Código Cero

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

NÚMERO 54 XUÑO/XULLO 2007 • PREZO 1€

PREMIO GALEGUIDADE 2007 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

agalega.info
A televisión que vén

Nova web do SIAM da Consellería de Medio Ambiente
Material para o coidado da nosa terra

Videoxogos con mensaxe
O lecer en liña acáelle ben á loita activista

Un roto para un descosido
Opcións na Web á medida das túas vacacións

O problema dos móbiles cando pasan de moda
Que facer co que nos sobra na sociedade da fartura?

sociedadedainformacion.eu
Estratexia galega da Sociedade da Información

A Sociedade da información

AO ALCANCE DA TÚA MAN

www.sociedadedainformacion.eu

XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE INNOVACIÓN
E INDUSTRIA
Dirección Xeral de Promoción Industrial
e da Sociedade da Información

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)
Raquel Noya (Reportaxes)
Moncho Paz (Opinión)
Modesto Pena (Redes)
Víctor Salgado (Dereito)

Colaboraron neste número:
Daniel Salgado, Manuel Balseiro, Ivan Fociños, Alejandro Aguiar, Manuel París, Marcus Fernández, Raquel Noya, Fernando Sarasqueta, Sevi Martínez

Supervisión lingüística:
María Xesús Castro.

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 54
Xuño/Xullo 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...

A idea era facer un número que fose de utilidade para estes meses de verán, que se puidese levar na equipaxe até alí onde nos desprazásemos e que non tiveramos a impresión de estar carrexando con lastre. Un número de Código Cero que tanto valese para os que están decididos a mercar un paquete completo de vacacións no Caribe para non moverse da poltrona máis que para mexar como (tamén) para os que prefiran a paz e a tranquilidade (relativa) de subir e baixar camiños polo monte, a pé, a rolos ou sobre as costas de outros. En definitiva, o que pretendíamos era ter entre mans 32 páxinas que, chegado o caso, tamén valesen para facer de abano: un número práctico até dicir basta.

En parte, é probable que o conseguíramos e, en parte, non se pode descartar a idea de que finalmente metésemos a pata até o xeonllo. Pero, como dicía o filósofo, ben podería ser que a fin de contas valamos máis polos nosos intentos ca polos froitos acadados.

No interior destas páxinas poderedes ver de todo, aínda que é certo que nos centramos abondo no pasado, o presente e o futuro dunha entidade que ten feito moito pola Rede, por normalizar o seu uso e, tamén, por facer unha ponte virtual entre a nosa terra e todas as restantes do planeta. Falamos da Compañía de Radio e Televisión de Galicia, que no camiño de adiantarse no posible á innovación mesma, vainos sorprender en breve con Agalega.info, un proxecto web que vai alén do concepto de "televisión á carta" e dende o que poderemos descargar vídeos dos informativos (facendo combinacións de temas con áreas xeográficas determinadas) ou procurar contidos por palabras clave. As súas posibilidades son amplas, e nas páxinas centrais deste número 54 incluímos completa información sobre a iniciativa e, asemade, datos sobre o pasado da CRTVG que axudan a entender mellor os cambios do presente e do futuro inmediato, coma se fose un estudo en si mesmo da historia da Internet nos medios de comunicación.

Asemade, esta entrega nº 54 de Código Cero vén (como diximos) con reportaxes sobre como preparar as nosas vacacións a través da Internet (unha ferramenta á que, de xeito inevitable, acudimos cada vez máis para obter consellos, recomendacións e opinións de outros viaxeiros), sobre que podemos facer -Rede mediante- para loitar a prol do medio ambiente (a través da nova proposta en liña da Consellería de Medio Ambiente, a través do Sistema de Información Ambiental) ou sobre a nova vaga de videoxogos deseñados coa arela de mellorar o mundo (presentados os días pasados nun foro na Coruña).

Asemade, e xa que seguimos na liña de comunicar ó mundo que a Rede serve para algo máis que para reunir arredor de comunidades web a canto pederasta hai, incluímos unha reportaxe que amosa a preocupación de determinados colectivos vinculados a Internet perante un dos máis graves problemas de sociedade actual: o problema de que facer co lixo tecnolóxico.

sinatura convidada

Daniel Salgado Lemos, xefe do Servizo de Marketing e Audiencias da CRTVG **4**

novas

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

reportaxes

Material web para o coñecemento e o coidado do planeta: a nova web do SIAM **9**

A Coruña celebrou un foro que serviu para afondar no fenómeno dos *serious games* **10**

Novidades da casa Microsoft: a información que non cesa **12**

Entrevista con Manuel Balseiro, director xeral da galega Coremain **13**

A empresa Hospedaxes fálanos dos segredos do *marketing* dixital **14**

O nacemento da CRTVG: pioneira nas emisións en directo na Rede **15**

Historia da web da "galega" **16**

A primeira páxina informativa da CRTVG: www.agalega.info **17**

Retos tecnolóxicos da televisión dos galegos e galegas **18**

Entrevistamos a Xavier Aineto, director da área de Innovación da empresa IDOM **19**

E-vacacións aptas para todas as economías **20**

Votar en liña: un caramelo para os internautas **22**

Recursos web para botarnos ó monte no verán polo simple pracer de camiñar **23**

O problema (mundial) dos refugallos tecnolóxicos: que facer cos móbiles cando xa non nos vale o que mercamos onte **24**

Escolma dos *gadgets* que nos entraron mellor polo ollo ó longo destas semanas **26**

A Rede ocupada: medran o activismo e as mobilizacións anti-sistema na Internet **27**

Que diferenza hai entre a Web 2.0 e a 3.0? **28**

xogos

Un verán con xogos de película **29**

Escolma do máis salientable do mercado a día de hoxe **30**

sinatura convidada

Daniel Salgado Lemos, xefe do Servizo de Marketing e Audiencias da CRTVG daniel.salgado@crtvg.es

Nestes días vén de ver a luz a nova páxina web de información da CRTVG, agalega.info, unha iniciativa pioneira no sector que lles permitirá aos "internautas" acceder ás noticias emitidas polos informativos da TVG e da Radio Galega de xeito sinxelo.

O seu responsable máximo, Daniel Salgado Lemos é a sinatura convidada deste número de Código Cero e da súa man coñeceremos as claves deste sitio de información de actualidade en galego na Internet.

Daniel Salgado Lemos, Xefe do servizo de Marketing e Audiencias da CRTVG

"O futuro da Internet é a televisión"

Unha presentación orixinal

Trátase dunha presentación moi orixinal, da que somos pioneiros. A idea é moi sinxela: acceder ás noticias emitidas polos informativos da TVG e da Radio Galega de forma simple e intuitiva.

Apoiámonos en 2 grandes piares:

- a forza de comunicación da imaxe, dos vídeos dos informativos da TVG
- a actualización continua da información, garantida polos boletíns horarios da Radio Galega

Contexto

Esta proposta nace nun contexto en que os medios de comunicación preponderantes son a televisión, a radio e a prensa, pero onde a canle internet xa se posiciona como 4ª fonte de información nas preferencias dos galegos. Segundo informacións da Compañía, a televisión segue a ser o medio preferido para informarse (67,9%), seguido da radio (43,2%) e da prensa (33,6%). Mais internet é xa, a día de hoxe, o 4º medio informativo, preferido por un 9,9% dos galegos. A accesibilidade, a inmediatez da información e a comodidade son as razóns básicas para informarse a través da rede. Ademais do seu peso cuantitativo, Internet goza tamén de dúas características que lle dan unha maior relevancia:

- por un lado, trátase dunha canle en expansión, que incrementa cada ano a súa penetración
- por outro, goza de maior afinidade cos grupos de menor idade, en particular entre os adolescentes e os adultos de menos de 35 anos (entre os que o máis do 20% prefire informarse por internet).

Ese predominio de grupos de menor idade fai da Internet unha canle de difusión clave para CRTVG, dentro da estratexia actual de diversificación do noso perfil de audiencia, e de cara á incorporación de novos públicos entre os nosos telespectadores e radiooíntes. Unha estratexia que se traduciu en múltiples cambios de programación e de imaxe, dos que sabemos que a sociedade galega é consciente e que avalía de forma moi positiva... e unha estratexia para a que Internet se presenta como un sector de comunicación esencial, tanto para promover estes cambios coma para difundir os novos contidos entre o seu público obxectivo.

Liderado informativo da CRTVG

Por outra banda, hai que sinalar que CRTVG é o principal grupo galego de comunicación:

- Case 800.000 galegos contactan diariamente cos informativos da TVG. Unha cifra sen igual en ningún outro medio galego de comunicación. E ademais líder informativo da sobremesa, cun 26,1% de cota de pantalla, ben por riba das demais cadeas de televisión.
- Ao que se lle engade a audiencia da Radio Galega, de 176.000 oíntes.

En conclusión, nun contexto onde a canle internet gaña peso, o principal grupo galego de comunicación que é CRTVG debe situarse neste novo medio como páxina informativa de referencia en Galicia.

O futuro da internet é a televisión

Nesta aposta por internet gozamos xa actualmente dunha posición de referencia, con máis de 30.000 visitas diarias a crtvg.es, e en forte progresión: desde que no mes pasado de outubro se engadira aos contidos da páxina web unha extensa oferta de Tv e da radio á carta, case se duplicou o número de visitas.

Nun contexto onde os contidos audiovisuais son unha peza clave do éxito dunha páxina web, podemos mirar cara ao futuro con grande optimismo. Un futuro que algúns consideran como unha ameaza para a televisión, para nós resulta ser todo o contrario: o futuro da internet é a televisión.

