal as súas declaracións da Renda e Patrimonio

A transparencia dende a clase política é unha esixencia popular dende hai moitos anos, que prometía solucionarse grazas á Internet, xa que se supón que moitas Administracións publicarán as súas contas e operacións para que calquera poida consultalas, pero agora incluso serve para contrarrestar as acusacións contra un cargo público, e así, Anxo García Seoane, alcalde de Oleiros, publicou na web municipal as súas declaracións do IRPF (en formato PDF) e de Patrimonio do ano 2005 para que a poidan consultar tódolos seus votantes. Asemade tamén afirmou que “non está dado de alta en Facenda nin en ningún outro organismo como empresario promotor de terreos”, así que subliña que non se dedica á xestión inmobiliaria, segundo puidemos ler en [www.vieiros.com](http://www.vieiros.com). Temos así un exemplo de uso das tecnoloxías para informar ós cidadáns que podería servir de exemplo para tódolos gobernos municipais galegos de cara ós vindeiros comicios electorais, xa que a publicación de tal información é unha ferramenta para acalar o ruxurruxe e manter limpa a imaxe das figuras públicas.

## O sitio que permite a consulta do saldo de puntos dos permisos de condución viola a LPD

Un fallo de deseño e seguridade na web da Dirección Xeral de Tráfico permitía a consulta do saldo de puntos de millóns de permisos de conducir, xa que os usuarios que non contasen con certificado dixital para tal operación podía acceder á mesma con só introducir o seu nome de DNI e a data de expedición do seu permiso de conducir, datos que, por outra banda, coñecen as aseguradoras (que non teñen permitido o acceso a tal información).

Así, denuncias en distintos medios de tal práctica da DGT ignorando a LOPD levou ó peche temporal do servizo (podendo só consultar o seu saldo os usuarios que xa contan con certificados dixitais, que son os mesmos que se empregan para presentar a declaración da Renda ou trámites semellantes). Máis en [http://www.dgt.es/tramites/ppp/permiso\\_puntos.htm](http://www.dgt.es/tramites/ppp/permiso_puntos.htm)

## Os banners en apoio a Isaac Díaz Pardo espállanse na Rede galega

Diciámolo hai uns días: a Internet medra coas boas causas e as boas causas medran con Internet. Falamos daquela da mobilización dos blogueiros de Arteixo para o envío de libros a Brasil e agora falamos de novo de Isaac Díaz Pardo, que \_como todos sabemos a estas alturas\_ perdeu hai pouco o control do Grupo Sargadelos. Nada máis saberse esta nova, xurdiron na Rede recollidas de sinaturas co fin de amosarlle apoios ó galeguista compostelán (sinaturas que, por certo, xa pasaron a liña das 1.150 mentres se facía este artigo, a mediados de xullo). Mais a actividade non cesa: Aduaneiros Sem Fronteiras puxo tamén en marcha o sitio Mestre Isaac, \_onde non só se convida ós internautas a participar na campaña cunha sinatura senón tamén a contribuír á causa facendo uso dun banner que sexa como a porta de entrada a esta mobilización e, tamén, un sinal definitivo de loita contra un xeito depredador e puramente mercantil de facer economía. Xa o puidemos ver en moitas páxinas, e de moi variada temática, pequeno (gran) detalle que non deixa de corroborar o éxito da iniciativa.

Máis en [mestreisaac.aduaneirossemfronteiras.org/](http://mestreisaac.aduaneirossemfronteiras.org/) E tamén en [www.firmasonline.com/1Firmas/verfirmas1.asp?C=268](http://www.firmasonline.com/1Firmas/verfirmas1.asp?C=268)



## A Internet feita á medida dos homes: increméntase a fenda dixital entre sexos

Co informe acabado de presentar do PSOE sobre a *Igualdade na Sociedade da Información* erguese a voz de alarma sobre a presenza na Rede entre homes e mulleres, onde achamos ás últimas claramente desfavorecidas. A fenda entre xéneros ampliouse estes últimos dous anos situando ás mulleres dez puntos por debaixo dos homes. No caso de Galiza, a fenda é menor respecto á estatal, estando a taxa de poboación feminina conectada ó ciberespazo a catro puntos da masculina. O estudo do PSOE, baseado nas estatísticas do Instituto Nacional de Estatística (INE), analiza os datos do pasado ano respecto a 2003 e 2004. Malia a maior presenza das novas tecnoloxías na vida cotiá dos españois na actualidade, isto non contribuíu a compensa-la desvantaxe feminina dos anos anteriores, senón que a diferenza entre xéneros aumentou exponencialmente de modo que un 46'15 por cento de homes teñen acceso á Rede fronte ó 36'35 de mulleres.

Mergullados na Sociedade da Información, a necesidade de manexa-las tecnoloxías é unha realidade para calquera persoa con independencia do seu xénero. A incursión feminina nas novas tecnoloxías é historicamente máis lenta cá do sexo oposto. A fenda dixital non é senón consecuencia da realidade social, na que a muller non acabou de incorporarse ó mercado laboral, tal como atesta un informe da UE que sitúa ás mulleres 25 puntos por debaixo dos homes. Se temos en conta amais as estatísticas, elas adoitan en menor medida a realizar traballos onde non se require computador, que perciben uns ingresos inferiores e dispoñen de menos tempo de lecer. Esta morea de factores fan que as mulleres máis presentes na Rede sexan as que teñen entre 35 e 44 anos con estudos universitarios.

Por outra banda, Internet é un espazo onde imperan os contidos creados e orientados o público masculino, especialmente no eido lúdico, mentres que os intereses femininos na Rede acóllense a un estereotipo, tal como afirmou a secretaria de igualdade socialista Angustias Bertomeu. Dando unha volta pola Rede atopamos que a meirande parte das webs dirixidas ás mulleres son de contidos tales como moda, fogar e beleza, principais máximas do estereotipo feminino.

## O plan Internet Rural chega a 1.700 poboacións de toda España

A banda ancha non chega a toda a xeografía española polo que o Goberno puxo en marcha o plan Internet Rural que xa chegou a 1.700 poboacións rurais de todo o Estado, das que o 30% non contaba con ningún acceso á Internet, o que supón un interesante avance no proxecto que pretende chegar as 3.700 poboacións (e 2,5 millóns de habitantes) en 2008 para o que se outorgan axudas ás operadoras de telecomunicacións para achegar ós accesos á Rede nas poboacións afectadas, de xeito que sumarán un total de 231 millóns de euros dos que 54,1 corresponden ó presente ano.

Galicia é unha das comunidades autónomas integradas no plan, que aínda que ten moito que avanzar, xa que a situación do rural galego continúa a ser grave, xa que pese ás promesas reiteradas polos distintos gobernos boa parte das poboacións galegas continúan estando afastadas non só da banda ancha, senón da mesma Internet, situación que replica na nosa terra unha fenda dixital propia de países subdesenvolvidos.

## Os efectos aditivos da sobreexposición ós videoxogos son semellantes ós das drogas

Nestas datas, non só hai que ter coidado coa sobreexposición ó sol e a determinadas substancias alucinógenas senón tamén coa que está estreitamente cinguida ós videoxogos. E isto non o dicimos nós: vézmo nas notas en Internet sobre o quinto Foro



Europeo de investigadores de Neurociencia celebrado en Berlín, onde se fixo público un estudo que alerta do efecto a nivel neurolóxico dos videoxogos, que actúan no cerebro humano coma o alcol ou o cannabis.

Esta teoría parte do que se entende na psicoloxía por adicción: son adictas aquelas persoas que precisan dun estímulo concreto para acadar unha sensación de benestar, e polo tanto, presentan unha dependencia mental e física dese estímulo. No caso dos videoxogos, a dependencia non é física, como ocorre coas adicións ó alcol e ás droga; porén si que ocupa boa parte do tempo e da memoria almacenada do individuo. Na investigación presentada polos científicos berlineses do Instituto de Medicina Psicolóxica da Universidade Charité, detectouse que o 10% das 7.000 persoas estudadas tiñan “memoria da adicción”.

Os estímulos de recompensa que os videoxogos botan ó xogador cando gaña ceiban cantidades importantes dun neurotransmisor coñecido como dopamina, que provoca a asociación positiva das imaxes almacenadas cara ás vindeiras partidas. Alén da coincidencia coa actividade mental dos adictos ás drogas, cómpre dicir que no informe sinálase que de por si os videoxogos non supoñen unha ameaza. Polo tanto, as adicións non se centran no propio videoxogo, senón que dependen do emprego descontrolado ou abusivo que deles se fai.

## O Goberno de Portugal subministrará a tódolos cidadáns contas públicas de correo electrónico

Menos mal que nos quedan os nosos irmáns de alén da Raia. Vía [Elmundo.es](http://Elmundo.es) atopamos unha nova desas que inevitablemente provocan receo coas autoridades españolas. Por que o Estado español, que sempre adoita a ollar de esguello para o seu veciño peninsular, non tivo unha idea como a que vén de ter o Goberno portugués, que consiste en subministrar unha conta pública de correo electrónico a tódolos cidadáns?

Esta iniciativa, que vai ser levada a cabo polo Executivo luso a través do organismo que xestiona alí os servizos de correos (CTT), estará apoiada nun investimento de 2,5 millóns. O obxectivo do Goberno portugués é loitar pola democratización das novas tecnoloxías, segundo manifestou o primeiro ministro, José Sócrates. De feito, a achega de contas de correos electrónicos é, por dicilo así, un dos proxectos estrela desta vontade de creba-la fenda dixital no país. Así, tódolos cidadáns ou empresas que o desexen poden acceder ó dito recurso tecnolóxico no enderezo [www.viaact.pt](http://www.viaact.pt).

## A Nintendo Wii podería chegar ás tendas no mes de outubro

En vista de que a guerra pola nova xeración de consolas de videoxogos podería ser dura, Nintendo quere aproveitar a situación (cun público expectante) para acelerar a produción de consolas e non saír así despois da consola de Sony (para evitar ser os últimos en aparecer no mercado).



Dise na Rede que a Nintendo Wii xa está en proceso de fabricación, de xeito que até podería saír antes que a PS3 (anunciada para o 17 de novembro) e así a revolucionaria consola de Nintendo aparecería nas tendas en outubro cun prezo estimado de 250 dólares, polo que contaría con varias vantaxes fronte a Sony: aparición previa no mercado e prezo moito máis reducido, que combinados co seu curioso sistema de xogo podería darlle moito que facer á PS3, que aínda que é tecnoloxicamente moi superior, podería tardar bastantes meses en atopar un nicho de mercado (especialmente polo seu prezo elevado).

## Loia.org: un manual básico na Rede para espallar o idioma e a cultura galega

Unha canle para o coñecemento da lingua e a cultura galega que sexa sinxela de percorrer, accesible e interactiva. Iso é o que se propuxo o Consello da Cultura Galega (a través da Sección de Lingua e do Centro de Documentación Sociolingüística de Galicia) ó desenvolver loia.org, un manual web que, ademais,

foi creado para ser de referencia básica entre os internautas interesados en aprender ou en perfeccionar o seu coñecemento do noso idioma. Loia, que é unha ave cotovía mais tamén un ruxerruxe, aparece neste intre en galego, castelán e en inglés, mais están en preparación o alemán e o francés. A web foi presentada na sede do Consello da Cultura Galega, onde se fixo fincapé nos seus contidos: información lingüística e gramatical básica, repaso pola historia social da lingua galega, datos en táboas e mapas que dan unha idea da situación sociolingüística de Galiza e unha listaxe de institucións, colectivos e recursos en rede. Mais, cal pode ser o usuario prototípico de Loia? A xuízo dos seus responsables, os internautas que probablemente máis proveito lle tirarán son os estudantes, os profesores, os investigadores e, en definitiva, toda aquela persoa \_sexa galega ou non\_ á que lle guste ampliar os seus coñecementos sobre diversas culturas. Sexa como sexa, non se pode pasar por alto que o proxecto pode ser especialmente útil para os lectores de galego espallados nunhas 30 universidades de todo o mundo. En última instancia, pero non menos importante, outro dos obxectivos de Loia é eminentemente normalizador. [www.loia.org](http://www.loia.org)



## O CCG propón un novo tipo de turismo na nosa terra baseado na procura de "tesouros": o geocaching



Disque as posibilidades das novas ferramentas tecnolóxicas de localización son tan grandes e interesantes que até é posible facer achádegos científicos na liña dos cráteres de meteoritos en África vistos hai uns meses a través de Google Earth; ou até descubrir (quen sabe?) que se che esqueceu encher a piscina ou que tes un iníño de cigoiñas no tellado da casa. Mais non é de Google Earth do que imos falar agora, senón de GPS. Vía o [culturagalega.org](http://culturagalega.org) (no seu *Tema do día* do xoves 27) descubrimos a seguinte proposta: facer *geocaching* na nosa terra. Mais, que é [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com)? Un novo tipo de turismo ou unha tolemia *friki*? Unha escusa para darlle uso ás botas novas de *gore-tex*? A cousa é tan sinxela coma isto: consiste nunha actividade de lecer xurdida no 2000 que propón procurar tesouros a partir de coordenadas e pescudas que se deixan na Rede. A partir de aí, témola enleada: sempre haberá xente con espírito de competición que se bote ó monte armada con GPS para atopar os obxectos deixados por outros internautas, obxectos que segundo se di na web do CCG non teñen realmente valor, posto que o que realmente importa é a viaxe e o xogo en si mesmo. O xogo debe ser abondo apaixonante, a xulgar pola cantidade de xente que participa. Neste intre, sinala o artigo, hai xa arredor de 300.000 tesouros repartidos por uns 220 países. En Galiza temos uns cincuenta. Ademais, hai preto de trinta internautas galegos rexistrados na web oficial da práctica do *geocaching*. A xuízo dos expertos, a paisaxe galega ten un alto potencial para estes xogos e, ó mesmo tempo, este tipo de xogos tamén teñen un elevado interese para o noso turismo.

Na web do CCG dáenos conta de algúns lugares da xeografía galega onde hai este tipo de tesouros (mais para atopalos cómpre facerse coas indicacións concretas da web). Nótese que case todos eles coinciden con lendas de tesouros previamente soterrados:

- A Cruz do Monte Xiabre, Vilagarcía
- O tesouro de Baroña, Porto do Son
- Agochado na natureza, Illas Cíes
- A fin da fin do mundo, Fisterra
- Onda o grande tesouro, Rande

[www.geocaching.com](http://www.geocaching.com)



## Unha web xunta sinaturas para a defensa do Parque de Rosalía en Lugo

Vieiros.com informou os días pasados que un grupo de cidadáns "indignados polo que se quere facer a carón do Parque de Rosalía" (en Lugo), onde se queren construír 6 bloques de edificios que desfaría a paisaxe e a harmonía urbanística da cidade, crearon unha páxina web dende a que xa xuntaron (mentres se escribía esta nova, o 28 de xullo) máis de 4.000 sinaturas para preservar o espazo natural do Parque e o seu entorno. A Asociación creada para a protección da zona mencionada xa abriu varias vías de reclamación, xa que recollen sinaturas tanto para remitírlas ó alcalde de Lugo, Xosé López Orozco, como para pedir que o Parque de Rosalía sexa declarado Ben de Interese Cultural. Tamén presentan imaxes das consecuencias que tería o continuar coas edificacións denunciadas e incluso recompilan textos literarios de Otero Pedrayo, Lois Diéguez e outros autores nos que se menciona o Parque.

<http://parquerosalia.es/>

## O Internet Explorer 7 chegará como unha actualización de Windows

Microsoft decidiu que a versión definitiva do Internet Explorer 7.0 chegue ós usuarios de Windows como unha actualización automática do sistema operativo (podéndose descargar tamén de balde dende a web de Microsoft), co que pretenden que a súa implantación sexa rápida, para que se aproveiten así as súas novas funcionalidades (especialmente no tocante á seguridade). De tódolos xeitos, dende Microsoft afirman que o sistema operativo pedirá o consentimento do usuario á hora de efectuar a actualización do navegador pensando especialmente nos clientes corporativos (que teñen a súa propia política de actualizacións) de xeito que incluso publicarán unha ferramenta que permitirá o bloqueo da descarga do Internet Explorer 7.0.



## Galicia contará cunha Fábrica de Software que dará emprego a 355 persoas

Galicia vai ter unha Fábrica de Software. Este proxecto de I+D, impulsado pola Xunta e promovido por Unión Fenosa (que inviste 6 millóns de euros), vai encamiñado sobre todo á renovación dos sistemas informáticos das administracións públicas. A factoría, que segundo a Xunta dará emprego a 355 persoas e contará cunha superficie de 4.500 metros cadrados no Polígono da Grela (no Parque Tecnolóxico da Universidade da Coruña), xorde igualmente da necesidade de rebaixar a distancia que afasta a Galiza dos países europeos máis desenvolvidos tecnologicamente. Neste sentido, cómpre sinalar que ficará aberto á colaboración con todos aqueles eidos onde se poida contribuír ó fortalecemento da Investigación e o Desenvolvemento: universidades, empresas e administracións. Asemade, a Xunta quere que a fábrica sexa como unha rede de contención de cerebros e talentos galegos, "tirándolle proveito ó alto potencial da nosa mocidade". Por outra banda, sinalar que a Fábrica de Software non estará soa no Estado, posto que formará parte da rede de centros tecnolóxicos que Fenosa ten en España e noutros países. A Fábrica comezará a súa actividade con tres grandes proxectos para a Xunta de Galicia: o desenvolvemento do sistema integrado de información do Centro de Atención de Emerxencias 112 de Galicia; a evolución da historia clínica electrónica-IANUS; e a identificación de novos canais de relación co cidadán.

**XUNTA DE GALICIA**  
CONSELLERÍA DE INNOVACIÓN E INDUSTRIA  
Dirección Xeral de Investigación, Desenvolvemento e Innovación

**FEDER**

**A CONSELLERÍA DE INNOVACIÓN E INDUSTRIA CONVOCA AXUDAS PARA O FOMENTO DA INNOVACIÓN EMPRESARIAL.**

Convocatoria publicada no DOG do 24 de xullo de 2006  
Prazo aberto até o 25 de agosto de 2006  
Dotación: 21.240.000 euros

**Modalidades de axuda:**

- Desenvolvemento de proxectos de innovación empresarial: **InnovaPeme** e **InnovaMais**
- Creación de plataformas tecnolóxicas
- Realización de estudos de viabilidade
- Preparación e participación en proxectos de **I+D+i** en convocatorias estatais e internacionais

**Información:**  
<http://www.conselleriaiei.org/dxidi>  
<http://www.dxid.org>  
981 54 10 71

## A AMI sinala que xa hai máis de un millón de músicos que apostan pola descarga libre en Internet



Hai máis vida alén da SGAE e outras entidades de xestión. E esta vida, lonxe de estar no vello da extinción, bule, axítase e medra. Isto é o que se desprende dos datos achegados pola AMI, a Asociación de Música en Internet, que sostén que xa hai máis de un millón de músicos que queren que as súas cancións sexan distribuídas de balde a través da Rede. Trátase, sobre todo, de músicos independentes, entendéndose por independencia a súa vida creativa á marxe das grandes discográficas e, tamén, de costas ás entidades xestoras de dereitos tradicionais: a SGAE, a AIE e a AGEDI, entre outros conxuntos de siglas. Estes novos músicos dos que fala a AMI apostan por uns tipos de licenza que non supón máis compensación para o artista que o feito de saber que os internautas escoitan os seus produtos, ben a través de sistemas de descarga gratuítas na Rede ou mediante a súa propia páxina web. Estas novas licenzas, en realidade, adoitan a ser variacións dun mesmo concepto: o *copyleft*, baseadas en Creative Commons. O *copyleft*, segundo sinala a AMI, tradúcese nun modelo de distribución acorde cos tempos que corren. Os motivos polos que os músicos de hoxe apostan por estas alternativas son moitos e variados, pero xeralmente son estes que incluímos:

- Por evita-los trámites que a actual Lei de Propiedade Intelectual esixe no que se refire a explotar música protexida por licenzas tradicionais (copyright).
- Por chegar dun xeito máis directo e accesible a un público que cada vez é máis internauta (e viceversa).
- Por acadar un meirande control sobre as súas creacións.

## Comeza unha campaña na Internet a prol de recuperar o Xabarín Club na TVG



O blogueiro Juan Andrés Milleiro iniciou unha campaña reivindicando o Xabarín Club da súa infancia, coas cancións que marcaron o movemento da música bravú, e os discos recompilatorios, así como as Xabaxiras, o Xabarín News e todos eses detalles que facían que o Xabarín se convertese en todo un fenómeno que revolucionou Galicia enteira. Os galegos que compartan o parecer de Milleiro poden asinar a través da Internet en favor da volta do Xabarín e os seus CD, aínda que hai que subliñar que o Xabarín non marchou, só que xa non é o que era, e moitos botan en falta ese programa tan orixinal e refrescante que animaba a cativos e mozos a querer unirse ó “Clube da Galega”.

Vémolo en [www.andresmilleiro.info/blog/](http://www.andresmilleiro.info/blog/)

## O CESGA e os colectivos galegos de usuarios de GNU/Linux, xuntos a prol do software libre

Haberá máis cooperación a prol do software libre entre a Xunta e as comunidades de informáticos que empregan e desenvolven estes programas. Isto é o que se desprende do acordo asinado hai uns días en San Caetano entre o Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA) e os Grupos Galegos de Usuarios GNU/Linux (GUGL). Segundo este achegamento, ámbalas partes traballarán de xeito conxunto para facer que os programas de código aberto sexan en Galiza algo máis ca ferramentas minoritarias, acadando así niveis de emprego semellantes ós dos países nórdicos ou ós dos Estados Unidos.

Cómpre sinalar que baixo o epígrafe “grupos de usuarios de Linux” áchanse un bo número de colectivos participantes neste proxecto: a Asociación de Usuarios de Linux da Universidade de Santiago de Compostela (AULUSC), a Asociación de Usuarios GNIX (AGNIX), a Asociación Grupo de Usuarios de Linux de Ourense (GULO), a Asociación Universitaria Grupo de Programadores y Usuarios de Linux (GPUL), a Asociación Cultural Grupo de Amigos de Linux de Pontevedra (GALPON) e a Asociación Grupo de Usuarios de Linux de Galicia (GLUG).

Segundo informaron ámbalas partes durante a sinatura do acordo, a iniciativa será coordinada dende o CESGA e materializarase na organización de seminarios, congresos, actividades de difusión, distribucións de programas, libros ou manuais (todo isto poderemos seguilo de preto na web [Mancomun.org](http://Mancomun.org), posta en marcha hai uns meses para fortalecer en Galiza o compromiso polo software libre, aquel que \_como ben ten amosado o sistema operativo GNU/Linux\_ é de balde e permite o acceso ó código fonte, posibilitando a súa modificación e mellora). Máis información en [mancomun.org](http://mancomun.org).

## Case un de cada tres concellos galegos emprega software libre, segundo un estudo de Mancomun.org

O Observatorio do Software Libre en Galiza vén de completar a súa primeira fase de traballo. E faino achegando datos sobre a introdución de programas de código aberto e/ou en galego nos concellos e máis nos centros de ensino. Podémolo ver en [Mancomun.org](http://Mancomun.org), onde se están a dar conta das colaboracións a prol do software libre entre a Consellería de Innovación, o CESGA e a comunidade galega de usuarios de *open source*. Neste último estudo, que non derradeiro, atopamos o seguinte dato de interese: o 32% dos concellos galegos xa está a empregar o software libre. Este índice, que se dispara ó 70% no caso dos concellos máis poboados, complementábase con estoura información, achegada no mesmo estudo: a proporción de concellos con programas en galego é moi significativa. Mais, por que se está a dar esta aposta polo software libre? A xuízo do Observatorio, unha das causas principais ten que ver coa necesidade de aforro dos concellos, posto que se ven ceibes do pago das licenzas dos programas. Máis tampouco se poden deixar de lado estas razóns: cumprimento da legalidade e independencia do provedor. [mancomun.org](http://mancomun.org)

## Aparecen versións pornográficas de YouTube

O éxito de YouTube na publicación de vídeos na Internet levou á creación de servizos semellantes para contidos adultos (que non permiten nin YouTube nin outros dos seus competidores). Así, hoxe xa temos cando menos dous servizos claramente inspirados en YouTube que responden os nomes de XTube ([www.xtube.com](http://www.xtube.com)) e PornoTube ([www.pornotube.com](http://www.pornotube.com)). Ambos permite contidos adultos, aínda que XTube parece ter unha vocación máis comercial (xa que orienta os seus contidos a pequenas mostras de películas para que o usuario as merque completas) mentres que PornoTube aínda parece unha iniciativa menos madura (pero é de supor que seguirá os pasos de XTube para acadar certa rendibilidade, xa que polo momento nin sequera incorpora publicidade).

