

Código Cero

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

NÚMERO 51 XANEIRO/FEBREIRO 2007 • PREZO 1€

Campanña Galegoelogo

A nosa lingua, sempre nova

O DNI electrónico, en extravío

Para moitos cidadáns, o novo documento é
un gran sinal de interrogación

Fichaxes na Rede

Repasamos algúns recursos web para
pendurar o currículo

52 parroquias en liña

A Estrada xa ten WiFi

Música libre na Internet

Canciós coma cartas de presentación

A evolución dos móbiles

Haberá un antes e un despois do iPhone?

A pair of hands is shown from the bottom, palms up, holding a colorful mosaic spiral. The spiral is composed of many small, multi-colored squares (red, blue, green, yellow, orange, brown) that form a circular pattern. The background is black. In the top right corner, there is a larger, partially visible mosaic pattern of similar colors.

Galicia, facémola entre

todos



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

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:

Darío Janeiro, Eva Campos,
Pedro Prieto, Raquel Noya e
Fernando Sarasqueta.

Supervisión lingüística:

Sonia Pena.

Fotografía:

Adolfo Enríquez Calo, Joferpa.

Edita:

Grupo Código Cero
Comunicación
Conxo de Arriba nº 49, 1º C
Código Postal 15706
Santiago de Compostela
Tel.-Fax: 981 530 268
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 51

Xaneiro/Febrero 2007

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...



Código Cero vén de facer as maletas e de desfacelas en tempo *record*: dous días (un e medio, en realidade). A información aínda pesa, nesta era dixital e, malia que falemos dun medio de comunicación pequeno moi vinculado ás novas tecnoloxías (discos duros, CDs, DVDs, memorias USB e demais), temos que recoñecer que non nos libramos de cargar con armarios, mesas, ficheiros e caixóns, das dores nas costas e das nechas nas pernas e nos brazos que testemuñan unha precaria experiencia na complicada arte da mudanza. Pasamos dun extremo a outro de Santiago, onde seguimos dispostos a recibir calquera tipo de visita, sempre e cando non se trate dun lector alporizado que non se deu a oportunidade de contar até sesenta ou dar unha volta pola natureza denantes de cargar sobre nós a súa carraxe. Tampouco admitimos a visita da competencia (se veñen, que o fagan traendo algo

para picar entre mans). O noso horario de atención (xa o temos máis ou menos decidido) vai ser moi flexible, e de luns a venres. As fins de semana tamén traballamos arreo, pero permitímonos o luxo de centrarnos unicamente no traballo. Por certo que o noso traballo sigue consistindo no mesmo, e o cambio de enderezo apenas afectou ó ritmo das tarefas, en tal caso acelerouno un chisco, por aquilo de que gañamos en calidade de vida (dito doutro xeito: agora temos cafeteira á nosa total disposición). O número 51 que vostede lector ten entre mans é o primeiro número en papel que sae da nova redacción de Código. Se hai cambios nos contidos ou na feitura son cuestións para as que probablemente non esteamos en capacidade de responder. Só podemos dicir unha cousa: estamos satisfeitos do resultado final e, coma en ocasións previas, esperamos ter contribuído en algo á normalización do emprego das novas tecnoloxías na nosa terra

e na normalización da nosa terra nas novas tecnoloxías. Con este fin, consideramos que é importante non meternos tanto en cuestións puramente técnicas (malia o inmenso da nosa sabiduría en materia tecnolóxica...) coma no humano que hai detrás das redes da información (ou sexa, que se dicimos parvadas é porque nos pode cegar a nosa arela de quitarlle ferro á tecnoloxía). Así, se temos que elixir entre que fale un computador ou unha persoa, aínda que nos engane a base de ben. Neste número 51 non cremos que haxa moitos enganados (probablemente algún que outro autoengano), aínda que xa hai quen nos turrou das orellas e con forza abonda polo artigo que publicamos de Blusens (publicouse previamente na nosa web) e que veredes nas páxinas finais, ó considerar que só nos faltou acudir á sede que esta empresa ten en Compostela co fin

de deitarmos perante a súa porta e facer amablemente de felpudo ou rodo. Tamén houbo opinións variadas sobre outros temas xa pendurados na web de Código Cero, e mesmo atopamos críticas positivas. Por exemplo: a reportaxe sobre música libre gustou a unha boa cantidade de internautas, ó igual cás de lecer barato en liña. Sexa como sexa, temos sobradas esperanzas en que tamén guste o que contamos sobre a evolución do móbil (que semella que chega agora a un punto de inflexión coa irrupción do iPhone) ou sobre os recursos que temos na Web para atopar un posto de traballo e validar o noso currículo. Tamén aproveitamos para falar da rede sen fíos da Estrada (cremos que é un proxecto ben salientable e que axuda a rebaixar en algo a fenda dixital) e da campaña PuntoGal, a que reivindica un espazo propio dos galegos nesta cousa tan ampla e tan desconcertante que se chama Internet.

novas

Resumo de actualidade de e-comercio e de empresas relacionadas coas novas tecnoloxías **4**

reportaxes

DNI electrónico no lado escuro da lúa: problemas de implantación **11**

Recursos de Internet para procurar traballo **12**

Xuventude Galiza Net 2007 comeza a dar sinais de actividade **13**

O concello da Estrada e as súas 52 parroquias contan xa con acceso sen fíos á Internet **14**

Política Lingüística pon en marcha unha campaña de normalización do galego na mocidade que ten o seu espazo de referencia na Web **15**

A Rede Corporativa de Galicia únese ó fluxo de información do estado español **16**

Santiago acollerá en febreiro unha xornada internacional sobre administración electrónica/ A Consellería de Presidencia inaugura Galimap, un servizo en liña de consulta de datos locais a través duns 60 mapas **17**

Tradúcindote: afondando na tradución en liña (agora tamén con arquivos enteiros) **18**

Os Premios Darwin recoñecen un ano máis e dende Internet as mortes máis procuradas **19**

Páxinas web de lecer a baixo prezo: ideais para o común dos mortais **20**

Música libre na Internet **22**

Evolución do teléfono móbil: dos primeiros tempos á chegada do iPhone **24**

Ofrecemos uns cantos consellos sobre os novos formatos de DVD que se nos veñen enriba **26**

Gadgets para ver en domingo (en días de chuvia e friaxe) **27**

Entrevistamos a Pedro Prieto, da ONG Ckyosei, un proxecto para incrementar a implicación da cidadanía nos sistemas democráticos e a través das novas tecnoloxías **28**

Microsoft Vista sae ó mercado e, como era de agardar, entre polémicas **29**

A empresa galega Blusens fala das razóns de por que lle vai ben nisto da tecnoloxía e o lecer **30**

Komunikando pon en marcha o seu programa de televisión na Rede



Komunikando, web galega de música independente e non cofinanciada, vén de poñer en marcha un servizo de información e lecer que ben podería constituír o primeiro programa galego en liña da historia (así polo menos vén definido polos pais da criatura).

Esta canle, que abrolla directamente da necesidade de erguer novos lugares (e a Rede é un lugar tan bo coma outro calquera) onde xente como David Bisbal ou Manu Tenorio só veñan a conto como exemplos do que non hai que facer, xorde agora cun programa de media hora sobre a escena galega que vai ser presentado por Denis Mutante. Cómpre sinalar que a vida do colectivo Komunikando na Rede vén sendo até o de agora unha vida de debate sobre o panorama musical vixente, ó que cuestionan sobre todo polas súas carencias, moitas delas herdadas de “dezaseis anos de pechazón e esquecemento”. Máis en www.komunikando.net.

Can de Palleiro: novo espazo de discusión (galego e libre)



Se tivésemos que falar dunha nova xeración de galegos que apostan polo cambio social (deixar atrás de xeito definitivo o caciquismo), a defensa da súa identidade (cultura, paisaxe, lingua), o traballo colectivo (ombro con ombro recollendo fuel nas praias ou manifestándose contra o lume) e o espírito crítico perante calquera partido político, probablemente –no caso de que existise de verdade esta xeración– teríamos que engadir outro fío invisible que os vincula: o emprego da Rede participativa. Froito de todo isto e de moito máis ben podería ser a aparición de iniciativas en liña como *Can de Palleiro*, que virían a darlle a razón ós que insisten na existencia desta grea de galegos e galegas “post-Prestige” (sendo o Prestige a pinga que rebordou o vaso).

O nome desta proposta xa o di todo: non é casual que se elixa a figura deste can de raza galego desprestixiado durante séculos e que agora aparece como un símbolo do que perdemos, ou do que estamos a piques de perder. Trátase dunha iniciativa 2.0, unha iniciativa *wiki*, o que quere dicir que bebe das mesmas fontes dos blogs colectivos, as enciclopedias abertas como a Galipedia ou mesmo o software libre. É dicir: estamos perante o traslado á rede do espírito da mancomunidade. Polo tanto, calquera pode opinar en liñas abertas de discusión, abrir outras novas ou achegar creacións artísticas ou literarias.

O obxectivo dos responsables de *Can de Palleiro* (científicos, artistas e emigrantes galegos) é converter este sitio nun lugar independente de análise colectiva da situación política, económica e cultural de Galiza, tratando en todo momento de achegar solucións ós problemas. Podemos velo en <http://gl.politics.wikia.com/wiki/Portada>.

O Colexio de Xornalistas de Galicia renova o seu portal para estar máis preto dos cidadáns



O Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia (CPXG) quere ampliar no posible as opcións de diálogo cos cidadáns e, tamén, cos propios colexiados. É nesta liña onde se sitúa a posta en marcha dun novo portal de Internet (www.xornalistas.org). Esta web ten unha dobre face. Por unha banda, está a parte pública, aberta a tódolos usuarios e na que se publican novas vinculadas á profesión e ós medios de comunicación e *dossieres* que tratan de maneira ampla e especificada temas de relevancia para os xornalistas. Pola outra, o portal presenta unha sección interna para os colexiados, unha intranet onde poden acceder ás comisións de traballo ou ós foros ou mesmo pendurar o seu currículo co fin de aproveitar posibles ofertas de emprego.

Asemade, neste espazo privado poderán recibir mensaxes, consultar ofertas do Colexio ou propoñer os casos na asesoría en liña. Cómpre salientar que o novo portal tamén vai encamiñado a converterse nun dos espazos web que representen na nosa terra o valor da liberdade de prensa e do traballo dende a independencia. Este espírito vén representado da man do xornalista José Couso, camarógrafo galego que perdeu a vida nos conflitos bélicos de Iraq. Esta figura senlleira no noso xornalismo ocupa un dos espazos máis importantes da web, a dos premios de Liberdade de Prensa que levan o seu nome e que chegan agora á súa terceira edición. A páxina dispón de información sobre o camarógrafo galego, amais das bases do certame, artigos de opinión e novas relacionadas co seu caso, sinala o Colexio. É nese espazo onde se poden facer chegar as candidaturas e levar a cabo as votacións.

A galega Abertal pon en marcha un servizo de xestión de cadernos de imaxe: a Fotoblogoteca



A empresa galega Abertal segue a botar combustible na maquinaria blogueira galega. Desta vez, logo da posta en marcha do sistema de cadernos Blogoteca, vén de presentar un servizo para que os internautas galegos poidamos manter espazos persoais baseados maioritariamente na presentación de imaxes cos seus comentarios: a Fotoblogoteca. É polo tanto un sistema de fotologs: “*Un fotolog non é unha galería fotográfica*”, sinala a empresa de Carballo, “*é un diario de imaxes, no que o usuario pode compartir a súa versión do mundo, daquello que lle interesa, preocupa ou emociona e coñecer opinións daqueles que se asomen a esta xanela*”. O novo sistema, amais de incluír o aliciente de ser un produto galego, incorpora unha serie de vantaxes e funcións que cómpre ter en conta. Por exemplo:

- Permite crear, listar e modificar galerías fotográficas dunha maneira ben sinxela, sinala Abertal, “*coa finalidade de convertelas nunha ferramenta de intercambio de opinións e experiencias en tempo real e de xeito totalmente gratuito*”.
- Os internautas poden crear un fotolog a partir do seu propio blog e, asemade, cada nova imaxe pendurada aparece de xeito automático en www.fotoblogoteca.com.

O operador galego R pecha 2006 cun aumento dos beneficios do 219% con respecto ás cifras do ano anterior

Como cada ano, o operador galego R olla cara a atrás e fai conto do acadado, tanto no que se refire a facturación e beneficios como no que atinxe ó grao de cobertura da súa rede de fibra óptica en Galiza. A presentación dos datos perante os medios informativos celebrouse este mércores na sede de R na rúa Real da Coruña, e todo indica que existen razóns para o optimismo, tanto para a propia firma respecto do seu futuro como para o despregue da infraestrutura de seu, que semella lonxe do estancamento. Foi alí, na sede de R, onde se fixo saber o seguinte dato: a empresa vén de pechar 2006 cun beneficio antes de impostos de 12,7 millóns de euros, o que significa un incremento de case un 219% con respecto ó ano anterior. Asemade, a operadora acadou un beneficio neto de 8,6 millóns (estando pendente a auditoría e o axuste ó novo modelo fiscal do estado), o que representa un 132% máis có ano pasado. As razóns deste crecemento? A xuízo da empresa galega hai que rastrexalas no apoio dos clientes na nosa terra e posiblemente “*na estrutura de custos máis lixeira do sector en España*”. A firma, que tamén destaca en rendibilidade por enriba dos restantes operadores de telecomunicacións do estado, achegoulles ós medios información sobre cobertura en Galiza e planes a curto e medio prazo:

- Na nosa terra, a rede de R ten xa unha cobertura de 578.644 fogares e empresas, sendo 1.200.000 as persoas que poden recibir os servizos potencialmente. Os domicilios e oficinas clientes de R eran 199.467 ó peche de 2006.

- A gran previsión da empresa é chegar ó 60% dos galegos nun prazo de dous anos. Neste senso, o investimento acumulado do operador en Galiza sitúase a rendes dos 700 millóns de euros. Así, segundos datos da firma galega nun informe recente, ás trinta localidades que xa teñen rede de fibra óptica e servizos de R (en 2006 foi habilitada en once concellos), a empresa galega vai sumar en 2007 outras dez: Lalín, Pontearreas, Sanxenxo, Moaña, Bueu, Cedeira, Ordes, As Pontes, Chantada e Xinzo de Limia.

Ademais, o operador confía en acadar nas primeiras semanas de deste ano en curso a licenza para comezar as tarefas de despregue en Ponteceso, Boiro, Allariz e O Grove. Asemade, segundo apunta R, está previsto que nestes catorce núcleos de poboación se conecten á infraestrutura do operador preto de 59.000 vivendas e locais empresariais.

Pensa que mundo queres



aforra enerxía



Sé racional,
aforra enerxía

- Elixe lámpadas de baixo consumo
- Usa a calefacción cando sexa realmente necesaria
- Merca aparellos enerxéticamente eficientes
- Apaga os electrodomésticos correctamente
- Utiliza transporte colectivo
- Na túa empresa utiliza tecnoloxía eficiente



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE INNOVACIÓN
E INDUSTRIA

 **inega**
INSTITUTO
GALLEGO DE ENERXÍA



IDAIZ
INSTITUTO
GALLEGO DE ENERXÍA

Imaxin e Política Lingüística colaboran para ter listo en primavera un corrector de galego para Mac

Os produtos Mac andaban abondo precarios no que se refire ó respecto por certas linguas, incluída a nosa (tivo que ser a comunidade de software libre a que se adiantara, a través do Open Office, e podemos velo en mancomun.org), e xa van alá moitos anos mantendo esta curiosa política de mercado como para que sexamos quen de enviarlle a Apple os parabéns pola nova de que en breve (concretamente en primavera) imos ter ó noso alcance un novo corrector ortográfico para a lingua galega.

Máis probablemente haxa que atribuír o mérito á empresa Imaxin e á Secretaría Xeral de Política Lingüística, que segundo reflectiu Vieiros veñen de asumir o compromiso de ter desenvolvida a ferramenta nos meses de abril ou maio, co fin de comezar a distribuila en xullo. O corrector de galego vai encamiñado (sobre todo) a facilitarlle as tarefas cotiás ás empresas de artes gráficas e as editoriais, por ter estes sectores especial predilección polos produtos da empresa Apple. Segundo informou Política Lingüística ó devandito xornal galego en liña, o seguinte paso será desenvolver un verificador gramatical. Polo momento, non hai información sobre se haberá en breve tradución ó galego dos sistemas operativos enteiros de Mac.

A Asociación de Diseñadores Galegos abre web

A Asociación de Diseñadores Galegos (DAG) vén de presentar a súa face na Web (www.asociaciondag.org), unha páxina encamiñada a converterse nun obradoiro de traballo e, sobre todo, nun escaparate virtual onde os membros do colectivo contarán con novas oportunidades de amosar as súas propostas ó mundo e que engadir ás xa existentes.

O servizo, que ofrece contidos en castelán e en galego (ben por DAG), tamén está concibida para ser o sitio que ligue entre si ós deseñadores galegos, estean onde estean, e “onde poidan compartir, debater e manterse ó tanto da actualidade da súa profesión”, segundo apunta o propio colectivo acerca da creación da páxina. Malia que xa está a ser presentada no universo internauta, a páxina é un edificio en continua construción: tanto as seccións de novas e de socios como a de contacto veranse ampliadas en breve con apartados de ligazóns a outros colectivos, entidades ou empresas. Amais, incorporaranse unha biblioteca de logos e unha táboa de anuncios para fomentar a comunicación entre estudantes e empresas.



A fenda dixital de África, cada vez máis fonda

Mentres nos países da Unión Europea hai xa preto de 70 millóns de conexións a Internet, en África non chegan ós 3 millóns na actualidade e, aínda que está previsto que as conexións á Rede de alta velocidade (incluíndo liñas ADSL e tecnoloxía sen fíos) cheguen ós 7 millóns en 2011, non abondará para facer desaparecer a preocupante fenda dixital existente no continente africano, que “está quedando moi retrasado respecto ó resto do mundo”, tal e como afirma a compañía de investigación surafricana BMI-TechKnowledge.



A devandita fenda débese a que os gobernos non abren os mercados e os custos de conexión non diminúen, mais a situación será moito peor co paso do tempo debido a que os servizos de banda ancha estarán dispoñibles en África soamente para uns poucos privilexiados de alto poder adquisitivo, o que dificultará os investimentos estranxeiros no continente e aumentará máis aínda a diferenza respecto do resto do mundo.

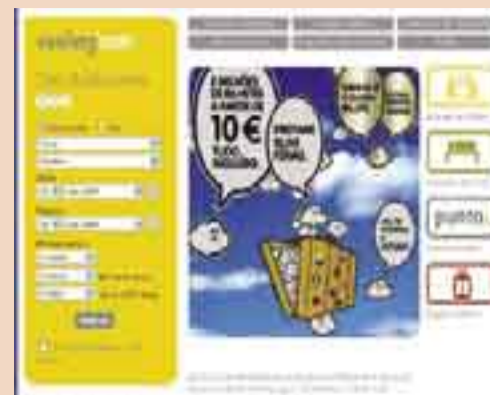
Debido á falta de conectividade internacional, menos do 1% dos africanos teñen acceso ós servizos de banda ancha que se se compara co 22% dos estadounidenses e o 30% dos europeos occidentais, as cifras soan moito máis arrepiantes.

Os norteafricanos son os que teñen o mellor acceso á Rede de todo o continente, xa que os seus gobernos liberalizaron o sector das telecomunicacións e os provedores de Internet poden acceder a un gran número de fíos submarinos grazas á súa proximidade con Europa. Pola contra, no leste de África, a banda ampla apenas existe debido a que non hai ningunha conexión submarina que ligue estes países co resto do mundo. Precisamente e por todo isto, os provedores de servizos teñen que empregar as conexións por satélite, máis caras e menos fiables, que entorpecen o acceso a Internet.

Malia todo, o futuro non semella tan catastrófico para o continente africano (polo menos nalgúns casos concretos), pois a falta de infraestruturas de liñas fixas obrigou a moitos países a adoptar as novas tecnoloxías sen fíos relativamente rápido e, agora, case a metade das conexións de banda ampla non empregan fíos, unha boa clave para medrar ó menor custo.

Vueling xa ofrece contidos en galego

Os galegos semella que xa contamos para Vueling, compañía que até o de agora non tiña incluída a nosa lingua nos seus servizos na web, malia si que tiña



as restantes do estado español. Logo das numerosas peticións da comunidade internauta, de colectivos como a CiberIrmandade da Fala e da Mesa pola Normalización, a compañía de voos vén de facer caso dos pregos de protesta e incluír as súas funcionalidades en galego, malia que segundo din algúns usuarios, non se trata do cen por cen das funcións: por exemplo, o banner central aínda non se pode ler na nosa lingua. Sexa como sexa, a nova non semella que estea a deixar a todo o mundo contento.

En Chuza!, por exemplo, está a desencadear un debate sobre a comenencia ou non de ter incluído Vueling o galego no seu portal, existindo xa como existía o portugués. É dicir, para moitos dos chuzeiros, a inclusión desta norma do galego concreta na web é unha duplicación innecesaria de esforzos, sendo o portugués o mesmo có galego. Na outra banda, sitúanse os que opinan que son cousas diferentes. Sexa como sexa, hai unha realidade que non se pode negar: os internautas xuntáronse, enviaron pregos de protesta e acadaron o seu obxectivo. A versión en galego: www.vueling.com/GA/index.php. O debate: <http://chuza.org/historia/vueling-galeguiza-o-seu-web-novo-exito-dos-internautas-galegos>.

O Concello de Vigo puxo en marcha un servizo de recollida de material tecnolóxico e electrodomésticos

Tendo en conta o ritmo ó que cambiamos de teléfono móbil, equipo informático ou reprodutor de DVD, máis tarde ou máis cedo vannos asaltar as seguintes dúbidas: que pasa con todo o lixo tecnolóxico que xeramos? Cara a onde vai dar? Estase a facer algo dende as administracións? A esta última pregunta, a vulgar polo que vemos nos medios de comunicación e pola información recibida e achegada polos internautas en xeral, podemos responder do seguinte xeito e sen medo a queimarnos a lingua: moi pouco.

Se a isto lle engadimos o moito que nos gusta ós galegos desfacer nos de todo tipo de desperdicio abrindo a xanela do coche ou botándonos ó monte coa furgoneta, entón a situación semella máis que preocupante. Neste senso, todo hai que dicilo, o Concello de Vigo semella que vén de marcarse un tanto coa posta en marcha dunha iniciativa para recoller produtos electrónicos obsoletos. O proceso de recollida deste material, que se leva a cabo a través do servizo de limpeza, consiste na habilitación de varios depósitos para recoller computadores, móbiles, impresoras, reprodutores de música, vídeos, electrodomésticos en xeral ou calquera outro aparello ó que xa non lle atopemos función no fogar ou na oficina.

O colector principal está no barrio de Santa Cristina, segundo informa estes días ingobernable.bitacoras.com. Cómpre sinalar que o Concello tamén puxo a disposición dos cidadáns un teléfono por se estes requiren un servizo a domicilio e co fin de concretar data e lugar de recollida: 986 281 900. A pregunta que nos podemos facer é: que vai facer o Goberno local con estes electrodomésticos? Todo apunta a que o almacenamento será solución provisional e que logo se porá en marcha un tratamento específico por determinar aínda e en posible colaboración coa Xunta de Galicia. O servizo leva operando dende o 2 de xaneiro e incluír en breve até nove puntos de recollida.

¿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



Unha nova web galega ofrece vivendas de baixo custo

Dous veciños do barrio de Meixonfrío, en Santiago de Compostela, os irmáns Miguel e Uxío Gómez, veñen de pór en marcha un portal de vivendas de baixo custo en Internet. Ó igual que as modernas compañías aéreas que nos levan ó estranxeiro por catro pesos, a web casasderebajas.com pretende pornos perante os ollos ofertas de inmobles da capital galega e doutras localidades de toda Galicia para alugar e mercar por un prezo máis baixo có que ofrecen outras inmobiliarias.

A empresa Sociga Unión e a encargada de xestionar directamente a compra, a venda e o aluguer de pisos e casas neste sitio. Se a isto lle engadimos a ausencia de intermediarios, e centos de ofertas en toda a nosa terra (entre as que se atopan casas, chalés, locais comerciais, oficinas, garaxes e faiados), obtemos o primeiro portal web inmobiliario de Galicia que pode abaratar de xeito considerable o prezo dos inmobles.

A web xa leva xestionadas unha ducia de operacións no mes que leva en funcionamento e os seus promotores, dado o éxito acadado, teñen en mente incluír tamén unha ligazón para naves e chan industrial.

Máis en www.casasderebajas.com.

YouTube estuda compartir ingresos cos internautas que acheguen vídeos

Agora que ó carón das grandes redes sociais semella cernerse unha sombra con feita de burbulla que medra e medra, unha destas grandes comunidades en liña e, se cadra, a de máis sona na actualidade (en parte por diferentes casos de polémica), vén de sinalar que en breve abrirá a man para compartir algúns beneficios cos usuarios que máis teñan contribuído ó éxito do servizo.

Falamos de YouTube, un caso exponencial de rede ou servizo web que se espalla única e exclusivamente grazas ás vitaminas que lle achegan os internautas, que son o punto de partida e máis o de chegada desta rede social en liña (sen os seus vídeos, á vista de todo o mundo, non hai servizo posible). O anuncio vén da man de Chad Hurley, cofundador de YouTube, quen sinalou que a empresa está a estudar un proxecto para compartir ingresos por publicidade con usuarios que contribúen á páxina. “*Consideramos que estamos nun intre no que podemos facelo e seguir contando cunha verdadeira comunidade arredor do vídeo*”, dixo Hurley, no marco do Foro Económico Mundial, malia que non afondou polo miúdo nin na cantidade dos cartos que poderán percibir os usuarios nin nas condicións do trato.