Daniel Salgado Lemos no súa área de traballo.

Ábrese o prazo de inscripción para participar no VeriNet Party

Do vindeiro 3 ó 5 de agosto de 2007, o pavillón de deportes de Verín (Ourense) vestirase de gala para acoller a 2ª Edición da ***VeriNet Party***, un encontro informático que se prolongará ó longo de 72 horas seguidas sen interrupción a fin de impulsar o emprego das novas tecnoloxías entre @s moz@s da comarca.

Este encontro, que por segundo ano consecutivo leva a cabo a Oficina de Información Xuvenil do Concello de Verín, pretende presentar unha alternativa de ocio para tódolos públicos do lugar e alrededores facendo fincapé nas persoas de maior idade, xa que no pasado ano *"achegáronse con curiosidade e remataron conectándose cos rapaces"*.

Coma en toda *Party informática* destas características (moi habituais por certo na nosa comunidade), os asistentes han de levar o seu propio equipo para, unha vez incorporado, unirse a distintas plataformas: Demoscene, Linux, Mac, Deseño, Música, Seguridade, Wireless, Arte Dixital, Programación, Modding... e crear un escenario idóneo para intercambiar experiencias, contidos e, se cabe, forzas para aguantar o ritmo.

VeriNet ofrece unha conexión continuada de banda ancha a Internet e entre os asistentes sortearanse multitude de agasallos como ordenadores, pantallas TFT, reprodutores MP3, memorias USB... para os que teñan máis sorte e camisetas oficiais do evento e multitude de gadgets de mercadotecnia para os demais.

Ademais de servir como tranpolín para mozos inquedos que buscan unha oportunidade de traballo no mundo da informática e as novas tecnoloxías, a VeriNet Party servirá sobre todo para divertir ós asistentes e entre outras cousas, non faltarán:

- *Concursos de Modding*
- *Sorteos sorpresa*
- *Campionatos de xogos (Warcraft, Counter Strike, etc..),*
- *Concursos de producciónss multimedia (gráficos 2D e 3D, animación, fotografía e vídeo dixital, composición musical, net.art)*

Este ano, contarase ademais cunha conferencia sobre robótica e demostracións prácticas do tema, que ó igual que o resto de actividades, poderase seguir a través dunha pantalla xigante.

Para facer a reserva hai que rexistrarse en www.verinet.es. O custe da acreditación será de 18€ e poderán participar os maiores de 16 anos.

Richard Stallman e Marcelo D´Elia participarán no Máster de Software Libre de Caixanova

O software libre ábrese camiño na formación (e viceversa) e afiánzase como un eido de negocio e de viabilidade empresarial. De aí, dese interese crecente pola informática de código aberto dende tódalas instancias da sociedade, xorden iniciativas como o Máster de Software Libre que financia Caixanova (que conta coa colaboración Grupo LibreSoft de la Universidad Rey Juan Carlos e Igalia), do que xa coñecemos o comité asesor.

Este, que ten como finalidade cooperar na avaliación dos contidos académicos do máster, está constituído por diversos representantes da comunidade internacional de software libre, "*persoeiros de renome cunha experiencia que integrase a relación entre os deseñadores e usuarios de programas de código aberto coa empresa*", segundo sinala Javi Vázquez no seu blog, blogs.igalia.com/javivazquez/.

O obxectivo, en última instancia, é acadar un programa formativo práctico e orientado a potenciar os seus aspectos máis empresariais. Estes serían os integrantes do comité:

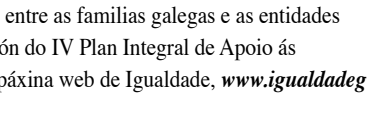
· Miguel de Icaza, vicepresidente de *Developer Platform* en Novell, fundador do proxecto GNOME e impulsor do proxecto Mono.
· Richard Stallman, presidente da FSF e fundador do proxecto GNU.
· Bdale Garbee, xefe tecnolóxico da área *Open Source & Linux* de HP a nivel mundial e, tamén, presidente de *Software in the Public Interest*.
· Carlos Guerreiro, líder de *OSSO Desktop team* en Nokia Multimedia, relacionado directamente co proxecto Maemo.
· Alberto Abella, director de desenvolvemento corporativo da Fundación CENATIC e co-autor do Libro Branco de Software Libre
· Marcelo D'Elia Branco, coordinador da Rede Internacional das Administracións Públicas polo Software Libre.

Para máis información sobre as traxectorias de cada un dos membros do comité, cómpre visitar a web www.centrosocialcaixanova.com.

Reeditan o convenio de axudas para que os estudantes universitarios galegos podan mercar ordenadores portátiles

A Consellería de Innovación e Industria asinará un convenio de colaboración coas universidades de Santiago de Compostela, Vigo e A Coruña para a posta en marcha dunha nova edición do programa Uniporta, que ten por obxecto a axuda aos estudantes universitarios na compra de ordenadores portátiles.

O convenio insírese no marco de colaboración institucional coas entidades académicas, co fin de facilitarlle á comunidade universitaria o acceso aos servizos e contidos da Internet e das Intranet universitarias, dun xeito deslocalizado e flexible, mediante a adquisición por parte dos alumnos de ordenadores portátiles con conectividade sen fíos. Así mesmo, procura o desenvolvemento de actuacións complementarias de apoio ao programa: difusión, sensibilización, promoción, etc.



A iniciativa vai dirixida a calquera estudante matriculado nas universidades públicas galegas, tanto de primeiro, segundo e terceiro ciclo coma dos posgraos oficiais. Así mesmo, están incluídas no programa as escolas adscritas ás universidades dos campus galegos.

O convenio, que terá carácter bianual e será autorizado polo Consello da Xunta mañá xoves, contempla un orzamento de 400.000 euros para 2007 e de 500.000 para 2008, achegados integramente pola Consellaría de Innovación e Industria. A axuda individual será de 200 euros e universal, destinada sen discriminación a todo o alumnado universitario.

Igualdade pon en marcha unha nova web que mellora o desenvolvemento do Plan Integral de Apoio ás Familias.

A Secretaría Xeral de Igualdade, no seu afán por establecer unha canle de comunicación permanente e eficaz entre as familias galegas e as entidades sociais que colaboran na elaboración do IV Plan Integral de Apoio ás Familias, vén de presentar a nova páxina web de Igualdade, ***www.igualdadegaliza.org***.

Esta páxina web permite que profesionais e cidadáns de a pé que o desexen, realicen as súas aportacións e consideracións en prol do devandito Plan, aportando o seu gran de area no proceso de elaboración que leva a cabo a Secretaría Xeral.

Ademais, en igualdadegaliza.org pódense consultar os traballos desenvolvidos ata o momento nas diferentes mesas sectoriais establecidas dentro do plan de apoio ás familias así como toda a documentación elaborada por expertos acerca do mesmo.

O novo sitio, tamén contén información actualizada de tódolos recursos para a igualdade e preséntanse estruturados en tres grandes grupos temáticos: a área de promoción da igualdade, a de tratamento da violencia de xénero e a área das familias. A cidadanía disporá de información sobre proxectos lexislativos en marcha, guías de utilidades, información sobre os centros dependentes da Secretaría Xeral de Igualdade así como sobre os distintos programas e recursos.

Como era de supoñer, na páxina non falta unha sección de novas que recolle toda a información sobre as convocatorias de axudas, cursos ou eventos que se produzan no eido da igualdade e conta con facilidades de consulta adaptadas a persoas con dificultades visuais, través de dispositivos de lectura en braille e navegadores de voz.

a

O Golfiño: corrector de galego para OpenOffice.org

O Conselleiro de Innovación e Industria, Fernando Blanco, xunto coa directora xeral de Promoción Industrial e Sociedade da Información, Elena Veiguela, presentaron recentemente o corrector gramatical para o galego Golfiño, de xeito que a nosa lingua se converte na primeira do Estado en contar con esta ferramenta que se integra en OpenOffice.org, de xeito que o seu procesador de textos pode detectar erros de sintaxe, estilo e concordancia, entre outras funcionalidades.
O paquete ofimático de código aberto OpenOffice.org está a ser usado por máis de 45.000 galegos, que agora poderán engadir ó Golfiño ó mesmo, aínda nesta versión de probas que se irá mellorando coas achegas que fagan os seus usuarios.

Características técnicas do Golfiño

O Golfiño corrixe erros gramaticais e de estilo frecuentes nos escritos en galego como os provocados polo cambio de norma, os de rexencia verbal, os de concordancia de xénero e número, os de confusión ortográfica con detección gramatical, as malas construcións de perífrases verbais ou as preposición non admitidas polo verbo. Ademais, pode detectar nalgúns casos erros de contracción, da posición dos pronomes enclíticos e mais erros de concordancia nominal e verbal.
A configuración deste corrector gramatical está baseada na tecnoloxía lingüística resultado dos traballos da comunidade científica galega e nun innovador proxecto de investigación brasileiro, que dispón do corrector gramatical do portugués do Brasil CoGrOO.
A versión actual do Golfiño é un prototipo ou beta, é dicir, un modelo en proba dirixido a que tanto a comunidade científica da lingua galega (Instituto da Lingua Galega, Real Academia Galega, Centro Ramón Piñeiro, departamentos de lingüística computacional...) como a comunidade do Software Libre poidan realizar melloras no sistema e crear así unha ferramenta de maior rigor, potencia e funcionalidade. Así mesmo, procura sentar a base para o desenvolvemento de proxectos futuros nesta liña de investigación, no camiño da implantación do galego na sociedade da información.
O corrector Golfiño foi realizado pola empresa Imaxin Software, S.C., adxudicataria do concurso público, que requiriu un investimento de 51.000 euros.