O volume de contidos das dúas páxinas, pola contra, non parece desigual, xa que as dúas andan por preto dos 2.000 clips de vídeo, o que resulta impresionante vendo a súa curta vida. Haberá que agardar para saber se os novos servizos de vídeo se manterán no futuro, xa que as necesidades técnicas para poder subministrar vídeos de xeito masivo a todo o mundo resultan moi custosas, polo que sen contar con investidores potentes as novas webs poderían ser flor dun día, aínda que o feito de que teñan contidos adultos podería dar lugar a novas oportunidades de negocio moi rendibles e aínda descoñecidas.

## Detector SVRS: última tecnoloxía antifurtos para coches

Tendo en conta que cada tres minutos róbbase un coche en España e que unha terceira parte deles nunca é recuperado, non semella unha mala nova que apareza un sistema de rastrexo do vehículo coma o Detector SVRS. Esta ferramenta (distribuída e mantida pola firma Detector de Seguemento e Transmisión en colaboración co Ministerio de Industria) conta cunha tecnoloxía dual baseada na telefonía móbil GSM e na radiofrecuencia, co que se habilita ó vehículo con até vinte pequenos dispositivos electrónicos ocultos á vista.

Deste xeito, cando un automóbil é subtraído o propietario debe dar parte en primeiro lugar as Forzas e Corpos de Seguridade e, en segunda instancia, ó centro de atención telefónica da empresa distribuidora do Detector. Unha vez notificado o furto alí, actívase o sistema de localización e os dispositivos instalados no coche mandan un sinal silandeiro codificado que determina a zona xeográfica na que se acha con exactitude. O rastrexo é enviado ás bases da Policía e a Garda Civil, quen adoitan a empregar unha media de tempo dunhas catro horas en dar co vehículo grazas ó sistema. Ó non ser un dispositivo antirrobo nin un GPS convencional, a tecnoloxía é practicamente ilocalizable para os ladróns máis experimentados (os fabricantes semella que evitaron presentar calquera sinal distintivo externo que puidera poñer alerta ós ladróns). Os resultados son estes: recuperáronse máis dun noventa por cento dos vehículos que contaban con esta ferramenta. De feito, sinalan os fabricantes, co radiofrecuencia dixital localízanse coches até en garaxes subterráneas ou en colectores.

## A CiberIrmandade inicia un foro de dúbidas sobre a Gramática Galega

A CiberIrmandade da Fala pretende mellorar o coñecemento da lingua galega mediante un Foro de Gramática Galega que se basea na normativa da Real Academia Galega inicialmente (agardando que alguén desexe conducir seccións doutras normativas) e que servirá para ilustrar dúbidas sobre a lingua, de xeito que se vaian corrixindo erros e clarexando dúbidas. O Foro contan con cinco fíos que separaran as distintas temáticas a tratar:

- Pronome
- Verbos
- Castelanismos, hiperenxebrismos, vulgarismos
- Fraseoloxía
- Adverbios e locucións adverbiais

## O IGAPE pon en marcha unha rede para internacionalizar os negocios galegos

O Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) quere conseguir que os negocios entre empresarios de orixe galega sexa o máis fluídos posible, sen importar as fronteiras nin a distancia xeográfica. Con este fin, vén de pór en marcha unha rede que quere ser, por así dicilo, un xeito de internacionalizar as comunicacións das empresas galegas. Podémolo ver na web [www.rede.galiciaexterior.es](http://www.rede.galiciaexterior.es), onde se inclúen servizos para ofertar ou demandar produtos ou compartir proxectos de negocio, orientados tanto ás empresas como ós demandantes dun posto de traballo. As persoas interesadas en formar parte do proxecto poderán darse de alta na devandita web ou ben a través dos teléfonos 981 957 099 e 981 54 11 27.



CAMPAÑA PUNTOS AMARELOS 2006-2007

# Tarxetas Caixa Galicia. Canto máis as uses, máis gañas.



por cada 500 puntos  
**50**  
puntos de regalo



902 12 13 14  
[www.caixagalicia.es](http://www.caixagalicia.es)



GALICIA NAVEGA  
VISA AL MERCADO & VISA 2005-2006



CAIXAGALICIA

Promoción válida até o 30/04/07, para as compras con tarxetas de crédito VISA e MASTERCARD Caixa Galicia agás VISA BUSINESS e tarxetas de empresa. Bases depositadas ante notario, bases disponibles en calquera oficina de Caixa Galicia ou na páxina web [www.caixagalicia.es](http://www.caixagalicia.es)

# Cinco días de Rede no claustro

O Mosteiro de San Salvador acolle a partir do 7 de agosto a nova edición da Celanova Party



## REDACCIÓN

A tecnoloxía non ten por que andar rifada coa historia dun país. Organizar unha party informática nun mosteiro que se comezou a construír no século X semella en gran medida unha aventura e, ó mesmo tempo, unha mensaxe para quen queira collela: a conservación de boa parte da nosa cultura pasa pola súa posta en valor a través das canles da Sociedade do Coñecemento. Falamos do Mosteiro de San Salvador, declarado Monumento Histórico Artístico en 1931, que é o espazo arquitectónico onde se vai desenvolver a segunda edición da ceLANova Party 2006, entre o día 7 e o 11 de agosto. Trátase, como dixemos, dunha party, e consistirá polo tanto nunha festa informática que tamén é encontro, congreso, obradoiro de actividades e quedada. A organización (o Concello de Celanova a través do seu departamento para a xuventude), elixiu o dito mosteiro por dous motivos fundamentais: para achegar un espazo cómodo e de calidade (por unha banda) e para unir dous mundos que non teñen por que vivir de costas, o que xa chegou hai séculos (a Galiza antiga) e o que vén de chegar (a Galiza das redes da información). Na web da xuntanza ofrécese información sobre os obxectivos do evento, as instalacións ou o programa. Tamén se achegan os recursos para a inscrición. Segundo puidemos saber, a party terá lugar no Claustro Barroco do devandito mosteiro e



Impresionantes vistas do claustro do mosteiro de Celanova

contará cunha rede LAN de 10/100 mbs e, tamén, con infraestrutura de acceso a Internet sen fíos (Wireless 802.11g). Neste intre \_indícase na web\_ estase a negociar a incorporación unha conexión á Rede de 96 mbs. Nun principio, o Concello ten previsto habilitar 70 prazas. Os asistentes terán á súa disposición zonas de computadores e de videoxogos, aulas para relatorios e espazos de acampada e de lecer (é probable que se celebre algún concerto: iremos informando das actividades que xurdan ó longo destas semanas).

## O escenario

A party desenvolverase nun escenario dos que as guías turísticas cualifican de “marco incomparable”. Trátase do Mosteiro de San Salvador, en concreto o Claustro Barroco. Tanto a zona LAN como a *extranet* estarán situadas no primeiro andar. A este edificio, que foi declarado Monumento Histórico Artístico en 1931, tamén se lle soe chamar “Mosteiro de San Rosendo”, por ser este santo o seu fundador hai uns 1.100 anos. Neste intre, está a ser obxecto de diversas actividades de posta en valor, entre as que se atopa esta party. O mosteiro, da orde beneditina, conserva



Máis tecnoloxía para os mozos

dous claustros: o antigo ou das procesións e o do Poleiro. Na fachada, cómpre salientar a beleza da Torre dos Abades.

## A inscrición

A party de Celanova conta nun principio con 70 prazas ofertadas, mais a organización está a deixar aberta a posibilidade de ampli-lo número se a demanda reborda en moito a previsión inicial. Esta ampliación sería notificada por correo electrónico ós preinscritos sen praza e na propia web. O



A organización da party está neste intre achegando a infraestrutura.

custo por acudir a esta xuntanza, que terá unha duración *record* de cinco días, é sorprendentemente económico (tendo en conta o que se pide noutros encontros semellantes do resto de España): será de 15 euros. As persoas que estean interesadas en acudir terán que cubrir un formulario achegado pola web e logo efectuar o pago no banco indicando os datos que se requiren. Tamén é posible facer a inscrición na propia Oficina de Información Xuvenil do Concello de Celanova.

## Tecnoloxía como ferramenta de non exclusión

Entre os proxectos da organización

da party inclúese a habilitación dun recinto especial con computadores dispostos para os mozos e mozas que forman parte do Centro de Discapitados Psíquicos da Mancomunidade Terras de Celanova. Segundo informa o comité da xuntanza, a idea xurdiu precisamente da xente nova da propia organización, “*sabedores de que a informática non é só un instrumento para xogar e traballar, senón que tamén é unha ferramenta integradora que contribúe a elimina-las barreiras, tanto físicas como as psíquicas*”. A iniciativa, comenta a área de xuventude do Concello, foi acollida entre os responsables e os integrantes do dito centro con gran ilusión.

## Competicións de xogos

• **Counter Strike.** Practicamente unha lenda en calquera party. O seu nome, en inglés, significa “contraataque”. Trátase dun videoxogo de acción en primeira persoa no que se opera por equipos, por iso se adapta tan ben ós encontros colectivos (é un produto de tipo multixogador, para desfrutar en liña ou cunha rede

LAN como a deste encontro). No xogo o usuario tense que poñer na pel dun terrorista ou ben na dun antiterrorista.

• **Need for speed: Most Wanted.** Mítico xogo de persecucións policiais. A versión “Most Wanted” que se ofrece na party de Celanova desenvólvese en catro escenarios distintos, incluíndo cambios de clima en tempo real e 36 coches a elixir.

• **Quake 3 arena.** O xa lendario Quake semella estar desenvolvido para ofrecer a súa mellor face en Internet. Dito doutro xeito: non hai party, feira de videoxogos ou evento de reunión informática para mozos que non inclúa “de serie” a opción Quake.

• **Call of Duty 2.** Está baseado no motor do Quake 3 e simula determinados escenarios de acción da Segunda Guerra Mundial. O xogador participará nunha serie de misións en Europa. Foi considerado o mellor xogo do ano 2003 polas revistas especializadas.

## Competicións de programación

O alicerce desta actividade consiste en fomentar a creatividade, segundo sinala o comité organizador. Dito doutro xeito: ter 70 mozos e mozas baixo un mesmo teito con todo tipo de ferramentas tecnolóxicas ó seu alcance é unha boa oportunidade para formar un obradoiro único de ideas e proxectos. Habrá intercambio de coñecemento, piques (no bo sentido do termo) e competición. O deseño gráfico, a imaxe e a programación serán algúns dos puntos de partida destes concursos.

## Modding (case mod)

A práctica de personalizar o computador, de darlle “vida”, ten varios nomes: “case mod”, “modding” ou “case modification”. Os mozos e mozas que acoden ás lan partys coñecen ben estes termos. Esta práctica naceu, non se sabe moi ben onde, o día en que a alguén se decatou do aburrida e gris que era a feitura do seu computador. A partir de aí, foi, todo veu dado. Modificacións da carcasa, do interior, do sistema de refrixeración ou de calquera parte do computador que se vos ocorra. A través do concurso de modding convocado en Celanova, teremos nesta party unha boa oportunidade para caer na conta dunha vez de que todos, absolutamente tódolos compoñentes do PC son transformables.



# 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

# Onte e hoxe nas novas tecnoloxías

Facemos unha viaxe no tempo dende aquel día en que "naceu" o primeiro internauta galego até hoxe mesmo, intre no que moitas das expectativas xeradas de integración social e acceso á información non se cumpriron



<http://www.flickr.com/photos/fotomaus/119349692/>

**PATRICIA CALVEIRO**

Non hai moitos anos que apareceron nas nosas vidas aparellos tan indispensables hoxe en día como o móbil ou os computadores con acceso a Internet. Entraron facendo ruído e botaron raizames na sociedade cumprindo en moitos dos casos as expectativas creadas... que non foron poucas.

## Hexemonía do móbil

Non presenta dificultade botar unha ollada ó pasado máis recente para lembrámonos da expectación que crearon os móbiles coa súa chegada a España. Ó comezo, o terminal era considerado un obxecto exclusivo, case de luxo. Axiña comezaron a verse terminais de certa envergadura nas mans de executivos que eran albiscados como excéntricos. Até lembro como foron parodiados nun concurso televisivo que se retransmitía no ano 1997 chamado *A Parodia Nacional*, no que se caricaturizaba á xente que falaba igual cós tolos mentres transitaban polas rúas.

Un par de anos despois, a ferramenta chegoulles ós empresarios para o seu emprego no eido laboral, e con máis ou menos reticencias a xente foise facendo cun móbil para uso persoal. A medida que se foi espallando entre a poboación, deixou de considerarse unha pretensión das clases altas e comezaron a publicitalas súas vantaxes en contra dos seus detractores. Moitos dos que no pasado xuraran e perxuraran que nunca comprarían un deses aparellos acabaron por sucumbir á tecnoloxía e achegando a nai, muller e fillos un terminal para poder comunicárense con eles.

A estética foi evolucionando de xeito ostensible, facéndose máis e máis pequena e lixeira. Aqueles primeiros modelos de descomunais baterías que se asemellaban máis a un teléfono sen fíos para o fogar, fóronse reciclando en modelos máis prácticos grazas ós avances tecnolóxicos. Condensaron unha serie de prestacións máis alá do servizo puramente telefónico e asentaron deste xeito novas formas de relación social como a mensaxe curta (SMS), que chegou a crear unha linguaxe propia da que foi nomeada como a "xeración móbil". Escolas e lingüistas víronse obrigados a combatala nova forma de expresión condensada que asolagou as aulas e xerou conflito en exames e traballos. Os SMS supoñen un terzo do total dos beneficios das compañías hoxe en día.

Outras novas tecnoloxías foron paseniño axuntadas ó aparello: Internet, o *chat*, a cámara dixital para recibir e enviar imaxes e vídeos, a videochamada... e unha semente aínda temos tamén á televisión no móbil, entre unha chea de engadidos do máis insólito, como pode ser a última tendencia nos móbiles coreanos, un alcoholímetro que taxa o alcohol no sangue e impide realizar chamadas intempestivas cando non estamos en pleno uso da razón.

Ben é certo que segue a haber detractores que sobreviven sen moita dificultade carentes de móbil, pero tamén hai quen dispón de máis dunha liña distinta unha particular e outra para o traballo, ou mesmo liñas de diferente compañía segundo os números cos que vaian falar buscando economizalas chamadas ó máximo.

A idade é determinante á hora de decidir incluí-lo aparello na vida cotiá. Un recente estudo da Fundación Axuda contra a Drogadicción (FAD) en colaboración co Instituto da Xuventude (INJUVE) dividiu a posesión de móbiles por idades no país, albiscando unha drástica diminución entre a xente maior de sesenta e cinco anos, en contraste coa gran aceptación que ten na mocidade, onde unha inmensa maioría (o 92'4 por cento, entre dezaioite e vinte e catro anos) anos dispón del. O emprego prioritario do móbil tamén muda segundo a idade do usuario. Mentres os máis cativos úsanos máis como pantalla de xogos, os adolescentes e mozos de até 24 anos son *mensamantacos*. A partir desta idade prefírese chamar antes de meterse na tarefa de andar escribindo un SMS, e descende considerablemente a persoalización do terminal con música, imaxes... así como o emprego de videoxogos e mensaxes de imaxe ou videomensaxes. Á xente que medrou relacionándose de maneira tradicional non lle resulta unha ferramenta tan imprescindible para os procesos de comunicación e relación como para ás xeracións anteriores, que chegaron á idade adulta vendo o móbil como un aparello cotián e práctico na súas vidas.

Moitos pais fan uso do terminal unicamente para se comunicaren cos seus fillos, ós que eles mesmos lles mercaron o aparello para poder controlalos cando non paran na casa. Cando o neno faise cun móbil adquire certa independencia do fogar, ó recibir directamente as súas chamadas sen

que poidan media-los pais, aínda que a vantaxe pasa pola obriga de informar ós proxenitores de onde andan e mesmo con quen cando estes llelo requiran. Co merca dun móbil, que cada vez é máis temperá, o cativo reforza a súa identidade como ser autónomo e internase no consumo tecnolóxico.

## Internet, o futuro

Outra das novas armas tecnolóxicas máis espalladas na sociedade é a Rede Internacional ou Internet. Van sesenta anos dende que os primeiros prototipos de interconexión entre computadoras foran experimentados nas universidades estadounidenses. A expansión da Rede foi outro fenómeno social coma a dos móbiles. A conexión chegou ás cidades cun novo establecemento chamado *cibercafé*, así como a través das universidades máis innovadoras. A mocidade, e algúns non tan novos, amoreábanse nos *cibercafé*s cando xermolou o fenómeno *chat*, na década dos noventa, devecendo todos por conectarse a unha canle onde coñecer xente nova ou atopar algún coñecido. A comunicación indirecta permítanos por primeira vez poder dicir o que calabamos estando cara a cara, sen ningún tipo de compromiso. A identidade era cousa opcional, o que facilitaba en boa parte esa sinceridade. Pero todo xogo cansa, e a comunicación colectiva e anónima foi desprazada pola mensaxeiría instantánea a comezos de século. A chegada de novos programas de conversa particulares, onde cada un elixía ós contactos cos que se quería atopar, experimentou o mesmo apoxeo có IRC nos anos anteriores. Así chegamos á *Xeración Messenger*, que no 71 por cento dos casos deixou de acceder ós chats.

Paseniño, chegou ós fogares a conexión doméstica, sendo un factor determinante para a súa implantación o poder adquisitivo do fogar. Hoxe é o espazo onde se conecta o 66 por cento dos internautas. As computadoras, sitas na metade das casas na habitación dos nenos, conectáronse á nova tecnoloxía que prometía ser indispensable para calquera actividade futura. Así, a relación dos rapaces co mundo dixital que tiñan a un clic foise estreitando, polo que o seu acceso á información fíxose ilimitado, alí onde non había controis da mesma. Os rapaces "espabiláron" grazas á Rede moito antes do que é habitual, contribuíndo á erosión desa liña que separa a infancia da madurez.

Porén, contra a crenza social xeralizada que asume unha predisposición natural dos cativos á hora de enfrontarse ás novas tecnoloxías, no estudo *Cultura Messenger* publicado pola FAD revélase que só o 31 por cento dos mozos son usuarios habituais da Rede, cando practicamente o 40 por cento non dispoñen tan sequera de computadora. As facultades dos nenos cara as novas ferramentas técnicas dependen en boa medida da clase social á que estes pertencen e, polo tanto, do entorno tecnolóxico e institucional no que se desenvolvan.

A familiarización coa tecnoloxía nace da relación con ela con independencia da idade. A capacidade atribuída ós cativos para empregarla de maneira natural e case innata foi,

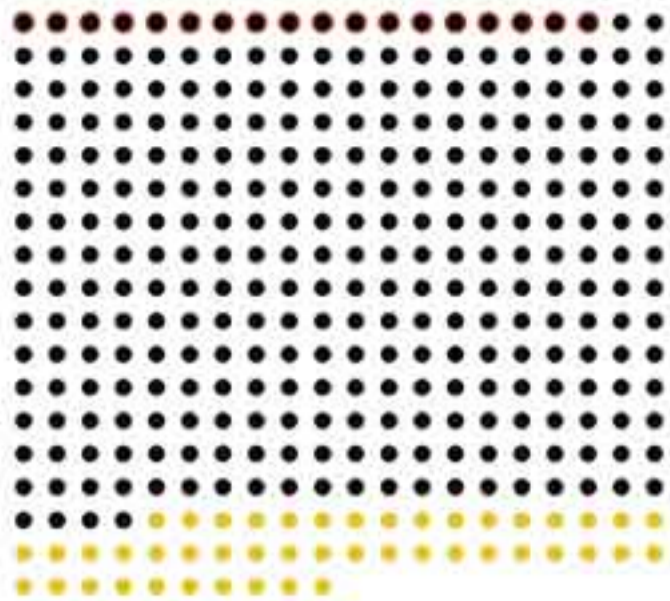
segundo a investigación, produto das campañas publicitarias que uniron historicamente a imaxe dun rapaz pequeno á da tecnoloxía, conectando os conceptos de novidade e de futuro. Cómpre lembrar que o feito de nacer e medrar ó tempo que se desenvolve a tecnoloxía fai máis doado acceder ás claves que a van configurando, sen atoparse de fronte un mundo descoñecido como lles ocorre ós máis maiores. Porén, o achegamento dos novos á Rede non abrangue os eidos técnicos como a programación ou a formación tecnolóxica, senón que son na realidade expertos en tirarlle o máximo proveito para acadar información práctica para eles. A clave que lles permite operar con naturalidade a moitos mozos no medio é a aplicación dos conceptos xenéricos que teñen asimilado a forza de navegar pola Rede e empregar programas de lecer nela.

A repercusión das novas tecnoloxías nas nosas vidas é tal que varía os procesos de integración nos grupos sociais. Se ben é certo que hoxe en día case todo o mundo dispón de teléfono móbil, sen embargo contra todo o estipulado, a maioría da mocidade carece de conexión ou de habilidades para desenvolverse no caso da Internet, o que lles supón grandes desvantaxes non só nas súas relacións sociais senón tamén a nivel laboral.

Internet prometía ser un espazo ceibe e aberto, que forneceria a igualdade social. Porén, trabucámonos ó pensar que o medio sería accesible para todos. Cómpre lembrar que o barómetro do CIS en 2004 sinalaba que un 53 % dos españois non empregaba Internet. Acudindo novamente o estudo da FAD e o INJUVE, só o 4'5% dos *redeiros* son xente maior de cincuenta e cinco anos, e a cifra vai diminuindo segundo aumenta a idade. Por outra banda, a clase socialmente marxinal no ciberespazo é a clase baixa, que carece da tecnoloxía ou dos coñecementos informáticos precisos para facer uso da Internet.

A beneficiaria hoxe dos servizos da Rede é a franxa de idade que abrangue dende os catorce ó corenta e catro anos. Trátase xente con estudos na súa inmensa maioría, e son máis os escolares cós que teñen estudos superiores. A práctica principal é a navegación, máis que a mensaxeiría. As cifras de MSN Serch Internacional apuntan a que un 71 por cento dos casos busca respostas rápidas na web antes que preguntarlle a ninguén ou consulta-lo en libros ou periódicos. A maioría das buscas son de información sobre eventos nas nosas localidades, case o 40 por cento, logo veñen datos complementarios para traballos e exames e, en terceiro lugar, áchanse as buscas de resenções de películas. Por último, o 28 por cento busca información de empresas antes de acudir a unha entrevista de traballo. O lecer xa é prioridade indiscutible nos buscadores antes có traballo, o mesmo que acontece a nivel xeral no ciberespazo. A mensaxeiría e a descarga ocupan boa parte da actividade na Internet.

É o hoxe das novas tecnoloxías, que non acaba de cumprir-las expectativas iniciais en canto ó emprego que se pretendía da Rede, pero que segue a camiñar na tecnificación e evolución para novas aplicacións.



DIPUTADOS	
● sin blog	18
● con correo electrónico	304
● sin blog ni correo electrónico	46

**EVA CAMPOS DOMÍNGUEZ**  
INVESTIGADORA / UCM

A introdución de Internet na actividade dos parlamentarios españois está a permitir que axilicen algunhas das súas actividades, como o emprego de sistemas especializados de apoio para a elaboración de leis, o acceso a través da Rede de proxectos de lei e outra información de utilidade para os mesmos. Mais se nalgún eido está a supoñer un cambio significativo é no da participación cidadá: Internet axuda a dar protagonismo e poder ó usuario que atopa na Rede un vieiro máis rápido e sinxelo de involucrarse no proceso da democracia parlamentaria a través do correo electrónico dos gobernantes, das participacións nas actuacións das comisións parlamentarias, os grupos de discusión, os foros públicos ou a través doutras canles de comunicación directa entre parlamentarios e cidadáns, coma poden ser as páxinas persoais ou weblogs.