O Cámara galega aposta polo software libre e as súas aplicacións

Na vindeira Conferencia de Presidentes de Parlamentos Autonómicos (COPREPA), que se desenvolverá decontado, a presidenta do noso hemiciclo, Dolores Vilarinho, ten previsto na súa intervención tratar o tema do software libre e das novas tecnoloxías, así como a renovación da infraestrutura dixital que se levará a cabo na cámara galega. Na cita institucional, Dolores Vilarinho dará a coñecer un plan para fomentar o emprego dos programas libres entre os deputados e traballadores do Parlamento de Galicia, malia que, polo menos até o de agora, se lle vén contratando a maioría das súas aplicacións a Microsoft.

Esta hexemonía podería ter data de caducidade no Parlamento grazas ó plan anunciado pola súa presidenta e, aínda que o grao de introdución dos programas libres non foi detallado polo de agora, sábese que será “*progresivo e en diversos ámbitos*”.

Visto en Vieiros o 17 de xaneiro de 2007.

Telefónica ofrecerá este ano unha conexión VDSL dúas veces máis potente que a actual ADSL

Primeiro foi a liña ADSL, pero o *mega* de descarga que ofrecía esa amplitude de banda axiña quedou obsoleto pola tecnoloxía ADSL2+ e os seus 20 *megas*. Mais este ancho de banda non abonda agora tampouco para conformar ós máis esixentes en materia de velocidade na Rede, polo que Telefónica xa anunciou que este ano ofrecerá un servizo de conexión ADSL novo (coñecido como “VDSL”) dúas veces máis potente có actual e 50 veces máis rápido có acceso de banda ampla máis rudimentario.

O que a compañía española ofrece agora é unha conexión de 50 *megabits* por segundo, para a cal precisará un investimento de arredor de 800 millóns de euros.

Con esta nova aposta pola VDSL, a compañía quere liderar de novo o mercado da conexión de banda ancha a Internet (perdeu pulo nos últimos tempos perante a competencia neste eido) e, aínda que non se coñece a data exacta do lanzamento, sospéitase que a partir do verán podería estar xa a disposición dos usuarios. Nesta liorta entre compañías comezará entón unha nova batalla: a das conexións a Internet de 50 *megas*. Visto en elpais.es.

A sección galega do movemento Apertas Gratis abre blog

O mundo está ás veces incomunicado, por moita tecnoloxía que teñamos ó noso arredor que nos pon a seis pasos de tódolos nosos semellantes. Se temos que elixir entre coller unha chamada anónima no noso móbil ou escoitar a



O movemento Apertas Gratis collendo por banda....

alguén que nos para na rúa e nos di que precisa unha aperta e un pouco de comprensión, é moi probable que moitos de nós escollamos a primeira alternativa. Probablemente, a culpa non sexa nosa (o mundo fainos así), e haxa que sacar o de dentro para fóra: poñer a roupa limpa no tendal.

O caso é que contra este distanciamento xeralizado é contra o que loita Apertas Gratis, un movemento a nivel mundial que se convoca a si mesmo na Rede e que está a ter moita repercusión na nosa terra. De feito, conta xa dende o día 23 de xaneiro cun blog específico (galiza.abrazosgratis.org) dende o que se centraliza a información vinculada a esta rede social e ós seus integrantes en Galiza, integrantes que, por certo, convidan ó resto da comunidade internauta galega a participar nas diferentes convocatorias que se vaian organizando no futuro. Nesta cidade, que é onde están os creadores do blog, xa se teñen levado a cabo (e con gran éxito) iniciativas deste calibre: achegar apertas, agarimo e un intre de entendemento e sen pedir nada a cambio.

Máis en free-hugs.com.

Un estudo di que os homes de EE UU queren máis ó seu PC cá súa parella

Hai unha cousa que semella non ter fin: as estatísticas parvas e sen utilidade aparente sobre as preferencias dos usuarios da Rede.

Unha das máis recentes e certamente rechamantes é a que reflicte estes días engadget.com e na que se informa de que o 65% dos habitantes de Estados Unidos dedica máis tempo ó seu computador persoal cá súa dona. Amais, segundo se sinala na enquisa, o 13% dos homes é quen de verse con forzas de deixar á súa parella por un iPod, en caso de que fose preciso (!). O estudo, que non se para en se é compatible o uso do dito reprodutor de Mac co feito de ter moza (semella que non, a vulgar polo que se di nel), probablemente non sexa tan tremendamente frívolo como parece a primeira a vista e poña sobre a mesa (aínda que se cadra de xeito inconsciente) unha cuestión cada vez máis preocupante: as novas tecnoloxías da comunicación crean dependencia, abandono das obrigas na familia e do posto de traballo e, o máis terrible de todo, fomentan a incomunicación.

En definitiva: probablemente algo non funcione moi ben cando non concibimos ir a ningures sen o teléfono móbil (hai quen leva dous no van, cargados como pistolas) ou cando interrompemos a calquera persoa que nos fale cada vez que nos chaman ó terminal..

A revista Computing premia ó CESGA e a Caixanova

Os Premios Computing 2007 están a traer boas novas para a nosa terra. Por unha banda, vén de recoñecer a Caixanova (na categoría E-Business) pola renovación das súas web e intranet e, pola outra, ó Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA) polo seu proxecto Finis Terrae, o superordenador que vai estar habilitado neste centro de I+D de Santiago.

Este macroproxecto, que podería estar activo a finais deste ano (con 2.500 nodos de procesadores, unha arquitectura de memoria compartida superior a 19.000Xb e un sistema xerárquico de almacenamento de 390.000 Xb en disco e 1Pb en librería de cintas) constitúe precisamente a raizame do premio ó CESGA na categoría de I+D. Os galardóns foron dar ás mans de Caixanova e do CESGA nun acto celebrado o pasado mércores 31 en Madrid. Máis en www.computing.es.

Samsung desenvolve baterías para portátiles con enerxía para un mes

A principal razón de ser dos computadores portátiles, que é precisamente a súa portabilidade, vén de recibir un importante pulo da man de Samsung, empresa de tecnoloxía que asegura ter desenvolvido unha batería que subministra enerxía todo un mes e sen necesidade de achegármolos a unha toma de corrente.

Segundo se dixo os días pasados en CanalPDA (facéndose eco de informacións do xornal coreano Chosum Ilbo), a batería en cuestión está deseñada para o equipo portátil Q35 e –como dixemos– non precisaría achega de enerxía sempre e cando non nos pasemos de oito horas ó día de funcionamento e cinco días á semana (que xa está ben).

A tecnoloxía empregada é a de célula de combustible DMFC (Direct Methanol Fuel Cell) e que consiste en aproveitar a enerxía que se desprende do paso do metanol á auga.

A xuízo da firma Samsung e en contra do que se poida pensar, estaríamos a falar dun proceso limpo que non xera contaminantes como metais pesados e (atención) nin risco algún de estoupido (como as baterías máis tristemente famosas de Dell).

Aparecen novos foros e blogs que fomentan a anorexia e a bulimia

O peche da web *Princesas de porcelana*, na que se premiaba ás mozas que perderan máis peso en poucos días, lonxe de rematar coa polémica xurdida ó redor do tema da anorexia e da bulimia (por desgraza tan frecuente nas adolescentes de hoxe en día), provocou o abrollar de dous novos foros relacionados co mesmo tema: *princesaporcelan.foro.ijijiji.com* e *pdp.foros.ws*. Malia que a autoría destes espazos de discusión non está clara, polo contido das mensaxes e as ligazóns que se poden atopar neles, as autoridades sospeitan que os creadores son os mesmos que se encargaban da anterior páxina web, pechada por ser considerada un grave risco para a saúde pública.

Trucos para provocar o vómito, consellos para deixar de comer sen que ninguén se decate, información “útil” para practicar o xaxún ou dietas restritivas en grao sumo son algunhas das seccións que se poden atopar nestes foros que, máis que “axudar a perder peso con responsabilidade (segundo opinan os que critican os contidos da web), inducen ó suicidio colectivo”. “Ana” e “Mia” (seudónimos de anorexia e bulimia), animan ós participantes a que conten as súas experiencias e aconsellen ós demais con verdadeiras aberracións, como que só consuman auga ou que se autolesionen como castigo cando inxiran algo de comida. E non só estes foros (de recente creación) son fontes inesgotables de información para consulta de xente que, a toda costa e sen pensar no prezo que se paga, pretende adelgazar. Tamén os blogs (*proanagirl.blogspot.com*), máis difíciles de controlar pola xustiza, achegan consellos e trucos a seguir. Aquí van uns exemplos:

· “Mastiga a comida, fai como que vas beber auga e tira a comida no vaso (ha de ser un vaso escuro e sen líquido e que ninguén estea preto como para velo)”.

· “Pon a comida mastigada nun pano de papel e vains metendo paseniño no bolso”.

· “Bebe líquidos xeados, báñate con auga xeadas, pon o clima en frío e non te arroupes, o teu corpo queimarás calorías tratando de manterse a temperatura estable”.

· “Moita xente córtase para auto castigarse cando fallan, se o fas, non o fagas moi fondo para evitar as cicatrices e faino en lugares nos que normalmente non te vexan como as pernas ou a barriga”.

China pon a proba móbiles de cuarta xeración, 50 veces máis rápidos cós da terceira

Sempre insistiremos neste punto: na velocidade de coche *tuneado* coa que se anova a tecnoloxía. Por exemplo, aínda hai moitos usuarios de telefonía móbil que non saben que é un terminal de terceira xeración (3G), e xa están en China facendo probas coa seguinte quenda de teléfonos, os 4G.

Estes novos aparellos, desenvolvidos ó cen por cen naquel país, permiten (como era de imaxinar) algo máis que facer ou recibir chamadas ou poñer a alarma pola mañanciña. Así, segundo se puído comprobar nestas primeiras experiencias coa nova tecnoloxía na cidade de Xangai, os móbiles 4G transmiten datos até 50 veces máis rápido cá 3G.

O curioso da historia e con independencia de que case a totalidade das historias tecnolóxicas que proveñen de Oriente nos parezan curiosas, é que en China veñen de dar un chimpó sobre unha xeración de móbiles, en concreto sobre a terceira, que nunca chegou a ter presenza nos mercados daquel país por retrasos continuos do goberno na concesión de licenzas.

Con esta manobra (con este chouto), os enxeñeiros chineses queren xogar no mercado coa seguridade de terse adiantado a calquera outro competidor: ninguén, que se saiba, fixo antes probas de tal calibre e en exteriores coa tecnoloxía 4G. Ó igual cá 3G, aquela permite acceder á Rede dende o móbil, mesmo desprazándonos nun vehículo a gran velocidade e cunha rendibilidade de 100 megabytes por segundo (sendo o que ofrecen as 3G un promedio de 2,84 megabytes).

Máis sobre os 4G en <http://es.wikipedia.org/wiki/4G>.

Un blog amosa como falar e escribir en xaponés a través da publicidade

O blog *Japanese Ads* (www.japannewbie.com/japanese_ads) é ideal para quen: 1º Queira aprender a falar e a escribir xaponés. 2º Para quen estea disposto a facelo a través de sesións de visionado de múltiples exemplos de publicidade e estea seguro de que non vai sucumbir na tentativa. A fin de contas e, aínda que en ocasións nos custe recoñecelo, estamos tan familiarizados cos códigos da publicidade que poderíamos descifralos até debaixo de auga e sen lentes. Así que, porque non entrar en contacto cun idioma descoñecido a través dun terreo común? Esa mesma pregunta se



deberon facer os responsables desta bitácora, que foi posta en marcha hai apenas un mes e na que ofrecen a cotío imaxes de anuncios de Xapón con comentarios sobre os mesmos. O obxectivo dos seus responsables é facer algo útil no que se refire a achegar coñecemento sobre a gramática e o vocabulario do seu país.

A iniciativa baséase tamén no seguinte argumento: os anuncios son un bo xeito de albisca a cultura popular dun país e a versión de uso cotiá da súa lingua, “xa que inclúen con frecuencia argot, discursos familiares e mesmo versións dialectais que non se expoñen normalmente ós estudantes das diversas academias”, explican os autores do blog.

Analistas advirten do perigo cada vez maior dunha burbulla tecnolóxica 2.0

No sector das empresas vinculadas a Internet, o home do saco chámase “burbulla tecnolóxica”. Cada unha e á súa maneira, ten que loitar cada día contra a mesma ameaza: cando tocamos teito? Perderá a xente a confianza nas redes de comunicación? Nin sequera os negocios da chamada Web 2.0, a que fai do cliente ou usuario dos servizos en liña participante activo da Internet, se libra do medo á crise. Segundo apuntan webs como *Baquia.com*, existe hoxe en día un certo perigo de treboada na Rede, e os despedidos masivos e as débedas que se van amoreando son claros indicios de que algo non vai ben na Web 2.0.



Asemade, estes sinais comezan a botar cara a atrás a investidores de capital risco que ó longo do ano pasado se caracterizaron por choutar ó baleiro case sen rede. Segundo sinalan *Dow Jones VentureOne* e máis *Ernst&Young* nos nove primeiros meses de 2006, investíronse nas empresas da nova orde de Internet uns 455 millóns de dólares, que representaría unha terceira parte de todo o destinado a iniciativas de capital risco nese mesmo prazo. Que significa todo isto? Segundo os máis pesimistas, un claro caso de burbulla a piques de estoupar, xa que unha boa parte das redes sociais que se veñen de pór en marcha e tódolos novos servizos en liña non acaban de achegar beneficios reais ós investidores, que se enfrontan (iso si) a elevados prezos e grandes expectativas. Por exemplo, de entre tódalas redes sociais que existen neste intre só unhas poucas (moi contadas) confesan ter xerado xa beneficios, e entre este grupo de privilexiadas está *Ryze*. Podemos ver algunhas opinións sobre a ameaza de nova burbulla reflectidas na web económica da *Wharton School*, en wharton.universia.net.



Un lugar común chamado “.gal”

DARIO JANEIRO, SECRETARIO DA ASOCIACIÓN PUNTOGAL

O .cat acadou a mediados deste mes a espectacular cifra de 20.000 dominios rexistrados. O número de documentos indexados en Google baixo este paraugas supera os tres millóns e medio, por enriba de todos os dominios patrocinados e dalgúns xenéricos. O camiñar dos cataláns non só vale como referencia de que é posible; tamén convenceu ó ICANN de que non se trata dun proxecto problemático e economicamente ruinoso. Agora ben, as persoas que estiveron dende o principio nesta aventura advirten: os atrancos son numerosos, e non todos pequenos. Hai mar de fondo.

Doce entidades convocaron o dez de xuño de 2006 en Santiago a asemblea constituínte da Asociación PuntoGal, co obxectivo de acadar para a lingua e a cultura galegas un dominio propio. Entre estas entidades figuraban a Real Academia Galega, a Mesa pola Normalización Lingüística, o Consello da Xuventude, a Asociación de Editores, Galicia Hoxe ou Fillos.org. Dende entón, máis de corenta institucións amplamente representativas avalaron a

necesidade do .gal. Recentemente, na páxina www.puntogal.org abrimos un espazo para a adhesión individual, e na enquisa na que participaron arredor de dúas mil persoas máis do 80% considera ben factible, ben sinxelo acadar o obxectivo fundacional.

A consecución dun dominio de seu constitúe unha vella reivindicación da comunidade galega na internet. Os esforzos anteriores axudaron a que o actual modelo teña parte do camiño feito. Non partimos de cero. Pero a aposta ten os seus riscos. O ICANN non aceptou o dominio catalán máis que pola forza dos feitos: a documentación presentada era impecable e detrás da candidatura existía unanimidade social e política.

No PuntoGal temos moi presentes esas dúas cuestións. As comisións de traballo deberán facer uns informes técnicos, económicos e filosóficos impecables. Nada pode quedar ó azar. Sen embargo, os informes e a campaña artellada arredor do dominio non servirán de nada –absolutamente– se a cidadanía non respalda o dominio. Precisamos todas as adhesións. Ou, visto en negativo, non podemos permitir unha única voz discordante.

Nos vindeiros meses, a asociación acelerará a consecución de apoios nos estamentos sociais e políticos, moi especialmente tamén na Galicia exterior. Os Centros Galegos son vitais para universalizar o dominio e dotar de contido á candidatura.

A recente aprobación do PEGSI supuxo un primeiro paso para situarnos no século XXI. Non sen tempo, a administración galega sacou adiante un plano con moitos aspectos positivos, entre os que figura o feito en si de elaborar o documento. Logo de anos de pilotar a cegas, o traballo que queda por diante é complexo e difícil. A Xunta ten o deber de contar con todos os actores implicados, dende as distintas perspectivas,

para plasmar en accións concretas o traballo inicial. Nese plano, o PuntoGal figura entre os obxectivos estratéxicos, inclusión que non pode ser máis que recibida con satisfacción pola asociación.

Galicia opta a un dominio esponsorizado nunha lista na que tamén está a Bretaña (.bzh) ou Gales (.cym), e candidaturas xeográficas, como a de Berlín (.berlin) ou Nova York (.nyc). A día de hoxe resulta difícil saber con exactitude cales son as condicións que imporá o ICANN para a seguinte convocatoria, nin cando se abrirá. Do 26 ó 30 de marzo celebrábase en Lisboa a 28ª Conferencia Internacional Pública da organización na que previsiblemente se abordará a cuestión. É probable que non se tarde moito en convocar. Sexa como sexa, cando chegue o momento, o PuntoGal estará alí.

Se superamos os filtros, a consecución do .gal servirá para facernos visibles na rede, darlle un espazo propio á nosa cultura e á nosa lingua, posibilitar que as empresas e institucións traballen baixo un dominio que as identifique, aumentar a autoestima, promover o desenvolvemento da Sociedade da Información. Crear unha marca. Un lugar común.

O 72% dos votantes de unha enquisa que se celebrou na rede foron unánimes ao afirmar a utilidade do dominio .gal. A votación, proposta polo portal do Plano Estratéxico Galego da Sociedade da Información (PEGSI), é un sinal máis da unanimidade con respecto á necesidade de un dominio propio para a lingua e a cultura galegas.

Os resultados da enquisa foron de 97 votos a favor, 36 en contra, e 1 non sabe / non contesta; o que quere dicir que o 72% das persoas que visitaron e votaron no portal do PEGSI apoian a iniciativa que defende a Asociación PuntoGal, e só o 27% delas son contrarias.

Que é Puntogal

PuntoGal é unha iniciativa que pretende conseguir para a lingua e a cultura galega un dominio propio en internet. Este obxectivo, longamente desexado, precisa da suma do maior número posible de votantes nun proceso que será longo e tecnicamente complexo.

As doce entidades promotoras do PuntoGal convocaron a Asemblea Constituínte o dez de xuño de 2006, en Santiago de Compostela. A Directiva que saíu da reunión é quen avalará a candidatura galega diante da Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, organismo internacional que se encarga de autorizar e recoñecer os dominios.

Pola propia complexidade do proceso, resulta fundamental traballar dando pasos firmes, actuando con axilidade e contando cun amplo respaldo social. O ICANN valora as propostas en función da xustificación da necesidade de ter o dominio e dos apoios que ten a propia candidatura dentro do seu territorio: por iso é imprescindible facer unha candidatura sólida con presenza de importantes organismos e asociacións galegas do ámbito cultural, lingüístico e da comunicación.

A asociación asume igualmente o compromiso de realizar accións de concienciación entre a cidadanía sobre a necesidade de que Galicia dispoña dun dominio propio.

A promotora do PuntoGal estivo conformada por representantes da Asociación de Editores de Galicia, a Asociación de Enxeñeiros de Telecomunicacións de Galicia, a Asociación Fillos de Galicia (fillos.org), o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, o Consello da Xuventude de Galicia, as Empresas Galegas Adicadas a Internet (Eganet), Galicia Hoxe, Idesga-Galego 21, ISOC-Galicia, a Mesa pola Normalización Lingüística, a Real Academia Galega (RAG) e Vieiros. Dende entón xa hai novas entidades adheridas, que se poden consultar na páxina web da asociación: www.puntogal.org.

Cara ás 3.000 sinaturas particulares e co apoio de Política Lingüística, Innovación e Vicepresidencia

REDACCIÓN

A Asociación PuntoGal (que reivindica un dominio propio en Internet para a nosa cultura e lingua, o “.gal”) segue adiante e con forza. Por unha banda, vén de recibir o “pleno apoio” da Secretaría Xeral de Política Lingüística, que se comprometeu a axudar á plataforma no seu interese por facer chegar as súas propostas ós centros de estudos galegos do exterior dependentes de seu e que valorou o “.gal” como un instrumento “para darlle maior visibilidade na Internet á existencia da nosa lingua e a cultura”. Por outra banda, a plataforma tamén mantivo reunións coa Consellería de Innovación e con Vicepresidencia, departamentos da Xunta que cualificaron a loita polo dominio propio como de importancia estratéxica para a promoción e preservación da nosa cultura.

Cómpre lembrar que a asociación continúa a recadar na Internet (a través da páxina web www.puntogal.org) sinaturas a título individual. Esta iniciativa concreta de achegas particulares, que foi posta en marcha pola plataforma hai case tres semanas, xa vai de cheo cara ás 3.000 contribucións. Segundo se indica na web de PuntoGal, “colectivos, asociacións culturais, empresas, institucións e centos e de persoas levan apoiando a iniciativa que defendemos, e o ritmo de chegada de sinaturas non frea”. O obxectivo da plataforma é presentar a solicitude en Lisboa (no mes de marzo) e cando sexa oportuno perante o ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), que é o órgano encargado asignar os nomes de dominio e os códigos dos países, entre outras funcións. A previsión é de que en marzo se abra o prazo para as novas candidaturas. Mentres tanto, a plataforma segue a reunirse con institucións políticas, organizacións e empresas co fin de colleitar a maior colaboración.





F.S.

O DNI electrónico, esa tecnoloxía que nos identifica xa e que foi expedido a máis de 200.000 cidadáns dende a súa posta en marcha o pasado 16 de marzo en Burgos, resulta na gran maioría dos fogares do estado español tan pouco “identificable” coma podería selo a equipaxe dun habitante doutro planeta. Algo non se está a facer ben, cando o 63% das persoas enquisadas a través dun estudo de Pragsis Technologies (encamiñado a escudar se estamos preparados ou non para a vida moderna da nova tarxeta) imaxinan que o DNI electrónico é coma a identificación de toda a vida pero con toma de corrente. Mais non queda aí a cousa: segundo a devandita investigación, unicamente o 5% dos entrevistados sabe de verdade como funciona e en que pode mellorar a súa vida co seu emprego. Mais, de quen é responsabilidade esta falta de información sobre unha ferramenta que, máis tarde ou máis cedo, vainos caer a todos nas mans (agás, claro, ós que decidiran previamente prescindir de tal obriga, que os hai)? Deixemos que falen os propios enquisados: o 62% das persoas entrevistadas opinan que do Goberno e o 31% cren que dos propios cidadáns. Sexa como sexa, hai turrada de orellas para os medios de comunicación coma este, tamén: o 7% sostén que a culpa é das canles informativas, que non informan como deberan.

O estudo tamén achega datos preocupantes sobre a existencia dunha boa porcentaxe da poboación que, aínda sabendo que o novo DNI non se enchufa nin dá cambras se se molla, amósase convencida de que vai cruzar os brazos cando llo ofrezan. As razóns desta clara desconfianza son máis ou menos as mesmas que esgrime quen se pecha a mercar por Internet: o 77% dos enquisados sostén que os trámites administrativos e as

compras a través do novo DNI non son operacións seguras ó non haber papel de por medio. Outro factor importante é o medo existente ó posible emprego fraudulento desta tecnoloxía: o 57% opina que pode haber riscos de suplantación de identidade.

Cómpre subliñar que na Rede o Goberno puxo activa unha web, www.dnielectronico.es, na que se explica polo miúdo en que consiste a tecnoloxía e que vantaxes achega (como facer todo o que se fai agora co DNI tradicional pero a distancia e de xeito inmediato). O Ministerio do Interior tamén habilitou un teléfono co mesmo fin, o 900 364 463, onde “os españois poderán informarse e aclarar calquera dúbida sobre o documento”. Mais, segundo unha boa parte dos enquisados na devandita investigación, non chega con habilitar un manual de instrucións na Internet e logo deixar que as cousas se fagan soas. Ademais, é habitual atopar en diferentes foros de Internet a seguinte queixa: por que o Goberno se dedicou a presentar as vantaxes nas feiras tecnolóxicas se é precisamente aí onde non é preciso xa presentalas? Dito doutro xeito: nos encontros sobre ferramentas da información non se atopa a devandita porcentaxe do 63% de españois desinformados.

Longas ringleiras nas oficinas galegas

O DNI electrónico non está a espertar moitas simpatías. Por unha banda, é case un descoñecido para unha gran porcentaxe da poboación. Pola outra, está a provocar certos incidentes en boa parte das oficinas de expedición das comunidades españolas onde xa está dispoñible, incidentes que veñen dados por unha razón: as dependencias policiais non contan con persoal abondo. Ademais, segundo informou Comisións Obreiras nun comunicado os días pasados, o Goberno esqueceu

achegar ó persoal destas sedes formación específica sobre o novo documento e as súas funcionalidades. Resultado? As longas ringleiras de xente que se poden ver nas nove oficinas de Galiza onde se expide o eDNI. Ringleiras que, nalgúns casos, comezan a formarse antes incluso de que abran as oficinas policiais, ás nove da mañá. Estas son as dependencias galegas onde, armados de paciencia e bo talante, podemos obter o novo documento: Lonzas e Alférez Proxional na Coruña, San Amaro en Ferrol, Pitelos en Santiago, Joaquín Costa en Pontevedra, Luís Taboada e López Mora en Vigo, Polígono das Lagoas en Ourense e rúa Chantada en Lugo. O resto das localidades galegas onde até o de agora se viña expedindo o carné convencional terán que agardar por unha incorporación progresiva ó novo proceso, sendo a previsión do Ministerio do Interior que antes de 2008 estea todo o territorio cuberto, tanto en Galiza como no conxunto do estado. O caso é que xa transcorrerón uns once meses dende que o ministro do Interior, José Antonio Alonso, entregara en Burgos o primeiro documento dixital, e hai cidadáns que non se resignan a agardar. De aí que unha boa parte das persoas que se poden atopar estes días nas devanditas ringleiras sexa xente procedente das localidades onde non hai acceso ó eDNI. O problema agrávase se temos en conta que expedir o novo documento leva máis ou menos o dobre de tempo có que requiría a vella identificación. Dito doutro xeito: a velocidade caeu duns 150 DNIs expedidos por xornada a unha media de 60, aproximadamente. Mais cómpre falar dunha vantaxe. Coa nova identificación non é preciso un proceso en dúas quendas. É dicir, se antes tiñamos que solicitálo para logo volver a recollelo, agora saímos coa tarxeta no peto dunha tacada. No xornal El Ideal Gallego publicouse hai uns días unha información referente ó que está a acontecer co eDNI nas oficinas coruñesas e na que non se fai fincapé, precisamente, nos beneficios do cambio. Neste senso, é moi probable que as vantaxes estean polo momento ilocalizables para a centea de persoas que se reúne cada mañá a primeira hora nas dúas oficinas da cidade, onde, por certo, só se achegan 75 citas por xornada, unha cifra inferior á de cidadáns que agardan na rúa. Sexa como sexa, na web www.dnielectronico.es que puxo en marcha o Ministerio do Interior para botar luz sobre estas cuestións (mentres fican aínda na sombra a metade dos españois, os que non son internautas) deféndese a calidade do proceso e salientase o bo cumprimento dos prazos: “O balance destes primeiros meses en que se expediu xa o novo documento está a ser considerado como moi satisfactorio, tanto pola ausencia de problemas operativos de ningún tipo como polo bo funcionamento de todo o moderno e complexo equipamento técnico”.