Telefónica e Sogecable comercializarán xuntos servizos de telecomunicacións e contidos

A partires do vindeiro 30 de novembro deste ano, o Grupo Telefónica e Sogecable, van comercializar xuntos Internet por ADSL, nun "paquete" denominado *"Trío"* que inclúe voz e televisión vía satélite de Digital +, segundo un acordo por catro anos que veñen de asinar esta mesma mañá.
Mediante o devandito acordo, Telefónica e Sogecable comprométense ademais a colaborar na adquisición de contidos de televisión de pago no mercado nacional aínda que seguirán facturando por separado ós respectivos clientes e realizando de xeito individual as súas instalacións e servizos particulares de atención ó cliente.

As entidades implicadas nesta sinatura explican que ofrecerán unha oferta "*triple play"* competitiva, a través da cal, Sogecable poderá ofrecerlle ós seus clientes a posibilidade de dispor de televisión con ADSL e Telefónica engadiralle á súa oferta actual un servizo de televisión de pago por satélite coa que complementará a cobertura de Imagenio.

No referido á compra de contidos, será Sogecable a que dirixa as actuacións para o subministro dos mesmos a Telefónica, deste xeito, explican *"mellorará o catálogo de títulos dispoñibles nas súas respectivas ofertas"*.

Ningunha das dúas empresas descartan a posibilidade de achegar futuros acordos con outros operadores.

A galega Vandal.net supera o millón de usuarios únicos

A páxina Vandal.net do noso compañeiro Pablo Grandío segue na súa liña de afianzamento como un dos sitios web referenciais no eido do videoxogos, tanto no ámbito galego e español como no internacional. As cifras acompañan e subliñan esta liña ascendente: no pasado mes de xuño e por vez primeira, Vandal superou o millón de usuarios únicos, segundo datos achegados por Google Analytics. Máis concretamente, informan os responsables da web, a auditoría do buscador para o devandito mes achega unha cifra de usuarios de 1.005.787, con 11.811.189 páxinas vistas, número este último que podemos completar (ou ben contrapoñer) co que que subministran as estatísticas internas: 16.801.563.
Para o noso colaborador Pablo Grandío, estas cifras son a proba de que se están a facer as cousas de maneira axeitada e de que hai seguir nese vieiro de innovación: "Durante os últimos meses a iniciativa medrou de xeito considerable, e agardamos continuar nesta liña, polo que xa temos en mente grandes novidades preparadas para os vindeiros meses, como un cambio de deseño e a incorporación de novas funcións", comenta.

Chega a España Zattoo, o primeiro programa de balde que permite ver a televisión no ordenador

Nin conexións especiais, nin adaptadores de TDT, nin antenas parabólicas, nin tarxetas... nin ningún outro dispositivo dos que ata agora precisabamos para ver a televisión no noso ordenador nos van facer falta a partires de agora.

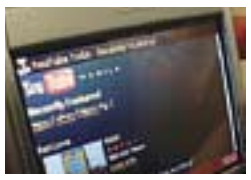
A televisión por Internet ou IPTV, xa é unha realidade en España grazas a *Zattoo (http://www.zattoo.com/)*, o primeiro programa gratuíto que ocupa pouco máis de 60 megas no disco duro e que permite disfrutar directamente, no mesmísimo monitor do PC, das principais canles de televisión privada e pública do noso país.
O devandito programa é obra da empresa estadounidense *Zattoo*, afincada en San Francisco, que vén de comprobar como, nos últimos meses, o seu programa foi incrementando notoriedade por todo o mundo, abrindo novas sedes en Suíza, Dinamarca ou no Reino Unido.

O lanzamento de *Zattoo* no noso país fíxose público o pasado domingo 13 de xuño, coincindindo coa final da liga de fútbol, día no que se rexistraron centos de descargas nas primeiras horas nas que estivo dispoñible.

Para poder empregar o servizo, tan só hai que crear unha conta cun correo electrónico e unha clave e descargar o programa. A televisión a través de *Zattoo* móstrase nunha fiestra inserta no escritorio do ordenador que se pode ampliar ata ocupar toda a pantalla cunha calidade de imaxe bastante competente.

Polo de agora, a edición española de *Zattoo* non inclúe publicidade á marxe da incluída nas propias canles que se poden ver (La Primera, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco, La Sexta...) pero non se descarta a posibilidade de que os anunciantes inserten ráfagas cos seus propios anuncios nun futuro, xa que os creadores de Zattoo aseguran que o seu servizo *"é un marco perfecto para os anunciantes xa que o espectador ten o mesmo nivel de atención que cando ve a televisión"*.

YouTube estrea versión para móbiles



Se algo lle faltaba ó servizo de vídeos YouTube era a ubicuidade, e finalmente estrean a súa funcionalidade que achega os clips creados polos seus usuarios ós móbiles mediante unha versión da súa web en xHTML (http://m.youtube.com/) e que remite os vídeos mediante streaming ós terminais móbiles que soporten ficheiros 3GP con vídeo en H263 e son en formato AMR, ou sexa, a meirande parte dos dispositivos 3G que hai no mercado. Cando un accede a esta nova web dende o móbil atopa unha advertencia na que recomendan contratar un plan de datos con tarifa plana se temos pensado ver vídeos (porque o seu consumo de tráfico de datos podería saírnos caro a finais de mes) e tamén informan de que non están accesibles tódolos vídeos de servizo, aínda que si unha boa mostra que dende o móbil presentan unha calidade máis que aceptable (dado o pequeno tamaño das pantallas dos móbiles).

Se os operadores de telefonía lanzan as ofertas axeitadas (que non penalicen a visualización de vídeos) poderiamos estar ante a *killer application* dos móbiles 3G, pois incrementaría a oferta de vídeos para o móbil dun xeito abraiante, o que podería disparar tamén o seu consumo.

Ábrese o prazo de inscrición para participar na ceLANova Party en Ourense

Os vindeiros 6, 7 e 8 de agosto, o Concello de Celanova (Ourense) vai recibir (por terceiro ano consecutivo), ós participantes dunha nova edición da ***ceLANova PARTY***, unha festa dedicada ás novas tecnoloxías e a Internet que, dende os seus inicios, tivo gran afluencia de público procedente de tódolos recunchos da provincia. Este ano, por coincidir coa data de celebración do Ano Xubilar de San Rosendo (Patrón de Celanova), a ceLANova PARTY vai acoller máis visitantes ca noutras ocasións, para os que non faltarán os acostumados premios e agasallos tradicionais.

A Oficina de Información Xuvenil do Concello de Celanova, que promove a celebración do evento, conta coa colaboración dun grupo de mozos entusiastas para levar a cabo esta actividade lúdica, educativa como a que máis e sen arela de lucro, que aínda que non ten ubicación definitiva, contará con zonas para ordenadores, zonas para videoxogos, aulas de conferencias, zonas de acampada, espazos de máquinas expendedoras e outros para actividades paralelas como concertos e obradoiros demostrativos.

Entre as diversas actividades que se levarán a cabo nesta festa informática pioneira en Ourense (alén do ámbito universitario), destacan as competicións de videoxogos, de programación e de *modding* (personalización das carcasas dos computadores) para as que haberá premios para os primeiros postos e conferencias e obradoiros sobre temas de actualidade informática, levadas a cabo por recoñecidos profesionais do sector.

A inscrición para participar neste evento farase por Internet a través da páxina oficial da ceLANova Party ou na Oficina de Información Xuvenil no Concello de Celanova antes do vindeiro 10 de xullo. O prezo é de 15 euros e as prazas son limitadas.

Opera Mini 4 Beta mellora a navegación web dende o móbil

Opera vén de renovar o seu navegador para móbiles, incorporando unhas melloras substanciais que pasan dunha navegación básica a unhas prestacións que a algúns lle lembran a navegación mediante un iPhone (aínda que en realidade xa se atopaban na versión no Opera para as consolas de Nintendo).

O Opera Mini 4 Beta (http://www.operamini.com/beta/) funciona en calquera terminal de telefonía móbil con soporte de Java e permite que estes terminais con pouca memoria poidan acceder a complexas webs valéndose para o mesmo dun servidor proxy que trata as páxinas para adaptalas ó móbil (reducindo o seu tamaño entre un 70 e un 90%.

Co novo navegador podemos ver unha visión completa dunha páxina web para facer *zoom* sobre partes específicas, de xeito que logo nos podemos desprazar sobre a web mediante un cursor virtual.

Destaca o feito de que Opera Mini 4 Beta é de balde, o que supón un xeito moi atractivo de aumentar a capacidade de navegación dos terminais de telefonía móbil de baixa e media gama.

O Consorcio de Santiago e a USC porán en liña unha boa parte dos documentos históricos máis salientables da cidade

De todas as ferramentas desenvolvidas para conservar e divulgar documentos históricos as novas tecnoloxías da información (TIC) semellan as menos malas ou, polo menos, as que permiten combinar máis axeitadamente a preservación e a difusión. Deste xeito, coa dixitalización de arquivos e a súa consecuencia máis ou menos natural, a posta en Rede, acadaríamos o que hai anos semellaba imposible: conservar documentos (salvagardados en copias perante posibles accidentes e desgaste de consulta directa) e "democratizalos". Xusto dese punto é de onde partiron os arquivos Universitario, Catedralicio e Diocesano de Santiago para, coa axuda do Consorcio, poñer en marcha o Proxecto Urbe, orientado a inventariar, catalogar, dixitalizar e publicar en liña as fontes documentais de interese para a historia da capital de Galiza.