No caso concreto do Parlamento de Galicia ningún dos deputados autonómicos ten publicado un enderezo de correo electrónico na páxina web da institución. Non é así no Congreso dos deputados: dos 350 parlamentarios 304 conta cun *e-mail* público, o que supón case o 87% do total.

Os representantes galegos no Congreso están, polo tanto, por riba da media xa que dos 24 un total de 22 dispoñen dun *e-mail* público (91,67%); os dous deputados (ambos varóns) sen correo electrónico foron elixidos polas circunscricións de A Coruña (un do PP e outro do Grupo Mixto). É subliñable que un deputado de A Coruña e dous de Pontevedra contan, incluso, cunha segunda conta de correo electrónico publicada na páxina web do Congreso ([www.congreso.es](http://www.congreso.es)).

As comunidades autónomas con menos deputados con *e-mail* son o País Vasco, Madrid e Asturias, mentres que no polo oposto están

Canarias, Baleares, Cantabria, Navarra, A Rioja, Ceuta e Melilla.

Mais se a maioría dos deputados do Congreso ten *e-mail* público para contactar cos cidadáns, só o 5,3% dispón dun weblog, e deste total (exactamente dezaoto) ningún deles é galego: oito foron elixidos polas circunscricións de Cataluña, tres de Andalucía, dous da Comunidade Valenciana e un por cada un das seguintes: Castela-A Mancha, Madrid, País Vasco, Illas Baleares e Murcia.

Do mesmo xeito, seis dos dezaoto escriben en catalán e o resto en español. É salientable que Manuel Mas i Estela administra dous blogs, un en catalán e outro con diferente contido en castelán; Lourdes Muñoz Santamaría emprega ámbalas linguas, con predominio do catalán.

En canto as ferramentas de interacción e participación dos cidadáns que contemplan estas bitácoras, dezaseis dos dezaoto deputados admiten *comentarios* ás súas anotacións. Asemade, doce deles achegan ó menos un enderezo de correo electrónico no seu blog e dous convidan ós cidadáns a expresa-las súas opinións en foros propios ou a través de enquisas.

Se observamos as ligazóns e a documentación dispoñible en cada un dos blogs sobre as intervencións dos deputados obtense o seguinte dato: unicamente sete contemplan información das súas intervencións no congreso na súa actividade parlamentaria. Cómpre dicir que a maioría deles transmite opinión sobre artigos de prensa ou da actualidade nacional política (coma o referendo para a aprobación do Estatuto de Cataluña).

Segundo declararon os propios parlamentarios, a maioría deles crearon o seu blog para explicala súa actividade coma deputado, para establecer novas canles de comunicación cos cidadáns, ou como instrumento de promoción propia ou do seu partido.

Pero o correo electrónico segue a ser a canle elixida maioritariamente polos cidadáns para contar cos seus representantes do Congreso. Deste xeito, mentres que os deputados con blog afirman non recibir un número significativo de comentarios no seus cadernos en Internet, aseguran ter polo menos dez correos cada día de cidadáns (sen contar as listaxes de distribución) e ás veces superar o cento.

En resumo, o correo electrónico é unha ferramenta establecida institucionalmente (nomedodeputado@diputado.congreso.es) no Congreso, igual có correo postal ou o teléfono.

Con isto, pódese dicir que o uso dos blogs por parte dos deputados do Congreso atópase aínda en fase embrionaria e, a diferenza do correo electrónico, aínda non foi establecido un enderezo institucional para aloxar estas bicácoras.

Unha característica común na maioría destes blogs é o escaso tratamento da actividade propia de cada deputado como membro de comisións específicas dentro do Congreso, cando realmente debería se-la función principal destas bitácoras, máxime cando fican cinguidas coa web da institución e os autores escriben coma deputados e non a título persoal.

Como colofón, os blogs dos deputados están, ademais de pouco espallados, desaproveitados xa que poderían ser empregados coma ferramenta que servise

# O 91,67%

## dos deputados galegos do Congreso

### conta con e-mail pero ningún con blog



para divulga-la información que actualmente non é difundida polos medios de comunicación nin por outras canles de doado acceso para os cidadáns. Ademais, podería contribuir a fomentar a participación en temas concretos por parte daquelas persoas que accedan ós blogs, nos que a achega dalgúns cidadáns podería resultar de moito proveito.

Máis información en:  
<http://www.interneteuskadi.org/wiki/index.php/Wikicracia>

Circunscrición electoral	Número de Diputados Con correo electrónico	Total Diputados	% de Diputados con correo electrónico
CANARIAS	15	15	100
BALEARES	8	8	100
CANTABRIA	5	5	100
NAVARRA	5	5	100
LA RIOJA	4	4	100
CEUTA	1	1	100
MELILLA	1	1	100
CATALUÑA	44	47	93.62
GALICIA	22	24	91.67
MURCIA	8	9	88.89
ANDALUCIA	54	61	88.52
CONGRESO	304	350	86.86
CASTILLA LA MANCHA	17	20	85
CASTILLA Y LEON	28	33	84.85
ARAGON	11	13	84.62
COM.VALENCIANA	27	32	84.38
EXTREMADURA	8	10	80
ASTURIAS	6	8	75
MADRID	26	35	74.29
PAIS VASCO	14	19	73.68

# A realidade virtual, mellor cá ficción

Hoxe, practicamente tres de cada dez novas tecnolóxicas poderían figurar, tamén, nas seccións de curiosidades dos xornais e das revistas. É a información tecno-curiosa, ou tecno-anecdótica, ou e-insólita. O feito de que a tecnoloxía sexa novidosa é algo que tamén xoga ó seu favor, nesa capacidade súa de deixarnos coa boca aberta e cunha cella erguida. Dáse a casualidade de que estas novas agradan dobremente: son boas para o que as le (que recibe información mentres se divirte) e son boas para o que as escribe. Como cada mes, seleccionamos unha cantas das que caeron pola redacción. Para que vos informedes informalmente.



RAQUEL NOYA/MARCUS FERNÁNDEZ

**Fashion mobil:**  
pedras preciosas Swarovski moi preto da orela <http://www.myblingring.com/>

Cada vez hai máis persoas que dedican tódolos seus esforzos (e gran parte dos aforros) a manter o seu móbil personalizado, facéndoo único e exclusivo como se dunha peza de museo se tratase. Algúns optan por descargar *politóns* da música máis escoitada nos bares de copas e até se pode ver xente que ten horrendas melodías cantadas a xeito de canción infantil como “*tu novio te está llamando, tu novio te está llamando*”. E é que neste devecer por diferenciarnos dos demais podemos chegar a límites insospeitados. Por poñer máis exemplos: quen non ten visto algunha vez salvapantallas de mulleres espidas? E de debuxos animados? E de equipos de fútbol, retratos personalizados e



mascotas? Todo vale para estar á última. Mais, se pensamos que xa non se pode ter un móbil máis orixinal e temos o noso teléfono máis *tuneado* có coche do Neng, podemos levar unha sorpresa ó velo que se leva agora nos terminais da alta sociedade inglesa. Os sons, os salvapantallas, as melodías, as animacións en 3D... todo iso que á xente de a pé lle fai tanta ilusión, xa se queda cen por cen obsoleto para estes individuos que se poden permitir o luxo de forrar os seus teléfonos con auténticas pedras preciosas Swarovski. Hai para tódolos gustos, pedras rosas, vermellas, negras. Cada un pode escoller a cor menos discreta que queira e até combinalas formando bonitos mosaicos para da-la nota abertamente ó mundo enteiro. E nós preguntámonos seriamente: coa canción aquela de *Paquito chocolatero* non abundaba? Tamén hai que vestilos de gala e lucilos orgullosos como se non serviran para nada máis? Dende logo, o que é seguro é que polo importe que estas persoas desembolsan por un móbil así, pagamos nós dous anos e medio de contrato de teléfono e agasallamos cun terminal a toda a familia.

**As últimas tecnoloxías dan dor de cabeza, cansazo e malestar, segundo un estudo**

Para desgraza dos que traballan nisto do informar e, por suposto, de tódalas persoas que conviven rodeadas de computadores, móbiles, televisións e todo tipo de aparellos electrónicos, cómprelles saber que *\_segundo un estudo estadounidense\_* un exceso de exposición a estas tecnoloxías pode producir alteracións cerebrais diversas tanto nos nenos coma nos adultos. Estes que seguen a continuación constitúen os principais síntomas: cansazo inexplicable, mareos, mal xenio, dor de cabeza (por descontado), insomnio, malformacións conxénitas, desordes menstruais... O devandito estudo, denominado *A familia dos medios: medios electrónicos na vida dos preescolares e dos seus pais*, realizouse como dixemos en EE UU, sobre nenos de entre seis meses e 6 anos de idade e os seus pais. A Kaiser Family Foundation conta co aval do Instituto Nacional de Enfermidades Cerebrovasculares e Desordes Neurolóxicos e recolle testemuñas dos pais dos pequenos sobre os que se levou a cabo o estudo. Estes, polo visto, amósanse preocupados pola excesiva exposición dos cativos a estes aparellos no seu tempo de lecer, feito ó que hai que

engadir a sobreexposición á que se someten nas escolas. Sabendo isto, agora podemos entender por que ó redactor xefe aínda non lle veu a menstruación ós seus anos e por que está tan cabreado nos últimos días: non é (tal como criamos) o persoal de prensa de Computer World o que o amola até límites insospeitados, nin que a máquina de café se lle quede continuamente co cambio, nin sequera é a cantidade desorbitada de *spam* que lle colapsa a conta de correo a cotío. Non. Iso son pequenos obstáculos sen importancia que axudan a levar a xornada con mellor humor. A causa do seu cabreo son as 8 horas que pasa de fociños cara a pantalla do computador, engadidas ás 12 horas de contacto inevitable co teléfono ó seu carón e as 2 horas de película fronte á televisión ó chegar á casa. Iso si que o cabrea... e a min (vímolo en 20 minutos).

**Encontros, reencontros e segredos inconfesables nunha páxina galega: tevi.es**

Que sería daquela rapaza loura que che pediu un anaco de bocadillo de raxo con queixo aquel sábado de movida en Nigrán, e que nunca nunca volviches ver? Cantas veces pensaches en pedirlle o teléfono a ese compañeiro de clase que senta tres ringleiras máis adiante e que é a causa dos teus continuos despistes? Como se chama a moza coa que tódolos días compartes traxecto de autobús dende hai máis dun ano sen intercambiar nin unha soa verba? Son incógnitas que poderían ter sinxela solución en [www.tevi.es](http://www.tevi.es), unha web viguesa que permite deixar recados a persoas coñecidas (ou descoñecidas) coas que non nos atrevemos a falar, mantendo o anonimato e sen necesidade de darnos de alta.

Este espazo virtual tamén nos dá marxe para contactar con xente á que lle perdemos a pescuda, algo así como un *Encontros* en versión en liña, atopar xente coa que compartir aluguer e cama, afeccións ou traballos e incluso comprobar como alguén que se cruza no noso camiño tódolos días ademais de vernos, quere coñecernos. Amais, [tevi.es](http://www.tevi.es) permite crear sitios propios e lugares concretos para todas aquelas buscas que non están na relación de espazos xa creados, que hoxe limitáse a Vigo, Madrid e Barcelona. Iso si, a web inclúe un detallado mapa das cidades e os barrios de cada unha delas para que cada procura ou localización dos individuos sexa o máis sinxela posible. Así que a vergoña xa non será unha escusa para perder de coñecer a esa persoa que nos quita o alento, o sentido e a fala.

**Denuncian a unha web que publica datos de homes supostamente infieis <http://www.dontdatehimgirl.com/>**

Tood Hollis, un avogado de Pittsburgh (Pennsylvania, EE.UU.) denunciou a Tasha Joseph, creadora da páxina web *Don't Date Him Girl*, por ser obxecto de difamación a



través de tal web que mantén unha base de datos sobre homes infieis no mundo e que non verifica a información que publica (polo que Hollis responsabiliza á web das acusacións que se realizan dende a mesma). Tasha Joseph (columnista do Miami Herald) decidira crear a polémica web despois de ver como moitas das súas amigas sufrían por mor das infidelidades das súas parellas, e agora ten unha páxina moi popular nos EE.UU. da que xa se deu conta en programas de televisión coma *Today Show*, *Fox News* ou *Entertainment Tonight*. A propia web permite que os homes se defendan das acusacións que se realizan contra eles, pero non a elimina da web, polo que hai moitos homes que se sente prexudicados, de aí que agora o caso deba resolverse xudicialmente, aínda que Joseph deféndese argumentando que os propietarios dunha cafetería non son responsables dos comentarios que realizan os clientes no seu establecemento.

**Un diccionario norteamericano reconece a palabra "google" coma verbo**

<http://www.m-w.com/>

Un dos dicionarios máis vendidos nos Estados Unidos, o Merriam-Webster Collegiate Dictionary, incorpora na súa nova edición novas acepcións destacándose a palabra “google”, que non parece como substantivo, senón como verbo. Así, acéptase “Google” en maiúsculas como nome dunha marca que identifica a un buscador de Internet, mentres que en minúscula significa “empregar o motor de busca de Google para obter información (como persoa) na World Wide Web”. Hai que indicar que o dicionario devandito normalmente é pioneiro na incorporación de novas acepcións, de xeito que o seu predecesor (o Noah Webster’s A Compendious Dictionary of the English Language) xa incorporaba palabras coma “surf” polo 1806.





# Viaxes en liña: evasión de currantes

**A compra de servizos turísticos na Internet estase a confirmar como un dos grandes motores do comercio xeral na Rede**

*O teu traballo acábache cos folgos? Precisas un cambio temporal de rumbo na túa vida? Soñas con paisaxes ben diferentes ás que ves dende a xanela do baño da túa empresa? Non, isto non é publicidade, malia que o pareza, senón información e un aquel de pensamento reflexivo sobre as circunstancias que nos moven cada vez que accedemos á Rede para contratar un paquete turístico ou unha simple viaxe. A fin de contas, non é de estrañar que o negocio medre (case a metade dos españois que planean unha viaxe, acoden agora a Internet), estando como estamos cada vez máis confinados a oficinas e coa Internet como a única canle directa cos nosos soños.*

## REDACCIÓN

### Empregados que soñan (en liña) con viaxes (en liña)

Neste mesmo número de Código Cero facemos referencia a un fenómeno laboral que se está a dar en determinados países do primeiro mundo: o recrutamento das medidas de control das navegacións por Internet dos empregados. A xuízo de moitas empresas, non se pode permitir que os traballadores empreguen a Rede para facer cousas que non teñen que ver coa natureza do traballo para o que se lles paga. Entre as operacións “indebidas” dos asalariados aquelas sinalan directo co dedo as contratacións de viaxes en Internet.

“Esas cousas fainas vostede na súa casa”, dicían ó principio os xefes de persoal, mais agora xa optan até por impedir o acceso a Internet ou ben por rastrexar con lupa o ronsel deixado polo traballador logo da navegación. O caso é que non deixa de ser chamativo que sexa a programación de desprazamentos unha das tarefas preferidas dos oficinistas, administrativos, xornalistas e demais persoal para evadirse das esixencias da vida laboral. Se forzamos un pouco a imaxinación poderemos velos, albiscando soños na pantallas rebordantes de palmeiras, coco con ron e augas mornas. Mais a esta práctica semella que só lle quedan días, ou se cadra horas. As empresas do mundo moderno, que lle imos facer, opinan que as viaxes por Internet dos asalariados na procura de viaxes son dobremente ofensivas e prexudiciais. Se queren evasión, que traballen máis.

### Case a metade dos turistas españois planean as súas vacacións en Internet

Case a metade dos españois que planean unha viaxe, acoden a Internet. Esta porcentaxe, que semella moi alta, non é moi relevante se a comparamos coa que se rexistra en países como Alemaña (63,2%), Francia (58,3%) e Italia (56,7%), onde a maioría da poboación xa non concibe un percorrido real sen unha navegación previa polo virtual. Estes datos, que veñen a conto nestas datas nas que todo o mundo semella estar facendo plans para irse o máis lonxe posible, foron achegados por Meetic, a empresa de servizos de busca de parella en liña que aproveita os seus recursos para diversificar a actividade. No estudo tamén se achega información sobre a outra cara da moeda, a dos españois que descartan Internet para estas operacións: o 40,4% acode a unha axencia de viaxes pola canle tradicional (a pé?) e o 16,4% restante podería constituír, por así dicilo, a histórica porcentaxe de viaxeiros que, sen organizar nin planificar nada, simplemente se dedica a subir ó coche dos seus amigos. Por sexos, é máis importante a taxa de varóns que xestionan as súas vacacións pola rede, dun 50,6% contra un 26%.

### Un antes e un despois da Rede nos hábitos dos viaxeiros

Lastminute.com tamén ten datos que achegar sobre o emprego das redes para a procura de viaxes. Segundo este servizo en liña, a Internet está a cambiar a forma e o contido da programación turística e da propia feita e pensamento do turista en si mesmo. Nesta cuestión, hai un antes e un despois da chegada

da Rede, e non hai dúbida de que co espallamento das tecnoloxías o mundo estase a quedar case pequeno. De feito, o 66% dos enquisados nun estudo de Last Minute recoñece que nunca tería chegado tan lonxe nos seus desprazamentos se non fose polo emprego destas canles. Deste xeito, segue a investigación, multiplicáronse as viaxes fóra do país (o 40% dos compradores en liña cruza xa as fronteiras de España, cifra que se reduce á metade se do que falamos é de compradores nas canles tradicionais). O español que merca viaxes por Internet é o mesmo que nas estatísticas figura como “internauta”. É dicir: practicamente non hai diferenza entre un e outro. Deste xeito, hai maioría de homes mozos e de idade medida (de entre 25 e 34 anos). Tanto eles como os cidadáns que por norma non mercan nada na Rede están a ser testemuñas da progresiva caída do negocio de viaxes tradicionais. Trátase dun proceso inevitable, segundo di Last Minute no seu *II Informe de hábitos de consumo de viaxes*, esa perda de terreo do modelo que todos coñecemos ó longo destas décadas. Así, o número de compradores que adquire os seus desprazamentos en axencias tradicionais caeu nun 21,5% nos últimos tres anos. E aquí van máis datos de interese: un de cada dez dos 8.000 enquisados neste estudo sostén que xa só merca este tipo de servizos e outros semellantes na Rede, e oito de cada dez usuarios das novas tecnoloxías asegura ter adquirido algunha vez programas de vacacións nestas canles.



## O turismo, unha boa parte do pastel que se vende na Rede

Non se pode negar: estamos a perderlle o medo a Internet. As vendas en liña con tarxeta de crédito medraron no primeiro trimestre de 2006 un 57% fronte ó mesmo período do ano anterior, constituíndo as vendas de viaxes unha porcentaxe importante do pastel: o transporte aéreo xerou un 18% do total e os servizos das axencias e os operadores de turismo contribuíron cun 10%. O primeiro dos sectores acadou por esta vía un volume de negocio de 89 millóns de euros e o segundo 49,5 millóns. Todas estas estatísticas probablemente só poidan ser cualificadas como un “trunfo” da Rede en determinados segmentos da sociedade, sobre todo naqueles que máis acostumados están a ver, tocar e uli-las cousas que queren mercar (disto último sabemos moito en Galiza).

Mais é ben certo que as viaxes non se poden ulir, nin tampouco se nos permite moita marxe para relevar no proceso de compra, polo que é doado entender o porqué do éxito dos servizos turísticos na Internet. Dito doutro xeito: a inmaterialidade destes produtos xoga ó seu favor como un incentivo de comercio en liña. A isto hai que engadir o tema central do texto co que abrimos esta páxina: o factor “evasión”. Ou sexa: pesa moito no éxito das viaxes en liña a necesidade que temos de “fuxir” a sitios mellores dende os nosos lugares de traballo. E o acceso a Internet non fai máis que facilita-las cousas.

# Da tixola ó lume

Damos conta dalgúns espazos web galegos sobre gastronomía e de visita obrigada

*Dalgunha maneira, debería estar prohibido visitar a determinadas horas os espazos galegos da Internet dos que falamos nesta páxina. Por exemplo: na franxa horaria que vai das 12.30 ás 14.00 horas. Se non se respecta esta "norma", corremos o risco de incumprir horarios laborais ou perder concentración en certas tarefas.*

*Estades avisados.*



## REDACCIÓN

**Unha web que promove a nosa cociña e (de paso) lémbra-nos quen somos [www.galiciagastronomica.com](http://www.galiciagastronomica.com)**

Lugar: o Hostal dos Reis Católicos de Compostela. Día: mércores 28 de xuño. Acto: presentación da web Galiciagastronomica.com. Convo-ca: a Axencia Galega de Noticias (AGN). Estas foron as coordenadas do acto oficial de "apertura" dunha web que naceu para se-lo que conecta ás cociñas galegas onde aínda arrecende a receitas antigas co resto do mundo e tamén con nós mesmos. O mestre de cerimonias desta presentación foi Miguel Vila (responsable do blog culinario [www.colineta.com](http://www.colineta.com)), quen detallou polo miúdo os contidos do servizo e, asemade, reivindicou unha vez máis esa parte da nosa identidade da que nos lembramos cada vez menos, suxeitos como estamos ás esixencias da vida moderna: a identidade culinaria. Galiciagastronomica.com é pois unha defensa de Galiza a través dos fogóns e, ademais, un ambicioso servizo de promoción turística. Algo así como a posta en valor da calidade semi-esquecida. Trátase, amais, do primeiro portal galego destas características, mestura virtual de moitas cousas: de diario dixital (inclúe unha ampla listaxe actualizada de novas, reportaxes e entrevistas), de manual con consellos gastronómicos (até se nos indica como facer para non chorar picando a cebola) e de servizo de promoción turística para o mundo (inclúe opcións de lectura en diversas linguas, e en breve está prevista a incorporación do francés). Por outra

banda, tampouco se pode deixar de lado o seu valor como guía gastronómica e turística, con información útil para resolver dúbidas sobre que comer ou que lugares visitar. Amais, ofrécense recursos sobre os nosos viños e unha sección onde se convida ós lectores a facer algo máis que ler e visualizar:ponse nas súas mans a posibilidade de facer blogs gastronómicos (cadernos persoais) e formar parte do equipo de redacción. E para quen ande na procura de festas gastronómicas que visitar, algo moi comprensible nestas datas, a web achega unha ferramenta de busca de celebracións.

No acto de presentación do servizo, no que estiveron presentes o secretario xeral de Comunicación, Fernando Salgado e máis o director da Axencia, José María Álvarez Vilabril (entre outros), tamén se fixo fincapé na "capacidade" da web de achegarse ó lector sen que este teña que mover un dedo por ir a ela. Estamos a falar da posibilidade de subscrición, que permite recibir cada semana un boletín informativo nas nosas contas de correo electrónico. Para incentivar este servizo ("e porque os subscritores nos caen ben simpáticos", en palabras de Miguel Vila) procederase este mes de xuño ó sorteo dunha fin de semana para dúas persoas nun balneario. A iniciativa repetirase en xullo, mais non se avanzou a "natureza" do vindeiro premio.

Por certo que a páxina web tamén quere ser un servizo para todos aqueles galegos e non galegos que disfrutan da gastronomía a tódolos niveis, incluso lendo ensaios e estudos sobre ela (cómpre dicilo ben claro: á cociña tamén se entra polos libros). Deste xeito, no portal irase dando conta de tódalas novidades bibliográficas que vaian xurdindo sobre o bo comer, que en Galiza non son moitas pero si como mínimo interesantes.

Galiciagastronomica.com é unha web posta en marcha como dixemos pola Axencia Galega de Noticias co apoio do xornal El Progreso. O xornalista Miguel Vila será, tal e como se avanzou na presentación, quen leve o peso do proxecto e a súa posta ó día.

## Creación anónima e popular [www.colineta.com](http://www.colineta.com)

Que exista un xornalista galego como Miguel Vila loitando nisto da Internet pola preservación dunha parte importantísima da nosa cultura fai que nos preguntemos a nós mesmos: e por que non hai máis casos coma este? No seu blog *Colineta* non hai receitas, pero si espazos para a creación anónima e popular. Ó seu xuízo, cada día que morre unha avoa galega, morre unha parte do que somos, e o máis triste de todo é que coa nosa xeración interrómpese esa canle de transmisión do coñecemento. "A fin de contas, somos o que comemos, e se hai algún que dubide da súa identidade, en *Colineta* se cadra lle poderemos dar algunha idea", dixo Miguel Vila a propósito do seu caderno persoal, inexplicamente solitario e atípico no eido da blogosfera galega.