O DNI electrónico, no lado escuro da lúa

O 63% dos españois descoñece para que serve o novo documento dixital que nos identifica

Probablemente cumprirá un ingrediente extra de valor no noso temperamento para acudir a última hora da mañá ós recunchos de Galiza onde se forman as ringleiras do eDNI e repetir as declaracións anteriores con convencemento, xusto no intre en que os folgos andan máis alporizados ante a sensación crecente de ter perdido media xornada podendo estar en calquera outro sitio.

Pero, para que demo serve?

Mais, aínda a risco de que botar máis leña ó lume, cómpre lembrar os beneficios que vai achegar ás nosas vidas o novo documento. A identificación dixital é, por así dicilo, a gran aposta do Goberno por dinamizar a entrada definitiva e plena de España no que se vén chamando “Sociedade da Información”. O novo DNI é unha mestura entre o vello e unha tarxeta de crédito e, tamén, un pasaporte para andar pola Rede con total garantía de seguridade. Os cidadáns que sigan na súa teima de crer que Internet non é do seu gusto, poderán facer o mesmo que facían até o de agora coa vella identificación: nada. É dicir, amosala perante as autoridades, as administracións ou os locais comerciais que lla requiran, ou ben, seguir a deixala como aval ou garantía naqueles lugares onde recollan algo emprestado. Ironías aparte, para tódolos cidadáns que estean afeitos a empregar as novas tecnoloxías da información ou que se decidan a facelo, vailles supoñer a achega de confianza nas redes que lles faltaba até o de agora. É dicir: quen máis e quen menos dubida, aínda que sexa un chisco, antes de subministrar datos persoais e bancarios na Web, por moitas garantías de seguridade que se ofrezan. Tódolos días fálase de fraudes en Internet e iso, queirámolo ou non, pasa factura. Dito doutro xeito: temos medo de que nos suplanten, e sabemos ben que é posible facelo cunha tarxeta de crédito roubada. Mais, co eDNI (sinalan expertos como Jordi Masías, director xeral da Axencia Catalá de Certificación

Electrónica) teremos a máxima garantía posible de que non vai a haber ninguén que faga operacións comerciais ou trámites por nós. Isto conséguese co uso dos certificados electrónicos inseridos na tarxeta e coa clave de persoal de acceso (PIN) ós mesmos. É dicir: o chip que está na tarxeta é o máis semellante á nosa propia identidade ó que se pode chegar. Os certificados electrónicos son os seguintes: o que garante a identidade do cidadán á hora de efectuar unha transacción ou trámite na Rede e o certificado de sinatura electrónica recoñecida.

Ferramentas para compatibilizar o DNI electrónico con Linux

O DNI electrónico semella que xa é compatible co sistema operativo GNU Linux, logo de que o Goberno español, a través do Ministerio do Interior, liberase un conxunto de ferramentas tecnolóxicas para superar esta eiva no novo documento. Segundo informa na súa web a Asociación Galega de Usuarios GNIX hai neste intre a disposición dos cidadáns tres paquetes descargables: para Debian Sarge, Ubuntu Breezy e Ubuntu Dapper. As descargas poden facerse dende este enderezo: www.dnielectronico.es/descargas/PKCS11_para_Sistemas_Unix/index.html. Por certo que o paquete comprimido con WinZip inclúe un arquivo con sinatura pgp e un arquivo Tarball, no que (á súa vez) poderemos atopar outros cinco paquetes: dúas bibliotecas, un cartafol para Mozilla e outra para Opensc (Smart Card).

Currículos en liña: marexada a forte marexada

Con motivo da posta en marcha dunha nova ferramenta en liña para poñer en contacto a empresarios e traballadores facemos un repaso polo que podería ser o máis salientable do panorama de recursos de busca de emprego

REDACCIÓN

Novo servizo para ofrecer o noso talento e disposición laboral en Internet
www.cvexplorer.com

Os mercados de traballo están dende hai tempo en Internet, por se alguén aínda non se decatou. Todo comezou coas ocupacións máis fortemente cinguidas ás novas tecnoloxías da información e agora nin sequera fican á marxe os sectores da construción ou do transporte. Até certo punto, non deixa de ter certa lóxica que poñamos anuncios de traballo alí onde hai máis posibilidades de que nos lean: na Rede (e en calquera país). Sobre esta filosofía apóianse servizos novos como www.cvexplorer.com, que está agora –precisamente– facendo o propio: dándose a coñecer na Rede até no máis recóndito. A ferramenta, que forma parte dun nada desprezable número de ferramentas en liña de busca de traballo das que iremos dando en conta ó longo dos meses vindeiros, está operativa dende o mes de abril pasado e, segundo os seus creadores (os responsables da empresa do mesmo nome), é a primeira destas características que opera a nivel estatal. É dicir, é a primeira (insistimos: segundo a propia empresa) que cobre as necesidades dos directivos que desexen achegar o currículo “ó meirande número posible de cazatalentos (headhunters) e empresas de selección”. Asemade,

cobre tamén as necesidades dos propios *cazatalentos*, xa que lles facilita a procura de candidatos para as súas iniciativas innovadoras ou as de outros. Cómpre sinalar que, como soe acontecer neste tipo de servizos, os datos achegados polos internautas son tratados de xeito confidencial. Neste intre, a web achega a súa base de datos a unhas oitenta destas empresas de procura de traballadores das que falamos máis arriba: as *headhunters*. O servizo, a diferenza doutros que levan anos operando na Rede e que teñen certas semellanzas (Infojobs ou Cimoemprego), é de pago. O seu funcionamento segue certos patróns coñecidos: o usuario faille chegar a CVexplorer o seu currículo (con experiencia profesional e coñecementos) para logo entrar a formar parte dunha base de datos que é o sitio onde se botan a explorar os cazatalentos. Amais, cada candidato poderá dispoñer dunha caixa de correo que será a súa principal canle de diálogo coas empresas ou profesionais.

Doce anos chegando emprego dende Galiza
www.cimo.org,
www.cimoemprego.com

Detrás desta web está CIMO, entidade sen ánimo de lucro que coa axuda do operador R e da Xunta leva uns doce anos combatendo o desemprego dende Ourense. Cimo.org é unha ferramenta que responde coa palabra “Internet” á seguinte pregunta: cal é o medio para que o demandante dun posto de traballo contacte con máis xente no menor tempo posible e que nun breve lapso de tempo vai ser empregado por todo o mundo para calquera tipo de trámite? Nunha entrevista co noso medio, Santiago Rodríguez, director de CIMO e, por extensión, desta bolsa de emprego galega da que falamos, definía a situación futura deste xeito: “O recrutamento de persoal para as empresas vai estar en pouco tempo xestionado de xeito íntegro na Internet”. E incidía nas vantaxes: a través da Web hai comodidade, rapidez e accesibilidade. Todo isto fai posible que o equipo de CIMO traballe dende Ourense sen que exista a necesidade de trasladarse a tódolos recunchos de Galiza. Cómpre dicir que www.cimo.org e máis www.cimoemprego.com son a mesma cousa, que os contidos aparecen de xeito íntegro na nosa lingua e que a web é de uso doado para calquera internauta, sexa avanzado ou acabado de chegar. No intre en que se escribía este artigo, a cifra de demandantes de traballo que empregaron esta ferramenta era de máis de 43.000, principalmente galegos e galegas. A web, ó cargar, ábrese con dous grandes taboleiros de anuncios: por unha banda temos as ofertas máis destacadas e, pola outra, as máis recentes. O servizo é de balde e, malia que o máis conveniente é inscribirse para unha atención cen por cen personalizada, achega información sobre diferentes ofertas (de que se trata o traballo, onde é, a quen hai que enviarlle o currículo, teléfono, etc) de xeito instantáneo e sen ter facilitado nós previamente os nosos datos.

Superando a liña das 1.000 empresas ofertantes
www.galiciaemprego.net

Malia que os galegos non somos exemplo para ninguén no emprego xeralizado das novas tecnoloxías da información (e, segundo explica Vieiros nun artigo publicado hai pouco, ten gran culpa disto o noso baixo poder adquisitivo en comparación coas zonas máis ricas do estado: o noso soldo non nos permite acceder á Rede, así de sinxelo), si que non se pode negar un importante incremento nos últimos anos de galegos e galegas que procuran un posto de traballo a través da Internet. Isto queda reflectido no aumento de currículos achegados a portais como Galiciaemprego.net, que xa conta con 41.182, e tamén no número de empresas que achegan ofertas, hoxe en día case 1.250 (a finais de 2005 tíñanse contabilizados 17.000 CVs e 555 firmas privadas publicando a cotío as súas convocatorias). Este portal, cen por cen galego e xestionado pola empresa REDE SL, funciona do seguinte xeito:

- Recíbese a oferta dunha empresa
 - Envíaselle o aviso a tódolos usuarios que rexistraran de balde o seu currículo
 - Contáctase persoalmente coas institucións (concellos, centros de información, padroados, fundacións), colectivos, colexios, centros de ensinanza ou academias que contan con bolsas de traballo.
- Ademais, dende este portal fornécense a cotío ós galegos e galegas de oportunidades de formación e, tamén, de estatísticas de utilidade, principalmente estudos sobre o perfil dos demandantes de emprego. Por exemplo: a meirande porcentaxe de solicitantes de traballo que acoden a este servizo son mulleres de idades comprendidas entre os 25 e os 35 anos.

Unha ferramenta para estudantes sen experiencia laboral
www.primerempleo.com

Este portal, como o seu propio nome indica, probablemente sexa máis axeitado para quen veña de saír da universidade, instituto ou escola de formación e queira abrirse camiño por vez primeira no mercado laboral. Dito doutro xeito: aquí danse cita os candidatos sen experiencia laboral. Segundo os creadores desta ferramenta (O Grupo PrimerEmpleo), a súa gran baza é a especialización acadada ó longo dos máis de catro anos de experiencia. O seu labor é poñerse a xeito de ponte sobre un espazo que case sempre é máis ancho do que debería: o que separa as empresas dos estudantes e os que veñen de deixar de ser estudantes. O perfil dos candidatos ofrece, como soe ocorrer neste tipo de casos (e máis aínda tratándose dun portal dedicado a universitarios, sobre todo) un panorama de maioría feminina: o 56%. Ademais, o 88% dos usuarios son estudantes e titulados de entre 21 e 30 anos de idade. En contacto cotiá co portal hai un milleiro de empresas de diversos sectores.



Buscando traballo na prensa tradicional, visto no caderno de Tom Norman en Flickr.

www.infoempleo.com

Como outras ferramentas non galegas de busca de traballo, este servizo é ideal se non nos importa atopar un posto de traballo fóra da nosa terra. Mais, se o que queremos é procurar un emprego preto da nosa casa, se cadra iremos mal encamiñados se facemos buscas en servizos como este. Sexa como sexa, damos conta del porque é un dos máis importantes a nivel estatal (tiña preto de 25.000 ofertas a principios de xaneiro) e porque nunca está de máis darse de alta na meirande cantidade de ferramentas posibles: teremos máis posibilidades de ver algo que nos entre ben polo ollo na conta de correo.

A baza das cifras desorbitadas
www.infojobs.net

Infojobs é, por así dicilo, o sitio ideal se o que queremos é cubrir o meirande territorio posible en España na nosa procura de emprego. O servizo web Infojobs, sen ser probablemente o mellor sitio de buscas de traballo, tivo a sorte de aparecer xusto no intre en que os internautas comezaron a pensar que a Rede podía ser un bo sitio para conseguir choio. Finalmente, esta primeira remesa ou xeración de internautas achegou notas cos principais sitios de procura de traballo á segunda remesa de navegantes e deuse a casualidade de que en moitas desas anotacións Infojobs figuraba primeiro (un pouco porque houbo un bo labor de *marketing* e un pouco porque se deu tamén un aquel de sorte). Sexa como sexa, así están as cousas: Infojobs é líder en España. Foi creada en 1998 polo Grupo Intercom e na actualidade vai dereitiña a acadar a nada desprezable cifra de 3.750.000 candidatos (todos eles reciben cada pouco tempo avisos de ofertas de emprego nas súas contas de correo electrónico). Ademais, xestiona a día de hoxe unhas 60.000 propostas para ocupar vacantes. Segundo Nielsen NetRatings, Infojobs é a bolsa de emprego privada nº1 en Europa. A web funciona coma outras moitas do mesmo pau, achegando as ofertas salientables e as máis recentes e permitiéndonos facer buscas na nosa área e cinguíndonos á nosa experiencia laboral previa e formación. A súa baza é sen dúbida a gran cantidade de ofertas que xestiona, mais se cadra non é o servizo máis axeitado para coñecer de miúdo que convocatorias temos na nosa terra. Para iso, son máis recomendables www.cimoemprego.com ou www.galiciaemprego.net.

É Internet o mellor método actual para buscar traballo?

Segundo recentes estudos do Observatorio Español de Internet, a Rede converteuse dende hai tempo na plataforma máis exitosa para a procura dun posto de traballo. A meirande parte da xente que está desempregada efectúa as súas buscas desta maneira, aproximadamente un 60%, e a tendencia é a que se incremente a porcentaxe. Este dato complementábase co seguinte: ó longo deste ano que remata xa se calcula que un millón de persoas acadaron emprego por medio de Internet neste país. Que significa isto para as empresas? Moi sinxelo: a publicación continua das ofertas laborais na Web lles permite reducir o custo destas operacións (tradicionalmente efectuadas doutro xeito) nun 30%. O devandito estudo incide ademais na seguinte cuestión: un de cada tres demandantes de emprego atopa un posto coa utilización destas novas ferramentas.



Vista privilegiada dunha das edicións anteriores de XGN.

REDACCIÓN.

www.xuventudegaliza.net

Xuventude Galiza Net xa anda a emitir certos sinais de actividade. Concretamente, dende o seu espazo na Web, onde se nos está a achegar información básica sobre a vindeira convocatoria, a que comeza o 30 de marzo e remata o 1 de abril deste ano, unha vez máis no Pazo de Congresos e Exposicións de Santiago. A xuntanza internauta, organizada pola Dirección Xeral de Xuventude (Vicepresidencia), seguirá este ano a afondar nas cuestións que abrollaron na convocatoria pasada: o emprego do idioma galego como elemento de valor na Sociedade da Información e na mocidade (e non como unha eiva, por moito que insistiran neste punto algúns dos inscritos o ano pasado) ou o uso e deseño de ferramentas de software libre como fonte de riqueza e innovación para Galiza. Ademais, XGN tamén vai orientada este ano a “establecer ligazóns entre os asistentes que vaian alén do pura e estritamente técnico”.

Dito doutro xeito: cómpre que lembremos que a través das redes internas que ligan os computadores van algo máis ca bits, e que o espírito que xeralmente acaba impoñéndose (malia que non sempre) logo de dous ou tres días de conexión ininterrompida é o de compartir. Cómpre sinalar que esta que está en preparación é xa a oitava convocatoria da xuntanza, que segundo o equipo organizador é unha das máis antigas de Europa e das que rexistra un dos índices máis altos de satisfacción por parte dos seus asistentes. De feito, nas últimas edicións tardouse pouco máis de medio minuto en cubrir o cen por cen das prazas ofertadas ós mozos e ás mozas de Galiza -e do estado español na súa totalidade- de entre 16 e 30 anos

Algo máis ca torrar DVDs (?)

Xuventude Galiza Net, como case tódalas xuntanzas para mozos en liña que se levan organizando no mundo dende o espallamento de Internet, ten críticos e defensores. Os primeiros (non é complicado atopar críticas na Rede) opinan que o único que se logra poñendo a 1.500 mozos e mozas cos seus computadores perante altas velocidades de conexión é perpetuar o costume de copialo todo, mesmo aqueles produtos que teñen licenzas tradicionais de dereitos de autor (Copyright). Pola contra, para os defensores (que non negan que en XGN e semellantes tórranse películas e discos a oito) é máis importante o feito de intercambiar coñecemento e establecer ligazóns entre persoas de toda Galiza e España ca todo o que se poda facer en contra dos intereses da SGAE. Dito doutro xeito: XGN favorece que os rapaces se familiaricen coas novas redes e que todos aqueles que non son rapaces nin teñen acceso ás redes se interesen polo tema: “E como serán?”, preguntáanse.

Se cadra a organización define mellor este punto ca nós: “Na sociedade actual, na que o avance e a evolución das telecomunicacións e as novas tecnoloxías preséntase como un dos retos máis importantes, resulta de vital importancia implicar e facer artífices ós máis novos dos avances da Sociedade da Información”. Porén, unha cousa está clara: un ano máis haberá polémica, tanto polo uso do galego (o ano pasado houbo xente á que lle pareceu mal que nun evento galego se falase o galego... en fin), como porque seguirá a haber computadores particulares torrando sen respiro os filmes de máis éxito (ou os que están aínda por vir) e sen que se lles dea outro uso.

Rubén Cela, director xeral de Xuventude, tocaba o dito tema (xusto antes do remate da edición

do ano pasado) do seguinte xeito: “É evidente que se pode producir un emprego pouco axeitado destes medios postos a disposición dos internautas, pero o que cómpre facer neste caso é centrarse nos principais atractivos da party, que son os seus aspectos formativos e lúdicos, o enriquecemento persoal, o intercambio de experiencias entre mozos e mozas que comparten afeccións e inquietanzas”.

En que consiste XGN

Xuventude Galiza Net é un encontro informático para a mocidade. Concretamente, para 1.500 mozos procedentes de toda Galiza e tamén de Madrid, Euskadi, Asturias ou tamén Cataluña. Todos os participantes (que, por certo, adoitan a ser na súa maioría homes, polo que xa hai xente que fala de “Homes Galiza Net”, entre outros nomes que é mellor que non reproduzamos aquí) teñen á súa disposición unha rede de alta velocidade e máis unha serie de concursos, relatorios e mesas redondas. Segundo apunta a organización na páxina web, “as actividades esenciais xiran arredor dos últimos avances tecnolóxicos, o lecer e o computador como ferramenta creativa”. É dicir, arredor de todo aquilo que non teña o seguinte punto de partida: mercar un equipo informático para xogar ó solitario. Ás conferencias está previsto que acudan senlleiros profesionais relacionados co eido da informática, co fin de que lles acheguen ós rapaces información

XGN, cada vez máis preto

A web de Xuventude Galiza Net comeza a achegar información sobre a nova convocatoria desta xuntanza para a mocidade en liña

sobre os aspectos máis actuais da Sociedade do Coñecemento. Ademais, nas mesas redondas farase todo o posible por fomentar o debate e a intervención directa dos participantes.

Edición anterior

A edición do ano pasado celebrouse os días 7, 8 e 9 de abril e contou con 38.000 visitas presenciais, máis de 50.000 virtuais e 1.500 participantes inscritos. E seguimos adiante coa teima das cifras: os asistentes enfrontáronse a 52 horas de conexión continua (pero con descansos) e ó reto de todo tipo de concursos, actividades e xornadas formativas. Foi, por dicilo así, unha proba de resistencia.

Algunhas novidades para a convocatoria de 2007

- Blusens presentará a súa plataforma Blu:Generation, na que empregou varios anos de investigación. Entre esta serie de produtos da empresa galega atoparemos o G14, que é un reprodutor MP3 que permite baixar música directamente da Rede. Esta “conexión directa” con Internet vén dada por un chip que permite acceso sen fíos á Internet (WiFi e Bluetooth).

- XGN contará de novo coa colaboración de Filmax, que acudirá para proxectar o filme *Pérez, o ratiño dos teus sonhos*, película de animación con participación galega que vén de ser galardoada nos premios Goya



A web da xuntanza, xa en activo.



A rede sen fíos vai encamiñada a dar servizo a máis de 20.000 persoas.

52 parroquias en liña

Aestrada dixital pon en marcha unha rede sen fíos (WiFi) que cubre a totalidade do concello pontevedrés

REDACCIÓN

Dotar ós concellos galegos de acceso á Rede con certo nivel de capacidade e a un prezo razoable pode ser unha boa ocasión para: 1º Paliar no posible o despoboamento de todo aquel anaco de Galiza que non pertence á costa ou a unha gran cidade (unha parte dos traballos do sector servizos pódense levar a cabo coa axuda dun teléfono e conexión á Internet). 2º Dinamizar a economía e o desenvolvemento social do municipio. Isto que semella un manifesto a prol da Sociedade da Información é a base sobre a que se sostén o último proxecto posto en marcha dende *Aestrada dixital*: unha rede de acceso sen fíos (WiFi) de 1 mega de capacidade que cobre o termo territorial. Entre outras cousas e se temos en conta os datos achegados por este proxecto xurdido ó abeiro do plan Cidades Dixitais (coordinado en Galiza por Presidencia), todo isto significaría que se pode ter conexión á Internet sen necesidade de fíos dende as 52 parroquias do concello, que conta con 282 quilómetros cadrados de extensión e 473 núcleos de poboación rural.

O proxecto foi presentado o luns 29 na sala de exposicións de Caixanova, onde case tódolos implicados (o Concello da Estrada, *Aestrada dixital* e a empresa Tecnocom, que é adxudicataria do despregue da rede) fixeron fincapé en que se trata dunha experiencia pioneira en Galiza e abondo innovadora. Ou sexa: que polo menos nun punto da nosa terra

(e probablemente antes do que imaxinamos nos restantes concellos que forman parte de Cidades Dixitais: As Pontes, Vilalba, Verín, Redondela e Monforte) podemos chegar a esquecer que estamos á cola da Unión Europea en superación de fenda dixital.

Mais o traballo na Estrada foi complicado abondo, segundo manifestou Xosé Manuel Reboredo, concelleiro responsable da iniciativa: “*Somos ben conscientes de que houbo retrasos, e pensamos que deben entenderse na medida en que este é un proxecto de carácter experimental*”. Para Reboredo, a rede WiFi neste e nos restantes concellos de Galiza cunha ampla poboación rural (practicamente todos, en realidade) “*é o gran paso para quebrar a chamada fenda dixital*”.

Que facer para ter acceso á Rede

A Rede está operativa para os cidadáns da Estrada dende o martes 30 de xaneiro. Unha das súas bazas é o feito de que vai ser de balde até o 1 de xullo, data na que comezará a valer 10 euros ó mes. Os estradenses que queiran empregala terán que achegarse ás oficinas do programa, que están situadas no segundo andar do edificio de usos múltiples. Alí, segundo informan os responsables do proxecto, unicamente lles será requirida a cumprimentación

dun formulario, a achega dunha fotocopia do DNI e dun documento que acredite a titularidade dunha conta bancaria. Unha vez feitos estes trámites e nun prazo de 20 días, os cidadáns recibirán nos seus domicilios a visita dun técnico que lles subministrará a antena e máis o router para conectarse á rede WiFi.

Tecnoloxías postas en xogo

A rede conta con 73 emprazamentos, a meirande parte deles situados en “*espazos e en mobiliarios municipais*” e 86 puntos de acceso, estando a sede de operacións no Centro de Procesamento de Datos (CPD). A tecnoloxía empregada non é única. De feito, empregáronse tres vieiros: os do WiFi, o Wimax e o Mesh. Esta tripla contribución foi debida ás complicacións técnicas do proxecto. Dito doutro xeito: A Estrada, coma case calquera outro punto da nosa terra, non é precisamente un exemplo de paisaxe chá e poboación concentrada. Pero vaiamos por partes. A tecnoloxía WiFi (*Wireless Fidelity*) é un sistema para habilitar unha rede de computadores sen necesidade de fíos a través do espectro radioeléctrico que emprega unha frecuencia reservada a un uso doméstico. Por dicilo así, as limitacións que pode ter o WiFi (radio de cobertura non moi longo e sen barreiras físicas) son compensadas en boa medida coa achega do Wimax e o Mesh. O Wimax, ou (en galego) *Interoperabilidade mundial de acceso de microondas* é un estándar sen fíos desenvolvido para afacerse ben a aqueles lugares onde é inevitable que haxa algo entre o usuario da Rede e o lugar de onde procede o sinal. A tecnoloxía Mesh (redes malladas) vén con forza nos últimos tempos e constitúe unha alternativa de baixo custo ó WiFi. É ideal para levar boa cobertura a espazos abertos coa instalación de equipos de radio en emprazamentos de certa altura, como lámpadas ou semáforos. Na tecnoloxía Mesh substitúense as celas do WiFi baseadas en estruturas Ethernet até o *switch* por unha rede mallada onde os ditos equipos comunicanse entre si entre cables. Unha das

principais vantaxes do Mesh é que non é preciso instalar fíos dende os nodos ós computadores. En definitiva, o proxecto da Estrada requiría das vantaxes das tres tecnoloxías devanditas, apoiándose entre si, e que cada unha delas paliase os posibles defectos das outras dúas. No rural empregouse principalmente o Wimax.