A iniciativa, que tanto vai encamiñada a axudar á comunidade científica e investigadora como a achegar información á cidadanía por enteiro, foi presentada este xoves 5 na sé do Consorcio nun acto que contou coa presenza do profesor da USC Fernando López Alsina, quen afondou polo miúdo nos detalles humanos e técnicos da proposta. A idea ten, como dixemos, o seguinte alicerce: tendo en conta o legado histórico de primeira orde de Compostela, que ferramentas serían as máis idóneas para poñelo en valor? Os traballos, que xa están en marcha cubrindo un período de catro anos prorrogable (todo indica a que será un traballo aberto e continuo no tempo), son de gran envergadura. Para comezar, o proceso (que segundo López Alsina facilita a inserción laboral de estudantes da USC vinculados á Historia e a Arquivística) xa xira hoxe arredor do tratamento e da dixitalización dos protocolos notariais, que son os documentos que mellor reflicten a vida da cidade e que, ademais, cobren un amplo período histórico: o comprendido entre o século XIII e a fin do Antigo Réxime. *"Neles*", comentou López Alsina, "*podemos atopar todo tipo de información, até a que hoxe nos parece ben insólita*".

E prosegue: "*Con estes materiais podemos facer estudos de urbanismo, arquitectura ou socioloxía*". Ademais, sinala, aparece toda a realidade urbana de Santiago: a historia económica (os oficios, os gremios), a social (ligazóns familiares, xenealoxías) e a cultural (bibliotecas, formas de relixiosidade, encargos de misas, doazóns). Neste intre estanse a tratar uns 220 libros de documentos de notarios de número no Arquivo Catedralicio e até 2.500 no Universitario. A cifra de imaxes que se poden consultar xa no sitio web do Universitario www.usc.es/arquivo/index.php é de máis de 1.000.000 a día de hoxe.

Innovación achegará 170.000 euros para implantar as TIC no sector do transporte

A Consellería de Innovación e a Asociación Empresarial de Transporte de Mercadorías por estrada (APETAMCOR) van asinar un convenio de colaboración para executar un proxecto piloto de implantación das novas tecnoloxías da información e das comunicación (TIC) no sector do transporte.

O devandito convenio, que será aprobado mañá 5 de xullo polo Consello da Xunta de Galicia, vai servir para promover o emprego das novas ferramentas no colectivo dos transportistas de mercadorías, moi afastado até o de agora das vantaxes que estes avances están a facilitar no tecido empresarial, segundo indica a Consellería.

O cento setenta mil euros que Innovación vai achegar a este colectivo, permitirá incorporar a tecnoloxías axeitada para a implantación do novo tacógrafo dixital e capacitar ós profesionais no emprego e obtención de información a través das TIC.

Mediante a sinatura deste convenio, a Xunta pretende acadar un desenvolvemento socioeconómico da comunidade, tendo en conta as necesidades específicas do colectivo e os recursos e potencialidades presentes no territorio.

Segundo Innovación, este desenvolvemento *"fará posible a creación de postos de traballo e contribuirá a que as empresas de transporte de mercadorías sexan máis produtivas e competitivas"*.

BSA recompensará até con un millón de dólares a quen denuncie casos de pirateo informático en EE UU

Segundo a Asociación internacional contra a piratería informática BSA (Business Software Alliance), máis do trinta e seis por cento do software que se emprega no mundo é ilegal, unha cifra que en España ascende ó 46 por cento, e que provoca perdas económicas de máis de 600 millóns de euros anuais.

Para loitar contra esta práctica, que segundo BSA*" non só é delito senón que tamén pon en perigo os datos das empresas e os equipos informáticos das mesmas"* , a devandita asociación vén de anunciar que ofrece, nada máis nin nada menos que ata un millón de dólares a todo aquel que denuncie o emprego de software pirata de calquera empresa en EE UU. Cómpre sinalar que BSA semella especialmente interesada en rematar dunha vez por todas co anonimato das persoas que, polos motivos que sexan, deciden copiar ilegalmente programas (motivos variados a fin de contas, que van da arela máis notoria do lucro á simple e sinxela imposibilidade de afrontar a compra de software caro de máis por parte do traballador ou empresa), sobre todo se temos en conta o incremento na cifra da recompensa, que pasa de 200.000 a 1.000.000 de dólares en pouco tempo.

Por estes e outros motivos, segue habilitada a web para presentar as denuncias (reporting.bsa.org/usa/spanish/), que obterán mellores compensacións económicas canto máis reincidente sexa a empresa denunciada e maior sexa a gravidade da súa práctica ilegal. Sinalar que esta iniciativa vai ser sufragada, precisamente, cos cartos (22 millóns de dólares) obtidos en sancións previas a establecementos acusados de piratear programas.

O "programa da recompensa do millón de dólares", que probablemente significará un importante respaldo económico para individuos ós que o futuro da industria do software lles traia sen coidado (pero que teñan especial interese en amañar a economía propia, malia que sexa sinalando co dedo ós demais), ficará activo até o mes de outubro, intre no que BSA volverá case con total seguridade a ofrecer as compensacións acostumadas.

Red.es cancela o dominio pruebelo.com.es por un delito de estafa ós consumidores

A Entidade Pública Empresarial ***Red.es***, vén de resolver a cancelación do dominio de Internet *pruebelo.com.es* trala solicitude presentada en setembro de 2006 polo Instituto Nacional de Consumo a instancias do Centro Europeo do Consumidor en España.

O dominio, que está a nome dunha empresa alemana, ofrecía o envío de mostras de produtos promocionais de balde sen cumplir as normas de comercio electrónico e posteriormente, trataba de cobrar por un servizo que non chegaba a realizar.

Os afectados, que fixeron as súas reclamacións ante o CEC, alegaron que as máis das veces, a empresa chegaba a ameazalos con incluir os seus nomes nunha lista de morosos e emprender accións legais se non pagaban os produtos solicitados, produtos que finalmente nunca chegaban ós seus destinos, nin de balde nin pagando.

O Instituto Nacional de Consumo alegou, na súa solicitude de cancelación que no rexistro "pruebelo.com.es" constaban datos falsos ou incorrectos xa que *"a empresa non figura inscrita no rexistro mercantil dese país nin tampouco aparece publicada nas Páxinas Amarelas da localidade alemana onde afirma estar ubicada"*.

A decisión de ***Red.es*** baséase en que o beneficiario do dominio non presentou, dentro do prazo establecido, ningunha documentación que probe que os datos asociados ó nome do dominio son correctos e veraces, pero pese á resolución, a compañía aínda conta co dominio alternativo "pruebelo.de", posto que a cancelación depende xa das autoridades alemanas.

Material web galego para o coñecemento e o coidado do planeta

O Sistema de Información Ambiental (SIAM) da Consellería de Medio Ambiente vén de renovar e completar a súa presenza na Internet

Co obxecto de facilitar e ofrecer unha información medioambiental útil e de calidade ós investigadores, á comunidade científica e á cidadanía por enteiro, a dirección xeral de Desenvolvemento Sostible vén de renovar a páxina web do Sistema de Información Ambiental (SIAM), dende a que os internautas poden acceder xa ós contidos relativos ó medio ambiente.
Web: Http://www.siam-cma.org/siam/

O conselleiro Manuel Vázquez e o director de Desenvolvemento Sostible, Emilio Fernández durante o acto de presentación da nova web do SIAM.

REDACCIÓN

Este é, segundo os responsables do Sistema de Información Ambiental, o alicerce da súa nova proposta na Internet: a consecución do desenvolvemento sostible esixe un fondo coñecemento e manexo da información medioambiental, tanto por parte dos responsables das tomas de decisións como por parte da cidadanía en xeral. Por iso, sinalan, é fundamental que unha sociedade como a nosa (que aínda mantén un íntimo contacto co medio ambiente) dispoña dun sistema de información ambiental co que acadar unha xestión eficaz na materia, que facilite a asignación óptima dos recursos, que permita a difusión pública do coñecemento na materia e que, mediante a súa axuda na toma de decisións, asegure un desenvolvemento duradeiro da calidade medioambiental.

Este novo portal do SIAM facilítalle o acceso a este tipo de información ó público en xeral, e a usuarios expertos e investigadores en particular, e, entre outras moitas cousas, permite o acceso a un boletín electrónico de información ambiental no que se poden consultar convocatorias, novidades e normativas -e que se pode recibir por correo electrónico- e o acceso a distintas publicacións que se irán renovando a cotío.

Esta nova páxina web do SIAM, que foi presentada en público da man do conselleiro Manuel Vázquez e do director xeral de Desenvolvemento Sostible, Emilio Fernández, inclúe accesos ás seguintes ligazóns:

· Lexislación ambiental

O obxectivo desta ligazón é manter actualizada a base de datos para normas relacionadas co medio ambiente tanto da comunidade autónoma como dos boletíns provinciais, o Boletín Oficial do Estado (BOE) e o Boletín da Unión Europea.

· Cartografía

Neste apartado recóllense unha serie de mapas nos que se amosa información sobre medio ambiente. Algúns deles conteñen a situación detallada dos vertedoiros, da cobertura/uso do territorio de Galicia, da Rede Natura 2000 (a rede de espazos naturais protexidos da Unión Europea), dos espazos naturais e dos coutos de pesca.