## De Pinchos: animase a blogosfera culinaria galega? [www.blogoteca.com/depinchos/](http://www.blogoteca.com/depinchos/)

Nunha xuntanza recente sobre a blogosfera celebrada en Compostela, no capítulo de pregarias e queixas, puidemos escoitar que se botaban de menos bitácoras que tocasen o tema da cultura culinaria, a gastronomía e a cociña tradicional galega. Será que mentres escribimos na Rede perdemos bocado? Malia todo, na Blogoteca puidemos rastrexar algún caderno persoal recentemente inaugurado que xira arredor dunha desas prácticas que ninguén soe desenvolver, precisamente, a desgusto: a de tapear. É o caso do blog *De Pinchos*, unha bitácora que constitúe unha guía subxectiva de bares (subxectiva porque son os que máis lle gustan ó seu autor) e que, a maiores, é unha homenaxe a un xeito de comer e facer turismo e cultura que é tipicamente noso. No caderno persoal fai-se referencia, sobre todo, a locais de Pontevedra, pero tamén puidemos ver doutras cidades como Santiago e Lugo. *De Pinchos* é un exemplo de como tocar temas universais a través dos detalles pequenos. A fin de contas, falar de ir tapas tamén é falar dunha das mellores formas de comunicación entre as persoas que se teñen inventado.

## Diario do Gourmet de Provincias <http://gourmetmerlin.blogspot.com/>

O *Diario del Gourmet de Provincias y del Perro Gastrónomo* é outra das propostas galegas do eido culinario na blogosfera, malia que desta vez non estamos a falar dun caderno escrito en galego. O sitio, que é anónimo e non achega máis información sobre o autor que as súas preferencias na cociña e unhas cantas pímulas de datos persoais (como por exemplo a explicación de por que o blog se chama como se chama), artéllase nunha listaxe de recomendacións gastronómicas e comentarios sobre restaurantes, rutas de tapeo ou sobre declaracións de cociñeiros de sona. Tamén hai xanelas á actualidade galega, normalmente vencelladas á nosa cultura, o respecto polo noso medio natural e outros asuntos polos que nunca está de máis loitar. O blog que nos ocupa, por certo, aparece na selección feita polo especialista en redes e información José Luis Orihuela no seu libro *A revolución dos blogs*. Ou sexa: que segundo Orihuela estamos ante unha bitácora de tipo referencial, un exemplo a seguir, malia estar situado na "periferia". Por certo que é ese carácter periférico da nosa terra o que motivou o nome da bitácora, nome que segundo o seu autor non deixa de espertar curiosidade

## A web Fotografías de Galicia supera a liña das 1.000 imaxes da nosa terra

Ofrecer unha imaxe real e ceibe de tópicos da nosa terra, que recollése-las fotografías das súas paraxes máis significativas e outras non tan coñecidas pero igual ou máis interesantes. Ese é un dos propósitos dunha iniciativa que naceu en novembro de 2005 da man de Xerónimo Pérez, Fotografíasdegalicia.com, unha web que xa conta con máis de 1.000 fotografías para os amantes dos espazos naturais e da cultura galega. As imaxes están clasificadas en álbumes segundo a provincia e a comarca á que pertencen, polo que é doado atopar-las "recreacións" dun sitio en concreto, aínda que os máis desorientados teñen a posibilidade de situar-las paraxes no mapa. Ademais de cartafoles estreitamente cinguidos ás poboacións galegas, existen tamén outros álbumes dedicados ós lugares emblemáticos da nosa terra, como as Burgas de Ourense, as Fragas do Eume, a Torre de Hércules e a Catedral de Santiago. Cada unha das fotos inclúe descrições do lugar onde foi tomada así como o nome do propietario do documento gráfico, xa que Xerónimo conta coa axuda de outros corenta e oito colaboradores \_até o momento\_ que achegaron os seus traballos co fin de ampliar-lo panorama xeográfico recollido. Estamos polo tanto ante un xeito de coñecer nun clic os pobos ós que non tivemos oportunidade de visitar en persoa, e co quizais nos deamos folgos para ve-los en vivo.

entre os seus lectores. O de "Perro gastronómico" vén a conto porque se ben é certo que hai cans que superan ás persoas en moitos valores supostamente humanos, tamén é verdade \_di o autor\_ que hai cans que saben apreciar a boa cociña tan ben ou mellor ca unha persoa. E o seu compañeiro canino cumpre eses parámetros.





# O Machu Picchu e máis Galiza enteira, con ollos panorámicos

RAQUEL NOYA  
WWW.MACHUPI  
CCHU360.COM  
WWW.GALICIA360.COM

Agora que está aquí o verán \_o intre máis axeitado para as escapadiñas\_, cómpre informarnos ben de tódalas opcións dispoñibles, non vaia ser que nos metan gato por lebre e acabemos por perdernos nalgún monte sen nome na fronteira con Francia (aínda que pensándoo ben, tampouco sería un mal plan). Mais, supoñamos que andivemos metidos nun escándalo de corrupción en Marbella e que agora temos moitos millóns de euros que non sabemos en que empregar (logo de desecar xirafas, facer alfombras con pel de leóns, poñer *Dalís* no cuarto de baño ou axeitar patas de elefantes como garda paraugas), ocorréseme que podemos achegarnos ó santuario arqueolóxico do Machu Picchu, en Perú, construído entre os séculos XV e XVI e declarado Patrimonio Cultural da Humanidade pola UNESCO en 1983.

Claro que, non nos sobran os cartos a todos. Por iso, para o resto dos mortais, amantes do turismo, sen tempo de lecer e coa economía xusta para ir cara a diante, existe outra opción que se fai chamar [www.machupicchu360.com](http://www.machupicchu360.com). Este sitio ofrece un completo percorrido virtual polo santuario peruano, con máis de 75 puntos panorámicos fotografados con tecnoloxía de 360 graos. Aquí, os visitantes poden escoitar en catro idiomas diferentes as descrições dos lugares, as construcións e os monumentos a



través da voz dun guía, facendo un percorrido virtual semellante ó que se faría na visita presencial, pero sen ningún custo máis que unha lata de refresco e unha bolsa de patacas para que a visita resulte do máis cómoda e agradable (isto último é opcional, tamén se pode trocar a bolsa de patacas fritidas por lambonadas). Deste xeito, non hai por que moverse do sofá da casa para visitar a xoia arquitectónica e arqueolóxica máis importante da cultura Inca.

Peró non é preciso que viaemos até o Perú para visitar unha cidade declarada Patrimonio Cultural da Humanidade porque, sen ir máis lonxe, Santiago de Compostela tamén o é. Sí, xa sei que estamos cansos de pasar pola capital e que coñecemos cada recuncho da mesma. Mais, por se acaso, [www.galicia360.com](http://www.galicia360.com), ofrécenos unha completa visita virtual de Santiago e de outros moitos sitios como A Coruña, as Rías de Corcubión, de Muros e Noia, de Arousa, de Lires, de Camariñas, de Corme e Laxe, da Coruña, de Betanzos, de Ares, de Ferrol... e dun número sen conto de lugares turísticos de Galiza, ós que se cadra nin sequera nos achegáramos de paso. E como a

esas vilas podémonos desprazar comodamente en coche, o servizo que ofrece esta web serve para corroborar que seguen igual e que realmente vai pagar a pena a viaxe. Ademais, pódenos axudar a escoller unha entre as múltiples opcións de visita que temos nas terras galegas. As fotos inclúen boa calidade de imaxe, até en pantalla completa. A única pega é o son de fondo dunha gaita galega, estridente e esgotadora e que amola máis ca un exército de grilos con fame.

Así que, vedes que non hai escusa para non viaxar este ano, ben sexa en coche, tren, avión, barco ou máis barato ca todo iso, até máis económico cás compañías de baixo custo: *a rede de redes*, xa que, con tódalas páxinas de visitas virtuais que se poden atopar en Internet un pode percorrer o mundo nun abrir e pechar de ollos sen moverse da casa e sen gastar un euro. De acá á perfección, só nos queda agardar a que nun futuro poidamos *gostar* virtualmente dos pratos típicos de cada lugar... pero todo se andará.

Se cadra algún día os chineses probaran percebes sen vir ó Grove ou os alemáns caten o Albariño sen ter que renunciar ás súas famosas salchichas Frankfurt.

## Premian a un coruñés que ideou un sistema de información turística en MP3

A cuarta edición dos premios *Mellora a túa cidade* que se outorgaron na Coruña sorprenderon este ano 2006 cun gañador que apostou polas novas tecnoloxías, xa que o proxecto de Marcus Judel Meléndez consistiu no que deu en chamar *Coruña@tour: turismo dixital*, que podería servir perfectamente para que os visitantes á cidade poidan acceder a información de utilidade dende a propia web do Concello. A idea de Judel, que lle valeu un premio de 600 euros, apoiase no feito de que moita xente dispón xa de reprodutores de MP3 portátiles, e até os últimos móbiles permiten a reprodución deste tipo de ficheiros, polo que son unha ferramenta axeitada para funcionar como guías turísticos virtuais. *Coruña@tour* permitiría non só descargar os ficheiros de MP3 a través da Internet, senón que tamén se poderían obter nas oficinas de turismo coruñesas, pensando que tamén sería unha opción interesante que se puidera dispor de reprodutores de MP3 en depósito (tralo pago dunha fianza) para os turistas que non teñan xeito de escoitar o popular sistema de almacenamento de son.

## Schmap!: unha guía turística que achega imaxes de Flickr [www.schmap.com](http://www.schmap.com)

Schmap! é un sistema de guías interactivas que complementa os seus rúeiros con imaxes adquiridas de servizos na Internet como Flickr, funcionando igual ca un programa informático independente que non precisa de conexión á Rede para operar nin grandes prestacións de hardware, aínda que o máis salientable deste novo sistema é que emprega imaxes que contan con licenza Creative Commons, ou sexa, que amosan capturas visuais feitas por turistas e residentes e non

por profesionais, polo que non son especialmente espectaculares pero si máis realistas. As guías pódense descargar xunto co Schmap! Player, que permite a súa consulta dende o ordenador, e normalmente cada guía urbana ocupa menos de 6 Mb. Actualmente hai só unhas poucas cidades no sistema, tanto dos EE.UU. como de Europa, pero están en preparación moitas outras guías que empregan esta atractiva ferramenta. As guías inclúen unha introdución con capítulos dedicados ós aspectos e barrios máis significativos de cada cidade, ofrecendo tamén itinerarios e permitindo paseos virtuais sobre o mapa. Podemos así pedirlle o sistema unha visita

personalizada pola cidade que nos leve polos tipos de establecementos que lle indiquemos, de xeito que tanto podemos cinguir o paseo a monumentos e museos coma a bares e outros locais de hostalería. Loxicamente, informacións como a páxina web dos lugares que se poden consultar, así como os seus teléfonos, están dispoñibles a través deste sistema de guías que ten pouco menos dun mes e medio de vida, e que podería ter moito éxito nos vindeiros meses, pois até abre portas para o desenvolvemento de reprodutores de guías para dispositivos móbiles, de xeito que o seu uso podería espallarse axiña.

## Navegacións Cotiás



Manuel Gago  
[magago@usc.es](mailto:magago@usc.es)

## A auténtica aventura está aquí

Non penses que as xunglas están aí fóra. Aí fóra xa non quedan. Se pagan, con sorte –e diñeiro– accederán a algún simulacro selvático que lles achegará unha experiencia emocionante e reconfortante para despois recordar pola noite mentres lles dan un repaso terraceiro aos langostinos con viño branco. A verdadeira xungla, o verdadeiro territorio bravo e salvaxe está aquí dentro, en Internet.

¿Non me cren? Proben a buscar “hotel en Madrid” en Google. Non se van enterar de nada. No lateral dereito aparecerán miles de anuncios pagados ofertando buscadores de hoteis e buscadores de voos. No encabezamento tamén aparecerán anuncios pagados de buscadores de gangas de hospedaxe na capital. Pero é que nos resultados da busca ¡tamén atoparán ligazóns a buscadores! Se cadra alá pola páxina 30 comece a aparecer algúns resultados. Pero seguro que nese momento xa terán chamado a ese curmán que foi a unha voda a Madrid a semana pasada a ver que tal era o sitio aquel no que se hospedaron...

Tentei facer o mesmo con restaurantes. Volví ao Google. Outra vez listas de buscadores de reservas en liña que non dicían nada. Se tiña sorte e daba coas webs oficiais dos restaurantes –moitas posicionadas en Google na terceira ou cuarta páxina de resultados, de súpeto aparecían miles de referencias dos máis coñecidos: fermosas fotos de tortillas deconstruídas en capas líquidas, ambientes intimistas, pero ningún prezo nas súas páxinas oficiais. Paseime polas fichas de coñecidos sitios de crítica gastronómica na rede: non sei por que, pero dábase que os prezos tiraban un tanto á baixa. Mirei nos blogs gastronómicos. Centros de opinións diferentes sobre algúns dos máis controvertidos, como Viridiana. Un tanto confuso, achegueime nun cóctel xunto ao mellor crítico gastronómico do Estado e pregunteille: señor, estou desesperado. ¿Que restaurante escoller? O crítico sacou o teléfono, doume un nome de local e amosoume un número de teléfono da súa axenda:

### -Chama a este chef da miña parte.

Información que, por suposto, non estaba en Internet. A información realmente útil. Algo que non había, ou fun incapaz de atopar, na rede: unha voz autorizada. En Internet busquei tamén algo insólito e exótico, “restaurantes baratos en Barcelona”. Como poden ver na foto, tratábase dunha consulta demasiado difícil para a cidade da que falabamos. Nin un resultado. Pero aínda me rin un cacho.

Algúns sectores económicos deste país, coma o turismo, comprenderon moi rapidamente que non abonda con estar en Internet, senón que hai que sobresaír entre unha competitiva multitude. Todos sabemos xa as mañás para posicionarnos nos buscadores –posicionar, dise da táctica para levantar a cabeza por riba da multitude na foto de fin de curso do cole-, pero aínda non aprendimos a contestar a preguntas esenciais. Os buscadores tampouco: coa súa pulcritude algorítmica revélense, a estas alturas, ineficaces para discriminar entre a información de calidade e os trucos de código dalgúns sitios intermediarios entre o consumidor e o produto final que queren gañar posicións nos resultados de busca. Son doados de enganar se un pretende facelo.

É tempo de que as máquinas e os buscadores comecen a pensar nun novo paradigma que nos evite aos usuarios que non sabemos como comezar a saber sobre algo a total sensación de perda. O paradigma da relevancia real da información dunha páxina web, da intelixencia dun software que interprete o noso descoñecemento e en función diso ordene os resultados. É o tempo de Google ou Yahoo! 2.0, ou o que veña. Na hiperInternet de millóns de páxinas web do verán de 2006 os aparentemente novos conceptos xa se nos quedan pequenos e os grandes sitios revélense como incapaces de xestionar toda a información que entra na rede en masa.

Pensen niso –si se aburren– mentres se toman o seu *daiquiri* fresco. E logo xa me contarán.



# Galeguizando turismo, turismizando Galiza

Falamos dalgúns exemplos galegos do negocio das viaxes, a gastronomía e o aloxamento que se adapta á tecnoloxía, e viceversa

## REDACCIÓN

### Turgalicia no mundo

Se falamos da Sociedade de Imaxe e Promoción Turística de Galicia poucos dos nosos lectores saberán cal é o tema deste artigo. Pero cando se di Turgalicia, as cousas é moi posible que cambien. Turgalicia, unha empresa pública de capital mixto (58 por cento da Comunidade Autónoma, 42 por cento das asociacións de empresas vencelladas ó turismo) leva anos confirmándose como a principal porta de entrada virtual de turistas a Galiza, e non é casual que así sexa, posto que este departamento dependente da Dirección Xeral de Turismo da Consellería de Innovación foi deseñado en gran medida para iso: para poñerlle as cousas máis doadas posibles ós visitantes de fóra e de dentro. Os contidos da páxina aparecen na nosa lingua en primeiro lugar (hai que ter en conta que turismo galego en Galiza é o gran motor de moitos negocios de hostalería), mais tamén en catalán, euskera, inglés, español, portugués, francés, alemán e italiano.

Onde aloxarse, onde comer e como empregar o tempo libre: diso trata Turgalicia, que xa non se concibe sen a súa páxina web, e viceversa. Para moitos usuarios é o gran exemplo de a onde levar o turismo: levalo a Internet. Se puxeran en ringleira a tódolos internautas que andaron á procura de información en Turgalicia co fin de aloxarse acó, ou de vir a dar conta da nosa gastronomía, cubríramos a fronteira por Lugo e Ourense e aínda nos sobrarían efectivos para inventar outra Galiza. Imos con algúns datos:

· Esta sociedade foi creada en

setembro de 1992. A súa finalidade: actuar de instrumento dinamizador para a colaboración entre o sector público e privado na área de promoción e comercialización turística de Galicia, comezando a súa actividade nas instalacións do lugar de A Barcia, no concello de Santiago de Compostela en abril de 1993.

· A súa páxina web, [www.turgalicia.com](http://www.turgalicia.com), áchase neste intre do verán (finais de xullo) no posto 31 do *Top 100* publicado por Código Cero onde se recollen os sitios máis visitados de Galiza. O curioso é que hai dous meses estaba no 42, e é que nesta época do ano é normal que se rexistre máis actividade.

· Loxicamente, non se pode visitar este portal coma se fose a páxina **representativa** de Galiza. A estas alturas, dende Código Cero cremos que iso non existe, e é posible que nin exista nun futuro inmediato. O soportal de Turgalicia ten que ser asumido dende un principio como unha ferramenta práctica de servizos. Sen máis pretensións.

### Caixa Galicia confirma o prognóstico: o futuro do turismo estaba na Rede [www.ciberviaxes.es](http://www.ciberviaxes.es)

Ciberviaxes é unha desas iniciativas que, dalgunha maneira, adiantouse á chegada da Sociedade da Información. De feito, creouse en 1991, cando aínda poñiamos expresións estrañas cando alguén falaba de Internet. A porcentaxe de usuarios de novas tecnoloxías en Galiza non cubría unha persoa enteira entre cen, mais cómpre recoñecerlle a Caixa Galicia certa capacidade para prever o futuro, este futuro de hoxe en día onde a maior parte das



Compostela vista dende o Hotel Costa Vella, en [www.flickr.com/photos/11451650@N00/182923960/](http://www.flickr.com/photos/11451650@N00/182923960/)

ofertas turísticas comercialízanse xa na Rede. A actividade de Ciberviaxes está reflectida na súa web, a súa face visible. Tendo dous eidos fundamentais: por unha banda a comercialización de paquetes turísticos a particulares e grupos e, pola outra, a venda de desprazamentos de empresa e congresos. Ciberviaxes, malia operar en toda España, ten o seu principal mercado en Galiza. Como se pode supoñer, un dos seus principais (senón o principal) punto de venda é a web [www.ciberviaxes.es](http://www.ciberviaxes.es), canle de comunicación directa onde os clientes poden reservar e contratar as súas viaxes entre unha variada oferta de destinos e ofertas especiais. O equipo humano desta empresa está integrado por 31 traballadores. As previsións de negocio para 2006 desta firma galega son de un resultado absoluto de 20.859 euros e dunha taxa de crecemento do 29,5% con respecto ó ano anterior.

### Abertal cingue os seus proxectos turísticos na Rede nun só [www.galiciaturismo.es](http://www.galiciaturismo.es) [www.abertal.com](http://www.abertal.com)

O turismo galego atopa en Internet a súa mellor canle de promoción e divulgación. Un bo exemplo disto é un dos novos proxectos da firma galega Abertal, [Galiciaturismo.es](http://Galiciaturismo.es), un servizo que achega aloxamentos do noso país á comunidade internauta internacional, concretamente da Costa da Morte, A Ribeira Sacra e as Rías Baixas (aínda que tamén do resto de Galiza). Este novo portal, en realidade, son tres portais. É dicir: cingue nun único servizo outros proxectos de Abertal como [Finisterrae.com](http://Finisterrae.com), [Ribeirasacra.com](http://Ribeirasacra.com) e a recentemente “restaurada” [Riasbaixas.net](http://Riasbaixas.net). O principal obxectivo deste novo proxecto de Abertal é “dinamizar e potenciar a presenza do sector turístico galego na Rede, así como ofertar ó navegante unha ferramenta útil para as súas consultas”, segundo indica a empresa galega nun comunicado. O lema da súa nova web xa o di todo sobre as súas pretensións: *A mellor opción para visitar Galicia*. O portal, como xa dixemos, permite facer procuras de aloxamento do xeito máis doado posible.

### A ferramenta oficial da capital de Galicia para turistas informados [www.santiago.reservas.com](http://www.santiago.reservas.com)

Hai uns meses presentouse unha iniciativa web en Santiago que se basea no seguinte argumento: o turista está cada vez máis informado, é quen de programar ata o máis mínimo detalle da súa viaxe e emprega a Internet como elemento de primeira orde para a súas mercas e consultas. Este é, polo tanto, o alicerce de [SantiagoReservas.com](http://SantiagoReservas.com), unha central de servizos turístico no que se integran tódolos recursos (informando polo miúdo de todos deles) que fixeron célebres a Compostela e a súa área de influencia como centros de atracción de visitantes a nivel mundial. A posta en marcha oficial da web acompañouse da presentación en sociedade de Compostur, a entidade responsable deste proxecto.

A entidade Compostur \_turoperador de participación pública\_ está habilitada como empresa para a elaboración e distribución dos produtos turísticos de Santiago e bisbarra. Trátase dunha iniciativa posta en marcha por Viajes Vitoria e Turismo de Santiago e a súa cara máis visible é, precisamente, a de Internet. [SantiagoReservas.com](http://SantiagoReservas.com) actúa alí onde o turista de hoxe en día prepara primordialmente a súa viaxe, na Rede. Esta web permite consultar e mercar toda a oferta compostelá dende calquera parte do mundo, grazas á conexión cunha pasarela de pagos dunha entidade financeira que posibilita completar a navegación efectuando o pago dos servizos e obtendo un bono de reserva impreso.



Claustro do Mosteiro de Monfero, visto en [www.flickr.com/photos/freecat/186601418/](http://www.flickr.com/photos/freecat/186601418/)

### Guía de viaxes virtual para móbiles sobre Santiago e o Camiño [www.geomovil.info](http://www.geomovil.info) (información e descargas)

A nós os galegos, que somos cada vez máis viaxeiros pero tamén máis cómodos (gústanos levar na maleta de viaxes o imprescindible), a ferramenta presentada hai unhas semanas pola empresa galega Gallegos e Cienfuegos no Centro Multimedia de Galicia pódonos resultar proveitosa. Estamos a falar do SMIT (o Sistema Móbil de Información Turística), unha aplicación multimedia para móbiles que pode ser empregada para o Camiño de Santiago, para a propia cidade de Compostela, Sevilla e as restantes Cidades Patrimonio de España. A ferramenta, que está a piques de ofrecer servizos tamén sobre Lugo, baséase na seguinte premisa: aproveitar ó máximo as posibilidades dos móbiles actuais (fatos de prestacións) afórranos tempo e esforzos no “antes” e o “durante” das nosas viaxes e itinerarios. É nos móbiles onde xoga a súa baza o SMIT: no feito de que haxa 40 millóns de terminais en España e de que para 2010 as previsións falen de 3.000 millóns en todo o mundo. Aí está o fundamento da aplicación, que permite ver mapas e roteiros de acceso, axenda cultural e información sobre hoteis e restaurantes; e que inclúe funcionalidades de sistemas de información xeográfica (até conexión con GPS), de reprodutor mp3, de vídeo e de plataforma de base de datos. Ademais, os contidos son facilmente actualizados pola empresa, posto que se atopan en servidores da Rede.

Detrás do SMIT, segundo a empresa desenvolvedora, houbo un esforzo considerable en crear unha interfaz que resultase cómoda e accesible, o que permite ampliar na medida do posible o abano de usuarios potenciais. Pódese ir alén nestes obxectivos? É probable que si, e a empresa opina que o feito de que a aplicación traballe sobre o 80 por cento dos móbiles que existen no mercado é unha boa maneira de constatalo (corre incluso sobre terminais antigos).