Tecnocom, a empresa encargada do despregue

Tecnocom é empresa adxudicataria do despregue. Dela forma parte dende hai uns meses a galega Softgal, consultora especializada en servizos vinculados á Sociedade do Coñecemento. No acto de presentación da rede estivo Santiago Cárdenas, director da zona noroeste de Tecnocom, para quen esta infraestrutura en concreto vai alén do que se pode entender como puramente técnico: ó seu xuízo, representa un bo exemplo de que é posible superar os retos orográficos galegos, dos que A Estrada ben pode ser un resumo. Tecnocom é unha compañía española do sector das novas tecnoloxías. Basea gran parte dos seus servizos en ofrecer tarefas de consultora, integración de aplicacións, xestión de redes e mantemento, integración de sistemas e redes, converxencia IP e seguridade. En Galiza, ten oficinas na Coruña, Santiago e Vigo.

Información rápida

- A rede vai encamiñada a dar servizo a máis de 22.000 habitantes.
- Aestrada dixital é un proxecto xurdido ó abeiro de Cidades Dixitais, iniciativa da Unión Europea que na nosa terra está a ser coordinada pola Secretaría Xeral de Comunicación, a través da Dirección Xeral de Comunicación. Aestrada dixital acadou hai dous anos o permiso da Comisión de Mercado das Telecomunicacións (CMT) para converterse en operador e achegar “*servizo universal*”.
- O proxecto Cidades Dixitais ten outros representantes na nosa terra: As Pontes, Vilalba, Verín, Redondela e Monforte. Os dous primeiros concellos son os que levan máis tempo en activo, facendo todo o posible por levarlles as vantaxes da Sociedade da Información a tódolos seus cidadáns.
- O investimento do proxecto da rede WiFi da Estrada é de 567.000 euros.
- A conexión é de 1 mega simétrico (1 mega de subida e 1 mega de baixada). Segundo di Aestrada dixital, “*a rede está preparada para ir sumando novos servizos e aumentando a velocidade*”. En realidade, xa existe un acceso co provedor ONO habilitado para dar cobertura de entrada a 2.000 usuarios.

Ligazóns

www.aestrada dixital.org
www.aestrada.com
www.cidadesdixitais.org
www.tecnocom.biz



Mapa da rede WiFi de Aestrada dixital



O marco de referencia da iniciativa enteira C3 a súa páxina web.

REDACCIÓN

Se non coídamos a lingua, ninguén a vai coídar por nós. Non é este o lema da campaña posta en marcha pola Secretaría Xeral de Política Lingüística, pero ben podería selo. A fin de contas, as linguas están vivas e, coma os seres vivos, corren o risco de esmorecer e extinguirse. A situación é ben complicada: apenas se fala galego nas grandes cidades, a mocidade opta na súa maioría polo castelán e en eidos da sociedade como o xurídico, o deportivo, o eclesástico ou mesmo o da innovación tecnolóxica (que é o que nesta web de Código Cero probablemente se coñeza mellor) hai quen leva anos poñéndose a favor dunha lingua, a que provén da Meseta, que non precisa de axuda para sobrevivir e que non nos define simbolicamente como pobo. No senso de recuperar a lingua para estes e máis outros sectores é no que se insire a iniciativa *En galego, tes todo por dicir* que ten no portal www.galegoelogo.com o seu principal marco de referencia. A campaña da Secretaría, que ficará activa ó longo de 2007 e que forma parte do Plan xeral de normalización da lingua galega aprobado por unanimidade no Parlamento de Galicia, vai especialmente dirixida ós máis novos, xa que son eles (a fin de contas) os responsables no futuro da supervivencia ou non da nosa lingua. É dicir: non se pretende reactivar o emprego do galego entre os nosos maiores, que xa se ocupan de manter viva a chama do idioma, pero é certo que a Secretaría lles ten reservado un papel de moita importancia: o papel de transmisores da fala. A campaña inclúe actividades específicas nos lugares onde se ten observado un meirande retroceso do galego e todo tipo de material de difusión nos medios informativos. O obxectivo é centrar os esforzos na mocidade, no lecer da xente maior, na educación, na transmisión familiar, no ámbito comercial e empresarial en xeral, na sanidade, no dereito ou no sector que máis nos toca de preto dende este medio: o das novas tecnoloxías da información, un sector onde se teñen observado diferentes niveis de uso da lingua, que se cadra fica máis activa canto máis nos achegamos a empresas e

usuarios ligados ó software libre. A clave da iniciativa, por así dicilo, é cinguir o galego cos aspectos máis modernos da sociedade, co fin de contribuír a que moitos

“A clave da iniciativa, por así dicilo, é cinguir o galego cos aspectos máis modernos da sociedade, co fin de contribuír a que moitos de nós deixemos atrás a idea de que non casa ben coas novas tendencias de case calquera cousa que podamos imaxinar: moda, arte, tecnoloxía, innovación empresarial, publicidade, comunicación”.

de nós deixemos atrás a idea de que non casa ben coas novas tendencias de case calquera cousa que podamos imaxinar: moda, arte, tecnoloxía, innovación empresarial, publicidade, comunicación. En termos de



Unha das imaxes da campaña de Política Lingüística.

Marisol López, secretaria xeral de Política Lingüística, “*o que se quere é unir a lingua a unha imaxe nova, actual e conectada coas referencias estéticas da contemporaneidade, para que mozos e mozas asocien o galego con hoxe, para que a sociedade identifique a nosa lingua coa modernidade e o prestixio*”.

Punto por punto, a campaña ten os seguintes eidos de actuación:

- A escola. En realidade, cae de caixón que sexa na escola onde se actúe máis, antes e mellor. Porén, a Secretaría entende que non se debe facer á forza, senón nun “*clima favorable*”. O obxectivo? Poñer diante dos nenos (e tamén dos pais) a evidencia: falar o galego non é unha falta senón unha oportunidade.

- A mocidade. Como dixemos, unha boa parte da mocidade considera que o galego non é un sinal de distinción nin de recoñecemento. Isto ocorre sobre todo nas cidades, pero tamén nas vilas. Segundo a Secretaría, é fundamental axudar a que a nosa lingua estea presente nas súas actividades cotiás de lecer. De aí que a campaña inclúa actividades en “*festivais de musicais, centros de lecer e outros foros*”.

- Na transmisión de coñecemento no eido familiar. Haberá “*accións específicas nas maternidades e nos cursos de preparación ó parto*”.

- Na economía. Seguimos a ver como hai empresas que van abandonando o emprego do galego a medida que medran, pero en moi poucos casos asistimos ó caso contrario. As razóns deste fenómeno? Se cadra o sistema de mercado que se impón está a obrigarnos a deixar de lado todo aquilo que nos diferencia, cando moi posiblemente aquilo que nos diferencia é o que nos achega valor. Se o mercado puidese dar a súa opinión, diría que prefere centros comerciais clónicos onde todo se fale nunha mesma lingua. Nesta orde de cousas, o galego está a perder terreo, como todo aquilo que non atinxe á imposición do homoxéneo. A campaña tamén vai encamiñada a combater esta situación en áreas comerciais, onde se levarán a cabo actividades lúdicas para dinamizar a presenza do galego.

A páxina web: galegos na vangarda

A web de *En galego, tes todo por dicir* (ó igual có resto dos elementos dos que consta a

Galegoelogo.com: iniciativa da Xunta para levar a lingua a onde xa non se emprega

A Secretaría Xeral de Política Lingüística ten proxectadas actividades para dinamizar o emprego da fala entre a mocidade e ó longo de 2007



iniciativa, está deseñada pola empresa coruñesa BAP-Conde (www.bapconde.com), que quixo imprimirlle ó resultado final unha feitura de rotundidade e (tamén) de sinxeleza expositiva (de dicir máis co menor emprego de palabras posible). De aí a listaxe breve de seccións na pantalla de inicio (“*ola*”, “*sabías que?...?*”) que son como saídos directos ó internauta. Todo semella estar concibido para facer do galego unha imaxe de marca: a web segue os vieiros da publicidade de vangarda porque é por aí, a través destas canles, por onde gran parte da mocidade obtén os seus modelos a seguir. A web vai encamiñada a darlle xogo á mocidade que a visite: pódense cambiar as cores a gusto do usuario e acceder a todo tipo de material publicitario: logos, anuncios de prensa, cuñas ou *spots*. Unha das seccións máis interesantes é “*sabías que...?*”, onde cada vez que prememos ofrécesenos información diferente (mais complementaria) sobre aspectos diversos da nosa lingua: porque se fala nuns ambientes e noutros xa non, até onde chega a súa área de influencia ou cando comezou a poñerse por escrito por vez primeira.

Presidencia habilita unha conexión de alta velocidade coa Administración estatal co fin de axilizar o fluxo de datos

As novas tecnoloxías teñen un alto potencial para as administracións e para os cidadáns. As posibilidades son tantas que case non se poden enxergar dunha tacada. Estamos no comezo do comezo, e o que nos agarda (cun pouco de sorte e de esforzo por tódalas partes) ó final do camiño é unha cidade dixital onde tódolos trámites se fan ó momento e do xeito máis cómodo e na que os habitantes teñen a opción de implicarse de cheo na vida democrática.

Mentres, vanse preparando paseniño os vieiros, mesmo incorporando carrís. Desta volta toca falar dunha obra xa aberta á circulación: a que conecta á Administración estatal coa Rede Corporativa de Galicia. Esta ligazón vai encamiñada a axilizar os procesos administrativos, aforrar custos e, tamén, axudarnos a empregar o menor esforzo e tempo posible en levar a cabo certos trámites.

REDACCIÓN

Máis trámites administrativos que se poden facer a distancia e de xeito rápido, máis axilidade no traballo e, sobre todo, mellor comunicación entre unhas institucións e outras. Unha administración electrónica ben engraxada podería ceibarnos ós cidadáns de moitas esperas e desprazamentos e, asemade, aforrarlle custos e tarefas ós gobernos. A chave é, coma en case tódalas cousas da vida, comezar a construír polos alicerces. Na opinión da Consellería de Presidencia (<http://cpapx.xunta.es/>), un destes primeiros pasos consistiría en facilitar as comunicacións entre as administracións, e é xusto nesa liña onde se pode enmarcar a conexión de alta velocidade que vén de establecer entre a Rede Corporativa de Galicia e a Intranet da Administración central. Esta iniciativa, que forma parte (á súa vez) do proxecto SARA (tamén encamiñado a tender pontes e construír ligazóns entre as autoestradas virtuais das institucións europeas), significa entre outras moitas cousas que xa non hai escusa para que as distintas administracións sexan como vieiros paralelos que nunca se chegan a tocar. A partir deste intre, informa a Xunta, a española e a galega discorren máis estreitamente, e o fluxo de datos de Galiza xa está a ser incorporado ó Estado dende 3.000 centros integrados na dita Rede. Mais, cal é o beneficio que se pode tirar destas medidas? A xuízo da Consellería de Presidencia, con estas conexións evítase o espallamento da información e dos lugares onde se trata esa

información, axilízanse os trámites administrativos e minimízanse os custos.

A través desta ligazón entre canles de datos (coa que a Xunta quere traballar a prol da converxencia tecnolóxica con Europa), unha mancha de administracións galegas, con independencia do eido á que pertencen (autonómico, provincial ou local), poderán intercambiar datos pola vía electrónica e cunhas medidas de seguridade comúns. Esta ligazón constituída tamén vai permitir o acceso a certos servizos administrativos como a plataforma de intercambio de certificados ou a validación da sinatura dixital do eDNI, amais de mellorar a calidade dos que xa foron postos en marcha. Asemade, posibilitará a conexión coa rede de oficinas 060 ou coa plataforma de intercambio de certificados.

No eido local, a previsión é que se desenvolvan novos servizos como a verificación dos datos de residencia, a consulta da información de empadramento ou a aplicación de cambio de domicilio.

Cómpre sinalar que a conexión foi desenvolvida para acadar velocidades de datos de até un gigabit por segundo, variable segundo sexa a demanda do fluxo. Estes e outros datos foron subministrados pola Consellería de Presidencia o pasado domingo 4 de febreiro e podemos velos aquí: <http://novas.xunta.es/node/4636>.

Rede Corporativa de Galicia

A Rede Corporativa da Xunta, competencia da Consellería de Presidencia, recibiu recentemente a certificación ISO 9001:2000. Segundo datos do devandito departamento, durante o ano 2006 a Rede rexistrou máis de 4,5 millóns de operacións entre entradas (2.700.000) e saídas (1.870.000). Amais, a cifra de expedientes almacenados a día de hoxe é de máis de nove millóns. A xuízo de Presidencia, o feito de que estea en ligazón directa coa Administración estatal contribuirá “a establecer o alicerce sobre o que se irán implantando estes novos servizos

que permitan seguir mellorando a relación entre as institucións e os cidadáns e o desenvolvemento da administración electrónica”.

Proxecto SARA

Tamén coñecido como Sistema de Aplicacións e Redes para as Administracións (SARA), constitúe un dos máis ambiciosos proxectos do Ministerio de Administracións Públicas. Tanto é así que foi presentado (hai agora aproximadamente un ano) como o “*novo cerebro da administración electrónica*”, en palabras do ministro Jordi Sevilla. En realidade, máis que dun cerebro probablemente cómpre falar de punto de encontro ou de nó de ligazón, ou mesmo de canle principal onde se xuntan xa administracións distintas e se pode botar man dunha boa listaxe de aplicacións e servizos. O proxecto SARA é un proxecto aberto a tódalas administracións que o desexen, decote actualizado, coma unha liña trazada cara a adiante que non se sabe moi ben en que punto nin cando vai rematar.

Os seus obxectivos xerais son: garantir a comunicación entre as institucións e servir de plataforma de intercambio de aplicacións. Máis polo miúdo (falando en cifras), os seus obxectivos tamén son aforrarlle ós cidadáns españois 23 millóns de horas ó ano nas súas xestións e ó país 150 millóns de euros. Respecto ás súas características técnicas, sinalar que este sistema habilitouse nun centro de alta seguridade de cen metros cadrados e que alberga 111 servidores e conta cunha capacidade de almacenamento de 6 terabytes. SARA non é un proxecto orixinal, ou, polo menos, non ten fins orixinais. En realidade, o Goberno español segue con esta tecnoloxía o ronsel de países como Finlandia, Noruega ou Reino Unido, no que xa hai certo tempo que se apostou por facer o máis sinxelo posible o acceso dos cidadáns á administración. Galiza non acode soa ó proxecto. Vén de anunciar a súa colaboración no mesmo xunto con Castela-A Mancha e Extremadura. Máis información sobre SARA: <http://www.csi.map.es/csi/eModel/pdf/2>



Presidencia presenta a nova feitura da súa web

A Consellería de Presidencia quere converterse nun departamento máis accesible para os cidadáns. Con esta finalidade e tendo en conta que a face na Rede das institucións públicas vai estreitamente cinguida á imaxe que os cidadáns teñen delas, vén de someter á súa web (cpapx.xunta.es) a unha serie de reformas. Así, a nova páxina inclúe novos contidos e novo deseño, coa información organizada en diferentes seccións que se corresponden coas direccións xerais, co fin de facilitar a navegación e facela máis visual. O gran obxectivo de Presidencia con esta nova feitura do seu espazo web é “*achegar a cidadáns, institucións e empresas a todos os servizos que este departamento ofrece na Rede, cunha organización da información máis sinxela e intuitiva*”. Ademais, a nova feitura da web vai encamiñada a axilizar na medida do posible as procuras de información e os trámites e xestións que os cidadáns queiran levar a cabo. A páxina, segundo apunta Presidencia, segue as normas fundamentais de accesibilidade e usabilidade.



O programa da xuntanza

9.00: Benvida e credenciais

9.30: Sesión de apertura

- Salustiano Mato de la Iglesia. Director xeral de I+D.
- Javier García Tobío. Director do CESGA

9.50-10.10: O marco europeo. A perspectiva da Comisión Europea

Iñigo Urresti Requejo. DG Empresa e Industria, Unidade de Emprendemento. Comisión Europea.

10.10-10.30. Encontro informal cos medios de comunicación.

10.10-10.30. Coffee Break

10.30-12.00 Sesión I: Administración de cara as empresas e Xanelas Únicas Empresariais

- Moderador: Ramón Basanta. Coordinador do Centro de Competencias en Comercio electrónico. Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA). Galicia.
- Torsten Grunwald. Conselleiro especial e responsable do proxecto do rexistro en liña da Axencia Danesa de Empresas e Comercio. Ministerio de Asuntos Económicos e Negocios. Copenhague. Dinamarca.
- Mart Parve. Coordinador nacional do proxecto de tarxeta de identificación. Fundación Look@World. Sinatura Dixital. Tallin. Estonia
- Adam Walentynowicz. Especialista Senior en Tecnoloxías da Sociedade da Información. Oficina do Gobernador de Pomerania. Pomerania. Polonia.

12.15-13.15 Sesión II: Apoio a Empresas

- Antonio Fernández Ecker. Responsable de Sistemas de Información da Dirección Xeral de Política da PEME. Ministerio de Industria, Turismo e Comercio. España.
- Carlos Silva Liste. Subdirector de Información Especializada do Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE). Galicia.
- Marie Cerna. Diputada Presidente para o Desenvolvemento Rexional. Goberno da Rexión de Vysocina. Vysocina. República Checa.
- Marilinda Carta. Directora do Departamento de Industria. Goberno Rexional de Cerdeña. Italia.

15.30- 18.00: Sesión III: Taller de traballo. Estado do proxecto ICHNOS por rexións

- Benvida ao taller de traballo: Elena Veiguela. Directora Xeral de Promoción Económica e Sociedade da Información. Consellería de Innovación e Industria. Xunta de Galicia. Galicia.
- Presentación e moderación: Ramon Basanta. Coordinador do Centro de Competencias en Comercio electrónico. Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA). Galicia.
- Annalisa Abis. Analista do proxecto ICHNOS. Ancitel Sardegna. Cerdeña. Italia.
- Petr Pavlinec. Responsable do departamento de Tecnoloxías da Información da Rexión de Vysocina. Vysocina. República Checa.
- Irina Zalisova. Directora da Axencia de Proxectos Europeos (EPMA). Praga. República Checa.
- Gavin Dollin. Xefe de Alianzas Nacionais da Axencia Estatal *Business link*. Servizo á Pequena Empresa do Goberno do Reino Unido. Reino Unido.
- Cesáreo Gallego. Técnico da Oficina de Atención ao Cidadán e Innovación Tecnolóxica do Concello de A Coruña. Galicia.



REDACCIÓN

A administración electrónica non é aínda unha realidade. Queda moito por facer, e hai un gran descoñecemento sobre o que vai significar para a cidadanía e as empresas o feito de que a súa relación coas institucións públicas pase do presencial ó virtual, ou sobre como influirá na vida das comunidades que haxa gobernantes que se poñen a disposición dos cidadáns na Rede, e para o que faga falla. Dende logo, o ideal (o que sería aconsellable) sería que se camiñase cara á implicación. Dito doutro xeito: cara á participación activa da cidadanía nos procesos democráticos e cara o desenvolvemento de aldeas, vilas e cidades grazas a esa implicación. Mentres tanto, só queda preparar o camiño, deseñar proxectos e reflexionar. Isto é en liñas xerais o que se pretende facer na BizPoint: Conferencia sobre Xanelas Únicas Empresariais, Administración de cara as Empresas (A2B) e Apoio a Empresas que se vai celebrar en Santiago de Compostela o vindeiro 15 de febreiro, no Pazo de Congresos de Santiago de Compostela. A xuntanza, que está organizada polo proxecto europeo ICHNOS (*Innovation and Change: Network of One-Stop Shops*), vai dirixida a reunir nun mesmo escenario ás principais institucións e expertos en xanelas empresariais, administración cara ás empresas e apoio a emprendedores.

Cara a unha única porta na que petar

Santiago acolle o día 15 unha xornada a nivel europeo sobre e-administración para as empresas

A raizame da reunión (que se vai desenvolver en galego e en inglés), e unha das súas principais razóns de ser, está na aprobación das directivas europeas que requiren ós países membros que creen servizos de tramitación empresarial máis eficaces e rápidos (esta aprobación require, polo tanto, que os axentes implicados procuren fórmulas para cumprir con eses obxectivos). Na xornada tocaranse temas como:

- As experiencias de xanelas únicas empresariais en Europa.
- As claves da tramitación electrónica das empresas coa administración.
- Como se constituirán as empresas do futuro?

Cómpre subliñar que o proxecto ICHNOS é unha iniciativa posta en marcha en marzo de 2005 e que ten o seguinte alicerce: a habilitación de xanelas únicas ou puntos de acceso únicos empresariais representa, en moitas rexións, un instrumento clave para promover o desenvolvemento local.

Máis información en:
www.e-negociogalicia.com/InscripcionBizPoint
www.e-negociogalicia.com/InfoBizPoint
www.e-negociogalicia.com/IchnosDocs

Galimap: servizo galego de mapas en liña con datos locais

Internet semella estar abrindo portas ó coñecemento da nosa xeografía e, máis polo miúdo, de todo o que nos rodea nas nosas localidades. Se hai unhas semanas falabamos nesta mesma web dun proxecto da Comisión de Toponimia de Galicia para preservar a través das novas tecnoloxías tódolos nosos nomes de lugar, agora é a Consellería de Presidencia quen move ficha, concretamente co servizo Galimap. Esta ferramenta, estruturada en base a un conxunto de mapas en

liña da nosa terra, pon a disposición de tódolos cidadáns información “rápida e actualizada” sobre os concellos galegos (incluíndo información xeral sobre os consistorios, xulgados, tribunais, rexistros civís, notarías, etc). O servizo, que foi presentado este xoves día 8 polo conselleiro de Presidencia, José Luis Méndez Romeu, vai fornecer á cidadanía galega de 60 mapas temáticos con datos que –grazas a un sistema incorporado de mensaxeiría– poderán ser logo enviados polos internautas a móbiles (a través de mensaxes breves de texto) e contas de correo electrónico. Segundo sinala Presidencia no eido da xestión da calidade, “Galimap dispón de

datos sobre os concellos que teñen cartas de servizo -ferramentas de xestión para a mellora continua, certificacións de calidade outorgadas por terceiros, que realizan enquisas de satisfacción ou que teñen mecanismos de recollida de suxestións ou queixas vía Internet”. Ademais, o servizo tamén vai encamiñado a impulsar a chegada da administración electrónica á sociedade galega e no eido local, ó achegarlles ós internautas que naveguen polos diferentes mapas dos concellos unha “visión global das posibilidades de tramitación electrónica e presentando non só os procedementos básicos que se poden atopar nas diferentes



páxinas, senón tamén o grao de desenvolvemento dos mesmos segundo os criterios empregados pola Unión Europea”.

Podemos velo en <http://galimap.xunta.es/gis/>.

Traducíndote: ferramenta galega para traducir documentos de Open Office

REDACCIÓN

www.ieschandomonte.edu.es/traducindote
www.opentrad.org

O panorama da tradución en liña en Galiza vén de recibir un novo pulo. Concretamente da man de Traducíndote, unha ferramenta desenvolvida sobre a base do OpenTrad (sistema de tradución automática con participación de informáticos da nosa terra). En verdade, podería cualificarse como unha mellora do OpenTrad ou (tamén) un exemplo de que a innovación non ten por que vir só das grandes multinacionais da tecnoloxía situadas no que poderíamos chamar os eixes da Sociedade da Información. Non: o programa Traducíndote vén de Galiza da man dun alumno do Instituto de Educación Secundaria Chan do Monte de Mogor, en Marín, e é software libre. Isto que significa? Significa que está a disposición de todos e que lle podemos ver as entrañas e, no caso de estar en disposición de melloralas, meterlle man. A gran incorporación do programa en relación co OpenTrad é que permite traducir documentos Open Office en dous sentidos e a través de múltiples pares de linguas: galego, español, catalán, portugués. Ademais, o proceso de tradución non afecta ó formato dos arquivos (poden incluír imaxes ou táboas ou calquera outro elemento que non sexa texto). A orixe de Traducíndote, como a dunha boa parte das ferramentas de fonte aberta, está na solución dun problema concreto (neste caso de tradución) que finalmente deixa de ser unha cuestión persoal. Dito doutro xeito: presentar un programa desta índole é como inventar unha ferramenta útil na casa, para o teu uso, e logo repartir



Unha imaxe da sala de lectura do centro educativo.

no mundo a mesma ferramenta co manual de fabricación.

O responsable deste desenvolvemento (Óscar Hermida, alumno do Ciclo Superior de Informática do devandito IES de Marín) tivo entre mans un problema ben concreto que requiría unha solución. O traballo a levar a cabo era a tradución dun documento. Como facelo no futuro do xeito máis doado e sen perder máis tempo do debido? Neste punto, cómpre sinalar que moitos programas que trasladan textos dunha lingua a outra que hai hoxe en Internet non permiten trasladar documentos enteiros. Polo tanto, con máis razón cumpría poñer o enxeño a proba. Aconsellado polo seu titor, Manuel Morán (profesor de informática do centro), programou o dito proxecto de tradución, co fin de que servira para outra xente. Neste punto, foi cando finalmente o concreto pasou a ser universal.

“O programa está baseado nos traballos do consorcio OpenTrad (do que forman parte a Universidade de Vigo e a empresa galega Imaxin) e máis concretamente no Apertium (un dos froitos do OpenTrad). Trátase de software libre, liberado baixo licenzas GNU GPL”

A ferramenta foi posta en marcha o pasado luns 15 de xaneiro. Atópase en fase de probas, o que non é cen por cen correcto, xa que funciona á perfección cos pares de linguas que inclúe. En realidade, sería máis correcto dicir que non se trata dun proxecto pechado, senón dunha iniciativa que contempla a cotío a incorporación vindeira de novas linguas e novas funcións. “O de fase de probas é moi relativo”, comenta Manuel Morán, “xa que mesmo Google sinala que o seu Gmail está nese período e todo o mundo o usa”. O caso é que unha das razóns de ser de Traducíndote é (precisamente) o de ficar activo e en perpetuo estado de renovación.