Mapa dos vertedoiros de resíduos sólidos de Galicia.

Todos eles, amais da situación xeográfica, inclúen unha ficha cos datos máis salientables de cada interpretación.

· Estatísticas de Información Ambiental

Qué é un indicador ambiental? Por que precisamos indicadores ambientais? Cales son os principais indicadores ambientais? Cales son os seus obxectivos? Cales son os criterios que deben cumprir? Son preguntas que obteñen resposta directa a través desta ligazón da web do SIAM, que pretende, máis que nada, fornecer ó internauta de datos sobre os problemas ambientais e apoiar o desenvolvemento de políticas de protección do ecosistema.

Todas estas ferramentas, xunto con outras que se irán actualizando e engadindo co tempo, fan que esta nova web da Consellería de Medio Ambiente aspire a ser un referente en materia de prevención de desastres ecolóxicos, emprego de recursos naturais e coidado da natureza, que a fin de contas é a única que temos e, ademais de gozar dela e dos seus recursos, debemos respectala.

Información meteorolóxica da nosa comunidade, a través de MeteoGalicia

Captura da web de Meteogalicia, con ligazón directa dende a web do SIAM.

Mediante esta ligazón, accesible dende a remodelada proposta en liña do SIAM, é posible coñecer as predicións do tempo (a curto e a medio prazo) das localidades máis importantes de Galicia. Ademais, dá conta das temperaturas mínimas e máximas que se rexistrarán nun prazo de 5 días e do estado das estacións, do mar, das estradas, das praias (moi útil sobre todo no verán) e incluso do Camiño de Santiago.

Unha das máis salientables ferramentas desta web dependente da Consellería de Medio Ambiente é a predición do índice dos raios ultravioleta, tan prexudiciais para a nosa pel agora máis que nunca. Este preséntase desglosado por horas, días e zonas costeiras, nun gráfico moi xeitoso que distingue por cores o índice de radiación acadado.

Ademais, grazas á información achegada polo satélite, os internautas poden comprobar de primeira man o estado dos ceos, se están despexados ou cubertos para poder tomar as decisión máis oportunas (ir á praia un domingo calquera ou ben quedar na casa vendo Fórmula 1).

Meteogalicia.es permite tamén descargar as predicións do tempo en formato PDF, para que aqueles que emprendan unha viaxe, ademais dos rueiros e do mapa de estradas, leven consigo o mapa meteorolóxico das terras que visiten, que nunca vén de máis.

Información sobre auga, aire, medio natural, indicadores ambientais (novo), plans e programas e sostibilidade local

Tanto a auga, que é un recurso fundamental para a riqueza ambiental, paisaxística e socioeconómica da nosa terra, como o aire que varía amplamente a súa diversidade e concentración en cada época do ano, son dous dos recursos enerxéticos alternativos máis importantes de Galicia na actualidade. O noso deber como habitantes da Terra é protexer os recursos que quedan (logo dunha destrución masiva dos mesmos) e mesmo aproveitar as enerxías renovables que nos achega a natureza para alongar no máximo posible a vida do planeta.

O novo Sistema de Información Ambiental permítenos coñecer o estado do aire a través de 7 captadores distribuídos ó longo da xeografía galega e que, entre outras cousas, ofrecen información da cantidade de alergóxenos que contén o mesmo en cada época do ano.

Asemade, e por outra banda, a rede de Control de Calidade das augas superficiais de Galicia consta de 34 estacións que levan un control exhaustivo da calidade deste recurso na nosa comunidade, ó que se pode acceder premendo a ligazón "auga" na páxina do SIAM, dende a cal tamén se fai un chamamento á cidadanía para que faga un emprego racional deste recurso escaso en moitos puntos do planeta.

Xogos que non dan risa

O Foro Internacional do Videoxogo celebrado na Coruña tomou o pulso do mercado mundial e constatou un incremento dos produtos encamiñados a acadar un mundo máis xusto e solidario

O serious game de IBM para mellorar a eficacia das empresas.

REDACCIÓN

O Foro Internacional do Videoxogo que se celebrou os días pasados na Coruña serviu (entre outras moitas cousas) para poñer de manifesto a seguinte cuestión: o xogo en si mesmo reforza a mensaxe que se transmite e incrementa a marxe de espallamento da mesma. É dicir: é como se a feitura propia do videoxogo, unida ás posibilidades de divulgación das novas tecnoloxías (consolas, computadoras en liña, TV interactiva, etc), servise de altofalante. Tendo en conta isto, non é de estrañar que se teña consolidado nos últimos tempos un fenómeno no que se cadra non repararamos abondo por falta de perspectiva (víamos as moitas partes pero non o alicerce común). Falamos do fenómeno dos *serious games*, videoxogos destinados á educación, á formación e á sensibilización, lanzados por ONGs, institucións públicas, empresas ou particulares, e abranguendo os máis variados obxectivos. Algúns deles son se cadra unha contraprestación ás moitas mensaxes violentas que asolagan unha boa parte dos xogos do mercado convencional, aínda que tamén cómpre advertir que non todos os *serious games* son inofensivos ó cen por cen. É dicir: non é o mesmo que unha organización ecoloxista divulgue a través dun produto de lecer coma este as súas recomendacións para evitar o quecemento da Terra a que unha multinacional lance un programa para formar a traballadores ou aspirantes. Os dous son *serious games*, iso podémolo aceptar, pero probablemente o segundo teña un maior compoñente de inutilidade, e máis se temos en conta o seguinte: que empresas están hoxe dispostas a ceder horas laborais para que os seus empregados xoguen para formarse?

O xogo Food Force achega coñecemento sobre como colaborar co Terceiro Mundo.

Propostas solidarias para un mercado que medra

No marco do devandito foro (organizado a primeira semana de xullo polo Clúster Audiovisual Galego en diferentes espazos achegados por Caixa Galicia) participou unha máis que completa representación da industria mundial do lecer para consolas e máis para computadores. Todos eles coincidiron no mesmo punto: a industria medra a unha velocidade de vertixe, en parte grazas á calidade das propostas, e en parte grazas tamén ó afianzamento de novas canles e soportes para xogar: Internet, TDT, etc. Deste xeito, a previsión é de que a pegada da industria se multiplique por dez antes de que remate a década, e nisto tamén teñen un aquel de responsabilidade a chegada dos *serious games*, que abren novas posibilidades de creación para os estudos. Así, calcúlase que cada vez serán máis as organizacións e as entidades que encarguen produtos de lecer virtual ás empresas que adoitan a desenvolvelos, proceso do que (sinalaron os participantes deste foro), Galiza e a súa nova industria do videoxogo non debe ficar á marxe.

Food Force, a proposta da ONU

O videoxogo *Food Force*, presentado os días pasados na Coruña, forma parte da liña máis solidaria da vaga actual de *serious games*. Certo é que xa ten uns aniños, e na Rede atopamos resencións sobre o xogo que se remontan a 2005, pero tamén é verdade que, como todos os fillos do seu tempo (o tempo 2.0) está suxeito a melloras e traducións, polo que se pode falar dun produto suxeito a constantes presentacións e relanzamentos. Trátase dun xogo humanitario, deseñado para concienciar ós máis novos sobre a fame no mundo e a desigualdade no que se refire ó reparto da riqueza. Detrás do seu deseño está a empresa Deepend-Roma (representada no foro polo seu delegado Mike Harrison), que recibiu o encargo da ONU para dar feitura de videoxogo ó seu programa *World Food Programme*. O produto, que é de balde (a través de www.food-force.com) e que vai orientado a nenos de entre 8 e 13 anos, consiste en poñérmonos na pel dun membro das organizacións que hoxe en día dedican os seus esforzos a axudar ó Terceiro Mundo. Inclúe seis misións. Nelas, poderemos distribuír alimentos ou mediar en conflitos. Nas seis primeiras semanas de "vida" do produto, foi descargado por máis de un millón de rapaces de 40 países. John Powell, director do comunicación do dito programa, sinalou coincidindo co lanzamento que *Food Force* tiña algo que non tiñan moitos xogos dos que se poñen na actualidade no mercado: "*Nel, non se dispara nin un tiro*". No xogo participa Yahoo! de xeito desinteresado, achegando servizos de *hosting*.

Outras iniciativas na mesma liña (ou semellante)

A ONU semella que lle ten collido o gusto nos últimos tempos á práctica de lanzar as súas mensaxes a través dos videoxogos. Non hai moito informabamos nestas mesmas páxinas do xogo *Stop Disasters* (Deteñamos os Desastres) unha proposta encamiñada a poñernos ó alcance da man, vía Internet, métodos para poñer en marcha iniciativas de prevención ante desastres naturais. O xogo colleunos coa garda baixa e chamounos ben a atención polo arriscado dos seus obxectivos: máis ou menos os mesmos cós do parte de novas de La 2 nos seus tempos de meirande gloria. Ou sexa: amosar que os medios de masas non só serven para dar mensaxes de capitulación da esperanza. *Stop Disasters* vai encamiñado a rapaces e rapazas de entre 9 e 16 anos e recrea cinco espazos distintos de catástrofes co fin de axudarnos a paliar os seus efectos: un tsunami, un furacán,

Stop Disasters achega claves sobre como previr e paliar os efectos dun furacán.

un asolagamento, un incendio forestal (apropiado para os nosos cativos) e un terremoto.

Respectando un orzamento concreto, o xogador ten que construír vivendas, hospitais e infraestruturas sólidas nos lugares máis axeitados co fin de salvagardar á poboación.