Como se acode a esta aplicación multimedia? Internet é, de novo, o vieiro a seguir. Toda a información que alimenta a base de datos do servizo está en servidores da Rede, e a esta accédese mediante o navegador do móbil. Cómpre sinalar que, malia ser creadas pola mesma empresa, as guías virtuais de Compostela e do Camiño de Santiago son ben diferentes, posto que non é o mesmo ofrecer información de interese sobre unha cidade (aquí entran máis en xogo os servizos propios das cidades, os rúes, etc) ca sobre un longo itinerario como o Xacobeo (onde se cadra é máis importante a localización dos albergues, as farmacias, os postos de socorro, os monumentos ó pé do camiño, etc).



A praia do Rostro en Fisterra, en [www.flickr.com/photos/56485128@N00/180938814/](http://www.flickr.com/photos/56485128@N00/180938814/)

**REDACCIÓN**

A Internet, na súa popularización alá polo ano 1995 contaba cunha predominancia absoluta do texto, que se vía complementado con imaxes e música, de xeito que só se podía achegar unha ollada do que é a web na actualidade, en boa medida debido ás limitación nos ordenadores da época como das conexións á Rede. Lembremos que cando comezou a Internet a chegar ós domicilios españois as conexións estaban entre os 28,8 e os 56 Kbps, polo que todo o que fose máis aló do texto tiña unha capacidade de carga moi limitada, xa que había que agardar ata minutos para ver como algunha páxina web rica en gráficos podía cargarse, e pouco a pouco foise innovando incorporando (na meirande parte das ocasións, de xeito lamentable) imaxes animadas e música (a típicas cancións en formato MIDI que soaban cunha calidade moi inferior a un vello organíño Casio). Pouco a pouco foi gañando a racionalidade, e as imaxes se empregan para algo máis que para adornar (xa que contaban coma contido) e o son minimizouse (os usuarios non queren que unha páxina web invada os altosfalantes do seu ordenador sen o seu consentimento), de xeito que se optimizou o medio ata converterse case nun equivalente electrónico da prensa escrita, o que coa actualización do parque informático (cada vez máis potente en funcións multimedia) xunto coa chegada da banda larga a través das redes de cable e do ADSL fixo que a Internet textual comezase a non ser suficiente para os usuarios, que comezaron a demandar servizos como a radio a través da Internet e incluso a televisión a través da Rede, pero foron servizos que finalmente non acadaron a popularidade suficiente, en boa medida pola mala experiencia coas mesmas. Parece que o que demostrou que non tiña sentido era ofertar contidos de fora da Internet a través da mesma, pois desbotar a nosa conexión para escoitar a radio ou ver a televisión, cunha calidade moi inferior á dos receptores tradicionais, e cuns contidos igual que os que podemos obter prendendo o televisor ou a radio fixeron que o que nun principio parecían uns sistemas moi interesantes fosen captando cada vez menos usuarios.

**A falta de interacción**

A Internet é un medio no que a interacción do usuario está sempre presente, polo que a adaptación dos medios tradicionais normalmente é pouco axeitada, e así, ¿que interese podían ter para un internauta o consumo radiofónico ou televisivo a través da Rede? Porque se alguén quere escoitar música, pode organizar toda unha colección de ficheiros MP3 cos temas que prefira, conservando moi boa calidade e non tendo que aturar nin publicidade nin horarios. Se trasladamos a situación á televisión o problema aínda é máis grave, xa que nos achegan o mesmo que podemos obter prendendo o televisor da casa, pero precisando unhas capacidades técnicas elevadísimas, e sen incorporar ningunha prestación adicional. Na Rede o usuario busca un contido ó momento, e se queremos ver un programa de televisión non estamos dispostos a agardar horas a que comece, polo que o *simulcast* (a emisión a través da Internet dos mesmos contidos que se ofrece fóra da Rede) teno moi complicado nos ordenadores que fan tan doada a recompilación de contidos para facer unha programación *á carta*.

**Descarga vs. Streaming**

Queda claro así que a xente quere ver contidos en concreto, e non gusta da espera, polo que atopamos un problema bastante importante: se publicamos clips soltos na web para a súa descarga os usuarios poderían ter que agardar moitos minutos (e incluso horas) para ver o contido que desexan, xa que primeiro deben descargalo ó seu ordenador para a súa posterior reprodución. Esa política imperou durante moito tempo, pero estaba claro que era preciso un paso intermedio entre a emisión en directo mediante tecnoloxía de *streaming* e a descarga, e iso chegou cos novos formatos de vídeo que integraban en si tecnoloxía de *streaming*, de xeito que se poden reproducir antes de completar a súa carga. Con estas novas tecnoloxías rematamos así coa necesidade de ter que contar con servidores específicos para dar *streaming* a



**A eclosión do vídeo na Rede**

través da Internet (o que se mantén para os eventos en directo) e atendemos a necesidade dos usuarios de ver os vídeos antes de completar a súa descarga (o mesmo se pode aplicar a moitos contidos sonoros). Para todo isto hai varios fabricantes ofrecendo as súas solucións, o que en boa medida resulta molesto para o usuario (que só lle interesa o contido, e non a tecnoloxía que hai ó seu redor), tendo que Microsoft co seu Windows Media Video permite a reprodución de vídeos creados incluso dende a propia aplicación que inclúe o Windows (o Movie Maker) que teñen boa compresión pero que non gozan de moi boa sonda (probablemente polo feito de que sexa a compañía de Bill Gates a que está detrás deste formato), Apple co seu Quicktime tamén acadou moita popularidade especialmente coa publicación de *trailers* cinematográficos na web, amosando na barra de reprodución dos vídeos o estado da carga dos mesmos (polo que, no caso de non contar coa velocidade suficiente de conexión chega con premer na tecla de pausa uns segundos para poder ver máis adiante o vídeo con certa fluidez) e, finalmente, Macromedia elaborou un produto semellante ó de Apple, pero integrándoo no Flash, que é un engadido que teñen instalado os usuarios en case a totalidade dos equipos conectados á Rede, de xeito que, aínda que non sexa mellor que os anteriores, está a ser o máis popular, xa que non precisa da descarga de aplicacións coma o Windows Media Player ou o Quicktime para botar un ollo ós novos vídeos favoritos.

**O Flash coma reprodutor de vídeo**

Temos así que unha aplicación inesperada do Flash (que nun principio se empregaba para a creación de presentacións interactivas, webs multimedia e *banners* publicitarios) fixo que despois de máis de 10 anos de uso da Internet por parte dos usuarios domésticos o vídeo se convertese na nova estrela do medio. De tódolos xeitos, non foi o Flash por si mesmo o que popularizou o vídeo na Internet, senón o uso que fixeron do mesmo empresas coma YouTube, que permiten ós usuarios particulares o cargar vídeos na súa web, converténdoo dende case calquera formato a Flash e permitindo incluso o seu acceso dende as nosas propias páxinas webs e *blogs* con só copiar e pegar un código HTML, polo que calquera persoa que descargase un vídeo da Internet ou gravase algo coa súa cámara de vídeo doméstica, a súa cámara fotográfica dixital ou o móbil pode publicar contidos de vídeo na Internet, creando o que se deu en chamar a democratización do vídeo na Rede. Sen dúbida, dende entón vemos as páxinas web doutro xeito, pois este tipo de sistemas xa son unha sólida alternativa ós vellos xeitos de ver a televisión.



**As canles de televisión aprenden do pasado**

Tras ver como as experiencias de emitir mediante *streaming* os contidos que tamén ofrecen de xeito tradicional fracasaron, as grandes canles televisivas norteamericanas toman consciencia de que a fragmentación de contidos pode ter boa saída na Rede, e xa comezan a emprender iniciativas coma vender capítulos das súas series a través de iTunes ou a publicar os capítulos de balde dende webs nas que amosan publicidade para patrocinar os contidos. Parece claro que o sector audiovisual xa tomou consciencia de que os novos medios tamén teñen novos formatos, e que precisan adaptarse para manter a súa posición cos cambios que trae a revolución do vídeo na Internet.





## Éxitos encadeados

### REDACCIÓN

Se falamos do contido coma rei do vídeo está claro que ten que haber algo que lle dea pulo a este sector na Internet para que colla forza. Temos así que nun primeiro momento é a propia televisión, grazas á selección de contidos que fan os usuarios, a que alimenta ó vídeo na Internet, pois converten á Rede nunha especie de programa de *zapping* cheo de cousas graciosas que nun principio subían a webs de humor que teñen moitas visitas diarias. Incluso chegaron a publicar revistas en España que regalaban CDs con recompilacións de material gracioso descargado da web. Si, parodias, vídeos musicais simpáticos, tomas falsas, tropezos,... todo cabe na Rede, pero se hai algo que podemos lembrar coma o primeiro vídeo de éxito na Internet posiblemente non sexa outro que o protagonizado polo The Star Wars Kid. No vídeo vese a un rapaz de 15 anos chamado Ghyslain, residente en Quebec (Canadá), que se gravou a si mesmo imitando ó personaxe coñecido coma Darth Maul do Episodio I de Star Wars. A destreza do mozo non era precisamente salientable, e uns compañeiros de clase do rapaz atoparon o vídeo, parecelles simpático e o subiron á Internet para facerlle burla. En pouco tempo o vídeo apareceu en milleiros de páxinas web de todo o mundo, e moitas persoas decidiron empregalo coma base para facer parodias do mesmo, integrando efectos especiais ou situando a Ghyslain en distintas películas ata sumar un total de 106 versións do vídeo segundo a páxina web jedimaster.net. O fenómeno creado polo Star Wars Kid levouno a sufrir un trauma psicolóxico, pois resultou obxecto da burla de moitos compañeiros da escola, o que vén a ser a outra cara do éxito deste tipo de movementos espontáneos que nacen

na Internet. Ghyslain aínda ostenta o título de ser o varón do que máis vídeos se descargaron na Internet, xa que se superaron os 30 millóns de descargas do seu vídeo nas distintas versións (dende a páxina antes mencionada, ou sexa, sen contar copias que circulen por distintos sitios e servizos de intercambio de ficheiros). E dicimos varón, porque de falar de mulleres teríamos que citar á modelo e actriz Paris Hilton, que cos seus vídeos de contido erótico xa é unha das mulleres máis populares (¿ou deberíamos dicir *impopulares?*) do mundo. Pero o curioso do éxito do Star Wars Kid é quizais que tivo continuidade, non só en distintas versión do vídeo,



senón tamén con fenómeno do *lip sync* ou sincronización labial, xa que outro adolescente se fixo famoso precisamente interpretando a xeito de *playback* a canción do grupo romano O-zone titulada *Dragonesti Din Tei* pero máis coñecida coma o *Numa Numa Dance*, polo seu retroso. O rapaz de 19 anos que gravou o vídeo orixinal, Gary Brolsma, tamén se viu abafado polo éxito do seu vídeo (que tamén superou o millón de descargas) pero nesta ocasión apareceron dous fenómenos paralelos: por unha parte moitos usuarios imitaron o que pasou con neno de Star Wars e fixeron parodias do vídeo orixinal, pero por outra serviu de inspiración a moitos outros para crear coreografías interpretando cancións, de xeito que neste momento hai milleiros de temas

musicais gravados con cámaras web que destacan polo seu bo humor. É tal o éxito do *lip-syncing* que incluso se realizou un concurso de vídeos en este formato que estaban hospedados no sistema de vídeo de Google e que se deu en chamar Google Idol (nome inspirado nunha especie de Operación Triunfo norteamericano chamado Pop Idol) e que contou cunha final moi discutida entre as rapazas Pomme e Kelly e os chineses alcumados os Back Dormitory Boys. As mociñas participantes no concurso facían das súas entoando o tema de Aretha Franklin *Respect*, mentres que os chineses imitaban ós Backstreet Boys. A vitoria foi para elas, pero o curioso é que agora a meirande parte dos finalistas desta competición teñen os seus propios seguidores, que seguen periodicamente os distintos clips que publican na Internet incorporar novas e divertidas coreografías a éxitos musicais. De entre tódolos imitadores de Brolsma, hai que destacar a unha rapaza, Brooke Brodack (máis coñecida coma *Brookers*) que se identificaba coma fan do Numa Numa nun clip de vídeo e que comezou a ter tanto éxito en YouTube (falamos duns 40.000 vídeos vistos ó día) que xa asinou un contrato de representación cunha produtora de Los Ángeles, de xeito que é moi probable que nos vindeiros meses apareza na MTV coa presentadora (ou creadora dalgún absurdo programa).

### Es España tamén hai éxitos



Pero aínda que en España tamén arrasen os éxitos globais, temos os nosos propios *hits*, xa que a nosa cultura crea auténticos fenómenos como o programa de televisión *La Hora Chanante*, que pasaba desapercibido na grella de programación da Paramount Comedy (canle de televisión de pago)

e que grazas á Internet ten algún dos *sketches* humorísticos máis coñecidos de todo o Estado, de xeito que non hai case internautas españois que non saiban quen é o Gañán e non saiban do peculiar estilo o equipo de Chanante. Pero o que se aplica ó devandito programa de televisión pode aplicarse a case calquera cousa que apareza



por televisión e que resulte gracioso, pois agora é habitual que apareza posteriormente na Internet para que a xente poida compartir o clip de vídeo cos seus amigos de xeito que en moitos casos se produce un fenómeno de *márketing viral* que os converte en éxitos inmediatos. Precisamente esta técnica publicitaria foi a que adoptou o Koala, un cantante de *rock rústico de lomo ancho* que



realizou un videoclip que colgaron na web para impulsar o seu tema *Opá, yo viacé un corral* como a canción do verán e a verdade é que o seu éxito incluso se adiantou ó verán, pero é innegable que acadou tanta sona coma Georgie Dann nos seus bos tempos. Tamén a MTV soubo aproveitar esta nova moda, e así a súa campaña de *No Mires MTV* que se sostíña nunha páxina web da suposta *Organización Nuevo Renacer* (por una juventud sin mácula) acadou un éxito sen precedentes, pois incluía un vídeo e unha canción dun falso grupo (*Happiness*) interpretando o tema *Amo a Laura*. A peza musical compúxose por parte dos encargados da campaña, e a interpretación a realizou a xente do grupo *La Casa Azul*, pero amosando uns actores no vídeo musical, acadando unha imaxe abraiante que captou a atención de toda España de xeito que se converteu noutro dos grandes éxitos dos últimos meses, que demostran o poder actual que ten a Internet para crear iconas culturais. Agora moitos intentan imitar as estratexias do Koala e da MTV (coma *La Terremoto de Alcorcón* imitando a



Madonna no videoclip de *Hung Up*), pero o certo é que aínda non se coñece o suficiente cómo funcionan estes fenómenos de masas, polo que o único que teñen claro agora os publicistas é que a Internet non é un medio que deban deixar ó azar.

## REDACCIÓN

Os vídeos na Internet, cada día máis doados de publicar, tamén están a dar lugar a unha evolución dos blogs, que nun principio tenderon á creación de podcasts (ou bitácoras sonoras) e agora comezan timidamente a entrar na publicación de vídeo, tanto mediante gravacións moi profesionais coma con clips tomados dende unha sinxela *webcam*. Este fenómeno aínda non está moi maduro, pero iso non impide que haxa moitos pioneiros, entre os que están algunhas canles de televisión, que publican así os seus informativos ou os seus resumos deportivos coa intención de ir abrindo camiño no que sospeitan que podería ser o futuro da comunicación audiovisual e tamén coma un campo de probas para a publicación en novos soportes (coma poderían ser os móbiles). Pero finalmente os que acadan boa aceptación polo público son as producións que nacen da Internet de xeito máis ou menos espontáneo. Así, se temos que mencionar a un videoblog ou vlog parece que a elección é clara: Rocketboom. Trátase dun noticieiro diario sobre temas tecnolóxicos e da Internet, presentado nun escenario doméstico (cun aspecto moi cutre) por Amanda Congdon, unha moza lourea que xa é unha das figuras máis influentes da Internet global, xa que coa súa iniciativa é todo un exemplo a seguir, e as súas opinións son escoitadas por milleiros de persoas en todo o mundo.



Ademais, Rocketboom (<http://www.rocketboom.com/>) é un diario de vídeo que ten consciencia da disparidade de dispositivos nos que se pode seguir, polo que se publica en distintos formatos coma Quicktime, Windows Media Vídeo, MP4 e formatos optimizados para o iPod e para móbiles, de xeito que agardan cubrir tódalas opcións posibles para facer máis accesible a súa información.



De feito, incluso xa hai clons *pijos* de Rocketboom, coma é o caso de Mobuzz TV (<http://www.mobuzztv.com>) que destaca por poder seguirse en inglés e en español e por contar con varias presentadoras. Na Internet publícase en formato

Flash, Quicktime e Windows Media (aceptando subscricións para as versións optimizadas para iPod e PSP), pero a súa vocación é dirixirse ós móbiles, para o que agardan a súa incorporación nos servizos dos distintos operadores de telefonía. Ademais, contan con que a curta duración dos seus informativos (elemento que comparten con Rocketboom) sexa un elemento crucial para o seu uso dende os dispositivos móbiles, xa que nas pequenas pantallas destes os usuarios non aturan estar moito tempo mirando fixamente para a imaxe, polo que a fragmentación dos contidos en bloques de entre 1 e 3 minutos parece o máis axeitado mentres non cambien os dispositivos de reprodución de vídeo.

## Das novas ó vlog

Vemos así que os *vlogs* de novas en bloques curtos parecen os xeitos máis atractivos de publicar vídeos na Rede que non sexan de contido humorístico ou peculiar, pero tamén hai iniciativas que apuntan en direccións distintas, coma o *vlog* semanal de Kevin Rose a Alex Albrecht, que xuntos fan DiggNation (<http://www.revision3.com/dignation/>). Este curioso semanario de vídeo nace do servizo Digg (<http://www.digg.com/>), que é unha web de edición non xerárquica que sitúa na súa portada os temas máis votados polos seus usuarios e que permite comentar as novas que alí se poden ler. Precisamente este servizo foi o que deu lugar á web española Menéame ou á galega Chuza! (<http://chuza.org/>). Pero, ¿cómo encaixa un *vlog* cun servizo de edición de novas? A cousa é moito máis sinxela do que parece: Kevin e Alex sentan fronte a unha cámara cos seus portátiles e uns refrescos e dedícanse unha vez á semana a comentar as novas que foron aparecendo na web de Digg, engadindo curiosos comentarios propios ou facendo referencia a comentarios doutros usuarios. É así un xeito que facer un programa de televisión guiado polas preferencias doutras persoas, que se manifestan votando nunha web, polo que é de agardar que as novas das que falen no *vlog* sexan de interese para os seus seguidores.



Temos así unha experiencia realmente atractiva para tódolos que desexen analizar o futuro que lle agarda á televisión e ó vídeo na Internet, e non sería de estrañar que no futuro algunha canle televisiva estatal optase por unha solución semellante para elixir os seus contidos.

Tamén podemos facer apostas sobre se Berto Yáñez (fundador de Chuza!) sairá algún día na Internet comentando os temas máis *chuzados* dos últimos días.



## Os vlogs

### O noso caso

Parece raro, pero nin en España nin en Galicia existe ningún *vlog* realmente importante. Non hai o costume de publicar vídeo (como tampouco hai moitos servizos de *podcast* cun seguimento masivo) aínda que si hai un uso intensivo de servizos coma YouTube, pero parece que se limita á publicación de vídeos humorísticos (como a montaxe de Bin Laden falando en galego), videoclips musicais e fragmentos de programas de televisión (e incluso gravacións fora de antena, como a que lle fixeran a Fraga durante a campaña electoral en 2005). Entre os últimos casos foi moi rechamante a publicación dun programa nocturno de La Sexta en YouTube no que a presentadora amosaba claros síntomas de embriaguez (aínda que ela di que foron causados polo *jet lag*) e que levou á retirada da mesma de pantalla de xeito indefinido. De non facerse público este feito na Rede, posiblemente non habería ningunha repercusión das nefasta intervención da presentadora.



Aínda así, o vídeo na Internet galega parece que se limita bastante, peso ó feito de que os contidos son cada día máis, e non raro atopar un fragmento de vídeo gravado no móbil nunha polbeira, un clip do Camiño de Santiago ou unhas imaxes tomadas nun encontro deportivo, así coma anacos de programas televisivos para achegar actuación musicais de grupos galego no *Luar* ou os monólogos de Carlos Blanco en *Somos unha potencia*. Podemos apostar a que isto serán só os primeiros pasos dunha revolución que pode ter moito que dicir dende Galicia, onde xa hai unha industria do audiovisual emerxente que podería dar un pulo importante ó vídeo a través da Internet grazas ás súas achegas de contidos. Crucemos os dedos e vexamos o que nos trae o futuro ás pantallas dos nosos ordenadores conectados á Internet... ou ó dispositivo que resulte máis axeitado.



# “Na formación virtual só existe a mente, o corpo como alumno desaparece”

Falamos con Noa Orizales, co-responsable do proxecto Contidos Dixitais

*Contidos Dixitais é, por así dicilo, unha empresa sen sede. Unha clase sen aula que, malia esta falta de corporeidade, ábrese camiño reivindicando unha práctica relativamente nova para Galiza (a educación en liña) e outra cen por cen innovadora (a educación en liña de contidos humanísticos). Noa Orizales, responsable xunto co seu pai desta iniciativa galega, fálanos dos seus proxectos inmediatos (p. e: un portal web educativo para a comunidade docente) e das vantaxes da formación a distancia sobre a presencial. Para empezar: os mestres virtuais, en contra do que se pode pensar (por non estar perante os alumnos de corpo presente), son quen de detectar antes se un estudante se distrae. A fin de contas, “na formación virtual só existe a mente”, coméntanos Noa.*



## REDACCIÓN

A teleformación, que consiste en aprender a distancia empregando as novas redes do coñecemento, é en moitos sentidos un país novo. Estase a formar, é prometedor abondo (sobre todo porque non nos obriga a estar nunha aula nunha cidade determinada) mais semella que xa está a coller algúns defectos ou malos costumes (se cadra unha herdanza da formación tradicional). Por exemplo: parece que a teleformación se está a dedicar sobre todo para impartir contidos vencellados coa prevención de riscos, a supervivencia, a administración ou a xestión de empresas, etc. Estes contidos son fundamentais para calquera persoa (iso ninguén o dubida), mais que acontece coas

humanidades? É xusto aí, na procura de encher ese baleiro, onde xorde a empresa galega Contidos Dixitais, unha iniciativa cen por cen envorcada na Rede, tal e como amosa o feito de que non ten local social, aula nin máis sitio concreto que visitar para recibir coñecemento que o que pode achegar un computador conectado á Internet. Porén, se tivese que figurar un centro de operacións sería Outeiro de Rei (Lugo), o que viría a reforzar a idea de que as novas empresas non teñen por que “vivir” nos grandes núcleos urbanos de Galiza.

Á fronte deste proxecto están Emiliano Orizales e Noa Orizales (pai e filla). O primeiro achega a súa experiencia na docencia tradicional \_a que implica diálogo directo entre mestre e alumno\_ e Noa acode coa súa bagaxe nas humanidades e no emprego de novas tecnoloxías da información. En Contidos Dixitais achamos todo tipo de actividades pedagóxicas vencelladas cos eidos menos populares da teleformación: linguas minoritarias, formación humanística, etc.

## -Pódese aprender o mesmo nun curso virtual ca nun curso presencial?

-A priori, aprender apréndese cos dous sistemas, máis o foco da cuestión estaría en que situacións son máis ou menos axeitadas para cada tipoloxía formativa. A día de hoxe, aínda temos que contar coas limitacións tecnolóxicas que, aínda que cada vez son máis escasas, si que seguen a condicionar en ocasións o xeito de aprender. Fóra desta apreciación, o principal é non ver ámbolos sistemas como rivais senón complementarios e tratar de optimizar o uso de cada un deles en función das necesidades do alumnado, da materia, etc.

## -Dicides na vosa web que son moitas son as experiencias de formación na Rede que fracasan ó longo dun ano. Na vosa opinión, cales son aquelas cousas que se deben ou non se deben facer en materia de educación a distancia?