A web do IES Chan do Monte, co sistema Traducíndote.

Non en van, xa o podemos ver na Forxa, o obradoiro de software libre da web mancomun.org, onde se presentou e está a disposición de quen queira descargalo, melloralo e mesmo penduralo nunha páxina web.

“Obxectivamente, o programa funciona moi ben, sobre todo grazas á semellanza que existe entre as linguas románicas”, comenta Manuel Morán. E engade: “A súa gran baza é que permite documentos enteiros sen alterar o formato e o límite para trasladar textos dunha lingua a outra é o que che impón o servidor”. Ademais, sinala, aparece xusto no intre en que máis se precisa, “coa gran demanda de tradución que existe na



A biblioteca do IES Chan do Monte.

comunidade estudiantil, nas mesmas empresas de variados sectores e nas institucións públicas, que xa amosaron por certo moito interese na ferramenta”. Neste sentido, si que é certo que o desenvolvemento espertou interese na comunidade internauta. Para facérmonos unha idea, a cifra de visitas á web do IES dende que foi presentado aquel é de máis de 50.000. Os obxectivos do programa son claros e van encamiñados a poñerlle rodas e a axilizar o traballo de milleiros de persoas: favorecer o día a día dos alumnos de calquera escola, instituto ou facultade, do persoal administrativo e dos traballadores dunha chea de empresas, cada vez máis suxeitas a un proceso que, por outra banda, non carece de lóxica: afacerse ás distintas falas dos seus provedores ou clientes.

O programa está baseado nos traballos do consorcio OpenTrad (do que forman parte a Universidade de Vigo e a empresa galega Imaxin) e máis concretamente no Apertium (un dos froitos do OpenTrad). Este programa, na súa orixe, unicamente estaba deseñado para trasladar documentos entre linguas vinculadas. Porén, co paso do tempo fixéronse os cambios

necesarios para incluír idiomas afastados do eixe das románicas (é o caso do éuscaro). Trátase de software libre, liberado baixo licenzas GNU GPL.

A ferramenta é de uso doado e non hai que ter grandes coñecementos de informática para tirarlle punta. Unicamente se trata de seguir tres pasos fundamentais: busca do arquivo que nos interesa traducir (paso 1), elixir o par de linguas (paso 2) e premer no botón “traducir”. Tan sinxelo coma iso. O resultado, por tratarse dunha ferramenta que se basea no OpenTrad, achegaranos resultados semellantes. Polo tanto, se previamente tivemos experiencia co dito sistema, saberemos que cómpre facer unha revisión a fondo do produto da tradución. Con todo, a ferramenta resulta axeitada se queremos empregar o menor tempo posible no traslado dunha lingua a outra.

A experiencia do software libre

O IES Chan do Monte está a traballar arreo en desenvolvementos de software libre e máis en achegar todo tipo de programas desta índole ós seus alumnos. Non en van, foi considerado “caso de éxito” na implantación de fontes abertas por mancomun.org, a iniciativa da Consellería de Innovación e os usuarios e desenvolvedores de programas libres en Galiza. Na obtención deste recoñecemento é moi posible que xogara un papel fundamental o feito de ter aforrado 30.000 euros na instalación de programas para os alumnos e o profesorado (sendo o gasto final de 1.700 euros). Segundo datos do propio IES, hoxe por hoxe beneficiáanse dos servidores sen custo 700 usuarios e mesmo 200 computadoras. “O software libre”, comenta Morán, “é innovación de Galicia e para Galicia, o que significa que se incrementan as posibilidades de estármonos en primeira liña da Sociedade da Información”. Asemade, engade este profesor de informática, cos programas de código aberto pónense a disposición dos mestres ferramentas ás que, doutro xeito, nunca terían acceso. Neste intre, o IES de Marín está a facilitar algunhas das súas experiencias a outros institutos galegos tamén interesados en software libre.

Hai páxinas que non pasarán nunca á historia do deseño gráfico polas súas calidades e que, porén, reciben en certas épocas do ano máis visitas que case ningunha outra. É o caso da web que manén Wendy Northcut dende mediados da década dos noventa (non lle debeu dar unha man de pintura dende aquela, polo que se ve) e que é, por así dicilo, a cara visible de *The Darwin Awards* (Premios Darwin), iniciativa posta en marcha pola devandita cidadá de Estados Unidos, bióloga molecular da Universidade de Standford. A clave do éxito, xa que non reside na feitura, hai que rastrexala nos contidos e, máis polo miúdo na natureza destes galardóns, orientados a recoñecer a título póstumo (iso si) o esforzado labor de determinados individuos por quitarse do medio do xeito máis

Concurso para "imbéciles con columna"

O caderno virtual Periodismo Incendiario sitúase no extremo do que en Galiza entendemos como "quedabén": personaxe, colectivo, entidade ou iniciativa que para a falar e sorrí cando quere seguir camiñando. Detrás do blog está o galego Manuel Rico, que leva xa un tempo na Rede escribindo artigos como este: "*O Fraga que eu sufrín é un fascista. E punto*". Polo tanto, podemos facernos unha idea da intensidade do lume dos seus artigos. E punto. O caso é que no seu caderno agroman de cando en vez concursos nos que se premia a aquelas persoas cunha profesión determinada que fan todo o posible por denigrarse a si mesmos e á súa profesión, chegando incluso a ser merecedores de recoñecemento pola súa teimosía. É o caso do *I Concurso Imbécil con Columna*, que este ano 2006 foi dar a Federico Jiménez, recibindo o 34,75% dos votos dos participantes (persoas que visitan o blog) e situándose como gañador indiscutible. Polo que respecta ó segundo posto, xa houbo máis dúbidas: Antonio Burgos sacoulle só 17 puntos de vantaxe ó terceiro clasificado, Alfonso Ussía. E comenta o autor: "*Dados os seus méritos e a súa traxectoria consolidada, non deben desanimarse porque seguro que en vindeiras edicións terán posibilidades de gañar o concurso*". Máis en periodismoincendiarior.blogspot.com.

espectacular, dándolle así a razón a Darwin cando aseguraba que as especies (incluída a raza humana) tenden sempre a mellorar as súas posibilidades de supervivencia. E nada mellor que conseguilo a través de xente que se mata a si mesma do xeito máis absurdo. A todas estas persoas, que polo que se pode ver na páxina web debían recibir ordes de instancias descoñecidas para rematar coa súa vida (tal foi a súa teimosa insistencia) van dedicadas estes singulares galardóns, probablemente os máis *frikis* dos que este redactor teña constancia. Por certo que todo isto vén a conto porque se veñen de entregar os premios da edición 2006, e cómpre indicar que, en contra do que se podería supoñer nun principio, sempre hai unha chea de candidatos para recibir o galardón. É este certame unha falta de respecto coas persoas falecidas nestas circunstancias? Probablemente si, pero tampouco lle falta razón á devandita doutora cando asegura que non se pode deixar de recoñecer e valorar a vontade de darse de baixa da cadea xenética dalgunhas persoas, capaces até de asestar martelazos nunha granada de man ou de incrustarse no coche un foguete dos que empregan os avións militares de transporte para coller máis velocidade.

Se son quen de facer iso e máis (como un porteiro dun edificio que se meteu nun soto asolagado mergullando un electrodoméstico aceso), como non se lles ía dar un premio?

O caso é que este ano, segundo lembra o xornal *La Razón*, moitos dos votos dos usuarios da web foron dar a un mecánico brasileiro ó que se lle meteu entre cella e cella que tiña que abrir unha granada RPG de impulsión por foguetes co fin de:

- Vender a chatarra a coleccionistas de chatarra.
- Ver simplemente de que está feita unha granada por dentro.

O erro de por si non foi querer abrir a granada, senón os medios empregados. Por unha banda, as operacións de apertura comezaron de maneira escasamente sutil: quixo pasar por enriba do aparello bélico co seu automóbil. E fíxoo, pero sen resultado. Pola outra, os labores remataron (e nunca mellor dito) cunha serie de manobras que, nunha escala de cero a dez nun *ranking* de *gañanería*, merecen probablemente a nota máis alta. Así, o mecánico enleouse a martelazos coas granadas e resultado foi que acabou coa súa vida, co taller e con seis automóviles que estaban dentro.

A nosa pregunta é: e pensaría que a granada era unha bolacha chinesa da sorte?

Entre os galardóns deste ano, o meu preferido é probablemente o segundo premio, que foi dar conxuntamente a dous mozos de Estados Unidos de 21 anos, de nomes Jason e Sara. O caso é que, sen que se saiba moi ben o motivo (pódese enxergar), tomaron a cando menos curiosa decisión de meterse dentro dun

globo de helio que aboiaba enriba dun establecemento comercial das aforas da súa localidade de orixe. Logo de baixalo e comprobar a súa natureza, probablemente (isto nunca poderá saberse polo miúdo) lles veu á memoria algún xogo da nenez que consistía en facer cabanas nos recunchos máis insospitados (árbores, sotos, ocos de escaleiras, etc), para ver logo no globo un xeito de rememoralo. O caso é que se o aparello aboiaba non era porque si, e non houbo nos arredores ninguén que lles dixera que se cadra estaba no ar porque tiña gas dentro. Concretamente helio, gas que entre outras facultades (a de acabar coa nosa vida, de feito, se insistimos con teimosía en respiralo) pode estrangularnos o nivel de graves na voz até conseguir que nin sequera un berro de auxilio ben traballado acade o poder de convocatoria do mesmísimo Piolín (para o caso, Espinete arrefriado tamén vale).

O xurado dos premios, que noutros anos chegou a condecorar (a título póstumo, claro) a un terrorista que abriu unha carta bomba enviada por el mesmo e logo devolta por non ter franqueo abondo (a bomba *bumerang*), tamén quixo lembrar con *agarimo* ó doente dun hospital inglés que acendeu un pito co seu propio corpo e o pixama ben cuberto de parafina inflamable (empregada para tratar a súa doenza), en contra dos experimentados consellos do doutor que lle lembrou que o tabaco podía acabar con el, e tanto. Por certo: un dos premiados máis entrañables foi sen lugar a dúbidas o individuo que nunha festa organizada no seu domicilio quixo amosar ós seus convidados o resistentes que eran as súas xanelas de vidro aplicando sobre elas unha serie de empurróns repetidos. Resultado: os vidros cederon e caeu ó baleiro.

No blog *Merodeando* de Julio Alonso atopamos incluso unha proposta para poñer en marcha uns Premios Darwin aplicados ó eido empresarial. Ó seu xuízo, as discográficas cobren moitos dos requisitos para levar o máximo galardón, ano tras ano.

Vémolo en www.merodeando.com. En axiom.com.ar temos tamén un interesantísimo artigo de Marcelo dos Santos sobre os galardóns onde fai un percorrido por algunhas das historias de morte procurada e espectacular máis salientables.

Danse a coñecer na web dos Premios Darwin os galardóns 2006 ás mortes máis procuradas



Catro mozas con pouco futuro en *As virxes suicidas*, un filme de Sofia Coppola.

Aquí van máis exemplos.

· Quen é o listo que en Galiza se vaia á praia a pescar fanecas bravas para logo papalas fritidas en familia? Se houberse alguén, convertíriase da noite á mañá en candidato con posibles nos Premios Darwin e, de existir ese individuo (por non chamarlle algo peor) sería semellante ó cidadán chamado Steven Hill Epperson, a quen probablemente unha das cousas que máis ilusión lle facía no mundo era facerlles brincadeiras ás amizades. Mais, o malo de entrar nesa dinámica é que máis tarde ou máis cedo vaste pasar da raia, como cando se lle puxeron a man os peixes tropicais de cores dun dos seus amigos e pensou que se cadra era unha boa idea enviar algún deles pola gorxa abaixo. O resultado desta comunión co medio mariño? Morte por obstrucción das vías respiratorias.

O peixe medía seis polgadas. A vítima levou merecidamente un Premio Darwin.

· Jacques LeFevrier non foi merecedor de ningún premio, pero probablemente non lle falten

méritos. LeFevrier acordou un día no seu dormitorio e dixo: "Até acó chegamos". Dito doutro xeito: decidiu que era hora de acabar coa súa vida. Mais, tratándose como se trataba dun home minucioso, quixo deixar ben atados tódolos nós do seu pasamento, cubrindo tódalas fontes para que non houberse nada que lle impedise a consecución dos seus obxectivos. O punto de partida foi o cumio dun cantil, onde envolveu o pescozo nunha corda que logo tamén amarrou a un penedo dos arredores. A continuación, bebiu velenos e prendeu lume á súa roupa. Mesmo tentou pegarse un tiro xusto antes de dar un chimpote e lanzarse ó baleiro. Mentres caía, ou xusto antes, disparouse. A bala pasou a rentes do seu corpo e foi dar á corda do pescozo, co que quedou ceibo das ataduras. Logo, caeu ó mar, que aplacou as lapas e fixo que vomitara os velenos. Foi recollido por un mariñeiro, quen o levou a un centro sanitario, onde faleceu de hipotermia.

Máis concursos e merecementos a contrapelo na Rede: O oso Mitrofan, personaxe do ano no blog catatá Busot

Nestes días "bisagra" (finais dun ano, principios do seguinte), a vida semella que se divide por unha banda entre facer reconto dos mellores personaxes e inventos dos pasados doce meses e, pola outra, en prognosticar o máis salientable dos vindeiros. E así se nos vai pasando o tempo, xogando a adiviños e a historiadores e atopando na Web o espazo ideal para as nosas teimas. Case tódalas escolmas atopadas estes días teñen un denominador común: céntranse en seres humanos. Tivo que ser *Zerovacas* en *Chuzá!* quen sinalara co dedo un blog catalán (Busot) que marca a diferenza. Por que? Porque nesta bitácora foi elixido como personaxe do ano o oso Mitrofan, espécime de plantígrado tristemente fam(oso) por ter falecido dun disparo "real" como a vida mesma: o de Juan Carlos I. O obxectivo da iniciativa é dobre: por unha banda dar un xiro de 360º na nosa teima de premiarnos a nós mesmos como especie (mais é probable que non teñamos nada que premiar, tendo en conta o noso ronsel de polución, guerras e autocomplacencia) e, pola outra, reivindicar a figura da vítima, practicamente esquecida xa nos medios de comunicación. O certo é que "*o gran público catalán*", dise no blog, "*descoñece o caso, razón pola cal Busot vai aproveitar a homenaxe ó plantígrado para unha relación dos feitos*". O artigo remata deste solidario xeito: "*Todos somos Mitrofan*". Máis en busot.blogspot.com.

Afiánzase na Rede os servizos que achegan concertos e viaxes ó mellor prezo

(e se son pola patilla, mellor)

F.S.

Internet serve para facer que o mundo sexa tan pouca cousa que até colle pola túa pantalla, pero cómpre ter coidado, porque de 99 voces que se escoitan e mensaxes que se len, só un (como moito) será unha mensaxe desinteresada, persoal, que che mira (por así dicilo) directamente ós ollos. Para entendérmonos: que pasa se facemos en Google unha procura con combinacións de termos como “lecer+barato”, “viaxes+baixo+prezo” ou “produtos+ocasión”? A práctica totalidade dos resultados son, dispendando, borralla. Non serven de nada: enlean ó internauta de mala maneira, mándanlle publicidade que non lle interesa, ofertas que non son tal e, aínda por enriba, déixanlle o computador cheo de lixo. Nos buscadores, en canto escribes a palabra “oferta” convérteste nun imán de pesados, coma se dalgunha maneira redactar ese termo fose a sentenza de morte da nosa busca. Sexa como sexa, e malia este 99,9% de páxinas prosmeiras, queda unha pequena porcentaxe de cousas máis ou menos

útiles no que se refire á nosa busca lexítima de lecer a baixo custo e de calidade, de viaxes, libros e actividades culturais que non nos obriguen a solicitar unha hipoteca para adquirilos nin tampouco a perder o noso tempo nesa especie de ascensores atorados entre dous andares que son os buscadores. O que incluímos a continuación non é a mellor escolma posible, pero ben podería valer para non acabar sendo presas da *secta*. A *secta* das webs perfectamente inútiles.

www.dameprecio.com

A idea desta web é boa, pero pide a berros un cambio de feitura. Vista así, en frío e sen anestesia, semella unha páxina feita a machada e a présa para ocupar un dominio que resulta interesante para o futuro. Porén, a súa filosofía é interesante e baséase en algo que nos aprenderon as nosas avoas cando íamos con elas de compras: visita a tódolos vendedores que poidas e fica coa mellor oferta. E relea, se che deixan. Deste xeito, terás máis posibilidades de conseguir o prezo máis baixo posible. Nisto consiste esta web, polo menos para o cliente: en aforrar tempo e cartos (asegura que en menos de 72 horas recibiremos diversas ofertas do produto que procuremos directamente dos provedores). Mais tamén ofrece servizos para os mesmos vendedores, que multiplicarán con elas as demandas de clientes, que chegarán a eles de xeito inmediato e (polo menos así consta na mesma páxina) sen intermediarios nin comisións.

www.masbaratonadie.com

Deste servizo xa falamos hai uns meses, pero volvemos á carga. Tendo en conta que hoxe en día unha boa parte dos paquetes de viaxes, entradas para concertos ou obras de teatro ou novidades tecnolóxicas mércanse xa na Rede, resulta salientable que haxa iniciativas orientadas a poñer un pouco de orde nun mercado en liña saturado abondo. E a situación dificilmente empeorará se a devandita iniciativa vai encamiñada só a dar cabida a produtos de prezo razoable para



Bicos a un dolar, en Apple Mecanique

todas aquelas economías que non son coma a de Esperanza Aguirre. Falamos da web Masbaratonadie.com, servizo desenvolvido polo cambadés

“Nos buscadores, en canto escribes a palabra “oferta” convérteste nun imán de pesados, coma se dalgunha maneira redactar ese termo fose a sentenza de morte da nosa busca. Sexa como sexa, e malia este 99,9% de páxinas prosmeiras, queda unha pequena porcentaxe de cousas máis ou menos útiles.”

de outubro e fica aínda en fase de probas, polo que é moi probable que sexan ben recibidas as suxestións dos usuarios (por certo que aquí vai a de Código Cero: a web pide claramente unha versión en galego).

Segundo datos achegados por Marcos, malia a súa breve “vida”, o servizo recibira xa no mes de novembro máis de 90.000 visitas, “xerando cifras que a sitúan como un dos portais de compras e de meirande proxección”. Cómpre salientar que detrás da páxina non semella haber influencias de tipo comercial-exclusivista que nos fagan pensar que as ofertas aparecen na pantalla non por ser boas e baratas, senón porque así vén estipulado nun contrato de fidelidade total coas firmas subministradoras. É dicir: “Do que se trata é de ofrecer un servizo independente”, sinala Marcos. E engade: “Na sección de billetes de avión, por exemplo, conta cun potente comparador de axencias que lle permite ó visitante asegurarse de que está a facerse coa mellor tarifa. Así, aínda que a web ten asinados convenios coas máis importantes empresas de cada sector, non ten exclusividade con ningunha delas”.

Ademais, a xuízo do responsable desta iniciativa web, a páxina tamén ten unha función normalizadora no emprego empresarial en Galiza das novas tecnoloxías. É dicir, serve para demostrar que é posible sacar adiante proxectos de negocio dende unha terra (a nosa) que moitos (incluído nós) teñen considerado periférica de máis para formar parte activa da Sociedade da Información. Mais a Sociedade da Información, dentro de todos os seus graves defectos, tamén semella permitir e incluso animar a entrada de xogo de proxectos a contrapelo dos das grandes corporacións. E aquí temos un exemplo.

www.viajesmasbaratos.com

Esta web conectará con todos aqueles que mercaron algunha vez un paquete de viaxe dalgunha axencia maioritaria e decidiron mandar á axencia a tomar

Marcos Fernández e que (nas súas propias palabras) “vén a ser unha selección das mellores ofertas existentes en Internet e reunidas nunha soa páxina para facilitar as compras ós internautas”. No seu punto de mira está a seguinte gran porción de mercado: a da gran maioría de usuarios de novas canles tecnolóxicas que adoitan a mercar libros, aparellos de tecnoloxía, entradas para concertos e obras de teatro ou mesmo viaxes e non desexan empregar tempo de máis ó día na procura dos produtos máis accesibles para os seus petos. A web é, por así dicilo, unha proposta acabada de chegar. Púxose en marcha o pasado mes



Curiosa iniciativa comercial en Madrid, vista no caderno de Daquella Manera en Flickr.



vento. Falamos polo tanto dos que se preguntaron, sentados nunha hamaca nunha piscina climatizada de Punta Cana ou Cancún, onde carallo andaría o país que supostamente fan visitar. Vale: a web non é nada do outro mundo, pero permítenos comparar as ofertas das axencias e ver cal nos podería saír máis barato. Así relata o *webmaster* a súa experiencia: “*Aprendín a ser un pouco máis cidadán do Mundo e nas viaxes posteriores afasteime das burbullas de artificio do resort para coñecer e aprender do Mundo con máiusculas, coas súas miserias e as súas grandes. Sempre respectando*”.

blogs.megavuelos.com

Que ninguén se trabuque: esta non é unha bitácora (por así dicilo) desinteresada dende o punto de vista monetario. Forma parte do que poderíamos chamar “os blogs comerciais” (concretamente da empresa Megavuelos.com) onde as iniciativas de negocio se revisten da inmediatez e das maiores posibilidades de diálogo que achegan as bitácoras. Algo así como reunirse cun empresario á hora do almorzo na súa cociña, con *croissants* e cuncas de café acabado de facer. Se che gusta o que che ofrecen, ben, e se non che gusta deixa o teu comentario e tan amigos (polo menos na teoría).

Neste blog os seus redactores –os traballadores de Megavuelos– ofrecen actividades de lecer “ó mellor prezo” a través de artigos de natureza persoal. Como era de agardar, tratándose dun blog, se lles poden deixar notas ou ben iniciar conversas con eles. Entre os produtos promovidos atopamos concertos, festivais de cine, eventos deportivos, viaxes, aloxamento ou aluguer. Neste senso, o obxectivo do blog é informar “*de xeito inmediato das ofertas especiais que fan as empresas*”. Sexa como sexa, e se nos centramos no nivel de actividade (baixo baixo) do blog, acontecen dúas cousas: ou ben non hai moito lecer barato (era sabido) ou ben as bitácoras empresariais queimáanse antes cás estritamente persoais.

www.atrapalo.com

Logo do soño vén a realidade. Así comezamos un artigo sobre este servizo web hai un par de anos e con motivo dunha visita dos seus responsables a Santiago. A que viña este comentario? Pois viña a conto porque nos pareceu daquela que Atrapalo.com ben podía representar un novo xeito máis razoable de facer negocios na Rede logo da catástrofe da burbulla das puntocom, onde se montaron centos e centos de empresas na Rede e sen que

tivésemos nin idea de en que consistía realmente a Rede. Algo así como conquistar Marte a base de abrir tendas de roupa (para quen?). O caso é que Atrapalo.com fixo as cousas con tino e os seus responsables sabían moi ben a que portas chamar: ásdos que xa non queren pagar máis cifras desorbitadas por ir á opera e logo botar unha soneca. É dicir: se botamos unha soneca, polo menos que sexa barata. Diso se trata, polo tanto, de ofrecer lecer a baixo custo. En realidade, é unha especie de máquina virtual de escolmas de ofertas. Todo ten cabida aquí: entradas de cine, teatro, concertos, reservas en hoteis ou restaurantes. Segundo os responsables da web, a clave do éxito baséase en eliminar todo aquilo que se poda interpoñer entre un produto de calidade e a bo prezo e o cliente. O reclamo viría de coller algo que fixese a meirande cantidade de persoas. Ou sexa, que non conseguiríamos ren se ofertamos unha viaxe con aloxamento en Chernobyl, por moi respectables que sexan estas calidades desta rexión.

www.lastminute.com

Esta web é ideal para todos aqueles que cando van ó cine fan erguer dos seus asentos a toda unha ringleira de persoas comodamente dispostas co seu balde de flocos de millo e o refresco. Non se trata precisamente de ofrecer o máis barato, senón só os produtos que poden estar dispoñibles malia ter pasado un tempo razoable para seren adquiridos. A web naceu como un servizo de viaxes para produtos de última hora e logo diversificouse en todo tipo de actividades e produtos do lecer. O seu éxito radica en terse decatado os seus responsables de que hai máis persoas que nos fan erguer dos asentos no cine das que pensabamos nun principio. Unha raza de individuos que van pola

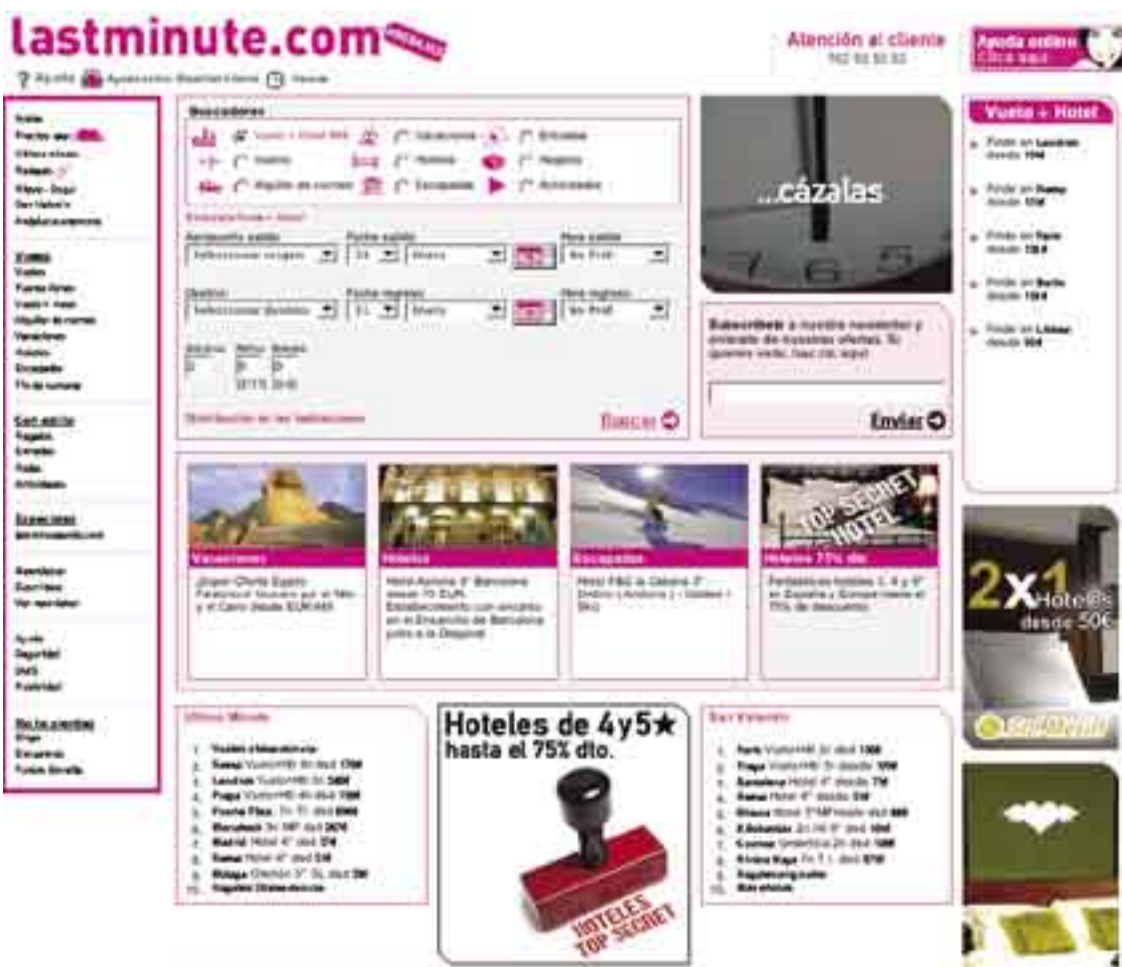


Os prezos máis baixos da cidade, vistos no caderno de Fueledbycoffe en Flickr.

vida cos reloxos atrasados. O manexo da web é doado e é moi difícil perderse. Non é casual que sexa tan doada: os *lastminuteiros* serían quen de deixala operación para o día seguinte!!!

www.diariodelviajero.com

Outro caderno comercial revestido de notas a pe do camiño, consellos, tendencias. Iso si: os seus responsables van coa verdade por diante e dende o principio che fan saber que se trata dun asunto comercial e que non están aí só por facerche un favor dado o ben que lle caes. É un blog colectivo e empresarial, froito deste novo costume de expresarte incluíndo unha ou dúas tallas máis para as medras. Ou sexa: marxe para os comentarios dos internautas. O bo talante está presente en todo o caderno, e o equipo de redactores até se atreve a animarnos para que lles turremos das orellas se meten a pata. Como o seu propio nome indica, é un servizo especialmente orientado para cus sen asento. Detrás do proxecto está a factoría Weblogs tratando de ofrecer cousas interesantes e a prezos máis ou menos razoables.