Ó final do xogo, o usuario obtén máis ou menos puntos en función do número de vidas que logrou salvar logo de que se produza a desfeita.

Podemos ver o xogo en www.stop disastersgame.org.

Da mesma fonte bebe a organización Intermón Oxfam, que recentemente presentou o xogo Refugee, un produto dirixido a chamar a atención do mundo sobre o problema dos refuxiados. A ONG baseouse para lanzar este xogo na seguinte premisa: ós nenos e ós adolescentes cómpre falarlles na súa lingua e, se é preciso, dende aquilo polo que máis devecen. Só así poderemos transmitirlles sen obstáculos certas mensaxes. Deste xeito, a dita organización empregou a estratexia de crear un videoxogo para lanzar o seguinte dato: no mundo viven millóns de refuxiados por mor dos desastres naturais e as guerras.

Outra captura do xogo Stop Disasters

Refugee é un videoxogo para teléfonos móbiles que recrea a vida dunha muller africana, Aissa, que fuxe da súa aldea cos seus fillos debido á seca. No seu camiño, Aissa ten que afrontar tres probas diferentes: cruzar un deserto esquivando minas antipersoa, chegar a un campo de refuxiados escapando da guerrilla e, unha vez alí, obter alimentos para os seus fillos. Máis en www.intermonoxfam.org.

Xogos como unha achega de habilidades

Amais da solidaria, os *serious games* teñen hoxe en día outra gran vertente: a formativa e/ou divulgativa. Un exemplo disto é *Bran Trainning*, proposta do doutor Kawashima para Nintendo DS e que xa foi lanzado hai un par de anos no Xapón, vendéndose en 12 meses a cifra nada desprezable de 2 millóns de copias. O xogo consiste en favorecer o exercicio cerebral en persoas adultas e propón exercicios e adiviñanzas de comprensión. Nesta mesma liña podemos atopar *Emergencia 112* ou *O Desafío de Worky* da empresa Exelweiss: o primeiro deles achega ós usuarios coñecementos sobre como comportarse no caso dunha emerxencia e o segundo sobre como previr accidentes laborais.

Nunha póla diferente da árbore atopamos os "xogos serios" que están a lanzar hoxe en día diversas firmas multinacionais dirixidos a formar traballadores. Casos recentes son os de Intel e máis o de IBM, que coincidiron hai unhas semanas lanzando produtos ben semellantes de adestramento laboral. Intel contribuíu co *IT Manager Game 2.0,* produto en liña para que estudantes de informática e profesionais deste mesmo eido poidan actualizar as súas habilidades. A idea de Intel baséase no seguinte: nos negocios tamén fai falla adestramento, e non só no que se refire á paciencia coa que temos que aturar a unha boa parte das ordes que proceden dos directivos. Para a empresa, é fundamental que nos familiaricemos con cuestións como o control de orzamentos, os ataques en liña de seguridade (cómo previlos) ou a selección do material informático máis axeitado para os nosos futuros compañeiros. O xogo, no que tamén se nos aprenden os mellores métodos para levar a cabo un despido (existe ese método?), ten moitas semellanzas con *Innov8,* unha proposta tridimensional de IBM que, á súa vez, presenta paralelismos con *Second Life*. O caso é que *Innov8* ten o seguinte gran obxectivo: situar a unha persoa de negocios nunha oficina virtual co fin de mellorar a eficacia e rendibilidade da empresa. A primeira versión do xogo estará dispoñible en setembro, e IBM procurará rematar a versión en rede para que os usuarios poidan competir en liña.

O filme Donkey Xote de Filmax virá acopañado do seu videoxogo

Presenza galega no mercado mundial: *SQR, ELE e Donkey Xote*

Se tivésemos que representar graficamente o futuro do mercado do videoxogo teríamos unha gran curva ascendente para a que sería preciso habilitar todo o espazo posible, co fin de que non fuxise polo límite superior ás primeiras de cambio. Así de optimistas nas posibilidades do sector se amosaron os diversos participantes do Foro Internacional do Videoxogo que organizou na Coruña o Clúster Audiovisual Galego: en 2005 o sector tivo en España un beneficio de 863 millóns de euros, superando por exemplo ó cinema, que xerou 623 millóns. O futuro tamén pinta ben para a nosa terra, onde semella que se pode falar xa dunha industria que agroma dende o centro mesmo da innovación. Así, no Foro presentáronse tres interesantes propostas galegas: *SQR, E.L.E.* e *Donkey Xote*. O primeiro dos videoxogos foi dado a coñecer no edificio ITE de Caixa Galicia polo equipo responsable do seu deseño e posta en marcha, a firma Uber Cool Games, pertencente á empresa galega Pixel Graphics. Trátase dun xogo de estratexia por quendas que semella ter xurdido logo dun exhaustivo proceso de estudo das actuais tendencias tecnolóxicas. É dicir: a pouco que nos introduzamos nel poderemos ver unha manchea de detalles vinculados á Rede 2.0, sobre todo na súa arela de facer comunidade. Porén, a proposta da firma UCG adiántase tamén ó seu tempo e engade o que resulta xa imprescindible nun mercado tan competitivo como este do que estamos a falar: o elemento innovador, que viría dado polo feito de ser un xogo operativo en móbiles e Rede, integrando até o máximo as dúas tecnoloxías.

O equipo de Uber Cool Games na Coruña, nunha imaxe de La Voz de Galicia.

Segundo apuntou na Coruña o equipo de UCG, "*trátase dun xogo de estratexia, a medio camiño entre o xadrez e o Pokemon, multixogador, no que podemos atopar cinco clases de personaxes, que terán que descifrar diversas claves para ir adquirindo habilidades de xeito que os personaxes acaden fortalecemento, e coa posibilidade de intercambialas entre os xogadores"*. O produto foi presentado na Coruña por Beatriz Legerén, xerente de Pixel Graphics, que acudiu acompañada do resto do equipo desenvolvedor do xogo: Javier Martín, director de desenvolvemento; José Luis González Castro, responsable de produción do proxecto e José Carlos Bellido, responsable de programación.

A presentación de xogos galegos continuou na xornada do día 4 co desembarco na cidade da Coruña de *E.L.E. (Evento Ligado á Extinción),* un produto desenvolvido de maneira conxunta entre as empresas galegas Continental Games (A Coruña) e Alias 3D (Vigo) e que vén "repartido" en tres entregas que se van lanzar de xeito consecutivo, a primeira das cales fíxose pública en *demo* na pasada edición de Cultur.gal (a Feira do Libro e da Industria Cultural en Pontevedra). Este produto dirixido ó PC, que aplica ó ámbito dos xogos certas estratexias de éxito comúns no cinema actual (por exemplo: a estratexia da triloxía encamiñada a garantir a fidelidade dos seareiros), é ante todo un xogo de acción en primeira persoa, e comeza lanzándolles ós usuarios unha pregunta perante a que moi poucos ficarán indiferentes (se cadra polo que ten de elemento axitador da curiosidade): "*Que pasaría se a esperanza da humanidade medira só medio metro?"*.

Un dos elementos máis innovadores do videoxogo é a súa feitura *cartoon*, que marca distancias coa estética tradicional nestes produtos, máis na liña "realista".

O Foro Internacional da Coruña tamén serviu para acoller a presentación na nosa terra de *Donkey Xote*, un produto que chega de xeito simultáneo cá película do mesmo nome, e que está desenvolvido por Revistronic e Filmax, empresa esta con ampla participación galega. O xogo en cuestión, que se prevé estea dispoñible no vindeiro Nadal para todas as consolas (PC, PSP, PS2, Nintendo DS), constitúe unha experiencia pioneira abonda en España, posto que é a primeira vez que un filme de animación ten o seu propio xogo e con alcance mundial.

Microsoft innova

As novidades tecnolóxicas non sempre acadan o recoñecemento que merecen, especialmente cando veñen da man de grandes compañías coma Microsoft, que teñen certo estigma que as fan pouco populares para o público (que paradoxicamente critica á empresa pese a usar cada día máis os seus produtos) mentres que outros fabricantes teñen seguidores fieis coma se pertencesen a un culto relixioso. Se queremos ser obxectivos temos que aceptar que a compañía de Redmond está a revolucionar distintos ámbitos, xa non só cos seus populares Windows Vista e Office 2007, senón tamén con outros desenvolvementos que nacen en resposta a outros produtos no mercado, pero ós que engade un valor diferencial

MARCUS FERNANDEZ

Mapas cada día máis atractivos

Microsoft anunciou oficialmente a incorporación dunha nova funcionalidade ó seu servizo de mapas en liña, os mapas tridimensionais fotorrealistas, que permiten ver cidades coma New York, Boston, ou Miami en 3D, o que permite pasear voando entre os edificios, o que permite achegar ó usuario un sistema innovador de visitar as cidades.

Este novo xeito de ver as cidades precisa de ordenadores potentes e boa conexión á Rede para poder tirarlle proveito, pero o que si está ó alcance da meirande parte de usuarios é o percorrido de cidades a vista de paxaro, grazas a fotografías aéreas das mesmas que, aínda que non conte cunha oferta de localidades exhaustiva, está a incrementarse enormemente incluíndo non só poboacións dos EE.UU. senón que tamén cidades españolas e mesmo galegas. Así, dende os pasados días podemos empregar o Microsoft Live Search Maps (http://maps.live.com/) para ver as cidades de Vigo, Lugo, Pontevedra e Ourense dende o aire, dando unha imaxe de extraordinario detalle e calidade que mesmo nos deixa ver os monumentos máis representativos destas vilas. A vista aérea fotorrealista é un primeiro paso para as cidades galegas, que é de agardar que no futuro se complete tamén cos mapas tridimensionais que nos permitan voar entre os edificios máis elevados das nosas cidades.