-Sobre todo, nós pensamos que non se debe supeditar o aspecto didáctico ao tecnolóxico, senón todo o contrario. Para iniciar un proxecto de teleformación cómpre adicar un tempo prudencial a analizar as necesidades do alumnado, as ferramentas tecnolóxicas necesarias para materializar os cursos, etc, e sobre todo non pensar que un sistema de formación virtual vai resolver por si só os problemas de aprendizaxe dos nosos alumnos. Con respecto dos alumnos tamén a mentalidade debe cambiar xa que unha gran maioría do alumnado que se achega á teleformación faino dende a seguinte idea “teleformación = menor dedicación/menos esforzo”. Cómpre concienciar ao alumnado virtual de que a aprendizaxe é un proceso que require tempo e dedicación, esforzo e motivación non só extrínseca senón tamén intrínseca.

## -Na formación a distancia, acaso non se corre máis o risco de que o alumno perda motivación precisamente por non estar xusto perante un mestre que motive?

-Máis risco non, o que pasa é que na formación virtual un decátase con máis antelación e dun xeito máis constatable. No modelo estendido de formación presencial, un docente diríxese a un auditorio que a metade das veces perde o fio da clase ou da exposición. O mestre tarda máis en advertir que está a facer un monólogo xa que os alumnos fican de corpo presente aínda que de mente ausente. Na formación virtual só existe a mente, o corpo como alumno desaparece, polo que se non se rexistra actividade mental na plataforma por parte do alumno, o mestre xa sabe que está perdendo a ese estudante.

## -Cales son os vosos proxectos a curto prazo? Que é aquilo que tendes agora mesmo entre mans e preparado para ser posto en marcha?

-Un dos proxectos cos que nos sentimos máis ilusionados é o da creación dun portal educativo en Internet orientado á comunidade docente. Inicialmente, o portal, que será lanzado como unha experiencia piloto, só estará dispoñible para os docentes da área de lingua galega de ESO. O punto de encontro que estamos a desenvolver para unha editorial galega contará, entre outras cousas, con contidos de apoio á docencia presencial actualizados, recursos en liña para o alumnado, unha bitácora de novas educativas... Agardamos que teña unha boa acollida entre os docentes! Outro dos proxectos nos que estamos agora inmersos é a preparación do lanzamento da plataforma de teleformación Dokeos 1.8, que verá a luz en novembro deste mesmo ano e que oxalá teña unha boa crítica por parte dos usuarios.

## -Vemos na vosa web, agora que nos falas do tema, que sodes socios oficiais de Dokeos. Que é exactamente Dokeos?

-Dokeos é un sistema de xestión da aprendizaxe de código aberto; é dicir, que todo o mundo pode modificalo e usalo sen cargo algún. Esta plataforma de teleformación permite que os alumnos interactúen cunha serie de contidos de forma remota, así como co profesorado e o restante alumnado. Na retagarda deste LMS está a empresa belga Dokeos, que presta todo tipo de servizos de valor engadido arredor do software gratuito: soporte técnico, formación, desenvolvementos personalizados, migracións dende sistemas propietarios, etc. Neste senso Contidos Dixitais proporciona os servizos de valor engadido da empresa Dokeos en España, actuando como soporte de primeira liña e provedor de todo tipo de servizos asociados ao software Dokeos LMS, co plus de elaborar

tamén contidos pedagóxicos para os usuarios de Dokeos que así nolo soliciten.

## -Cales son os eidos principais nos que vos estades especializando?

-Até o de agora, os nosos principais proxectos foron a creación dun curso para axentes de normalización lingüística no que tratamos de ensinalles que pode facer a formación a distancia para facilitar a tarefa dos normalizadores. Outro dos nosos proxectos máis recentes foi a creación dunha serie de CDs destinados ós mestres de secundaria que incluían recursos interactivos para o seu emprego na aula: tests autocorrixibles, xogos colectivos, mapas conceptuais... pero sempre centrándonos no seu uso didáctico e na súa practicidade. Malia a nosa vocación virtual, non tódalas nosas actividades se desenvolven no ciberespazo, xa que tamén vimos de impartir varios cursos do programa Jelic para docentes, varios módulos dun curso de *Técnico en creación de contidos para teleformación*, formación sobre o software Dokeos. Na nosa web pódese consultar un cartafol das principais actividades que levamos desenvolvidas dende o inicio da nosa andaina empresarial.

## -É certo que na formación a distancia o deseño é tan importante coma os contidos?

-Nós non diríamos tanto, aínda que é indubidable que o modo de amosar un contido, a súa representación gráfica e a súa distribución son factores que tamén inflúen na aprendizaxe. Tampouco os contidos en exclusiva son máis importantes que outros axentes presentes na teleformación, como titores ou o propio alumnado. Nós cremos que a clave está no que se fai cos contidos, nas dinámicas pedagóxicas que se crean ao seu redor, máis que na propia redacción ou disposición gráfica.

## -Cales son os principais destinatarios das vosas actividades formativas? Traballadores? Persoas con discapacidades? Individuos que viven lonxe dos grandes centros urbanos?

-En principio non estamos aínda especializados nun colectivo concreto de usuarios, aínda que os profesionais da educación son un sector moi atractivo para nós, tanto pola nosa afinidade como polas potenciais aplicacións que vemos que tería a teleformación neste eido. Na nosa mente hai proxectos que aínda non sabemos se se poderán chegar a materializar e que precisarían dun alumnado obxectivo máis concreto, como por exemplo: programas de teleformación para a poboación penitenciaria, para voluntarios de ONGs, para emigrantes retornados, etc. Mais este tipo de proxectos están aínda por chegar e, se cadra, o sector da educación a distancia nestes eidos en Galicia precisa madurar aínda un pouco máis.

**O CESGA traballa nun proxecto para espalla-lo emprego da linguaxe de signos a través das novas tecnoloxías**

Se aprendemos unha lingua de uso común, o único que se beneficia é quen a aprende (e máis o mestre ó que lle deas os cartos, claro). Mais, se avanzamos no coñecemento da lingua de signos das persoas xordas, por unha banda completamos a nosa experiencia e, pola outra, favorecemos as posibilidades de comunicación dun colectivo que en Galiza, segundo datos oficiais da Xunta, chega á cifra de 10.222 persoas, sendo exactamente 76.626 os galegos con problemas de audición. Mais, a esta aposta pola aprendizaxe e a loita contra a exclusión social aínda lle queda unha reviravolta máis de torca: si se lle aprende a linguaxe de signos a persoas xordas (ou non xordas) a través das tecnoloxías da información tamén contribuímos a paliar-la fenda dixital. O proxecto Ensigna nace xusto no centro dese cruzamento de factores. Trátase dunha iniciativa do Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA), coa colaboración da Federación de Asociación de Persoas Xordas de Galicia, do Grupo de Innovación e Tecnoloxía Educativa da Facultade de Pedagogía da USC e da empresa Femxa. A finalidade de Ensigna é facer que as novas tecnoloxías non sexan unha gran parede que afasta colectivos, vilas e países. Vai orientada, polo tanto, a crear unha metodoloxía nova para a aprendizaxe destas linguas empregando unhas redes da información que non fan fendas dixitais. A finalidade, porén, non é desenvolver un programa en si mesmo, segundo sinala María José Rodríguez, investigadora principal do proxecto, senón en



Blanca Mayo, membro do grupo de traballo, interactuando con un colaborador

amosa-la “bondade da utilización de diferentes tecnoloxías da información aplicadas ó proceso de aprendizaxe, neste caso da linguaxe de signos”. Dito doutro xeito: estamos ante un desenvolvemento tecnolóxico que tamén é un manifesto e un tratado ideolóxico en contra da exclusión.

O proxecto ten unha serie de características interesantes. Por exemplo: non se limita a achegalo coñecemento daquela lingua ás persoas con maiores ou menores problemas de audición senón tamén ós non os teñen. Deste xeito, comenta, María José Rodríguez, “apréndese unha lingua nova e moi enriquecedora dende un punto de vista lingüístico e, pola outra, favorécese a participación social do colectivo xordo”.

**Primeira fase dun proxecto ambicioso**

Neste intre a iniciativa está nunha fase piloto que abrangue o desenvolvemento de dúas unidades formativas para aprendices que, precisamente por ser aprendices, non teñen uns coñecementos previos destes códigos. A seguinte fase comezará a finais do verán e principios de outono, e consistirá nunha “proba de campo cun grupo experimental e que servirá para avaliar os puntos de vista que

integran o proxecto: tecnolóxico, didáctico, metodolóxico e económico”, segundo sinala o CESGA nun comunicado de prensa.

**Máis persoas xordas do que se cre**

Os datos da Xunta sinalan que en Galiza hai exactamente 10.222 persoas xordas mais, como en calquera estatística deste tipo, as cifras son probablemente maiores. Asemade, o Instituto Nacional de Estatística (INE) sinala nun estudo que no ano 1999 estaban rexistradas no noso país un total de 76.626 persoas con problemas de audición.

**Unha lingua viso-xestual**

A lingua de signos é viso-xestual. É dicir: fai uso da visión mais tamén da xestualidade como canle comunicativa. En Galiza, non existe unha gran tradición de aprendizaxe destes códigos, en parte pola herdanza dun sistema educativo onde ten primado ó longo de moitas décadas unha vontade de non adaptarse ás diferenzas e as particularidades dos alumnos. Os problemas que levou consigo isto son, basicamente, de exclusión social.

**Innovación galega: facendo reconto**

**Unha vez máis, facemos un importante oco nesta revista para falar de todas aquelas cousas que se desenvolven dende a nosa terra e que levan consigo o selo distintivo do novidoso**

**Feiraco emprega video streaming para campañas publicitarias na Rede**

A publicidade en Internet é neste intre unha semente que xermina, pero que conta cunha raizame ben firme. Segundo os especialistas no sector, a publicidade en liña, apoiada en campañas noutros medios, achega unha efectividade do 70%. Esta introdución vén a conto porque unha das principais empresas de Galiza (pertencente a un dos sectores máis tradicionais da



nosa economía: o gandeiro) vén de dar un novo paso no seu proceso de modernización empregando *video streaming* nas súas iniciativas publicitarias na Rede. Segundo sinala a axencia GaliciaBanner, que é quen achega a tecnoloxía, Feiraco sería así a primeira firma galega que faría uso destes formatos para un plan de comunicación. En concreto, o *video streaming* aplícase na campaña *O método Feiraco*, que tamén poderemos ver noutros medios de comunicación máis tradicionais. A xuízo de Galicia Banner, esta é unha proba máis de que Internet comeza a ser unha “realidade publicitaria” entre os anunciantes do noso país, polos resultados e tamén polas súas vantaxes. Entre estas atópase a devandita tecnoloxía de vídeo, que sería o máis semellante a unha Rede de radio e televisión. Así, emprégase para amosar vídeos en tempo real en soportes de Internet, facendo posible que se poida desfrutar dos vídeos antes no tempo en que se descargan.

Ver creatividade: <http://www.galiciapublicidad.com/motif/>

**Coremain aposta na súa nova sede en Galiza por unha nova cultura empresarial, máis rendible e acolledora para o traballador**

Un espazo ceibe de ataduras, comunicativo (interna e externamente), cómodo, moderno, onde todo semella deseñado para que as persoas que alí desenvolven o seu traballo non estean de continuo pensando no ben que estarían en calquera outro lugar. Esta que ben podería ser a petición dun equipo de traballadores calquera a un consello administrativo é en realidade a impresión consignada a pé de campo por Código na apertura oficial en Santiago (este xoves día 6) da nova sede de Coremain, empresa galega especializada en servizos do eido das novas tecnoloxías (TIC). O novo edificio, situado no Parque Empresarial Costa Vella, conta con 4.100 metros cadrados, catro andares e unha longa serie de espazos distribuídos de xeito moderno e funcional e co obxectivo de acadar un entorno de traballo de calidade. Dito doutro xeito: a apertura deste edificio significa algo máis que construír e presentar unhas instalacións innovadoras, posto que baixo todo iso rastréxase a aposta da empresa galega por unha nova cultura empresarial que, asemade, é nova en moitos sentidos tamén para Galiza. Estamos a falar da cultura da empresa acolledora e rendible. No acto de presentación, ó que asistiron persoeiros como Senén Barro, reitor da Universidade ou Xosé Sánchez Bugallo, alcalde da cidade, foi o director xeral da compañía, Manuel Balseiro quen achegou á prensa os detalles sobre o edificio:

· A execución das obras da nova sede, que conta con 4.100 metros cadrados útiles, supuxo un investimento de 4,5 millóns de euros. O deseño do edificio deixa abonda marxe para as posibilidades de crecemento da propia empresa.

· O edificio estruturase en catro plantas onde se dispoñen as salas dedicadas ós postos de traballo dos empregados e, ademais, todo tipo de espazos de uso común que favorecen a relación cos clientes. Nestes escenarios, sobre todo na área laboral, todo semella feito para aproveitar o máximo posible as posibilidades da luz e, tamén, para a integración e a boa comunicación entre os traballadores. Con esta finalidade, creáronse espazos abertos e diáfanos e uns ambientes interiores que estimulan a sensación de comodidade.

· A nova sede de Coremain alberga un auditorio con aforo para 80 persoas, sala de demostracións de produtos innovadores da empresa e espazos dedicados ó lecer dos empregados (ximnasio, vestiarios, cafeterías, pista de tenis interior, etc).

· As instalacións presentadas este xoves serven para aglutinar, nun único edificio, o equipo de traballadores que Coremain mantíña até o de agora en diversas sucursais de Santiago. Foi, por así dicilo, un proceso de concentración. Neste intre, a empresa ten operativas outras dúas sedes, na Coruña e Vigo, pero é na de Compostela \_que xa está a pleno rendemento\_ onde se atopa a práctica totalidade das actividades de Coremain.



O edificio de Santiago concentrará a meirande parte da actividade da empresa galega



Na inauguración oficial deuse cita unha boa parte do sector tecnolóxico da nosa terra



A nova sede de Coremain nunha vista exterior

# Celme de blog

*A blogosfera é unha das rúas da cidade Internet que máis nos gustan. Pasamos alí horas, ó sol e máis á chuvia, con treboada e con calma chicha. Ó longo dun mes, as nosas visitas vanse traducindo en comentarios, novas, artigos e outro material que é, por así dicilo, un zume de blog. Aquí vai a nosa colleita de xullo.*

## REDACCIÓN

**As rubias con coroa tamén pensan (?)**  
**soyunamiss.blogspot.com**

*Diario de una Miss Inteligente...* non nos trabucamos nin temos estragado o corrector do Word, non. É o nome dun blog español que, polo visto, está a causar furor na Arxentina. A súa autora faise chamar "la más guapa" e defínese a si mesma como "una chica muy simpática y también muy guapa", deste xeito, sen acentos e sen nada. Dende logo fai ben en autodefinirse como guapa porque o que se di intelixente... non é moito. Ben, en realidade, iso era o que pensabamos nós ó comezo, cando atopamos por casualidade a súa bitácora (non sabemos nin como), pero se vos fixades, malia que os puntos, comas e acentos non se inclúen no seu vocabulario, ou de que emprega *palabros* como "trópico" no tanto de tópico, "reflesion", "aguasfiestas" ou "sin intercambio"... esta moza sen avoa está a colleitar un gran éxito



de audiencia e até figura no cuarto posto na listaxe dos Premios 20 Blogs, organizados polo diario dixital 20Minutos para escoller os mellores cadernos persoais de 2005. Esta aspirante a *miss* conta as frivolidades que lle van pasando nas súas viaxes de traballo e, cando fica na casa (que son as máis das veces), relata o que ve na televisión, é dicir, o guapos que son os futbolistas, o moito que debe cobrar Rafa Nadal ou que un alemán chamado "Shumajer" lle gañou a Fernando Alonso "que es muy guapo tambien y tiene una novia que canta". Así que, para comprobar que non é tan parva como nos fai ver coa súa linguaxe incoherente, cómpre mergullarse neste blog da aspirante a reina das festas máis exitosa da Internet e desvelade o misterio.

**Blogeting: servizos de seguimento e creación de bitácoras para as empresas**  
**www.blogeting.es**

Os blogs non son só obxecto de atención dos internautas de a pé que teñen algo que contar e que, coa súa achega diaria de impresións, conseguen paseniño unha Rede menos dependente de calquera ideoloxía ou forma de presión. Os blogs, cada vez máis e de xeito paradoxal, están no punto de mira de moitas empresas. A filosofía destas é a seguinte: se a tendencia xeralizada é a que os internautas prefiran escribir e le-los blogs antes cás páxinas web convencionais, como é que non estamos aí? É nesa liña onde

se move un novo servizo do que estamos a escoitar falar estes días: Blogeting, posto en marcha pola empresa española Adesis Netlife, especializada en estratexias en liña. A que responde exactamente esta proposta? Segundo os seus responsables, a algo moi doado de entender: se andamos á procura de información sobre un determinado servizo dunha empresa, xa non nos chega con visitar a web corporativa ou semellantes. Queremos máis e o que queremos é, sobre todo, obxectividade. E é nos blogs onde até a de agora pensabamos que estaba mellor representada a obxectividade, sobre todo no que se refire ós comentarios e as experiencias relatadas por outros usuarios da Web. Blogeting, polo tanto, é un *kit* de emprego da blogosfera para as empresas. Un equipo de navegación, "que conta coas ferramentas e aplicacións que permiten ás empresas achegarse ós blogs de xeito seguro". Estas son as partes do produto:

- Monotorización e seguimento. Trátase, segundo Adesis, dun primeiro *tanteo* co blog, que posibilita coñecer-la información que xorde sobre unha empresa, a súa competencia ou sobre un sector concreto. Trátase de empregar, para a blogosfera, as estratexias que tradicionalmente sitúan os nomes das empresas nas primeiras páxinas dos buscadores, co fin de xerar "tráfico estable" cara as súas webs.

- Blogs líderes de opinión. O servizo asegura ó cliente que lle vai localizar ós blogueiros que máis contan en cada sector. Ou sexa: procuráche ós que marcan as tendencias. Logo disto, sométeos á difusión de comunicados e información sobre a compañía en cuestión.

- Desenvolvemento e posta en marcha de blogs corporativos. Blogeting vai encamiñado a tirarlle rendemento á creación de blogs para as empresas, nos que facer o que até o de agora se viña facendo nas páxinas web convencionais: amosar a imaxe da compañía e os seus produtos. Ou sexa, aproveitase a blogosfera como canle de comunicación e de *marketing*, tanto a nivel interno como externo.

**Propoñen no blogomillo a creación dunha plataforma galega de música libre**  
**www.redegalega.org/casdeiro/res-retica/**

Unha plataforma musical pública galega de gravacións con licenza copyleft? E por que non? A proposta non é nosa (vímola no blog Res Retica), mais se cadra sexa este que vivimos, agora, o intre máis oportuno para deixala



<http://www.flickr.com/photos/tempwin/25274781/>

medrar. A iniciativa (que non é unha iniciativa, senón o xermolo dunha iniciativa) seguiría dalgún xeito o modelo doutras semellantes postas en marcha en todo o mundo a prol da música libre de dereitos de autor. Segundo o blog Res Retica, o exemplo máis "exemplar" sería o de Cataluña, onde existe Cultura Lliure e onde xa se teñen editado algúns discos. A bitácora tamén sinala directamente co dedo que poida que a semente xa estea dalgunha maneira plantada en Galiza, e que esa semente sexa A Regueifa (proxecto do que falamos xa en Código Cero), onde se apoia con agarimo toda aquela música (neste caso a galega) pola que nunca teríamos que pagar toda esa morea de euros que pagamos polas novidades que achegan as grandes discográficas. Sexa como sexa, a iniciativa de Res Retica iría encamiñada a convocar o apoio das institucións "e, sobre todo, dos músicos galegos, para nutrir esta plataforma e espallar a filosofía de música que non paga á SGAE".

**PayPerPost: un novo xeito de sacar cartos facendo blogs**  
**payperpost.com/page/blogger**

Unha empresa de publicidade lanzou o servizo PayPerPost que pretende aproveitar a popularidade dos blogs de xeito que pagan ós blogueiros que proben un produto e escriban despois sobre el na súa bitácora de Internet de xeito que poden obter logo beneficios a través das ligazóns que inclúan no texto ós produtos analizados. A principal vantaxe dos anunciantes



é que deste xeito acadan unha boa posición nos buscadores (xa que os ligan dende webs moi populares) pero ten como principal problema a posible ética dos blogueiros, que están divididos nas súas opinións sobre a publicidade nas súas páxinas, xa que moitos non consideran axeitado facer publicidade dende unha páxina persoal.

**Veciños de Arteixo mobilízanse a través dos blogs de Europa Press para enviar libros a Brasil**  
**http://arteixo.cidadans.net/**

Os blogs non só poden mellorar a vida dos que escriben neles senón tamén a de persoas do mundo que, polas circunstancias que sexan, non tiveron a sorte de acceder a eles e nin sequera sospeitan da súa existencia. A blogosfera é, se cadra, o mellor medio de comunicación na actualidade para as boas causas, aquelas que pagan realmente a pena. Vémolo tódolos días, a diferentes niveis (o apoio a Isaac Díaz Pardo, por exemplo).

E vémolo hoxe tamén, vía os Cadernos Cidadáns de Arteixo, sistema de blogs achegado por Europa Press e máis o Concello desta localidade coruñesa, onde se está a dar un "exemplar exemplo" de solidariedade. A través desta plataforma de bitácoras, un grupo de veciños organizouse para recompilar libros de lingua e envíalos a Brasil, tras un chamamento feito por un mestre arteixán naquel país. Trala convocatoria, o partido socialista de Arteixo e máis a Deputación da Coruña fixéronse eco da mobilización para xestionar a colleita de libros e máis costear o envío dos exemplares.

Todo comezou, segundo nos fixo saber a nosa compañeira Eva Campos de Europa Press, cando Diego Suárez Lage, veciño de Meicende, escribiu o 25 de xuño na devandita plataforma unha mensaxe solicitando libros ós seus veciños. A resposta non se fixo agardar, a través de mensaxes de apoio nas que tamén \_veladamente ou non\_ se pedía a colaboración dalgunha entidade pública. A partir de aí, non se sabe moi cando nin como, activouse a solidariedade blogueira, un fenómeno que non é novo no contido (o de que unhas persoas se apoiem unhas a outras é tan vello como a humanidade) pero si que o é na forma. Houbo, polo tanto, respostas de apoio, primeiro dos veciños e logo de certos políticos que semellan estar ó tanto do que aqueles contan nas plataformas tecnolóxicas. Neste intre, a iniciativa conta co apoio de Pilar Souto, concelleira do PSOE de Arteixo e vencellada á Deputación da Coruña. É precisamente a través do partido socialista como se está a xestionar a recollida de libros. Estes están a ser enviados á sede do grupo político na localidade coruñesa, onde seguen abertas \_alomenos, mentres se escribía este artigo\_ as portas para recibir máis exemplares.

**Os blogs de eBay chegarán a España durante este verán**  
**http://blogs.ebay.com/**

Diego Mosquera, xefe de produto de eBay para España confirmou a PC World Digital que o servizo de blogs da súa compañía estará disponible en España no vindeiro mes de agosto. O novo servizo estase adaptando ó mercado español, xa que leva varios días en funcionamento nos EE.UU., e permite ós usuarios do portal de posax a creación de bitácoras de Internet con fotografías e artigos sobre calquera temática, o que pretendería potenciar o factor de comunidade que promove o sistema de eBay (que se sustenta especialmente sobre os comentarios e opinións doutros usuarios).





## Cando o accesible convértese nun simple selo

PABLO LÓPEZ,  
consultor e xerente de Hacce

Hoxe é obrigatorio que as webs das administracións públicas sexan accesibles, é dicir, que a información estea dispoñible con independencia do dispositivo que se empregue para navegar. Falamos de usuarios que pola súa “diversidade funcional” non son quen de usar un rato, persoas cegas ou con problemas de visión que teñen ó seu alcance programas especiais que converten o texto en voz, persoas con mobilidade reducida que utilizan navegadores por voz. A lei xa é coñecida polas administracións, pero, estase a cumprir? Os últimos desenvolvementos webs presentados en Galiza reflicten unha tendencia de “quitamultas”. Lembremos cando se fixo obrigatorio o uso do casco en motocicleta, e moita xente usaba eses cascos “vacenilla” non homologados, pero que servían para que non te parara a policía co fin de poñerte unha multa. Ese parece ser o criterio a seguir, sen reparar no importante que é para certos sectores de poboación que se lles facilite a o acceso real a toda a información.