Prezos razoables, vía o caderno de Jyvaca.

Músicos e afeccionados, cada vez máis preto e grazas á Rede

Xorden novas webs ou selos discográficos en liña que permiten a descarga libre ou semi-libre de cancións

Descargar música de balde pola Rede no che convirte en pirata, nin moito menos. As webs e os artistas que che permiten facelo a cambio de que visites de cando en vez as primeiras e valores a autoría e o talento dos segundos (e deixando aberta a posibilidade de ir a algún dos seus concertos) son cada vez máis, e entrar en contacto con eles constitúe unha opción tan válida coma outra calquera. É dicir: darlle ó botón de descarga non só está permitido nestes espazos, senón altamente recomendado. En Galiza xa temos algún exemplo moi notable, como A Regueifa. Mais a posta en marcha doutro selo dende outro recuncho do estado español, Dpop, serviunos de pretexto para albiscar o panorama de música libre ou semi-libre.

F.S.

 O sector musical móvese, xunto co propio mercado. A música está viva e pensar que vai chegar á súa fin porque as discográficas viven unha crise significaría crer que son unha mesma cousa (industria e música, grandes superficies comerciais e alimentos, museos e arte). As cancións respiran e sempre existirán mentres haxa quen as escriba ó carón de quen queira escoitalas. Neste senso, os seareiros podemos estar tranquilos. Os artistas buscarán sempre a maneira de achegarse a nós, a través das moitas canles posibles que teñen á súa disposición. O feito de que moitos deles xa non queiran optar pola imposta pola

gran industria discográfica pode resultar ou non comprensible, pero si respectable como decisión. A maquinaria que factura e vende CDs no mundo, como case tódolos sectores que entraron algunha vez en crise, non está ceibe de culpa: construíu unha boa parte do seu propio cadalso, se cadra pensando que estaba a construír unha tarima ou un podio. As novas tecnoloxías da información están a cambiar para sempre o xeito de comunicarnos, o xeito de facer cine, escritura, xornalismo ou arte. Como non ía cambiar o xeito de acceder á música? Como se pode pensar que os modelos de negocio de éxito poden durar eternamente, calquera modelo de negocio e sen afacerse ós novos tempos? Estas preguntas fican curtas e faltas de ambición se pensamos na media de beneficio que até o de agora estaban a sacar os solistas e grupos fichados por unha boa parte do sector das discográficas: o 4% do pastel, segundo sinalan Ruben Ginestós e Marc Mariné na súa web dpop.es, un sitio onde os internautas podemos obter cancións de balde que son coma tarxetas de presentacións dos diferentes artistas que voluntariamente penduran alí as súas creacións. A fin de contas, coa industria discográfica tradicional acontece (aínda que hai excepcións) como con outros moitos sectores que se resisten con unllas e dentes a afacerse á principal característica do tempo: que transcorre. Pensemos por exemplo no tecido enerxético mundial, convencéndonos a todos de que non hai máis alternativa para ir dun lado a outro do mundo que o petróleo e derivados. Porén, se temos un chisco de curiosidade descubriremos -por exemplo- que un coche con motor diesel pode moverse perfectamente e funcionar igual de ben con aceite vexetal, o mesmo que usamos para fritir a comida na casa.

Moito se falta nos últimos tempos de Copyleft e Creative Commons, que exemplifican dalgún xeito (con máis ou menos rigurosidade na defensa dos dereitos de autor) as novas canles de diálogo entre música e seareiros, sempre ou case sempre coa Rede de por medio, unha plataforma que facilita até o inimaxinable o tráfico legal de creacións. O tipo de licenzas máis usadas son as que abrangue a organización non gubernamental Creative Commons, que traducido



Cancións en aberto, tamén de Ten Pounds to the Sound.

ó galego e de xeito literal viría a significar *Comúns Creativos*. Estas licenzas son diferentes ás tradicionais, as que decote veñen cinguidas á industria que todos coñecemos. A dita organización, fundada e presidida por Lawrence Lessig (da Universidade de Stanford), establece diferentes tipos de recoñecementos dos dereitos dos artistas, segundo sexan os seus intereses. Hainos que fixan liberdade total á hora de levar a cabo a descarga e hainos que esixen o respecto á autoría e mesmo ó uso comercial. Porén, todo isto (Creative Commons, Licenzas Música Libre: LML) vai orientado a favorecer a máxima distribución da obra dos artistas, a botar abaixo a maior cantidade de barreiras que se interpoñan entre eles e os seareiros.

Asemade, a idea dos músicos que se adscriben a estes novos dereitos, das webs nas que se intercambian os seus produtos e dos propios usuarios que descargan estas cancións é potenciar a principal fonte de ingresos de artistas que, en contra do que moitos criamos, non é a venda de discos, senón a súa propia música. Dito doutra maneira: os concertos achegan entre o 60% e o 80% dos beneficios xerados. Mais, cal pode ser a chave para conseguir máis concertos e beneficios? Dende logo, apuntan os artistas, non se trata de poñer no mercado un CD a 20 euros, feito que para moitos músicos pecha máis portas das que abre. Para o novo xeito de facer música, as cancións son cartas de presentación, tarxetas, saúdos, manifestos, chiscadas de ollos e mesmo acenos de amizade. Non fontes de ingresos en si mesmas. Se somos quen de entender isto, poderemos entendelo todo.

www.agueifa.net (e tamén [agueifa.blogspot.com](http://www.agueifa.blogspot.com))

Un dos nosos sitios galegos preferidos (en realidade son dous), exemplo perfectamente válido do que se entende por espazo libre de distribución de música a través das licenzas Creative Commons. Artistas e internautas poden achegar e solicitar o que se lles ocorra: “Non importa o que fagas (música, videocreación, pintura,

poesía, fotografía ou banda deseñada), nen como o fagas, se é dixitalizabel e queres difundilo na Rede”. O sitio de Aregueifa.net é un Netlabel (*Selo de Rede*, en galego), nova índole de discográfica sen sede física e distribuindo música de balde para os internautas, que non están obrigados nin sequera a achegar datos persoais ou a aturar publicidade agresiva (unha discográfica Netlabel sería o máis semellante a un amigo afeccionado á música que che peta na porta para dar consellos). A Regueifa trae obras de tódolos recunchos do mundo para as nosas orellas e -asemade- reivindica o que se produce en Galiza.

www.elastico.net

Estírase e non rompe. A capacidade de afacérmonos ó paso do tempo mídese en termos de elasticidade. En poñérmolos en ámbalas dúas beiras do río e á vez; en camiñar coas botas dos demais para entendelos mellor. Aquí levan anos traballando uns individuos (Antonio Córdoba, Marta Peirano ou José Luis de Vicente) en dirección diametralmente oposta á industria tradicional da música e, por extensión, da cultura mesma. Foi Ludwig van Beethoven un dos primeiros “elásticos” do mundo, dicindo que debía haber un gran almacén de arte no mundo ó que os artistas levasen as súas obras e no que puidéramos tomar todo o que precisáramos. Para esta comunidade, hai máis que facer no mundo da música que ocuparse de camelar a produtores ou executivos. Mentres os camelas, perdes tempo de facer cancións e, sobre todo, de dalas a coñecer. Propoñen outros vieiros e, se por casualidade non foran os mellores, polo menos agardan por ti na seguinte curva.

www.soundclick.com

Este espazo web (legal) pon a disposición dos internautas centos de miles de cancións. Isto non tería máis importancia se non fose por un pequeno detalle: son de balde. A web, que é unha das máis accesibles se non temos coñecemento previo de ningunha plataforma de descarga de música libre (polo que ben aparece indexada en Google e Yahoo!) inclúe moreas de obras musicais en mp3 e rexistradas con



Instrumentos de música libre, visto no caderno Ten Pounds to the Sound en Flickr.



licenzas CC. Na mesma liña que outros servizos semellantes, distribúe o seu catálogo en estilos: jazz, pop, alternativa, acústica, clásica, hip hop, latina, mundo, rock, metal, etc. Na súa orixe, os responsables da web ofreceron 50.000 novos temas por mes. Hainos para baixar e hainos para escoitar con feitura de radio. Claro: non están os grupos máis coñecidos, mais unha das grandes leccións de Supercoco debeu ser aprendernos dende pequenos que non sempre o máis coñecido é o mellor.

www.dpop.es

Unha plataforma independente que resume en poucas palabras todo o que a outros nos leva a plana dunha revista. É un servizo relativamente novo, e vai encamiñado sobre todo a promover a artistas do estado español, sempre e cando eses artistas non sexan dos que teñen entre cella e cella a idea de estaren nos andeis de supervendas. En realidade, se esa é a súa única arela, pouco pode facer Dpop por eles, agás amolalos. Mais para todos aqueles que queren unha canle independente de difusión, cumpre unha boa parte dos requisitos. Os seus responsables, Ruben Ginestós e Marc Mariné, traballan a prol de facer que a listaxe de cancións da súa web sexa o máis semellante posible a unha cadea de reenvío, actuando os computadores de lanzadeiras: volver a volver a compartir. Os usuarios vense beneficiados porque non pagan un can e os músicos porque adquiren novos xeitos de darse a coñecer. O abano de estilos é amplo: rock, indie, electrónica, melódica e inclasificable. Tamén se ofrece unha axenda de concertos e un servizo de novas relacionadas cos grupos que difunden a súa música nesta plataforma. Asemade, hai unha sección para debater e enviar suxestións. En definitiva, Dpop non lles dá de comer ó músicos (polo menos, non directamente) nin satisfai tódalas expectativas dos afeccionados á música (a listaxe de grupos é ampla, pero limitada), pero contribúe a quitarnos dos miolos a idea de que só hai un tipo de produción de discos posible: a que infla até o límite do estoupido o valor do plástico da caixa e o papel en branco do folleto interior do CD.

www.festivalibre.com

Habendo como hai webs de música e cultura libre, até certo punto caía de caixón que se comezaran a organizar certames e festivais que compartiran o mesmo espírito, e sen que fosen por norma eventos exclusivos de cultura “perro-flauta”, aínda que si en

parte. O Festival Libre é fillo do seu tempo, entendéndose polo seu tempo a era de Internet. Ou sexa, que sen Rede non habería un certame así nin outros da mesma liña. A sección web do certame é unha lanzadeira para autores e agrupacións que elixiran licenzas libres.

“As novas tecnoloxías da información están a cambiar para sempre o xeito de comunicarnos, o xeito de facer cine, escritura, xornalismo ou arte. Como non ía cambiar o xeito de acceder á música? Como se pode pensar que os modelos de negocio de éxito poden durar eternamente, calquera modelo de negocio e sen afacerse ós novos tempos?”

http://musiccalibre.blogspot.com/

Dentro disto da música libre, os blogs tamén teñen moito que dicir aínda que non podan ou non queiran chegar ás cifras de cancións manexadas por outros servizos. Este blog non representa a mellor de tódalas opcións dispoñibles, e non só polo catálogo de temas que pon á nosa disposición (interesante, pero moi limitado) senón porque semella que foi vítima dun claro caso de abandono. E é que a listaxe de bitácoras que foron deixadas soas e na intemperie é tan longa como para

que teñamos que ollar de esguello calquera estatística que se faga sobre o número de blogs no mundo.

www.popbastardo.com

Cando naceu a web Pop Bastardo, os seus primeiros berros e patalexos dende o berce foron de gravación pirata, con acople de instrumentos incluído. Por fin un caderno onde se lle dá a importancia que merece a todo o que non constitúe a discografía oficial dos artistas!, dixeron os internautas que o puxeron en favoritos. Logo pasa o que pasa: que é complicado manter vivas as lapas, sexa por mor das presións da industria ou de autores cinguidos ó Copyright ou sexa porque a tarefa de rexistrar gravacións malditas esgota máis ca pescudar sicofonías. O caso é que foi bonito mentres durou.

http://magnatune.com/

Este é un servizo moi empregado polos internautas galegos: facendo unha pescuda nos diferentes blogs na nosa lingua atopamos temas musicais abondos obtidos a través desta web. É sinxela, útil e vai encamiñada a quitarlle ferro ó feito de descargar cancións pola Rede (de feito, un dos seus lemas é “Non somos malos”). Magnatune.com non é un sitio de descarga libre. O que hai, cómpre pagalo. Pero non hai que deixarse estarrecer, a fin de contas estamos a mercar música de artistas ós que moi dificilmente veremos poñer un pe na nosa terra para montar un concerto. Así que o seu traballo compensámolo doutro xeito, achegando o que podamos (a partir dunha cifra mínima de catro euros, e de aí para arriba). Procurar cancións en Magnatune e descargalas ten un aquel de teimosía arqueolóxica. As posibilidades de atopar algo interesante son altas (a polución das correntes maioritarias da música de consumo apenas se sente), e co engadido de ter feito ti mesmo e sen axuda unha auténtica descuberta coa que gabarte perante os demais. O punto forte da web é que che aseguran que a metade do que pagues vai dar ó artista. As opcións son: baixar as cancións dunha obra musical pola web ou encargar o disco con caixa, folleto e todo achegando o noso enderezo de correo. Se prememos nunha obra que nos parece interesante, podemos escoitala coma se fose o produto dunha procura ben encamiñada no dial da radio. O servizo achéganos suxestións do día e novidades. Entre os grupos que promove, dificilmente atoparemos algún moi coñecido. Non é que sexan músicos que tocan no garaxe da súa casa para as amizades, pero si que podemos estar seguros de que nunca se senterían cómodos en grandes auditorios.

www.redferret.net

The Red Ferrer é un portal sindicador de contidos musicais, o que máis ou menos quere dicir que nos indica vieiros a seguir na nosa pescuda de cancións pola Rede. Nesta web indícase que hai un millón de temas musicais espallados por Internet, aínda que a cifra probablemente se dispare se algún día se se contan as que non están rexistradas. O certo é que a cantidade de servizos ligados de todo tipo (de descargas libres ou

non libres, de críticas ou de simple información) é tan grande que o seareiro corre o risco de perderse e (coma nós) de botar de menos máis sitios que poñan un pouco de orde, sitios grandes que aglutinen o que ofrecen moitos pequenos de xeito disperso.

www.archive.org

O Internet Archive é, por así dicilo, o gran coleccionista de arquivos de audio na Rede. Detrás deste servizo está unha organización non governamental do mesmo nome e que ten a intención de ceibarnos ós cidadáns do mundo dos séculos escuros do dixital, que é como lle chaman os membros do colectivo a este “mentres tanto” no que vivimos e no que non damos sacado bo proveito das grandísimas posibilidades das novas redes. Por exemplo: somos conscientes de que a Biblioteca de Alexandría sería unha simple sala de lectura en comparación coa que se podería habilitar en Internet unicamente botando do man das obras con licenza aberta? Pois ese é precisamente o camiño que segue esta web: o da librería total. E de música aínda podemos sacar un bo anaco.

www.phlow.de/netlabels

Os netlabels son *selos de rede*, novas discográficas en liña que o único que teñen en común coas tradicionais é que nos fornecen de obras musicais. Polo demais, os temas son de descarga gratuíta e o feito de desfrutar deles non compromete en ningún aspecto ós seareiros. Os netlabels son relativamente novos (van cinguidos á Rede e máis polo miúdo á Rede social), polo que pode ser complicado saber cales son os que máis nos se axustan ós nosos gustos. Un bo xeito de acceder a eles é visitar esta web que nos ocupa, un wiki e/ou directorio que achega datos sobre máis de 200 selos en liña, o que máis ou menos subministra unha idea do que imos atopar: música para tódolos gustos. Tamén podemos atopar programas de radio con cancións destes servizos, foros de discusión ou mesmo as ferramentas precisas para habilitármolos a nosa propia páxina interna (ideal se somos músicos e comungamos cos principios dos *netlabels*).



A evolución dos móbiles: como se converteron en imprescindibles



Colectión de móbiles no espazo de Akaybyam en Flickr.

RAQUEL NOYA

Non hai tanto tempo (ben, se cadra un pouco) que apareceron os primeiros teléfonos móbiles.

Eu aínda lembro o primeiro móbil que meu pai trouxo á casa: un aparello enorme que só se podía levar no coche porque pesaba abondo e, amais por riba de ser caro de xeito esaxerado, só funcionaba nalgúns zonas moi concretas (e moi reducidas) da nosa xeografía. Malia todo, ó meu irmán e a min parecíanos un artefacto increíble e as liortas por acaparalo ou por collelo cando soaba (cousa que sucedía de cando en vez) eran continuas. Por aquel entón, o seu uso estaba restrinxido a uns poucos privilexiados, que fixeron da súa posesión un sinal de exclusividade social e económica.

Mais o panorama mudou de xeito substancial co paso dos anos, e vaites se cambiou! Hoxe, son moitos millóns de persoas en todo o mundo -de toda clase e condición- os que pasaron polo aro deste novo servizo de telefonía e que fixeron que o teléfono móbil deixase de ser un obxecto de luxo para converterse nun produto de primeira necesidade para todo tipo de profesionais, e até para os máis cativos.

Este espallamento que sufriu a telefonía móbil foi posible grazas á conxunción dalgúns factores, como as melloras na tecnoloxía e sobre todo, o descenso do prezo. Os novos estilos de vida contribuíron a converter ó teléfono móbil nun obxecto que cualificamos xa de "imprescindible" no día a día. E viceversa: o *celular* está a transformar as nosas vidas case sen que nos decatemos, até o punto de que xa o empregamos para case todo: facer fotografías, escoitar música, xogar ou gravar vídeos, entre outros usos.

Os comezos da telefonía móbil

En liñas xerais, a telefonía móbil está formada por dúas grandes partes: unha rede de comunicacións e os terminais (ou teléfonos móbiles) que permiten o acceso á devandita rede. O desenvolvemento de baterías máis pequenas e de maior duración, de pantallas máis nidias e a toda cor ou a incorporación de software máis próximo, converteron ós móbiles no que son hoxe en día: auténticos obxectos de lecer cun deseño moi coidado e cunhas características únicas, algo impensable para a época na que chegaba o primeiro teléfono a algúns fogares.

O móbil foi *inventado* en 1947 pola empresa norteamericana AT&T, mais non se fixo portátil de xeito práctico até 1983, ano no que Motorola culminou o proxecto DynaTAC 8000X, un teléfono que pesaba preto de un quilogramo e que tiña un tamaño de 13 x 1,75 x 3,5 polgadas.

Con este punto de partida, a tecnoloxía móbil tivo unha grande aceptación en moitos países e, co tempo, foise implantando neles, chegando a saturarse o servizo en pouco tempo. Co paso dos anos foise facendo máis accesible ó público, até o punto de que calquera persoa de a pé podía adquirir un móbil sen problema. Neste senso, houbo unha grande necesidade de desenvolver e implantar outras alternativas de acceso múltiple á canle, e, co obxecto de darlle cabida a máis usuarios, transformáronse os sistemas analóxicos en dixitais.

Por esta teima da industria de separar unha etapa da outra, a telefonía móbil acabou por contar con distintas fases coñecidas como "xeracións".

Se até hai un par de anos, o primordial destes aparellos sen fíos era poder comunicarse dende calquera lugar do planeta, no ano 2001 a telefonía móbil deu un chimpito que non se agardaba e os fabricantes comezaron a facer os primeiros terminais a cor.

Atrás quedaban os típicos e sinxelos monocromáticos (que aínda se deixan ver nos bolsos dos máis melancólicos), que só servían para comunicarse. Chegaban ó mercado agora as pantallas LCD, con tons que causaban auténtico impacto entre os esixentes e que de seguido foron adquiridos sen importar o que custaran.

O feito de que os terminais fosen en cor, abría un abano increíble de posibilidades para afacelos a novas funcións lóxicas, como cámaras fotográficas ou televisións (que chegarían co tempo).

Precisamente, a opción de fotografar co móbil non se fixo agardar, e, a medida que foi pasando o tempo, os teléfonos xa non só permitían falar e enviar SMS, senón que tamén deixaban marxe para obter imaxes da realidade grazas ós obxectivos incorporados con lentes de 3,5 mm e cun procesamento especial de fotografías que non comprometían maiores recursos do teléfono.

Este elo da cadea ía cinguído a



O iPhone está a despertar moitas expectativas, como se puido ver en MacWorld 2007.

outro, tanto ou máis importante: por lóxica, se cun móbil se podían enviar mensaxes e facer fotos, era xa moi probable que se puidesen enviar as devanditas fotos nunha mensaxe. En poucas palabras, aparecían de xeito definitivo as mensaxes multimedia (MMS), grazas ás cales era posible o envío de fotografías a toda cor dende un teléfono a outro.

A terceira xeración

E practicamente sen facer ruído foi xurdindo a terceira xeración de móbiles. Este novo chanzo da escaleira caracterízase por conter a converxencia de voz e datos con acceso sen fíos a Internet: "a rede de redes", ese outro gran invento do milenio, ponse ó alcance de todos a través do teléfono móbil e, paseniño, os terminais vanse facendo aptos para aplicacións multimedia e altas velocidades de transmisión de datos.

Tras algúns anos de promesas incumplidas ou cumpridas, ensaios e lanzamentos con escasa cobertura, en 2005 démoslle por fin a benvinda á telefonía de terceira xeración. Estaba xa dispoñible dende comezos de 2004, mais foi ó ano seguinte cando comezou a estar dispoñible para o gran público.

Escoitar música en mp3, ver e gravar vídeos en movemento, realizar videoconferencias, xogar en liña e en 3D con outros usuarios, ver televisión ou ter acceso a Internet por banda ancha son só algúns dos servizos que ofrecen os últimos modelos do mercado.

En resumidas contas, hai tan só década e pico, aproximadamente, os teléfonos móbiles só ofrecían funcións para chamar a outro aparello e nada máis, pero a evolución foi tal que xa podemos falar de verdadeiros equipos multimedia con infinitas aplicacións que non son nada en comparación co que está por vir.

Non todo é ouro

Pero non todo son vantaxes. Hai 30 anos, cando alguén mercaba un electrodoméstico era para toda a vida (ou polo menos até que un dos fillos casaba e o herdaba). Hoxe en día, os electrodomésticos non duran máis de 6 ou 7 anos, algo que falando de telefonía móbil é aínda moito máis preocupante. Os móbiles están deseñados e optimizados para ter unha vida media determinada. Algúns poden saír mellores e outros peores, pero en canto van alén do seu prazo de vida media, comezan a dar fallos. A partir de aí, todo está preparado (así semella que o quere a industria) para que nos lancemos

a visitar a cotío o servizo técnico oficial, e sen moitas esperanzas.

Isto sería o lóxico: cambiar o móbil cando este deixa de funcionar ou cando arranxalo sae tan caro coma mercar un novo. Mais a mágoa é que isto non acontece hoxe en día e, na gran maioría dos casos, os móbiles nin sequera chegan a rentes da súa vida media.

Matámoslos antes de tempo.

Nunha sociedade de consumo e cada certo tempo, "as cousas" pasan de moda, e sobre todo se nos referimos a aparellos tan suxeitos ós cambios coma os móbiles ("que o teu móbil non ten para gravar vídeo?... Xa tardas en cambialo rapaz!").