Vista aérea de Lugo dende o Microsoft Live Search Maps.

A tecnoloxía Silverlight probouse para amosar trailers cinematográficos da Fox.

Silverlight: máis interacción para a web

Macromedia levou a animación á web con seu Flash, que foi evolucionando pouco a pouco ata permitir mesmo a reprodución de vídeo á que hoxe estamos tan afeitos con servizos coma YouTube, e Microsoft decidiu que era hora de entrar na creación dunha plataforma de distribución de vídeo na web que sexa universal (soportando tanto os principais navegadores coma ós sistemas operativos máis usados, sen deixar de lado contornos alleos) que se poida integrar en .NET e para o que adaptar as aplicacións do seu Expression Studio de xeito que se poida controlar o resultado que se quere conseguir. Así, nace Silverlight, que aínda está en fase de probas (este verán sairá a súa versión definitiva), e que permitirá non só visualizar vídeo na web (soportando mesmo resolucións de alta definición), senón tamén amosar distintas funcionalidade interactivas propias de aplicacións informáticas (o que axudaría á creación de aplicacións baseadas en web) e mesmo estar preparado para o seu uso móbil, xa que se está a traballar na súa aplicación en terminais con sistemas operativos Windows Mobile e Symbian (as dúas plataformas máis espalladas entre os *teléfonos intelixentes*).

Os exemplo que xa vimos desta tecnoloxía vai dende amosar trailers de películas da Fox ata a galerías fotográficas pasando por xogos, destacando o feito de que Microsoft está a publicar kits de desenvolvemento e exemplos que amosan a potencialidade desta nova solución que aínda que non parecen moi revolucionaria para o usuario, si supoñen un importante paso adiante para os desenvolvedores, que contarán cunha plataforma potente e flexible que lles permitirá a creación de novas aplicacións dun xeito doado, que terá como principal atranco o tempo que tardará en imporse coma un engadido do navegador de uso común (aínda que damos por feito que se incorporará paulatinamente a Windows mediante o servizo de actualizacións automáticas).

Prototipo de Microsoft Surface

Microsoft Surface

Para "*rachar a barreira tradicional entre a xente e a tecnoloxía*" Microsoft preparou Surface, unha especie de escritorio táctil que pode interactuar cos dedos do usuario así como con obxectos que conten con chip de identificación por radiofrecuencia ou outros protocolos de comunicación sen fíos. Nun principio se vai poder ver fisicamente en varios casinos en nalgunhas tendas de telefonía móbil, o que será o achegamento ó público deste tipo de panel que permite unha interacción directa de xeito que se poden mover os contidos en pantalla sen precisar do teclado ou o rato, así como incorpora sensores multi-táctiles e que soportaría un manexo multiusuario. Esta tecnoloxía aínda non está preparada para chegar ó grande público, pero pode supor un adianto do que será o futuro da informática.

Manuel Balseiro, nas instalacións que Coremain abriu hai un ano en Compostela

"Galiza ten capacidade abonda para desenvolver un papel importante no mercado global TIC"

Entrevistamos a Manuel Balseiro, director xeral da galega Coremain, unha das empresas europeas de meirandes expectativas de crecemento de Europa

Se cadra é hora de quitármonos un par de ideas vellas da cabeza: nin Santiago e Galiza son a periferia de nada (e menos aínda agora que se abre camiño, pouco a pouco, a Sociedade da Información) nin as empresas galegas do sector tecnolóxico son menos competitivas có resto das empresas do planeta. O potencial é inmellorable. Para Manuel Balseiro, director xeral de Coremain, a situación está ben clara: estar ou non na periferia xa non ten que ver coa túa situación xeográfica. Depende máis da túa relación de pertenza ó mercado global e mesmo do teu estado de ánimo. Para Balseiro, nin o feito de estar teoricamente lonxe das capitais nin as nosas baixas taxas de desenvolvemento tecnolóxico son escusas válidas para aprazar até novo aviso a conquista de novos mercados. Só fai falla abrir os ollos e (tamén) un pouco máis de apoio institucional.

Web: Http://www.coremain.es

REDACCIÓN

Coremain ten nova sede en Santiago, no Polígono da Costa Vella. É por dicilo así o voso centro de operacións no mundo. A nosa pregunta é: podemos como empresa facer de Santiago o noso centro de operacións no mundo sen risco de ficar á marxe dos acontecementos pola súa suposta situación periférica?

-Na realidade mundial actual importa pouco onde esteas situado, sempre que teñas garantidas as infraestruturas principais de comunicación, tanto de medios de transporte como telemáticas, e a vontade de atender ós teus clientes procedan de onde procedan. A periferia xa non debe entenderse como unha simple coordenada xeográfica senón como unha relación de pertenza ao mercado global no que desenvolvas a túa actividade. Se tes a disposición de participar, estás dentro. Doutro xeito, estarás na periferia. É dicir, illado das oportunidades. Coremain, onde temos unha forte cultura de preocupación polos clientes, e unha mentalidade de facer empresa dentro e fóra de Galiza, non considera que Santiago fique na periferia, e podemos operar globalmente dende aquí.

Hai pouco estivo na nosa terra Rosa García, presidenta de Microsoft, e trouxo unha mensaxe de ánimo para as empresas galegas. Coremain participou neses encontros e, polo que podemos deducir, comparte ese punto de vista positivo da dita multinacional. A nosa pregunta é: de verdade ten Galiza posibilidades de competir no sector?

-Por suposto que si, en Galiza existe un tecido empresarial TIC de calidade que ten capacidade abonda para desenvolver un papel importante, e non só aquí, senón tamén fóra da nosa comunidade autónoma, onde compañías como Coremain e outras moitas xa levan un tempo facéndoo con éxito, gañando proxectos a grandes empresas do sector. Debemos crer que isto é así, que esta é a realidade. Se non comezamos por aí, acompañado todo dun apoio institucional incondicional ó sector, non avanzaremos nunca nesa liña.

Ligando coa anterior pregunta: que é aquilo que as firmas galegas deben termar con forza para acadar por fin a competitividade?

-O sector das TIC en Galiza está absolutamente desprotexido e os prezos son cada vez máis baixos. Ademais, temos que ofrecer unha calidade de servizo cada vez máis alta. Están descompasados a oferta profesional e o que obtemos a cambio dela. E isto é cada vez máis claro na administración pública, onde o prezo está a condicionar case que o 50% das ofertas. Tódolos estamentos da sociedade acordamos en que o sector TIC é un sector sinónimo de xeración de emprego de calidade e con estabilidade laboral, pero non se coida este aspecto dende a administración. As empresas facemos todo o que podemos para mellorar as condiciones laborais dos nosos profesionais e a nosa oferta de servizos, estamos tódolos días pensando nisto como algo estratéxico para nós. Pero, como podemos de verdade ser un sector competitivo, especialmente fóra da nosa terra, se cada ano as marxes dos nosos servizos son cada vez máis baixas, e isto foméntase mesmo dende a contratación pública?

Polo tanto, vostede fala de esforzos conxuntos…

-Si, debemos facer todos xuntos un esforzo por regular dalgunha maneira este aspecto de máxima importancia para, a partires de aí, contar con marxe abonda para incrementar a competitividade: investindo, investigando, innovando…

Coremain aparece cada ano entre as 500 empresas europeas de meirande crecemento. E non o dicimos senón, por exemplo a asociación Entrepeneurs for Growth. Cara a onde vai Coremain? Cales son as expectativas a tódolos niveis (postos de traballo, facturación e actividades de mercado)?

-En Coremain vimos de finalizar unha reflexión estratéxica que, entre outros obxectivos, fornécenos do seguinte: medrar até situármonos de cara ó trienio 2007-2009 arredor dos 25 millóns de euros de ingresos. Como empresa de servizos que somos, isto levará parello un crecemento do noso equipo, que hoxe é de case 280 profesionais, e que podería estar por riba das 350 persoas. Este proceso ímolo sustentar no potenciamento da tipoloxía de proxectos que máis valor achegan á compañía, e en facer un esforzo especial por reforzar mercados fóra de Galiza, nos que xa estamos, como Madrid. Ademais, todo isto tamén pasa por abrir novos espazos de traballo, como o de América Latina, onde cremos que existe oportunidades interesantes para unha compañía como a nosa, e onde estamos a traballar xa nalgunhas accións comerciais concretas.

Que servizos achega Coremain á sociedade galega e máis concretamente ás empresas?

-Dende Coremain pretendemos achegar solucións que axuden a mover de xeito máis eficaz a maquinaria empresarial e de negocio dos nosos clientes. Dende a planificación estratéxica das tecnoloxías da información até os servizos mais básicos de mantemento das infraestruturas informáticas. A nosa tipoloxía de servizos está estruturada en catro áreas de actividade:

· Consultora: servizos de asesoramento en materia de TI, plans de sistemas, Centros de Atención a Usuarios, Centros de Soporte Tecnolóxico, implantación de ERP, etc.

· Software Factory: definición, deseño, implantación e mantemento de aplicacións informáticas. Arquitecturas Java e .Net. Entronos Web. Solucións de mobilidade.

· Tecnoloxía: redes corporativas de datos, redes privadas virtuais, redes sen fíos, solucións de almacenamento, de seguridade, de computación baseada en servidor (Citrix), etc.

· Infraestrutura: computadores persoais, servidores empresariais e periféricos. Dende o asesoramento até a instalación e configuración pasando polo financiamento.