A páxina da Consellería de Innovación e Industria, <http://www.conselleriaiei.org>, (por certo un dominio non moi axeitado nos tempos nos que se fala da “web semántica”) aplica unha política de mínimos para poder autocertificarse sen avergoñarse co selo de accesibilidade nivel A (o nivel máis baixo que marca a WAI).

Se alguén fai a proba cun test automático como o TAW verá que lle dá cero erros de nivel A. Todo parece correcto. Pero se lemos un pouco máis, solicita comprobar manualmente cousas como... “evite provocar escintileos”, ou “comprobe que a alternativa textual é axeitada” cando a alternativa a un animación onde aparecen textos de “entidades, fundacións, entes públicos, organismos autónomos, empresas públicas, outras” resúmese como “entidades”, ou cando imaxes como “buscador” non teñen alternativa textual.

Se ollamos en fite ós erros de nivel de prioridade superior podemos observar que nin se tentaron solucionar, porque hai algúns que con un mínimo esforzo poderían resolverse e facer máis doada a moitos usuarios a súa navegación. Falamos de esforzos mínimos cando falamos de permitir a un usuario cambiar con facilidade o tamaño do texto da web, poder deter os movementos das animacións ou fornecer atallos de teclado.

Pór unicamente información en formatos PDF, e non en formato web, como as axudas, tamén é un reflexo do esforzo que se está disposto a asumir para achegar a información a tódolos usuarios.

Hai que convencerse de que a accesibilidade aos contidos para tódolos sectores da poboación non pode ter desculpas, nin de ausencia de solucións tecnolóxicas, porque actualmente existen, nin de aspecto, porque non son reais, e aínda que o foran, cal é o fin da web dunha administración pública? Mais ese é outro tema.

### Referencias

Consellería de Innovación e Industria. <http://www.conselleriaiei.org/>

WAI <http://www.w3.org/WAI/>

Web Semántica [http://en.wikipedia.org/wiki/Semantic\\_Web](http://en.wikipedia.org/wiki/Semantic_Web)

TAW <http://www.tawdis.net>

### REDACCIÓN

Non hai dúbida posible: cumpría cambiar a face da Consellería de Innovación en Internet. Sobre todo, se temos en conta que, cada vez máis, a web dunha institución, neste caso intimamente vencellada ó tecnolóxico, é case tan identificativa como a súa sede física. Ou sexa: a páxina dunha institución pública é para os cidadáns mesmamente esa institución. Mais agora, *habemus* nova web. Presentouse o pasado 3 de xullo pola mañá, na sede da Consellería de Innovación, nunha xuntanza-almorzo onde compartiron mesa cos medios informativos o conselleiro e máis o secretario xeral de Innovación, Fernando Blanco e Emilio Nogueira. Ámbolos dous coincidiron á hora de presentala web como un centro de referencia para o sector e unha xanela para a innovación. A páxina, que está desenvolvida cen por cen en Galiza pola empresa Abertal, ten o nivel A dentro das directrices de accesibilidade do W3C, que é un consorcio internacional que traballa no desenvolvemento de estándares e pautas web. Ademais, o *site* de Innovación obtivo o visto bo da ONCE no que se refire a usabilidade para persoas invidentes. Polo que respecta ó contido da iniciativa, cómpre sinalar que “nace” con vontade de tirarlle máis rendimento ás posibilidades da administración electrónica. Isto podemos velo na banda dereita da pantalla, onde se concentran aqueles puntos que Innovación considera que son os máis demandando polos usuarios, incluída unha *oficina virtual* onde podemos solicitar axudas empresariais ou darnos de alta en servizos de colaboración para entrar a formar parte da Sociedade do Coñecemento (plan e-Sinxelo). Estas son as restantes partes ou puntos salientables da web da Consellería:

· Abrangue toda a información referente ás direccións xerais do departamento, a través de cinco xanelas identificables na parte central superior da pantalla.

· A xuízo de Blanco e Nogueira, inclúe mellor navegabilidade cá web anterior. Amais, sinalaron que vai alén no que se refire a comodidade. É dicir: o camiño que debemos transitar para chegar á información que realmente nos interesa é máis curto, non é o que se di costa arriba e está mellor “alumeado”. O conselleiro e o secretario xeral tamén fixeron fincapé no deseño da web, “moito máis atractivo para o usuario”.

· O anterior punto, unido a unha feitura “accesible e nidia”, permitirá segundo os seus responsables un meirande contacto da web cos cidadáns e coas industrias.

· Na páxina hai xanelas e recursos que facilitan o camiño a outras iniciativas paralelas, como Mancomun.org (*site* do desenvolvemento de software libre en Galiza posto en marcha pola Consellería de Innovación) ou Verán de Lecer, onde se ofrece información sobre as actividades festivas e lúdicas que se organizan no país nos vindeiros meses.

· A web é accesible dende tódolos navegadores.

· A Consellería sinalou que irá engadindo en breve novos servizos e recursos. Ademais, someterá ós contidos e as ferramentas a procesos continuos de actualización.

## Innovación aposta pola navegabilidade na súa nova web



### Política Lingüística porá en marcha servizos informáticos de tradución para amplia-la presenza do galego en tódolos eidos empresariais

A Secretaría Xeral de Política Lingüística quere promover o emprego do galego en máis de 80.000 empresas, inserilo nas prácticas comerciais habituais, potenciar a publicidade na nosa lingua e facer que esta estea estreitamente cingida ós proxectos innovadores. Con este fin, o departamento de Marisol López botará man das novas tecnoloxías, poñendo en marcha un servizo de normalización lingüística para asesoramento, tradución de documentación e páxinas web. Así o fixo saber a secretaria xeral este venres 7 de xullo, durante a sinatura dun acordo coa Confederación de Empresarios de Galicia (CEG), entidade colaboradora no proxecto. Así, os documentos internos da CEG, das confederacións provinciais, das asociacións e das empresas, en xeral, realizaranse en galego. Ademais, a CEG comprométese a crear un servizo de normalización que estará composto por seis lingüistas e dous informáticos e que disporá dunha liña de atención telefónica para resolver as dúbidas dos asociados. Segundo apunta Política Lingüística, outra das iniciativas que fixa o acordo é a realización de actividades de dinamización sociolingüística e formación. A achega para estas medidas será de 371.460 euros.

# As licenzas da TDT non convencen a todos

Calcúlase que a actuación da Xunta na adxudicación de permisos a cadeas locais para emitir en dixital afectará negativamente a uns 3.000 postos de traballo



PATRICIA CALVEIRO

## Primeiros feitos

Ó cabo da primeira semana do mes de xullo, o presidente da Xunta, Emilio Pérez Touriño, conmocionou a unha boa parte do eido da comunicación en Galiza co anuncio das adxudicacións finais das licenzas para as televisións dixitais de cobertura local, un anuncio agardado durante moitos meses pero non por iso menos sorprendente nos seus termos máis concretos e, para algunhas empresas do medio, desesperanzador. Touriño fixo pública en San Caetano a resolución tomada na sesión do Consello de Goberno na mesma mañá do xoves 6 de xullo, onde foron aprobadas 46 licenzas dos 87 proxectos presentados. Na listaxe de licenzas vese que os grandes beneficiados polas concesións foron os grupos Prisa e Prensa Ibérica, provintes ámbolos dous de fóra de Galiza.

## As razóns da Xunta

Dende a Xunta, mentres se daba a coñecer esta nova, fíxose fincapé na imposibilidade de aceptar tódolos proxectos. Coa televisión dixital vaise aproveitar máis e mellor o espazo radioelétrico, mais seguirá habendo límites de concorrencia. De aí o proceso de adxudicación, proceso que segundo Touriño foi especialmente duro en cidades como Santiago, onde se chegaron a presentar 11 ofertas. Segundo o presidente da Xunta, “tratábase de non reabrir a competencia de xeito distorsionado, garantindo o interese público e, sobre todo, tentando en

todo momento prexudicar ó sector o menos posible”.

## Reaccións en contra, inmediatas

Porén, as voces de desacordo non tardaron en chegar. Dende medios non implicados directamente coa resolución, como Vieiros ou Galicia Confidencial, criticouse a falla de consenso do goberno bipartito, ó non ter sidos en conta os votos do Bloque Nacionalista Galego (BNG). Tamén foi cualificada a actuación do PSdeG de “incoherente”, por terse amosado en contra dos principios e criterios que nun comezo anunciara como propios, sobre todo no que respecta a “incrementar a porcentaxe horaria de emisión en lingua galega, de produción propia en tódalas concesións de radio e TV”. Pola contra, din, favoreceu a proxectos que non responden precisamente a eses principios, principios cos que atacara unha resolución análoga de concesión ditaminada polo anterior goberno.

## As televisións afectadas toman cartas no asunto

As televisións locais en funcionamento afectadas pola adxudicación tomaron cartas no asunto anunciando que recorrerían a decisión, malia que este proceso (en caso de pórse en marcha), posiblemente se dilate durante anos, alomenos até que se resolva o conflito coa Administración galega pola vía xurídica. Estímase que a actuación da Xunta puído afectar a uns 3.000 postos de traballo en Galiza o provocar o feche de diversas empresas de comunicación locais con longa experiencia.

Televiso, empresa que contaba con 10 anos de bagaxe e 40 profesionais foi unha das afectadas polas concesións na cidade céltica, onde os tres grupos adxudicatarios son de capital non galego. Pola súa banda, as televisións locais de Noia e Ribeira, despois de que só unha das tres canles que operan actualmente acadara a concesión, anunciaron xa que continuarían con normalidade as emisións.

Pola súa parte, a agrupación de emisoras Onda Nós denunciou o posible “abuso de poder” no que podería ter incorrido o Consello da

Xunta e está pendente de recorrer a devandita resolución, ó igual que outras moitas canles coma TeleCoruña, canal Tambre ou Telebarbanza.

## Os colectivos de xornalistas, tamén na loita

Dende os colexios e asociacións galegas de prensa tamén foi duramente atacada a adxudicación de licenzas, cualificándoa de “agravio” ó panorama comunicacional de Galiza. As Asociacións Galegas de Prensa –incluídas na Federación Española de Asociacións da Prensa de España (FAPE)– láianse ademais dunha decisión “meramente político-administrativa”, que non ten en conta a opinión do sector. A proliferación de licenzas, sinalan, vai redundar nun incremento da precariedade laboral. Por outra banda, engaden, “o feito de terlle concedido preto da metade das licenzas a grupos foráneos non beneficia en absoluto ó eido audiovisual galego”.

Tanto as Asociacións Galegas da Prensa como o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia (que agrupa o 80% dos profesionais da comunicación en Galicia) coincidiron na necesidade de crear un consello do Audiovisual en Galicia para mediar de forma non arbitraria neste tipo de asuntos.

Pola súa parte, o Sindicato de Xornalistas de Galicia uniuse á iniciativa dos grupos de profesionais comprometéndose a vixiar atentamente e denunciar o incumprimento dos requisitos que deben obedecer os novos medios: a emisión dun 60% de produción propia -da que a metade sexa en lingua galega- e o emprego do idioma de xeito cotiá, así como a contratación do número de postos de traballo que se comprometeron a crear.

## Algunhas fontes que se poden consultar

[www.xunta.es/periodico/consello0607.pdf](http://www.xunta.es/periodico/consello0607.pdf)  
[www.xornalistas.com/html/ga/ver.nova.html?n=9072](http://www.xornalistas.com/html/ga/ver.nova.html?n=9072)  
[www.vieiros.com/nova.php?Ed=1&id=51344](http://www.vieiros.com/nova.php?Ed=1&id=51344)  
[www.vieiros.com/nova.php?Ed=1&id=51261](http://www.vieiros.com/nova.php?Ed=1&id=51261)  
[www.televiso.com/televiso.asp?IDNoticia=9444](http://www.televiso.com/televiso.asp?IDNoticia=9444)

## A OPINIÓN

# Abandonados na gasoleira

F. SARASQUETE

A Xunta foi a por tabaco e non volveu.

É curioso, por non dicir algo peor, como unha decisión político-administrativa pode levar consigo máis pobreza ca riqueza, no económico e no cultural, cando todos, na nosa inxenuidade, críamos que os gobernos estaban para favorecer que as persoas que tiñan un posto de traballo o conservasen, e para evitar que os esforzos por ter un futuro sólido quedasen en nada. Mais a sensación que teñen neste intre tódolos profesionais que veñen de quedar fóra da concesión de licenzas de TDT é a de que a Xunta os deixou sós, abandonados, mentres saían do automóbil na estación de servizo a mover as pernas un ratiño, e cando volveron xa non había ningúen.

Así están as cousas, e así vola fixeron saber o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, as Asociacións Galegas de Prensa, o Sindicato de Xornalistas de Galicia, o xornal electrónico Vieiros e as propias televisións galegas que ficaron sen licenza e, polo tanto, sen futuro. Todos coinciden: coa concesión de licenzas da TDT do 6 de xullo, que deixou fóra a un bo número de empresas de capital galego, deuse un firme paso máis no constante deterioro do noso patrimonio comunicacional. Dito doutro xeito: o feito de que a metade das empresas ás que se lles vai permitir a emisión en dixital sexan de fóra, pode ser considerada, obxectivamente, unha boa medida de asegurar a presenza na televisión da nosa cultura?

Certo é que non somos obxectivos. Non poderíamos selo, de ningunha maneira, tendo en conta que estamos a ser testemuñas desta negación de futuro (para que se entenda, Código TV, cadea que quedou fóra do reparto, forma parte do mesmo grupo que Código Cero). A nosa postura é tan comprometida como pode sela a duns compañeiros que non entenden porqué outros compañeiros teñen que deixar de traballar por decisións e circunstancias alleas á súa profesionalidade. Disque na TDT é un bote salvavidas no que non collemos todos, que o espazo é reducido e que hai risco serio de afundimento. Polo tanto, non queda outra (non queda outra?) que deixarse morrer e saudar coa man ós que teñen praza no eido de emisión autonómico e local, entre os que albiscamos (menos mal, podemos estar tranquilos) á COPE, unha cadea que *sempre* se caracterizou pola defensa da cultura galega, da nosa identidade e dos nosos principios. Podemos respirar, logo.

Internet vén a se-los grandes almacéns onde atopamos todo aquilo que non hai nosa vila ou cidade. Esa é, non o podemos negar, unha das grandes vantaxes disto que se chama "Rede": a de poñer ó alcance da nosa man unha tenda de antigüidades en Bos Aires, unha galería de arte de París ou un obradoiro de motos antigas de Frankfurt. Se cadra, non chegaremos a pisar nunca o establecemento de roupa para mozas de 15 a 20 anos que temos debaixo da casa, pero poida que saiban o noso nome e nos traten de "ti" nun museo-tenda de cartas marítimas da Habana. Internet é como multiplicar por 1.000 as posibilidades de que se dea de novo unha historia como a do libro *84 Charing Cross Road*, onde se daba conta da longa e estreita amizade a proba de ausencias (nunca chegaron a sentar nunha mesma mesa) entre un libreiro inglés e unha lectora americana.

De libros, precisamente, imos falar neste artigo. De libros e de librerías en liña: é dicir, de establecementos que están a poñer os seus fondos en Internet para que todo o mundo poida solicitarlos. Na listaxe que ofrecemos a continuación haberá unha boa cantidade de esquecementos, mais é posible que o que se presenta abonde para facermos unha idea dos recursos que existen e doutras portas que abrir. Moitas das que incluímos, máis que nada as primeiras, son ideais para facerse con exemplares vellos, descatalogados, de ocasión ou de segunda man. É dicir: imos imaxinar a Internet como unha gran canle de tipo tecnolóxico que arrecende a andeis de madeira, papel vello e cubertas de coiro.

### A biblioteca de meirande presenza (que non a mellor) [www.casadellibro.com](http://www.casadellibro.com)

Esta é unha das webs que con máis insistencia chama á porta do internauta cando este preme na procura de Google ou Yahoo! logo de inserir o nome dun libro ou escritor. Sae por arriba, por abaixo e pola dereita da pantalla do buscador, e o usuario imaxina que detrás desta presenza hai unha boa e intensiva campaña de *marketing*. A web deste recurso bibliográfico é un claro exemplo de ferramenta útil escasamente estética (coma o nó dunha autoestrada). Nós puxemos a proba este servizo cun autor coñecido, mais non tanto como para poñerlle as tarefas moi doadas á Casa do Libro. Probamos pois con John Berger, habitante do mundo e *\_porén\_* inglés de nacemento, que tan boa literatura incluíu na súa triloxía *De sus Fatigas* (Alfaguara) ou en *Páginas de la herida* (Visor). Logo de ve-los resultados da pescuda, decatámonos de que ofrece unha boa listaxe de exemplares, editados en España e en Hispanoamérica, en inglés e en castelán. En total, son 36 os libros atopados, entre os que se inclúen algúns descatalogos e outras rarezas das que nin sequera escoitáramos

falar: é o caso de *Cada vez que decimos adios* (de Ediciones de la Flor) ou de *Siempre bienvenidos* (Huerga y Fierro). En definitiva, o resultado das buscas é máis ca satisfactorio. Isto, unido a uns prezos semellantes ós que ofrecen as librerías tradicionais, déixanos en disposición de recomendar esta web sen medo a que nos caian máis de dez mensaxes de protesta dos lectores e internautas.

### Pouco fondo <http://www.libreriamorelos.com/>

Esta librería-web mexicana é mellor cá anterior no plano estético, aínda que tampouco sexa como para levar un premio en deseño gráfico. Porén, é probable que se andamos á procura dun libro pouco coñecido nos teña sen coidado a "fachada" da librería. No caso deste recurso, que atopamos vía Google, cómpre sinalar que non paga a pena que se lle empresta atención se o que queremos é mercar por Internet. Dito doutro xeito: aparece moito nas procuras de Google, pero está claro que non sempre se sitúa perante os nosos ollos aquilo que máis nos gustaría ver.

### Recursos para saír do paso <http://www.gandhi.com.mx>

Igual de mexicana cá anterior, pero con máis fondo e máis posibilidades prácticas de compra. Ghandi é unha cadea de librerías-café, nada semellante a un establecemento onde a madeira do chan cruxe e hai unha fina capa de po establecida sobre os andeis como un regulamento. Ten un fondo aceptable de libros novos, mais se o que andamos a procurar é material de vello ou descatalogado, mellor é dedicarse a chamar noutra porta. Malia todo, puxemos a proba os seus recursos e, unha vez máis, incluímos a Berger no recadro das pescudas. Finalmente, vemos na pantalla 11 libros atopados, todos eles en castelán. Nada que non coñeza un lector experimentado, pero abonda se o que queremos é adquirir *\_nin\_* máis *\_nin\_* menos *\_algún\_* dos libros da bibliografía "oficial" (oficialmente traducida, oficialmente saída do prelo) de Berger ou de calquera outro escritor.

### Abono de cen <http://www.lsf.com.ar>

A Librería Santa Fe de Arxentina ten unha face moderna e atractiva en Internet e non cabe dúbida de que este tipo de detalles achegan confianza ó usuario á hora de coller forzas e botarse a procurar o fondo dun autor ou unha obra concreta. No caso desta web, o envoltorio (bonito) resulta que envolve en aparencia algo útil e realmente proveitoso. Por exemplo: de Jonh Berger acadamos 100 recursos, de Jack Kerouac outros 100 e os mesmos números son aplicables a autores elixidos ó azar (ou non tanto) como Roberto Bolaño. Logo dos froitos (tantos!) colleitados, o usuario pode caer na tentación de:

· mundo que lle gustan teñen unha fixación coa centea.

· Pensar que a páxina web achega cen recursos por defecto.

Examinando os resultados máis polo miúdo decatámonos de que non todo o que reloce é ouro, e o que pensabamos que eran cen libros do autor (entre obras acabadas de saír do prelo, rarezas, biografías ou escrituras paralelas) son, na súa maior parte, producións de escritores que non teñen nada que ver coa busca pero (mire vostede por onde) foron agasallados polos seus pais co mesmo nome. Isto é algo común en certos buscadores, e o mellor é concentrarnos só nos primeiros resultados, a non ser que sexamos tan excéntricos como facemos cunha biblioteca onde tódolos autores sexan "John".

### Boa páxina para un bo fondo <http://www1.cervantes.com/principal.cgi>

A Librería Cervantes de Oviedo ten unha páxina limpa, sobria e sinxela abondo. Se cadra sinxela de máis. Para as buscas de libros, ofrece a información mínima requirida para exemplares de primeira man. De feito, non atopamos volumes usados por ningún lado e se os hai, non están especificados. A librería ten un fondo aceptable abondo, e é ideal para procurar libros de "curso legal" que non poñan nun brete ós vendedores. Por poñe-la web a proba, escribimos no recadro de buscas "Roberto Bolaño" e obtemos o resultado minimamente esixible nunha librería en liña que se prece. Dito doutro xeito: está dispoñible toda a súa bibliografía, e o mesmo podemos dicir doutros autores.

### Literatura de aquí <http://www.limiarlibros.com/>

Das galegas, esta é unha das que máis visitamos, mais cómpre dicir que o seu uso non é moi recomendable se somos dos que chegamos ás librerías cunha complexa listaxe de nomes e obras esquecidas, descatalogadas ou simplemente estrañas no mercado. Se, pola contra, vivimos un intre das nosas vidas en que devecemos por ter nas nosas mans literatura nosa, escrita e publicada en Galiza, entón si que podemos estar seguros de ter chamado na porta correcta. Inclúese novela, teatro, ensaio e poesía, con facilidades de pago e con información abonda do exemplar que sinalamos co dedo no andel virtual.

### Actualizada, útil e galega <http://www.anelvirtual.com/>

Completa e doada de empregar, Anelvirtual.com é unha das librerías en liña de Galiza máis recomendables. Non será a páxina mellor deseñada nin probablemente levará premio algún ós seus aspectos innovadores, pero cumpre co que se lle esixe e soluciona perfectamente as demandas de literatura galega que poidan te-los internautas. Para pola a proba, fixemos unha procura de obras de

# Librerías en liña: opcións para lectores sen tempo de lecer

*O ritmo da moderna impídenos cada vez máis ter tempo de lecer para toca-los libros, pasa-las súas follas, darlle voltas ós andeis xiratorios e respirar (en caso de que non lle teñamos alerxia) o po de séculos dos exemplares de vello. Que lle imos facer! A busca de libros tradicional require minutos, horas e incluso días, e tempo é o precisamente o que non nos sobra. Ademais, non tódolos lectores teñen o "privilexio" de vivir en cidades, que é onde se concentran as librerías con certo fondo. Na Rede hai unha perda e unha ganancia. Perdemos a posibilidade de toca-los libros, pero gañamos en comodidade e en opcións de conseguir aquilo que sempre quixemos ler. Neste texto que segue incluímos algunhas posibles portas ás que chamar.*



Na imaxe, a librería do British Museum

Suso de Toro. A web ofreceunos 27 opcións, incluída a súa última novela (acabada de saír do prelo), *Home sen nome*, que, polo feito de concorrer no resultado da busca confirmamos o que xa supuñamos: que esta librería ten os contidos virtuais perfectamente actualizados.

### Ante todo, a experiencia galega <http://www.trazosexpress.com/libreria/>

A Librería Trazo é unha experimentada nisto dos servizos en rede. De feito, a súa face virtual está operativa dende o 97, dato importante a ter en conta para todos aqueles que consideran que, nisto da tecnoloxía, o tecnoloxía segue a ser un grao. Sexa polo tempo que levan na Internet ou por calquera outro moito, o certo é que se trata dunha boa web, ben presentada, práctica e moi útil (para as procuras e para enviarnos os libros á casa ou á oficina). Polo que respecta ós seus fondos, son os propios dunha boa librería galega especializada *\_precisamente\_* en literatura de aquí. Moi recomendable.