A situación achégase moito máis ó consumismo extremo cando as compañías ofrecen terminais subvencionados ou de balde por darse de alta nalgún servizo. É entón cando a xente cambia de *celular* por costume e sen ningunha necesidade alén da de gabarse. Só así se entende que moitos dos meus compañeiros, que non van máis alá dos 30 anos, xa tiveron máis de cinco ou seis teléfonos de media ó longo da súa vida e algún ate ten dous (cando non tres) terminais para uso habitual.

Móbiles de usar e tirar? Pois verdadeiramente case se pode afirmar que si. E non só é que sexan baratos de producir, que o son, senón que ademais amortízanse a fondo co pago das chamadas que, por norma xeral, son máis caras cás conferencias ó estranxeiro.

O problema radica en que, con todo isto, estase a favorecer unha cultura do transitorio e do consumismo esaxerado, que non é o máis axeitado para o medio ambiente, aínda que iso xa sería outro tema.

Agora o verdadeiramente importante é cuestionarnos se chegará unha cuarta xeración que nos faga tirar ó lixo tódolos móbiles da terceira acabados de adquirir (sería unha mágoa, se temos en conta o bonitas que son as distintas carcacas que lles temos e que combinamos en función da cor do coche ou da roupa de cada día...). En fin, semella que a industria das telecomunicacións está a entrar na mesma dinámica que as industrias do lecer, se é que algunha vez estivo fóra: cambiar o formato cada pouco e co fin de obrigar ós usuarios a mercar unha e outra vez aparellos que ofrezan o mesmo servizo pero con diferente calidade.

O futuro, aínda que pareza increíble, está nas nosas mans. Evolucionar si pero cun custe menor para o medio ambiente e para os nosos petos.

China pon a proba móbiles de cuarta xeración, 50 veces máis rápidos cós da terceira

Sempre insistiremos neste punto: na velocidade de coche *tuneado* coa que se anova a tecnoloxía. Por exemplo, aínda hai moitos usuarios de telefonía móbil que non saben que é un terminal de terceira xeración (3G), e xa están en China facendo probas coa seguinte quenda de teléfonos, os 4G. Estes novos aparellos, desenvolvidos ó cen por cen naquel país, permiten (como era de imaxinar) algo máis que facer ou recibir chamadas ou poñer a alarma pola mañanciña. Así, segundo se puído comprobar nestas primeiras experiencias coa nova tecnoloxía na cidade de Xangai, os móbiles 4G transmiten datos até 50 veces máis rápido cá 3G. O curioso da historia e con independencia de que case a totalidade das historias tecnolóxicas que proveñen de Oriente nos parezan curiosas, é que en China veñen de dar un chimpso sobre unha xeración de móbiles, en concreto sobre a terceira, que nunca chegou a ter presenza nos mercados daquel país por retrasos continuos do goberno na concesión de licenzas. Con esta manobra (con este chouto), os enxeñeiros chineses queren xogar no mercado coa seguridade de terse adiantado a calquera outro competidor: ninguén, que se saiba, fixo antes probas de tal calibre e en exteriores coa tecnoloxía 4G. Ó igual cá 3G, aquela permite acceder á Rede dende o móbil, mesmo desprazándonos nun vehículo a gran velocidade e cunha rendibilidade de 100 megabits por segundo (sendo o que ofrecen as 3G un promedio de 2,84 megabits).



iPhone en papel, para que non atura a espera, vímolno no caderno de Kengo.

O que está por vir (iPhone e os seus satélites)

R. N.



Móbiles con cámara dixital integrada, con reprodutor de mp3, con pantallas para visualizar vídeo e televisión, con xogos en 3D e que, ademais e sorprendentemente, permiten chamar por teléfono

(a función primordial destes aparellos que ás veces, levados pola emoción de estrear teléfono móbil, esquecemos); isto e moito máis (pero por separado) é o que integran os terminais que atopamos decote no mercado. Pero o que está por vir, que se



coñece xa como o "todo en un" de Apple é moito máis que un móbil. É un dispositivo máis fino có iPod, con cámara dixital, vídeo e televisión, capacidade de computador portátil e teléfono incorporado, ademais dunha infinita listaxe de características que o converten nunha verdadeira peza de coleccionista (un tanto *friki*, pero de luxo). O iPhone, como se coñece a este novo aparello, integra un reprodutor multimedia, un móbil e un computador portátil nun só dispositivo que colle na palma da man e que, segundo os seus creadores, vai revolucionar o sector nos vindeiros anos.

Como non podería ser doutro xeito (senón, non sería unha novidade mundial que é quen de deixar coa boca aberta ós internautas máis esixentes), o iPhone dispón de conexións Wi-Fi e Bluetooth así como de acceso a Internet mediante un navegador Safari co que se lle pode sacar punta a utilidades comúns da web, como instalar diversos *widjets* ou empregar o correo electrónico.

E digo eu, para qué diantres mercamos un computador portátil e gastamos a paga extra de Nadal nunha cámara dixital de 6.0 megapíxeles que se nos antollou? Para que tiramos o móbil vello (que non tiña cámara de vídeo) e mercamos o último do mercado con reprodutor de mp3 e funcións multimedia e lle pedimos ós reis magos unha axenda electrónica? Para que agasallamos ós nosos pais cunha PDA con GPS con vistas a usala nós tamén e aproveitala todos? Para nada; porque agora chega Apple (á que seguirán outras moitas marcas) e preséntanos un magnífico "todo en un" (que se asemella máis a unha navalla suíza cá un teléfono móbil) que revoluciona a sociedade do consumo.

A verdade é que non sei como nos amañamos até o de agora para sobrevivir sen o iPhone mais dende que foi presentado, e mesmo antes de saír ó mercado, xa se contan por milleiros as persoas que devecen sen acougo

por "investir" os 600 ou 700 euros que custará de entrada este aparello en Europa, para engadilo á súa colección persoal de aparellos de coidado deseño e completa inutilidade.

Está ben que conte con móbil cuatribanda e conectividade Wi-Fi+EDGE+Bluetooth 2.0 pero non deixa de ser un teléfono para comunicarse con outros individuos a distancia. As outras funcións non son máis que sinxelas melloras para o lecer que se decote úsanse as primeiras semanas e que logo, máis que axudar, poñen atrancos no emprego do teléfono cando verdadeiramente se precisa.

Tamén está ben que conte con cámara dixital de 2 megapíxeles na parte posterior pero hai cámaras fotográficas no mercado por moito menos da cuarta parte do prezo do iPhone e cunha calidade de imaxe de máis de 5 megapíxeles de media, que son –a fin de contas– as que usamos para as fotos que nos interesan: o resto das que se fan co móbil son, unha vez máis, simple entretemento para o usuario.

E mesmo está ben que (posto que é un "tres en un") integre como novidade un ordenador portátil, esta utilidade non se cuestiona. O día que coñezamos a un executivo que leve á oficina un iPhone no canto dun computador portátil para traballar, nomearémolo ós premios de ouro ó traballador do ano, polo gran esforzo realizado para ler e escribir nunha pantalla de 3,5 polgadas sen deixar os ollos no intento.

Non se cuestiona tampouco unha das funcións que, os que probaron o aparello salientan como "importante": o sensor de proximidade, que permite que se apague a pantalla e a música cando o iPhone se achega á orella para activar o teléfono, pois sabemos de sobra o moito que custa premer no botón que apaga os dispositivos e a cantidade de tempo que se perde desactivando a música cada vez que se quere facer unha chamada.

Iso si; conta cun sensor de luz do ambiente que nos deixa marxe para diminuír ou aumentar o brillo da pantalla e obter deste xeito un menor consumo de enerxía, característica interesante e precisa que nos achega a posibilidade de escoitar máis minutos de música ó longo da xornada de traballo sen ter que cargar o teléfono cada pouco.

Con tantas emocións case esquezo citar o CoverFlow, un aplicación que incorpora o iPhone no modo de música e que serve para amosar os cartaces dos discos coma se estiveramos a ollalas nos CD's de "verdade" mentres os escoitamos. Brillante! Pero sen comentarios.

Vemos pois que co que está por vir poderemos facer cousas que até o de agora eran ciencia ficción para os nosos móbiles mais, dende logo, nada novo nin descoñecido para a sociedade actual.

Os novos formatos de vídeo de alta definición: pagan ou non pagan a pena?

Metémonos nas entrañas do HD DVD e o Blu-Ray co fin de saber se a manobra da industria ofrécenos algo bo de verdade ou simplemente se trata de obrigarnos a tirar cos reprodutores vellos (ou as dúas cousas á vez)

RAQUEL NOYA

Os vídeos de alta definición van camiño de converterse na mellor alternativa (e única) para os entusiastas do cine na casa e demais usuarios do DVD tradicional, aínda antes de saír ó mercado. E é que os consumidores non temos reparo á hora de investir nunha calidade de imaxe superior á estándar da que viñamos desfrutando até o de agora, a mesma que se supón que nos ofrecerán os novos formatos de vídeo e audio de alta calidade, HD DVD e Blu-ray, de Toshiba e Sony, respectivamente. Agora ben, paga a pena a alta definición? É a pregunta que se fan moitos consumidores cando queren investir nun televisor novo ou nun DVD evolucionado. Deixando a un lado as distintas opcións tecnolóxicas, o que está claro é que a alta definición dá unha calidade de imaxe moi superior á estándar (outra cousa é que sexamos quen de distinguila se estamos moi afastados da pantalla).

Para que a xente saíra de dúbidas, houbo de quen se



Choque de mercado entre dous sistemas que xurdiron contrapostos.

adiantou e publicou nunha páxina web (www.cornbread.org/FOTRCompare/index.html) unha selección de imaxes da película *O Señor dos Aneis* para realizar a comparativa de rigor. Como nota de apunte para os desconfiados, diferenza si que a hai, e evidente abonda. Esculcando primeiro a imaxe do DVD e logo a de alta definición experimentamos a mesma sensación cá de un miope cando pon os anteollos axeitados: de súpeto, todo vese moito máis claro e nidio. As raias afínanse e a imaxe albíscase enfocada cunha precisión increíble. O cambio de calidade é de verdade abraiante, especialmente na pantalla dun computador (que por norma xeral ten máis definición ca un televisor) polo que os consumidores decididos a apostar polos novos formatos de imaxe, poden facelo sen temor a equivocarse.

Solucionada a primeira dúbida, o dilema para os que teñen decidido mergullarse de cheo na *high definition* é se facelo adquirindo o formato HD DVD ou o Blu-Ray, (ambos de alta definición), como tempo atrás tivemos que decidir entre o VHS e o Beta. A historia sempre se repite (vai en círculos) e de novo cumprirá que agardemos a que a situación se estabilice, os prezos baixen e os amigos máis achegados a nós se posicionen por un ou por outro denantes de mercar ren (sobre todo para facer máis doado o labor de pedir prestados vídeos e intercambialos), mais, para os que non poden aturar a espera ou é que hai algunha forza sobrenatural que lles impide decantarse por un ou por outro, se cadra é unha boa opción a que vén de presentar LG: un reprodutor dual cos formatos Blu-Ray e HD-DVD. Pero é que, ademais, non é preciso bulir a tirar coa nosa colección de DVDs convencionais pois estes novos reprodutores poderán lelos sen

problemas.

En efecto, este tipo de reprodutores duais de alta definición -se se comercializan a un prezo razoable- aforraranlle ó usuario a decisión de ter que decantarse por un ou por outro formato e beneficiarse das calidades de ámbolos dous. É probable (tamén) que moitas máis empresas se sumen en pouco tempo a esta iniciativa levada a cabo por LG, e xa que Sony e Toshiba, desenvolvedores dos dous devanditos formatos, non chegaron a un acordo para facelos compatibles, sería a opción máis xusta para os consumidores, e mesmo (aínda que estas impórtanme menos) para as produtoras cinematográficas.

Novo soporte compatible de Time Warner

E aínda hai máis. Se, malia as vantaxes que nos ofrece este dispositivo, polo que fora, seguimos coa teima de ter un reprodutor compatible cun só formato, ben sexa Blu-Ray ou HD DVD, a industria cinematográfica é a que nos facilita, neste caso, a decisión. En concreto, Time Warner (Warner Bros) deu a coñecer un novo soporte de alta definición compatible cos dous reprodutores da dita discordia. Esta iniciativa de Warner (que non é unha firma calquera no eido dos medios audiovisuais) podería significar o principio da fin da liorta mantida entre os dous grandes da alta definición na actualidade. Este novo DVD chamarase Total HD e, como é de supoñer, a súa principal vantaxe consistirá en que as películas que veñan neste disco poderán ser vistas en calquera dos reprodutores de alta definición que saian ó mercado. Se tódalas produtoras seguen esta vía, os consumidores potenciais de cine non teremos que preocuparnos de adquirir o lector que admita maior número de títulos, senón que se adaptarán os títulos ós nosos dispositivos.

Que o DVD tradicional ten os días contados queda, polo tanto, máis ca confirmado. Que as diferentes industrias alternan as obras de acondicionamento coa distribución miúda de obstáculos no camiño de acceso á alta definición para os consumidores, seguramente tamén é certo. Mais aínda hai unha dúbida transcendental por resolver: que é quen pode gañar esta guerra, o Blu-Ray ou o HD DVD? Ou, mellor aínda: vaise producir un

empate ó decantámonos todos polo reprodutor que admita ámbolos dous formatos?

Vexamos as diferenzas e semellanzas que farán de xuíz á hora de tomar a decisión de mercar un modelo ou outro:

Diferenzas:

- O Blu-Ray é un formato de disco óptico pensado para almacenar vídeo de alta calidade e datos, que pode chegar a albergar uns 54 Gb (o modelo de dúas capas), mentres que o outro gran candidato, o HD DVD é un modelo cunha capacidade de almacenamento menor (45 Gb o modelo de 3 capas). Os modelos simples, dunha soa capa son de 25 Gb o de Blue-Ray e de 15 Gb o de HD-DVD.
- O Blue-Ray vai ser máis caro (entre 2 e 4 veces) que o HD-DVD, pois, ademais de ser unha tecnoloxía moito máis innovadora, obriga ás compañías a cambiar moitas máquinas da cadea de produción do DVD, o que se traducirá nunha dificultade para adaptarse ó mercado tan ben como o dispositivo de Toshiba.
- O Blu-Ray é inicialmente máis delicado ás rabuñaduras e ós golpes, aínda que isto estase a corrixir.

Semellanzas:

- Ambos baséanse na tecnoloxía do Láser Azul.
- Ambos reprodutores teñen o mesmo tamaño.
- Tamén teñen o mesmo tamaño os discos, que coinciden co tamaño dos antigos CD/DVD, é dicir, 12 centímetros de diámetro.
- O formato de compresión de vídeo é o mesmo para ámbolos dous.

Cal substituirá ó DVD en España?

Se tivera que apostar, faríao pola compatibilidade entre ámbolos dous formatos, pero como de sobra sabemos que definitivamente iso non vai pasar, a resposta pode ser que a España van chegar os dous dispositivos como estándar de almacenamento de películas, o cal non significa que se vaian implantar e substituír ó DVD nun abrir e pechar de ollos. É posible que suceda o mesmo que coa música en CD: que non foi preciso substituíla por un formato moito maior, pois o que había abundaba. Na actualidade, acontece o mesmo cos dous novos formatos: as películas que até agora nos veñen en DVD son dunha excelente calidade, veñen en varios idiomas, con son dixital en varios formatos (incluído 5.1 e demais) e con diverso material adicional ademais do filme en si mesmo. Realmente precisamos almacenar máis información? Coido que non, pero co tempo serán formatos imprescindibles que todos iremos adquirindo, antes ou despois.



A voltas co enfrontamento.

Vision Board II: teclado para persoas con problemas de visión

Este teclado que presentamos é ideal para facilitarlle un pouco a vida a todos aqueles usuarios das redes da información que levan anos loitando con todo tipo de empresas, institucións e particulares para acadar un mundo no que non haxa que traballar ou navegar a dous centímetros da pantalla co nariz apegado. Ben: este teclado con teclas de 2,5 centímetros cadrados non lles vai solucionar a vida (os problemas coas letras na pantalla seguirán adiante, por desgraza), pero non está mal que haxa empresas que traten de cubrir varias fronteas. Chámase Vision Board II e vén con cor amarela ou branca e as letras en negro, coas de función con feitura ovalada para que non haxa confusións coas convencionais. O teclado en cuestión custa 69 euros, que (todo hai que dicilo) é un prezo elevado de máis e bota un pouco pola borda as (na teoría) boas intencións da casa fabricante. Ligazón: www.firstreetonline.com



proxecto en cuestión está a espertar críticas positivas e negativas. Por unha banda, hai quen di que é unha boa solución para todos aqueles (por exemplo) afeccionados á música ós que non lles convencen as infraestruturas sen fíos nos altofalances, por considerar que empeoran o son dos mesmos. Pola outra, están os que sosteñen que o deseño é tremendamente caro e que é provisional, xa que para algo foron inventadas tecnoloxías como o WiFi ou o Bluetooth: para evitar



Fíos de aparellos electrónicos convertidos en deseño

A tecnoloxía, definida por un neno de poucos anos, ben podería ser algo así: cousas que hai pola casa que fan ruído, que escintilan e que teñen moitos fíos nos que teño prohibido fedellar. Dito doutro xeito, que os fíos semella que non hai quen nolos quite de en medio. Perante unha realidade tan adversa, o enxeño (e a resignación) está a dar certos froitos interesantes. Por exemplo, a Karpetkabel, alfombra deseñada por un estudante alemán e que consiste en revirar a teoría de que os fíos dos electrodomésticos sempre hai que cubrilos porque estragan a estética da casa. Pois non, desta vez (aínda que para gustos non hai nada escrito) semella que a enriquecen e que lle dan un toque ben moderno. No deseño, cada un dos sucos que aparecen na superficie pode encauzar un fío. O

precisamente o exceso de fíos. Ligazón: www.designspotter.com/weblog/archives/2007/01/cable_carpet.php.

GTX Xplorer: botas de aventura con GPS incorporado

O GPS (o Sistema Global de Navegación por Satélite) xa hai tempo que aparece onde menos agardamos que aparece e para as funcións máis insospetadas. Porén, hai unha chea de obxectos de uso cotián que se afán mellor a incluír GPS ca outros. Por exemplo: a ninguén (cremos nós) se lle vai ocorrer poñer un sistema de localización por satélite nun secador do pelo. Pero, e se vai inserido nun par de botas das que se empregan para practicar deportes en contacto directo coa natureza? Por aí precisamente é por onde está a traballar a empresa americana GXT, que vén de fabricar varios modelos distintos (para deportistas, aventureiros, etc) de calzado

con GPS. Esta tecnoloxía ten o seguinte obxectivo primordial: pór a parte do sentido da orientación que lle falte ó usuario. Deste xeito, en caso de extravío, o calzado dá conta (co sinal de satélite) do lugar exacto onde nos atopamos. Mesmo é quen de informar familiares e amigos dos vieiros por onde transita o portador das botas, a través de Google Maps. Ligazón: www.gtxcorp.com



Sun Visor Theater: DVD para o parasol do coche

Os aparellos reprodutores de DVD para o coche non son perigosos de por si. En realidade, son coma os mesmos coches: perigosos ou non dependendo do uso que se lles dea e o lugar no que se coloquen. O Sun Visor Theater é neste senso tan inofensivo coma bater cun martelo nunha granada de man. Poderíamos cualificado tamén de “caso aparte”, posto que vén deseñado para integrarse co parasol, espazo do coche que non parece o máis axeitado para ter unha condución segura (o parasol, que se saiba, está feito precisamente para protexernos dos raios do sol que veñen de fronte, mais non para reclamar a nosa ollada cunha película subidiña de ton como a que se pode apreciar na imaxe). Sexa como sexa, e atendendo ás características técnicas do produto, diremos que ten pantalla panorámica LCD de sete polgadas



Colleita e-teletenda

Logo dun mes esculcando páxinas web na procura dos *gadgets* que nos parecían máis interesantes e útiles, decidimos deixalos de lado e quedármolos cos decididamente *frikis* (hainos útiles e outros non tanto): aquí vén unha pequena escolma



e reprodutor de DVD, CDs, MP3 e calquera outro formato que veña por tarxeta. Tamén inclúe porto USB e receptor de TV e mando a distancia. O seu prezo é de 230 euros. Na páxina do produto recoméndasenos, iso si, que conduzámos de xeito responsable (curándose en saúde?).

Ligazón: www.gadgetuniverse.com

Música en MP3 para quitármolos un peso de enriba

Non temos nin a máis remota idea de onde os xaponeses obteñen tanta capacidade de enxeño e de inventiva; tampouco onde agochan a súa fonte de inspiración (máis cotizada hoxe en día cá mesmísima fonte da eterna xuventude), pero o caso é que o inventor deste cagadeiro, un empregado da compañía Toto (coñecida por facer

“inodoros tecnolóxicos”), debe pasar tempo abondo sentado nel, pois doutro xeito non sería posible que creara este extravagante “trono do rei”: un asento para inodoros con reprodutor MP3, cunha *SD memory card slot* de até 4 GB e con capacidade para almacenar máis de 2000 cancións.

Este moderno dispositivo, que leva un control remoto para colocalo na parede e facer as delicias dos *cagóns*, vai deixar (definitivamente) fóra de xogo ás revistas e xornais atrasados que quedan durante semanas a disposición dos ocupantes e, como non, ás etiquetas traseiras dos xampús e xabóns líquidos ós que tantas veces recorremos a falta doutra lectura máis amena e interesante mentres realizamos as nosas necesidades básicas. E por se a atmosfera non fora comfortable de abondo, o dispositivo tamén trae 18 arquivos de audio precargados que inclúen algúns sons da natureza como fontes ou regachos con auga correndo, moi útiles para aqueles que teñan problemas á hora de rematar o traballo comezado. A partir de agora, o meirande problema para os usuarios deste *gadget* será escoller a canción (ou cancións) que mellor se afagan ás nosas “necesidades” diarias; teremos que decidir se será mellor “evacuar” a ritmo de *reagge* ou ben ó son dun bolero dos Panchos... todo dependerá do apuro.

Ligazón do produto: www.toto.co.jp/products/zone/toilet.htm.

“Con Internet podemos meternos até o fondo na definición do eido público”

Entrevistamos a Pedro Prieto, responsable de Cidades Kyosei, proxecto tecnolóxico para implicárnos na vida democrática

É posible que Internet cambie para sempre o mundo e, máis polo miúdo, o sistema democrático que coñecemos todos, tan imperfecto e mellorable? Pode unha ferramenta de software libre mobilizar a cidadáns apáticos respecto á vida política e a políticos que xa renunciaron hai tempo a obter unha comunicación máis directa cos seus electores? Segundo a asociación Cidades Kyosei, a resposta ás ditas preguntas ben pode ser “si”, e o sistema sociopolítico debece (aínda que non o saiba) por unha situación na que tódalas voces sexan escoitadas. Cara unha nova orde participativa (dende tódalas fronteiras) é cara a onde vai encamiñado un dos principais proxectos de Cidades: o Sistema CKyosei. Un sistema que lles permita a cidadáns, asociacións, políticos, administracións e medios informativos traballar a prol do ben colectivo. Para afondar na iniciativa, falamos con Pedro Prieto, quen dirixe a proposta. Prieto, man a man co seu equipo está a revirar o proceso habitual de desenvolvemento de moitas ferramentas informáticas: Kyosei busca primeiro mans para erguer muros e para vivir baixo teito, e logo constrúe.

Ligazón: www.ckyosei.org

REDACCIÓN

-Que é Cidades Kyosei?

Unha asociación comprometida co fortalecemento da participación cidadá democrática no municipal e no rexional. Promovemos a creación e o emprego de ferramentas baseadas na Rede que lles permitan a cidadáns, colectivos e administracións intensificar as súas actividades de implicación e, así, beneficiarse co uso continuo de espazos para o diálogo.

-Por que ese nome? Que relación garda a palabra Kyosei cos fins da asociación?

Kyosei (pronunciado “quioo-see”) é un termo xaponés que significa “vivindo e traballando xuntos polo ben común”, e expresa á perfección o obxectivo último do noso sistema de implicación cidadá en rede, o Sistema CKyosei: facilitar que os cidadáns, asociacións, políticos, administracións ou medios de comu-

nicación que comparten un barrio, cidade ou rexión poidan traballar xuntos a prol do ben colectivo. De aí o noso nome.

-Cre que unha tecnolóxica abundaría para loitar contra os atrancos da implicación cívica?

Unha ferramenta tecnolóxica, por si soa, non podería acadar nada se non existiran procesos sociais subxacentes que a fagan útil e conveniente. Isto é certo en xeral, e moi certo en relación á participación cidadá. O noso sistema non pretende crear implicación, o que desexamos é fornecer á sociedade de ferramentas que faciliten e potencien certas actividades e certas arelas que, de feito, “devecen” por expresarse. Queremos afondar na implicación cívica alí onde xa está, por si soa, botando raizames.

-É este que vivimos o intre axeitado para poñer en marcha a ferramenta?

Se consideramos a crise de lexitimidade que atravesan as nosas democracias delegativas e escoitamos as demandas da sociedade civil organizada, en todo o mundo, poderíamos pensar que o intre da participación xa está chegado; e, como dicía Víctor Hugo: “Non hai exército que sexa quen de deter unha idea á que xa lle chegou o intre”. É certo, si, que hai aínda moitos políticos celosos do seu poder e moitos cidadáns apáticos en relación á política, pero non son todos. Hai tamén, cada vez máis, políticos que senten desacougo ó pensar lles están a fallar os instrumentos para comunicarse cos seus electores e coñecer mellor as súas preocupacións e demandas. De maneira semellante, acontece que a razón pola que moitos cidadáns senten abulia pola política é porque están convencidos de que os políticos nin saben nin realmente desexan escoitalos; e hai sectores crecentes da sociedade mobilizándose e esforzándose para facer que a súa voz se escoite.