### Libros en moitas linguas nunha boa web <http://www.lacentral.com>

A fachada da librería La Central en Internet é unha fachada onde apenas hai elementos que distraian a vista, fóra das portadas das novidades literarias, o buscador e algún que outro recurso. Trátase da web dunha cadea catalá de establecementos, e cómpre sinalar que por esas terras semellan ir un pouco por diante de nós no que se refire a poñerse na Rede (de feito, en cuestión de bibliofilia, sempre foron un pouco por diante de nós, e na Rede a fin de contas reproducécese os costumes da vida cotiá). Estamos sen dúbida ante unha librería virtual potente, con moito fondo e con libros en inglés ou noutras linguas que son a solución para todos aqueles lectores que teñan fixación con algún autor e que se teñan atopado, ó longo da súa vida *seareira*, con baleiros de edición ou tradución. Por exemplo, dun autor como Jack Kerouac, que conta cunha extensa bibliografía e con moi poucas obras traducidas ó castelán (é probable que non cheguen a dez), La Central ofrécelle ó lector internauta unha estimulante listaxe de recursos de até 66 resultados.

## Volven OS *anxos*

O Capital Risco nun segundo plano trala crise das *puntocom* volve centrar a atención e participar en grandes operacións económicas no eido das novas tecnoloxías. Os investidores volven ó sector.

**E É QUE A FIGURA DO BUSINESS ANGEL \_INDIVIDUO RICO QUE ACHEGA CAPITAL A UN EMPRESARIO EN TROQUES DE PARTICIPAR NOS BENEFICIOS VINDEIROS DA SÚA EMPRESA\_ TAMÉN ESTÁ DE NOVO DE MODA NA REDE. FORON UNS CANTOS OS PIONEIROS DO SECTOR INFORMÁTICO E TECNOLÓXICO QUE, TRAS TER ATESOURADO GRANDES FORTUNAS A TRAVÉS DOS SEUS PROXECTOS, DECIDIRON ADICAR PARTE DESTA A INVESTITOR EN NOVAS INICIATIVAS DOUTROS COLEGAS.**

Máis información en [www.elvilmetal.com](http://www.elvilmetal.com)



**David Lombardía**  
david@elvilmetal.com

Houbo unha época na que atopar financiamento para unha idea empresarial era relativamente sinxelo, especialmente se esta tiña que ver coas novas tecnoloxías. Probablemente, e atendendo ó éxito dalgún dos proxectos postos en marcha entón, se cadra incluso sinxelo de máis. O investimento en novos proxectos baseados nas novas tecnoloxías disfrutaba dun dinamismo case meteórico, en parte pola existencia dun bo número de fondos de capital risco, o *venture capital*, auspiciados por algunhas das máis grandes empresas nacionais e internacionais que, devecendo por atopar un Yahoo! ou un eBay, investían nas ideas de emprendedores do sector.

Tras uns cantos anos de resaca, o investimento en proxectos de base tecnolóxica e na Rede adquiriu un novo pulo e os fondos de capital risco están a participar de novo en importantes operacións \_non só no sector das novas tecnoloxías. En xeral, semella que o investimento adquire de novo dinamismo.

Por unha banda, temos ós fondos de capital risco que, especialmente no caso dos Estados Unidos, participan de novo nalgúns proxectos na Rede, contribuíndo ó seu lanzamento ou á súa consolidación, e nalgúns casos dotándoos dun novo aire de fiabilidade, aínda que non todos son americanos. É o caso de Index Ventures, o fondo nado nos noventa no Reino Unido e que inviste en proxectos de base tecnolóxica

e biomédicos \_empresas farmacéuticas, biotecnoloxía, etc. Este fondo, que investiu na xa *arquicoñecido* Skype, ten no seu cartafol de investimentos tamén a Ciao, Vitaminic e ó proxecto Fon de Martin Varsavsky, e nas últimas semanas volveu a ser nova polo seu anuncio de investimento en Last.fm, un sitio musical nado en Londres, que foi medrando en popularidade a raíz da posta en marcha dun sistema de recoñecemento dos gustos musicais dos usuarios, creando así canles personalizadas. O investimento de Index Ventures en Last.fm implica que dous dos socios da firma de capital risco entraran no consello de administración do sitio musical. Esta é unha contrapartida abondo habitual cando entran ó capital da empresa fondos de capital risco. Ben é certo que o capital risco non é, nin moito menos, unha fórmula específica nin exclusiva do sector tecnolóxico, de feito, en España a maior parte das grandes últimas operacións que involucraron a este tipo de fondos concentráronse en sectores que poderíamos considerar como “maduros”, como é o caso das operacións de Apax Partners en Panrico, a entrada de Vista Capital en Famosa ou outras semellantes.

Mais, en calquera caso, as cifras amosan que a dispoñibilidade de capitais para investir por parte dos fondos de capital risco incrementouse nos últimos meses, non en van, hai apenas unhas semanas, o BBVA anunciou a creación dunha xestora de capital risco á que lle chamou “Valenza”, que investirá 600 millóns de euros en proxectos en España,

Estados Unidos e América Latina, e que buscará ter o control sobre as empresas participadas.

Mais se cadra o dato máis curioso á hora de constar a recuperación do optimismo investidor na Rede sexa o rexurdimento da edición española do *First Tuesday*, as reunións ou encontros entre emprendedores e investidores que, cada primeiro martes de mes, servían para poñer ós primeiros cun proxecto na procura de financiamento en contacto cos *anxos* que desempulpo económico ó proxecto. Tras varios anos inactivo, Carlos Blanco e Amaia Helguera decidiron relanzar os encontros apoiándose no bo intre que, segundo eles, atravesa o sector, con exemplos como o investimento de tres millóns de euros en Berggi por parte de capitais estadounidenses e españois. A primeira reunión desta nova etapa do *First Tuesday* terá lugar en xuño en Madrid (aínda que o 30 de maio houbo unha en Barcelona con motivo do Internet Global Congress) e a partir de entón, os primeiros martes de cada mes servirán de novo para pór en contacto ós emprendedores cos seus *anxos*. E é que a figura do *business angel* \_individuo rico que achega capital a un empresario en troques de participar nos beneficios vindeiros da súa empresa\_ tamén está de novo de moda na Rede. Foron uns cantos os pioneiros do sector informático e tecnolóxico que, tras ter atesourado grandes fortunas a través dos seus proxectos, decidiron adicar parte desta a investir en novas iniciativas doutros colegas.

Un dos últimos en incorporarse a este selecto club dos *business angels* foi Aydin Senkut, un alto directivo de Google que, tras executar as súas opcións sobre accións da compañía \_moi rendibles, pois entrou na mesma en 1999\_ decidiu retirarse e, tras darse uns cantos antollos, investiu en empresas de nova creación en Silicon Valley. Para isto, creou a súa propia compañía, Felicis Ventures, que inviste en *start-ups* tecnolóxicas. Sen dúbida, este tipo de investimentos son arriscados \_senón que llo digan a algúns dos fondos que se retiraron do xogo trala crise\_ mais os *anxos* entenden que un posible éxito pode supor unha rendibilidade enorme que contrarreste as posibles perdas nos proxectos que non acaden saír adiante. E é que para estes investidores, en ocasións, máis vale cento voando ca paxaro en man. A fin de contas, así é como se fixeron ricos.



RAQUEL NOYA

Tratar de crear máquinas que sexan quen de axudarnos a realiza-los labores máis monótonos, perigosos ou precisos é algo que dende os últimos tempos rolda nas mentes dos científicos especialistas en robótica, aínda que o certo é que o que máis éxito ten é a robótica do lecer: cans, gatos, peixes, hámsters, todo é posible nas mentes creadoras do século XXI. Sony achegou a robótica ó mundo do consumo a través da súa mascota Aibo, un cadelo fedello con múltiples posibilidades realmente curiosas e que é quen de expresarse e reaccionar a estímulos externos; e tamén o humanoide *QRio*, un robot que incorpora as máis avanzadas tecnoloxías de recoñecemento, mobilidade e intelixencia artificial, pero que nunca foi comercializado até o momento. Aínda que Sony anunciou que abandonará o mundo da robótica, outras compañías como Honda ou Mitsubishi seguen na carreira por atopar o robot humanoide perfecto. Deste xeito, *Asimo*, o robot de Honda está preparado para correr (na súa última versión acadou os 6 quilómetros por hora) e evitar obstáculos. Tamén pode saudar ós visitantes e trasfegar bebidas, polo que se ten pensado que se comercialice como recepcionista. *Roomba* é un exemplo de limpeza intelixente. É o mundo da robótica aplicada ó fogar, que xa conta con cinco modelos e ostenta o privilexio de se-la primeira aspiradora robótica en colleitar éxitos. É autodirixible, co que tan só hai que prendela para que comece a aspirarnos a casa e, como non ten fíos, pode moverse con liberdade. Amais, non hai perigo de que caia polas escaleiras, xa que ten sensores que evitan lugares prohibidos (que ben lles gustaría a algúns para os máis cativos da casa).

Como vemos, os robots xa non só se empregan para o lecer, como os que teñen feitura de mascota, que colaboran na educación e falan idiomas (lembramos o can xaponés que fala galego, presentado recentemente na carpa de R en Santiago de Compostela), tamén serven para traballar, e aínda que teñen un deseño menos acabado cós que se ven nas feiras de tecnoloxía, realizan os seus labores á perfección. Por exemplo, o *RoboMow*, outro robot orientado a acabar coas tarefas máis amolantes do ser humano. É quen de corta-lo

césped por si mesmo, grazas a un aramio que se coloca arredor da superficie do xardín e que á súa vez vai conectado a un xerador que determina a área de alcance da máquina.

*Wakamaru* é un robot ó servizo de Mitsubishi, que pode recoñecer as nosas faces e manter conversas sinxelas, mentres que *Banryu* é un axente de vixilancia que incorpora unha cámara na súa parte superior. Ámbolos dous son excelentes axentes especiais que algún día poderán ocupa-los postos perigosos de vixilancia nocturna en lugares de risco, ou en zonas de contaminación excesiva, evitando que un ser humano poida perder a vida ou mancarse gravemente.

Meténdonos xa noutros eidos, militares norteamericanos (quen se non) tamén están a traballar nunha nova especie de robots. Trátase dunha xeración de soldados robotizados que poderían estar implantados no seu exército en menos dunha década. É a armada do futuro e xa está en marcha o proxecto de creación no que se están a investir billóns (con “b” de Bilbao) de dólares. Segundo a reportaxe sobre a cuestión que recolle o New York Times, nun primeiro intre estes robots funcionarían por control remoto, mais a medida que se avance na tecnoloxía poderán ver, pensar e reaccionar coma os seres humanos, gañando meirande autonomía. Non teñen fame, non teñen medo, non esquecen ordes e non se preocupan de se ó seu compañeiro lle acaban de dar un tiro na cabeza... todo isto por menos dunha décima parte do que costa en EE UU un soldado convencional. Poden facer mellor o traballo cós humanos? A resposta é si pero, a que prezo? Polo de agora, xa van en contradición coas tres leis

da robótica formuladas por Isaac Asimov no seu relato *O círculo vicioso* (1942) e que continúan vixentes a día de hoxe:

1. Un robot non pode danar a un ser humano ou, a través da súa inacción, permitir que un ser humano sufra danos.
2. Un robot debe obedecer as ordes achegadas polos seres humanos, agás se estas entran en conflito coa primeira lei.
3. Un robot debe protexer a súa propia integridade sempre e cando esta protección non sexa incompatible coa primeira ou a segunda lei.

Precisamente, para tentar establecer límites e evitar que poidan escapar ó noso control, un equipo internacional de científicos e académicos vén de elaborar un código de ética para estes robots superintelixentes levado a cabo a partir dunha análise feita en Xénoa no encontro da Rede Europea de Investigación Robótica (Euron). Sobre todo, o que máis se cuestiona neste código é a autoridade que se lle vai dar ás máquinas e, segundo Henrik Christensen \_un dos membros de Euron\_, outras das preocupacións son o sexo e a seguridade. Estas son algunhas das recomendacións dos expertos sobre os vindeiros *Terminators*:

- Asegurar o control dos humanos sobre os robots.
- Prever o seu emprego nocivo ou ilegal.
- Protexer-los datos obtidos polos robots.
- Rastrexar e grava-la actividade dos robots.
- Fornecer unha identificación única a cada robot.

Visto deste xeito, case dá medo. Semella que, tal e como acontece na gran pantalla, os robots acabarán por facerse co dominio do mundo e por asasinar un por un a tódolos humanos, ata que un deles, namorado dunha fermosa muller de carne e óso, se revele contra os demais e salve á humanidade. Para que preocuparse entón? Eu polo de agora, e antes de que o microondas colla confianza, ó chegar á casa vou quentar o xantar na cazola de toda a vida, non vaia a ser.

## Científicos sentan os alicerces dun manual de ética para robots

*Dende sempre, o ser humano soñou con crear máquinas que lle axudaran a realizar as duras e pesadas tarefas cotiás. Batidoras, taladros, robots de cociña, computadores, tecnoloxía ó alcance de todos, que facilitan a vida diaria e que permiten aforrar tempo e esforzo nas máis diversas facetas do traballo. De feito, xa case é impensable atopar algún fogar no que non se empregue algunha máquina ou electrodoméstico. Mais a ambición do home é grande e agora, farto xa das típicas máquinas sen personalidade, está a crear robots humanoides para poñer a disposición da sociedade de consumo. Temos, polo tanto, máquinas que cada día son máis semellantes a nós. Habería que ensinalles a distinguir entre o ben e o mal? E de que maneira?*





## As empresas dos Estados Unidos, á caza do empregado internauta

*A Rede mellora a xestión, a competitividade e a promoción, pero para moitas corporacións o libre acceso a ela estase a converter nun ataque directo ós seus principios. Probaron con programas espía e agora xa proban directamente con pechar a billa de Internet. Para algunhas empresas de Estados Unidos, a Rede xa está a ser máis prexudicial có café do mediodía, as festas no traballo ou a falla de motivación.*

### REDACCIÓN

Que pasa pola cabeza do propietario medio dunha empresa media que ve como os seus empregados dedican máis tempo á lectura das revistas cás tarefas polas que se requiriu os seus servizos? Probablemente, un centro de baixas presións, unha treboada, un mar de fondo. Isto que é aplicable ó caso de publicacións semanais non estritamente relacionadas co eido de traballo dos empregados, tamén é aplicable a todas aquelas áreas de Internet que non atinxen á boa marcha da empresa (co agravante de que o equipo informático é, en realidade, unha ferramenta de traballo). Así que asistimos á proliferación de novas coma esta: as empresas de Estados Unidos están cansas de que os empregados planifiquen as súas viaxes no posto de traballo e comezan xa a prohibir o acceso á Rede e ós servizos de mensaxeiría instantánea. Estes últimos, de feito, son ó mundo das redes o que o Tetris era ó dos videoxogos: cen por cen acaparadores de atención. E o mesmo ocorre \_xa que vimos de saír do Mundial de Fútbol\_ se facemos uso da Rede para ve-los partidos ou saber dos resultados ou se mercamos música, libros, DVDs ou entradas de concertos. A consecuencia disto, cada vez son máis requiridos os servizos das empresas que fabrican software que restrinxen o acceso a Internet ou simplemente o bloquea, e a firma McAfee é un bo exemplo disto. A súa filosofía, para que se entenda, baséase no seguinte lema: se vostede está a ver vídeos, non está a traballar. A principal vantaxe que ten Internet sobre outros vieiros de fuxida nas empresas de tipo máis tradicional (a devandita lectura das revistas, a necesidade de fumar un cigarro, o café das 11.00 horas) é que ninguén sabe que estás a facer cousas “improdutivas” para a empresa se non se achega a unha distancia que lle permita

ler as letras da pantallas. Mentres tanto, o empregado sempre pode poñer cara de concentrado e todo o mundo pensará que se atopa mergullado na procura de importantes datos para os seus clientes, malia que en realidade estea visitando o blog de Miss Inteligente (bitácora, por certo, apaixonante, afastada de todo “trópico”; vémosto en <http://soyunamiss.blogspot.com/>). Polo que se conta na Rede sobre estes asuntos, en Estados Unidos é xa unha práctica habitual que os empregados xustifiquen con feitos e sinais a necesidade de conectarse á Rede. Logo, é probable que o ronsel das súas viaxes por Internet sexa estudado con lupa, non vaia ser que visite webs consideradas “prexudiciais” para a empresa (ata onde chegaría o considerado “prexudicial”? ). Esta loita contra a improdutividade na Web, que presentada deste xeito semella constituír bo material para unha opresiva novela ou filme de ciencia ficción, probablemente estea a desencadear dende hai tempo situacións laborais ó límite da paranoia.

· Que pasa se prememos por erro nunha ligazón que nos leva, sen que nós o saibamos, a un sitio de contidos pornográficos?

· Que ocorre se non escribimos ben un determinado enderezo web (porque é complicado de escribir, porque non temos un bo día, porque estamos medio durmidos... polo que sexa) e iso lévanos a unha páxina dende a que se nos descargan programas maliciosos?

A situación, vémosta vir, podería acabar así: empregados na oficina, con permiso para navegar pola Internet, vixiados moi de preto por xefes de persoal e suando enriba do teclado ó mesmo tempo que escriben enderezos web, coma quen xoga a un novo tipo de ruleta rusa. O malo de todo isto é que, ó parecer, non é ciencia ficción. Así, en 2005 puidemos saber que o 26% dos empresarios despediu a traballadores por levar a cabo un emprego pouco axeitado das redes. Un dato, sen lugar a dúbidas, para reflexionar. Por outra banda (vémosto na web [delitosinformaticos.com](http://delitosinformaticos.com) hai xa certo tempo), cómpre lembrar os datos da enquisa elaborada pola American Management Association na que se afirmaba que o 73,5% das grandes compañías dos Estados Unidos recoñecían ter gravado e monitorizado as comunicacións que mantiñan os seus empregados. Polo que respecta a situacións máis próximas, dicir que segundo un estudo de Pricewaterhouse e a Universidade de Navarra feito en 2003 (e xa choveu, tecnoloxicamente falando, dende entón), unha de cada dez empresas españolas sancionou alomenos a un dos empregados por facer uso da Rede para “cousas” para as que nun principio non se habilitou. Amais, o 3% delas ten despedido a alguén por estes motivos. Tendo

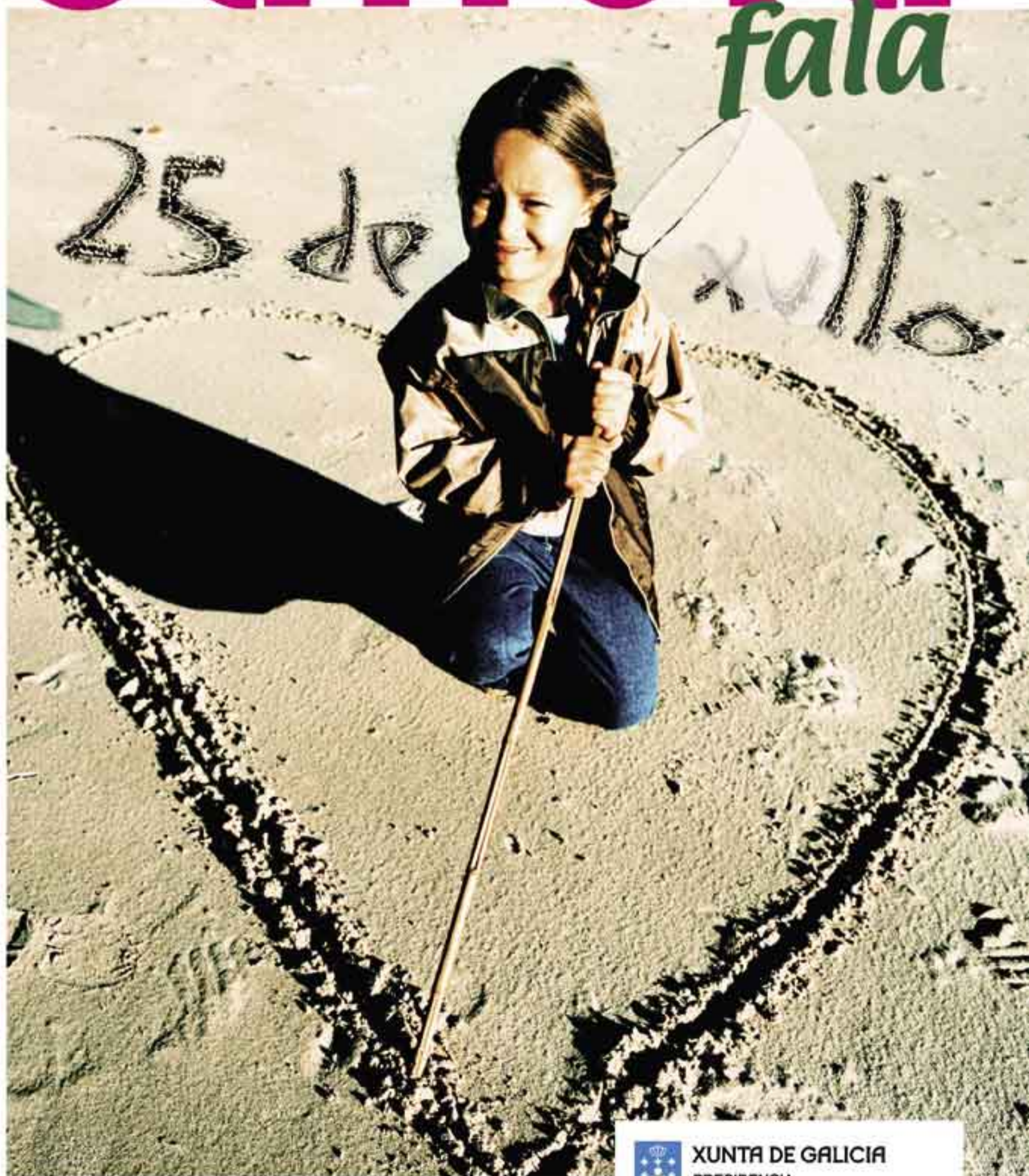
en conta que xa pasaron tres anos dende que foron achegados estes datos, podemos supoñer que, ó ritmo que progresa a penetración da tecnoloxía no eido empresarial, neste ano en curso poderemos falar de porcentaxes tres veces máis grandes, como mínimo. Dito doutro xeito máis gráfico: o encargado de persoal que vixiaba os movementos dos empregados por mandato dos directivos é, cada vez máis, coma un árbitro de fútbol. Tódolos días ten que ver a alguén na oficina erguendo as mans no aire, acenando igual cós xogadores que indican que aquí non pasou nada. E está farto disto. Os programas informáticos deseñados para controlar de xeito remoto as viaxes dos empregados en Internet ou para ler o que escribían (VNC, Back Orifice, Investigator, Spector, eBlaster, Websense ou El-Espía) están a deixar paso, definitivamente, a programas que son coma muros de formigón (se bloquean o acceso) ou coma autoestradas convertidas en carreiros (se o restrinxen).

### Microchip para o control de inmigrantes

Agora que Estados Unidos, o país abandeirado das liberdades e da democracia ergue muros para manter ós mexicanos a distancia, xa criamos que non se podía ir alén nesa teima de protexerse a toda costa do inimigo hispanofalante (e o inimigo é un home que cruza un río sen apenas equipaxe). Mais, vémosto en Baquia.com, si que se podía ir máis lonxe, neste caso usando algo máis tecnolóxico ca o formigón dun muro: trátase do desenvolvemento dun microchip que axudaría a controlar ós inmigrantes. A empresa responsable deste humanitario invento é VeriChip, que segundo os medios en liña estaría a tentar a George Bush para levar á práctica o froito dos seus esforzos. O microchip consiste nun aparello semellante ó que se lle pon ó gando mostrenco e vai inserido baixo a pel. As persoas que sexan “beneficiadas” con este dispositivo \_non máis grande ca un gran de arroz\_, non poderán desprenderse del sen a axuda de profesionais, profesionais que presumiblemente son os mesmos que os insiren: persoal de control fronteirizo?

# Galicia

*fala*



¿En que pensaches esta mañá ao erguerte?



## NECESITAS DESCANSAR

Necesitas pasear por cidades de pedra onde a arquitectura é patrimonio. Necesitas contemplar monumentos onde a historia é arte. Necesitas visitar museos onde a arte é vida. Necesitas durmir en lugares cheos de encanto onde o tempo se detén para ti. Necesitas coñecer unha cultura única, deixarte sorprendere e soñar.

## NECESITAS GALICIA