É cara a eles cara a onde se orienta principalmente o noso sistema: andamos á procura de potenciar a aqueles “desviantes positivos” que, tanto dende as institucións como dende a sociedade civil, están hoxe en día a traballar pola participación. Potencialos para que logren ser máis efectivos e visibles na consecución das súas arelas e que así, de xeito involuntario, motiven a outros a seguir as súas pegadas.

-Que ten o seu sistema que non teña outro de semellante índole?

Existen varias diferenzas salientables entre a nosa proposta e as existentes. A primeira ten que ver co proceso mesmo da creación do noso sistema mesmo. Na asociación somos conscientes de que o eido da participación abrangue dimensións sociais, políticas e técnicas moi complexas. O espallamento da implicación cidadán leva consigo, de feito, introducir mudanzas no corazón do poder político e social, o que esperta nos seus axentes un aquel de resistencia e desconfianza. Temos que afondar nestas complexidades. Os nosos traballos comezaron cun traballos de campo en Cataluña,

Brasil e Guatemala, que serviron para analizar a participación cidadá e potenciar o uso das tecnoloxías. Ou sexa: estamos a traballar por entender cales son as características e necesidades dos actores municipais, para que o noso sistema se integre ben con eles. Até onde sabemos, este tipo de investigación socio-técnica previa non se ten realizado nunca coa debida seriedade.

-Como se teñen feito?

O normal é que sexan feitos con prisa e sen que se teña reflexionado de xeito integral nos desafíos que o sistema quere afrontar. Un sistema de participación en rede ten que ser doado de empregar e próximo ó usuario, e ten que poder integrarse nos procesos de goberno local, ademais de ser quen de atraer unha masa crítica de cidadanía. Con que unha soa destas dimensións non sexa considerada de xeito correcto, o sistema non poderá cumprir cos seus obxectivos de implicación cidadá. Isto é o que aconteceu coa meirande parte dos sistemas existentes: que non levaron consigo unha meditación debida sobre estas problemáticas. O noso enfoque é: primeiro pensar ben, só despois construír.

-A segunda gran diferenza radica- ría no emprego de software libre?

Si, esa é a segunda. O Sistema CKyosei vai ser desenvolvido como un auténtico proxecto tecnolóxico de software libre. O seu emprego será de balde e o código ficará aberto a calquera que queira inspeccionalo, afacelo ás súas necesidades ou melloralo. A súa vocación será a de ser usado no mundo enteiro. Isto achéganos desafíos importantes. No primeiro lugar, o sistema debe ser flexible, co fin de afacerse ás condicións locais e a usuarios diferentes. Por exemplo, deberá “falar” múltiples linguaxes, presentar unha arquitectura modular que faga posible incorporar ou quitar compoñentes, que sexa doado de instalar e administrar. Por outra banda, cómpre lembrar que o Sistema CKyosei poderá ser usado de maneira auto-sustentable, a diferenza de outras ferramentas de software propietario, financiadas decote por algunha institución externa (e que duran no tempo mentres duren eses cartos). O noso só será empregado se os seus usuarios cren na súa utilidade.

-Será un sistema libre e aberto dende o primeiro intre? Queremos dicir: o normal é que primeiro se faga a ferramenta e logo se poña a disposición da comunidade...

Aí radica precisamente a terceira gran diferenza. Trátase dun sistema que vai actuar nun espazo moi complexo no senso socio-político. Non podemos agardar á construción do sistema para pedir colaboracións e axuda de voluntarios e desenvolvedores de software, como acontece a cotío noutros proxectos. Polo tanto, imos solicitar dende o primeiro intre o apoio de representantes de tódolos colectivos susceptibles de usar o sistema, cidadáns, asociacións, políticos, moderadores, técnicos municipais, etc; co fin de que acheguen os seus coñecementos sobre aquilo que consideran importante ou

problemático de cara á participación cidadán, así como suxestións sobre como superar eses atrancos no noso sistema.

-A implicación cidadá, xorde sempre do mesmo xeito? Non dependerá de como e de quen a propicie?

Hai dous xeitos básicos de entendela. A primeira refírese ós casos nos que os poderes públicos permiten ou mesmo propician que os cidadáns e os seus colectivos influencien na definición, deseño ou posta en práctica das súas políticas. Esta é unha participación promovida dende arriba, en certa maneira domesticada, pois acontece case sempre por iniciativa das entidades do goberno e nas marxes establecidas por elas. Esta implicación ten unha complexidade variada: pode consistir en pequenas consultas para remodelar a praza maior da vila ou en diálogos para constituír espazos complexos como os consellos de saúde ou as asembleas de orzamentos participativos.

-E a segunda canle?

A segunda xorde dende abaixo e inclúe calquera actividade desenvolvida polos cidadáns co fin de influír, directamente ou non, nas políticas públicas, xa sexa por medio de actos individuais (como votar nas eleccións ó goberno local) ou por medio de actos colectivos, como manifestacións contra a guerra ou a organización de foros internacionais como o de Porto Alegre.

-Que opinión lle merecen estes dous puntos de vista?

Dende a Asociación Cidades Kyosei pensamos que ámbolos xeitos de implicación son importantes e que é preciso apoiar o seu afianzamento por medio da Internet. Porén, entendemos que se a participación que promoven as institucións (a do “senso estreito”, así lle chamamos nós) é fundamental para afondar na democracia. É a outra, a do “senso amplo”, a que ten máis potencial transformador e anovador das nosas sociedades.

-Como se consegue un estilo de vida “mobilizado”?

Nós achegamos ferramentas que fagan máis doado o abrollar destas situacións. Para a participación que veña propiciada dende arriba, a do “senso estreito”, o noso sistema vai facer o posible por fornecer á sociedade de entornos que impulsen os procesos de mobilización presencial. Estes entornos non estarán só a disposición das autoridades senón que calquera colectivo cidadán poderá facer uso deles. Para a participación no “senso amplo”, Internet ofrece (sobre todo dende a chegada da Web Social ou Web 2.0), múltiples ferramentas que potencian a capacidade de expresarse, crear redes, traballar en colectividade, facer que as voces sexan escoitadas ou metérmonos de cheo na definición do público. O noso sistema non pretende inventar novas tecnoloxías, senón integrar de xeito intelixente as que xa existen e, cinguíndoas ó ben común e ligándoo co eido local, facer que teñan máis efecto.



Pedro Prieto, traballando dende Brasil a prol do desenvolvemento local a través das redes.

Que Microsoft é máis ca unha empresa está máis ou menos claro dende hai tempo. A fin de contas, simboliza un xeito de entender a informática que poderíamos cualificar como "tradicional" (o software pechado), perante novas correntes que, moi posiblemente no futuro atoparán novas ideas e propostas que as substitúan (a historia tecnolóxica é unha roda que xira tan rápido que case nin se ve). Nisto da informática, na innovación, todo acontece máis rápido e con máis intensidade. As burbullas fan moito ruído cando estoupan, os competidores bulen e os manuais de supervivencia hai que lelos cada día. Polo tanto, dicir que Microsoft chega á hora da verdade e que estes días poderemos saber se vai seguir ou non na primeira liña dos grandes ten un especial significado. Non é Microsoft a única que vai tentar revalidar o "título", presentando perante o mundo o pasado día 30 o seu agardado novo sistema operati-

vo, o Windows Vista. En realidade, é toda unha idea, un xeito de entender a informática, un mundo en si mesmo, os que van ser xulgados a partir de agora pola comunidade mundial. Porén, para Rosa García, presidenta da filial ibérica de Microsoft, cómpre quitarlle ferro á cuestión. Díxoo en La Vanguardia nunha entrevista que cumpre coas expectativas de optimismo depositadas polos usuarios: "Cada vez que lanzamos un produto, é a hora da verdade. Xa pasaron cinco anos dende o lanzamento do Windows XP e algo menos dende Office. Microsoft dedicou millóns de horas de traballo e máis de 5.000 millóns de euros a desenvolver os dous produtos clave para a vindeira etapa", comentou, referíndose ó Vista e máis o paquete ofimático Office 2007 que vai poñer Microsoft ó alcance dos usuarios nas vindeiras horas. E continúa: "Se ollamos cara a atrás, houbo unha única ocasión na que lanzamos ó mesmo tempo Windows e Office, foi en 1995 e os informes económicos din que coincidiu co comezo dunha

fase ascendente na curva de produtividade empresarial e dunha difusión sen precedentes no emprego da tecnoloxía". Polo que respecta ás expectativas sobre a acollida de Vista no mercado, a liña de optimismo mantense firme: "A finais deste ano haberá en Europa máis de 100 millóns de computadores que funcionarán con Vista e, en España, durante 2007 venderanse uns catro millóns de computadores novos e que, en máis dun 90% dos casos concretos, levarán o sistema preinstalado". Neste último punto, Rosa García referiuse ó baixón das vendas de equipos informáticos rexistrada nos meses pasados a nivel mundial, sendo o motivo principal o inminente lanzamento de Vista. É dicir: un único sistema operativo fixo posible que unha boa parte da maquinaria mundial informática se detivese co único fin de afacerse a el.

A presidenta tamén tivo palabras para referirse ás empresas que traballan con Linux, en referencia ó que semella unha vontade de ir facendo as paces: "Seguen un modelo de negocio distinto, e están no mercado para quedarse".

Ofrecemos uns cantos datos achegados ó voo para ir albiscando o que está en xogo:

- No desenvolvemento do Windows Vista participaron 8.000 informáticos. Conta con 50 millóns de liñas de código e poñelo a punto levou máis dun lustro. Xusto ó carón da nova suite ofimática Office, o programa Vista significa máis do 80% dos beneficios da empresa.
- Chega ó mercado case seis anos despois do lanzamento de Windows XP. A versión de Vista para clientes das empresas xa está no mercado dende decembro do ano pasado. O cliente de a pe tivo que ir poñendo



Un dos puntos fortes de Vista é que vai orientado a facilitar o acceso á información.

Microsoft, perante o mundo

A multinacional lanzou para a totalidade do mercado o seu novo sistema operativo Windows Vista e o Office 2007, dous produtos cos que poderá seguir en primeira liña da informática... ou caer ó baleiro

unha cruz enriba dos números das xornadas e agardar até o 30 de xaneiro de 2007.

- Hai xa dúas versións do sistema para os usuarios en xeral. Primeiro, o Windows Vista Home Basic, que non inclúe Aero, o novo escenario gráfico, nin Windows Media Center e que está no mercado por uns 300 euros (sendo 160 se se leva a cabo unha actualización a partir dunha versión previa do sistema). Logo está o Windows Vista Home Premium, unha edición de máis peso e capacidades e funcións e que sairá cun custo de 360 euros e 249 en actualización. Polo que respecta ó eido dos negocios, tamén hai dúas feitura do mesmo programa. Por unha banda temos o Vista Business (480 euros, 324 en actualización) e o Vista Ultimate (600 euros e 399 en actualización).
- O Vista vai esixir moito dos PCs dos usuarios. Dito doutro xeito: só poderá correr en ordenadores cunha memoria RAM de 512 megabytes, 15 xigas libres de disco duro e un procesador de reloxo de 800 MHz. Isto no que se refire ó nivel básico de emprego. As cousas cambian se falamos das versións Premium: precisaríamos procesadores de até 2 xigas, un xigabyte de RAM e unha tarxeta gráfica de 128 megas. Case nada.

- Inclúe versións actualizadas dos Windows Media Player e do Internet Explorer.

- Os cambios afectan en gran medida á interface de uso e ós compoñentes internos do sistema relacionados coa seguridade e as súas prestacións. A interface céntrase nos contidos e fai máis doado o acceso á información que hai no computador, habendo no Menú de Inicio un buscador

de Escritorio que fai procuras na propia "casa".

- Os novos exploradores de Windows Vista, segundo quen puído probalos, son mellores cós das edicións anteriores. O principal aliciente é que ofrecen visións en miniatura dos documentos, polo que se facilita o labor de identificalos. Isto está relacionado co punto anterior no senso de que os desenvolvedores de Microsoft estiveron ó longo destes cinco anos apertando os miolos na procura de xeitos de organizar a información. Esa é a chave: o importante non é a información en si mesma (pode selo, pero non sempre) senón as maneiras de organizala e achegarse a ela.

- Co fin de facer máis doado o emprego dos programas, para pasar dunha aplicación aberta a outra teremos varias alternativas: a propia barra de tarefas que permite ver en anaquiños as fiestras e máis os sistemas Flip (que nos deixa pasar dun programa a outro a través da combinación de teclas ALT+TAB) e Flip 3D (que permite ver de xeito tridimensional as aplicacións abertas desprazándose entre elas co roda do rato).

Ligazóns

A entrevista de Rosa García: <http://www.lavanguardia.es/gen/20070128/51303335774/noticias/microsoft-esta-ante-la-hora-de-la-verdad-linux-bill-gates-windows-europa-windows-xp-apple-unix.html>
 Datos ó voo: http://www.cincodias.com/articulo/empresas/CLAVES/Windows/Vista/hay/nuevo/cdsemp/20070129cdscdsemp_2/Tes/

Un sistema operativo ilegal para unha boa parte do sector

Para algúns, Microsoft é un edificio ben sólido e con alicerces de titanio. Para outros, é unha árbore que fai sombra de máis, que non deixa sitio e que sente xa moi preto o son da serra mecánica. Entre estes últimos, como non podería ser nunca doutro xeito, están os seus rivais no mercado, e todos sabemos ben que caracteriza principal a un rival de mercado en case tódolos sectores: se che cede con gusto unha cadeira baleira, é por que probablemente ten unha pata rota. Indo ó gran, para o sector do desenvolvemento de software que non está representado por Microsoft (existe, si), esta multinacional vén de facer caso omiso dos principios fundamentais dunha decisión da Comisión Europea tomada en marzo de 2004. Esta decisión apuntaba: a empresa fundada por Bill Gates empregou a súa posición privilexiada no mercado para sacar do medio a RealNetworks e a outros fabricantes de software de transmisión de son e vídeo. Como se puído facer isto? Segundo a Comisión Europea, facendo programas que facían que o Windows e o software dos seus rivais fosen coma auga e aceite. Incompatibles. Agora, din os rivais, a historia repítese.



Por unha banda temos a Microsoft e pola outra unha mancha pouco desprezable de alporizados: IBM, Nokia, Sun Microsystems, Corel, Oracle, Adobe, Red Hat, RealNetworks, Linspire e Opera. Estas empresas constitúen o chamado ECIS, que é o Comité Europeo de Sistemas Interoperativos. Ó seu xuízo, o novo sistema operativo de Microsoft que foi lanzado os días pasados de xeito xeralizado é o primeiro paso da estratexia de Microsoft por espallar o seu dominio do mercado a Internet. ECIS lanzou estas declaracións nun comunicado que nos devolve un pouco á polémica por supostas prácticas monopolistas (por aquilo de que a historia tecnolóxica tamén vai dando xiros) da firma de Redmond. Mais, cal é concretamente o motivo de preocupación de ECIS? Ou dito doutro xeito: onde lles doe? Pois dóelles na linguaxe XAML de Microsoft que inclúe o seu novo sistema operativo e que substituiría ó HTML (*Hypertext Markup Language*), estándar do sector informático empregado para a publicación de datos en liña. O XAML, sinala a coalición, está deseñado para depender de Windows. Así, non é interoperativo con outros sistemas. O mesmo acontece (sinala ECIS) co formato de ficheiros Open XML, o OOXML, e que estaría chamado a reemprazar ó estándar ODF. "Ó contrario que ODF, que opera sobre múltiples plataformas de moitos fabricantes, OOXML de Microsoft so funciona de maneira óptima sobre o Microsoft Office".

Blusens, as razóns dun caso de éxito

O presidente da firma, José Ramón García, falou nunha charla na Facultade de Económicas da USC do pasado e o presente desta empresa con sede en Santiago que xa compite cos máis grandes

Reprodutores de MP3



F. S.

O éxito de Blusens (cuantificado de “milagre” pola Facultade de Económicas da USC) podería ser tamén un manual de autoaxuda para futuros empresarios. A súa é unha historia de ruído. Explicámonos: mentres a meirande parte das firmas que asisten ás feiras tecnolóxicas fican nun recollido silencio, á espera de converterse en imáns de visitantes só polo simple feito de estaren alí cos brazos cruzados, a galega Blusens bate con forzas nos tambores. Deste xeito, se fai falla chamar a miss España para que xogue ó Excalce-tric, chámase, e se é preciso montar un concurso cun *hulahop* polo que os visitantes se vexan obrigados a pasar, móntase. A fin de contas, como sinalou hai uns días José Ramón García, presidente desta firma nunha charla cos alumnos do Máster de en Dirección de Comercio Exterior da USC, a historia de David contra Goliat, do teoricamente feble contra o teoricamente forte, debeu ser unha historia de ruído. Dito doutro xeito: a David escoitábaselle máis. Porque, a fin de contas, a quen ten Blusens diante, no mercado do lecer dixital? Pois non ten precisamente a catro ou cinco vellas glorias. Sony, Samsung,

Toshiba, LG, Philips ou mesmo (sobre todo na actualidade) Apple co seu revolucionario iPhone non son competidores cos que se poida compartir mesa e confidencias. Porén, Blusens fai o que moitos críamos imposible: roubarlles mercado. A chave, segundo fixo saber José Ramón García, pasou en boa parte por aproveitar o nicho que quedaba ceibe entre os produtos de elevado custo que decote ofrecen as multinacionais e as estratexias de botar abaixo os prezos de empresas como Supratech ou Airis. Por aí, polo medio, é por onde se coou Blusens mentres todos estaban se cadra a ollar para outra parte. Hoxe, esta firma galega desenvolve o seu labor nunha cadea de éxitos internacionais, e todo isto dende unha cidade (Santiago, onde ten varios centros de traballo no Polígono de Costa Vella) situada lonxe dos despachos onde supostamente se toman as grandes decisións na era da Sociedade do Coñecemento. De feito, se a nosa pegada na era tecnolóxica se medise polos sitios que atopa Google onde se fala de nós, a empresa galega obtería unha boa nota: aparece a cotío en “novas” e nas planas virtuais dos principais xornais do lecer dixital e de economía e, ademais, o

buscador achega 145.000 espazos onde se cita “Blusens”.

Sabe venderse Blusens? Moi probablemente si, e non para de poñelo en xogo.

A información máis recente refírese sobre todo ó lanzamento do G14, un reprodutor de música en MP3 que permite baixar música de xeito directo da Rede e que emprega a tecnoloxía Wifi e máis a Bluetooth (tecnoloxía sen fíos). Este desenvolvemento foi presentado na pasada edición do salón CES de Las Vegas e foi alí, presumiblemente entre moito ruído, onde Blusens desvelou o segredo ó mundo enteiro: un instrumento chamado “G14”.

O onte de Blusens (os comezos, non tan lonxe)

O obxectivo da Facultade de Ciencias Empresarias e Económicas era poñer perante os alumnos un caso de “éxito empresarial” (deste xeito presentárono os profesores), mais posiblemente o termo “milagre” co que se anunciaba nos corredores da escola o relatorio non resultou o máis axeitado. Foron os mesmos mestres do devandito máster os que salientaron o erro: “*O milagre é algo que non se pode explicar, e isto si que ten explicación*”. O presidente de Blusens fíxose agardar, pero cando chegou á sala onde se ía desenvolver a conferencia manexouse con soltura abunda (é ex alumno da Facultade, de feito). A intervención tiña causa e consecuencia: amosarlles ós alumnos que se pode competir no mercado coas grandes multinacionais nun prazo moi breve de tempo e partindo dun orzamento mínimo e, asemade, animalos a facelo. De aí que a súa intervención partira dunha imaxe, máis ca dunha frase: da foto del mesmo, visto de costas nunha habitación baleira e perante unha xanela que enche todo de luz. “*Esa imaxe reflicte o que tiñamos nos comezos da empresa: nada*”, dixo José Ramón. E engadiu: “*En realidade, todo é posible e as orixes de calquera firma por moi potente que sexa pasan sempre polo mesmo, por ir ó notario, inscribirse como empresa e depositar no banco 3.000 euros para logo pórse dalgún xeito en marcha*”.

Porén, estes comezos non están cubertos polas néboas do paso do tempo. Aconteceron onte, por así dicilo. Máis polo miúdo hai uns catro anos, que é o tempo de “vida” de Blusens, polo menos de “vida” real no mercado, vendendo, deseñando e distribuindo.

Unha das chaves do éxito, sinalou o presidente da firma galega, radicou en deixar que outros fixeran o que sabían facer (a ensamblaxe dos produtos) e centrarse nas tarefas nas que Blusens se podía amosar máis forte e que lle deran valor: *marketing*, innovación ou deseño. Hai un xeito moito máis profesional para resumir isto: *externalizar* procesos produtivos. Esa foi a razón pola que Blusens procurou acordos en China. A

continuación, veu un dos capítulos máis complicados de calquera iniciativa empresarial. Unha tarefa pola que tivo que pasar o 99% dos emprendedores, até aqueles que se gaban de non ter vivido esa época da vida emprendedora na que, cun traxe emprestado que non é da nosa talla, imos de banco en banco para poñer en xogo o noso poder de convicción.

Mesmo Bill Gates tivo que pasar por iso.

O caso é que o equipo e os obxectivos de Blusens, non hai moito tempo, resumíanse na seguinte escena: dous socios, dous mozos, tentando conseguir o millón de euros que lles era preciso para os acordos cos fabricantes de Extremo Oriente e vender logo equipos en España, máis polo miúdo reprodutores de DVD. Por que reprodutores de DVD? Pois porque “*2002 foi o ano do DVD*”. Estivo Blusens no intre axeitado e no lugar indicado? Se cadra si: conseguiron tres puntos de venda, financiamento dos bancos e, o que é máis importante, vender tódolos equipos traídos de Oriente, o que se traduci na consecución dun obxectivo ó que aspira calquera empresa e non sempre acada: beneficios dende o primeiro intre. A partir de aí, a empresa foi medrando. “*Todo isto*”, sinalou José Ramón perante o auditorio, “*vén a conto para que vexades que os cartos se poden conseguir, e que o capital non debe limitar ningún proxecto empresarial*”.

O presente da empresa

Se houbese no mundo un eixe da industria do lecer dixital, se puidésemos trazalo sobre o mapa, está claro que non pasaría por Santiago, nin por ningún punto da nosa terra. A experiencia de Blusens nas feiras e salóns tecnolóxicos ós que leva acudindo dende o ano 2003 (no que se lanzaron a alugar uns 60 metros cadrados en SIMO, fronte ós 1.000 que adoitan a ocupar as grandes empresas do sector) é unha metáfora das súas –se é que existe esta mestura de termos– circunstancias xeográficas. Dito doutro xeito: que pode facer Galiza na sociedade do dixital cando nesa continua carreira de obstáculos que é o mercado do sector tódolos teus competidores son máis grandes e máis fortes? A clave está, para quen queira vela ou lela entre liñas, nos devanditos sesenta metros cadrados, a única área da superficie dunha feira tan en decadencia como SIMO que tiña visitantes.

Porén, hai outros ingredientes básicos: a imaxe de marca, por exemplo. Ou o coidado no deseño, ligado co anterior, e a proximidade ó cliente (tópico pero real).

Ou será simplemente o saber venderse?

Hoxe en día, Blusens ten 6.000 puntos de venda, cos que cobre o 80% do mercado de puntos de venda de España. Entre os seus clientes ten algúns tan importantes como El Corte Inglés, Carrefour, Alcampo, Activa, Makro, Beep, Media Market, Master

Catro novos espazos científicos

Blusens está a presentar no mundo un innovador produto: o primeiro reprodutor MP3 que permite baixar música directamente da Rede, aparello tamén coñecido como G14. Esta “conexión directa” con Internet vén dada por un chip que permite acceso sen fíos á Internet (tecnoloxía Wifi). Blusens, que participou hai unhas semanas en Santiago na sinatura do Manifesto a prol do desenvolvemento da Sociedade da Información, adiantaríase con este produto a competidores como Apple ou Microsoft que, polo menos en cuestións de número de sedes sociais e directivos, sácanlle máis dunha cabeza. O desenvolvemento da firma foi dado a coñecer na Feira Internacional de Electrónica (CES) de Las Vegas, EE UU, a mediados de xaneiro. Antes da súa apertura xa estaba confirmado o interese de até 55 empresas para comercializar os devanditos reprodutores nun número importante de países. O seu custe en España será duns 190 euros.

ou Ocio Joven. O seu catálogo xira principalmente arredor dos reprodutores de audio e vídeo de tipo portátil e os equipos de comunicacións. Tratándose como se trata dunha empresa relativamente nova (naceu en 2002), vén de establecer un eixe produtivo ben singular, cunha liña que parte de Santiago (con centros de I+D e de soporte técnico no Polígono de Costa Vella) e remata en Hong Kong (onde ten oficinas inauguradas en 2006 e unha planta de produción) pasando por Madrid e Dubai, Emiratos Árabes, onde conta cunha filial.

Esta longa liña é unha liña viva, tal e como fixo saber o presidente na dita conferencia en Santiago. Que significa isto? Significa que estamos a falar dunha firma que duplica a súa actividade cada ano, que ten previsto deixar as súas sedes en Compostela por outras máis grandes preto da mesma cidade (nun prazo duns dous anos) e que en cada edición de SIMO sube un pouquiño máis o volume dos seus altofalantes.

A fin de contas, na sociedade dos dízitos todo vai a unha velocidade de vertixe.

Déitaste logo de esforzáreste en aparentar perante clientes e competidores que a túa firma é unha multinacional (sen selo) e ó día seguinte acordas cunha multinacional entre mans. Soa raro? Pois así de rápido van as cousas na era dixital.

Tan rápido coma un truco de maxia.



5 Levamos
anos contigo,
celebrao connosco

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

Código III Cero



En galego, tes todo un futuro por inventar.

Na rede, nos centros tecnolóxicos, en cada nova descuberta... O galego dáche palabras, camiña contigo cara ao futuro e progresa cos teus progresos.
Información, comunicación, sociedade. Alí estamos e a nosa achega vai en galego.

En galego, tes todo por dicir.



XUNTA DE GALICIA
PRESIDENCIA
Secretaría Xeral de Política Lingüística
www.galegoelogo.com