Nós estivemos na nova sede da empresa cando se inaugurou. Ese día, escoitamos o seguinte: o edificio non é só un novo edificio, senón tamén a aposta por un novo tipo de cultura empresarial. O rendemento dunha empresa é directamente proporcional ó acolledor das súas instalacións e do seu ritmo de traballo?

-Penso que a rendibilidade dunha empresa debe basearse na combinación de diferentes factores. Por suposto que o ambiente de traballo e as facilidades que podemos achegar dende as nosas novas instalacións son un elemento diferencial claro que non se oferta en ningunha outra firma do sector en Galiza. De tódolos xeitos, o noso ritmo de traballo, como traballadores dunha empresa de servizos que somos, é importante. Así que debemos ser quen de operar en proxectos interesantes e motivadores para os nosos profesionais e, asemade, sustentar a participación na actividade da compañía nun conxunto de valores cos que sentírmonos identificados. Ó carón do noso Plan Estratéxico, temos revalidado estes valores, que están apoiados en 5 grandes eixes:

· Compromiso e rigorosidade.
· Calidade.
· Traballo en equipo.
· Preocupación polas persoas.
· Preocupación polos clientes.

Recoñezámolo: en materia tecnolóxica e de emprego das redes, Galiza non está ó cen por cen. Neste senso, nós cremos que a culpa é sobre todo dos distintos gobernos e das empresas que subministran servizos de acceso. Pero vós, onde considerades que está a responsabilidade?

-É unha realidade que a situación de Galiza non é nada positiva no senso dos indicadores que manexa a Unión Europea en materia da Sociedade da Información. Dende logo que os gobernos deben levar a cabo un papel irrenunciable de exemplo e de pulo. De exemplo, sendo os primeiros que incorporen as súas organizacións o cambio tecnolóxico e cultural que supón a chegada das novas tecnoloxías con proxectos importantes de investimento que permitan que a administración galega (en tódolos seus estamentos, non só no autonómico) se modernice. E de pulo porque debe axudar a potenciar o uso das TIC nas empresas (por unha banda), o propio sector empresarial TIC (pola outra). Seica isto que digo non é unha novidade, pero é que estou convencido de que temos que ir por aí e, por suposto, resulta imprescindible que se artelle como unha liña de goberno irrenunciablemente estratéxica a consecución de importantes investimentos económicos para a execución de proxectos TIC. É a nosa última oportunidade de atraer a Galiza fondos comunitarios, que só están agardando a que alguén os solicite en base a iniciativas de verdadeiro desenvolvemento de país.

Iván Fociños e Alejandro Aguiar, fundadores de Hospedaxes.

“O concepto de ter unha web por parecer modernos ou por temas de imaxe xa caducou”

Entrevistamos ós fundadores de Hospedaxes; Iván Fociños e Alejandro Aguiar desvélannos o segredo mellor gardado das empresas de éxito: o marketing dixital.

Dende hai uns anos para aquí, os avances tecnolóxicos véñense desenvolvendo a unha velocidade vertixinosa na nosa sociedade. De feito, tanto é así que as novas tecnoloxías estanse a introducir sen reparo nas nosas vidas e mesmo mudan xa o xeito que temos de interactuar cos demais.

Asemade, os hábitos de consumo actuais xa non teñen nada que ver cos de hai tres ou catro décadas e, dende logo, están a anos luz dos dos nosos avós, algo no que influíron marcadamente os medios de comunicación e, sobre todo, os novos medios como a telefonía móbil, a televisión dixital, os videoxogos e, máis ca nada, a Rede, abandeirada da revolución dixital.

Sen dúbida, unha das empresas do noso país que mellor pode amosar a importancia que ten hoxe en día manter unha comunicación fluída e sen atrancos co consumidor a través dos novos medios dixitais é Hospedaxes, empresa galega establecida hai dous anos que se dedica ó deseño de aplicacións web e da imaxe corporativa das PEMES e, como non, ó complicado negocio de vender, neste caso, prestixio en liña.

REDACCIÓN

O marketing dixital vén de dar un salto importante dentro do marketing tradicional pero se cadra en Galicia aínda non somos ben conscientes deste cambio e do potencial existente na Rede. Tendo en conta isto, onde se sitúa o voso mercado?

-A meirande parte dos nosos clientes son de fóra de Galicia aínda que xa estamos a incrementar bastante a nosa carteira de clientes galegos, xa que queremos ofrecer un servizo máis próximo e unha mellor atención.

Sabemos que Hospedaxes lle proporciona ós seus clientes tódolos servizos necesarios para que melloren a súa presenza en Internet pero máis concretamente, en qué consiste exactamente esa actividade?

O noso obxecto é facer webs para empresas, asociacións ou particulares que nolo soliciten, por exemplo www.inmobiliariarocas.com, www.centrosupera.com ou www.asat.es, que aporten valor engadido tanto para a empresa (mellorando a súa produtividade e incrementando as súas vendas grazas ó emprego de técnicas de marketing dixital), como para o visitante, para o cal facemos estudios e tests de usabilidade valéndonos das últimas tecnoloxías e tendencias. Somos unha empresa que se dedica ó desenvolvemento de software baixo IP e cremos na especialización.

Qué lles diriades a todos os empresarios (pequenos, medianos e grandes) que non consideran importante para o seu negocio o feito de ter un espazo na Rede?

-O concepto de ter unha web por parecer modernos ou por temas de imaxe xa caducou. Poucas empresas precisan asesoramento sobre a importancia de ter un espazo na Rede. O maior problema co que nos atopamos actualmente é que os empresarios destinan presupostos baixos para anunciarse en liña e confían máis nos medios tradicionais, incluso para anunciar a súa propia páxina.

Apostades polo galego en Internet?, non credes que cómpre facelo agora máis ca nunca?

-A nosa aposta polo galego pasa por traducir a nosa web na vindeira versión que agardamos por en marcha no verán. Sen dúbida é un tema difícil xa que mentres non exista máis extensión da banda ancha en Galicia non ten sentido que as empresas invistan en contidos en galego.

Poderiamos dicir que existe unha marca da casa “Hospedaxes”? é dicir, hai algo en común entre esas webs das que nos falades e outras nas que tamén traballastes?

-Procuramos manter certos patróns comúns, pero cada traballo é diferente porque é para un cliente diferente e cada cliente ten os seus gustos. A marca da casa ten que ver máis ben cun xeito de traballar que con uns resultados concretos; a atención ó cliente, a preocupación polo deseño visual, a teima polo “*marketing* dixital”... son as nosas principais identidades, o resultado non ten por que ser sempre o mesmo.

Entón, en poucas palabras, na vosa opinión, qué é o que ten que ter unha páxina web comercial para que teña éxito na Rede e cales son aqueles elementos que, baixo ningún concepto, debe ter?

-Nunha páxina comercial é de vital importancia a usabilidade da mesma; neste senso, non hai fracaso maior que un cliente que desiste de mercar algo nunha web na que tecnicamente lle resultou imposible ou se lle puxeron moitas trabas para facelo. Non é cuestión de ser drásticos pero, un visitante só precisa premer o rato unha vez para fuxir dunha web e non volver. Por outra banda, outro dos piares fundamentais para que unha páxina comercial teña éxito é o *marketing*, principalmente o factor de posicionamento en buscadores.

De acordo que un dos factores que máis inflúen na calidade dun sitio web é a usabilidade pero que nos podedes dicir da accesibilidade?, qué estades a facer neste eido?, cara a onde credes que se inclina hoxe a Sociedade da Información en materia de accesibilidade?

-Sen dúbida é un tema pendente na Rede e na meirande parte das empresas de deseño web pero por mor de que os clientes nunca poñen esa condición ou porque non se lle sabe vender a accesibilidade coma un concepto rendible. O que diga que unha web accesible custa o mesmo que unha parcialmente accesible minte ou trata de enganar ó seu cliente. Nós procuramos desenvolver webs parcialmente accesibles xa que así tamén melloramos a usabilidade e o posicionamento en buscadores.

Facedes moito fincapé no concepto de marketing dixital, isto significa que, ademais de facer webs accesibles e con usabilidade, tamén traballades a reo na promoción das empresas na Rede non?

-Si, outro dos eidos nos que máis traballamos é no marketing dixital. O posicionamento en buscadores, saír nos primeiros postos das procuras máis empregadas, é un investimento en publicidade cun altísimo retorno do desembolso realizado. Clientes como Telocompro.es (co que nos traballamos) dobraron as súas visitas en apenas seis meses. Ademais, administramos contas de Google Adwords, xa que o prezo por anunciarse non é fixo, e pode reducirse traballando tanto na calidade do anuncio coma da web.

Entón, cómo se consegue iso?, cómo se consegue que o nome dunha empresa ou dun dos seus produtos apareza máis e mellor situado nas procuras? Podédesnos desvelar o segredo?

-Non hai segredos senón moito traballo. Traballamos na optimización das páxinas conforme ás directrices dos buscadores e á popularidade do sitio web, que se mide principalmente na cantidade e calidade das ligazóns entrantes ó mesmo.

Qué outras cousas, ademais de desenvolvemento web e marketing integral (que non é pouco) lles podedes ofrecer ós clientes que requiren dos vosos servizos?

-Tamén contamos con servizo de *hosting* e rexistro de dominios. Os nosos servidores están ubicados nun *datacenter* de Madrid, polo que o prezo por *hosting* é maior pero permítelle ós nosos clientes cumprir coa LOPD (a Lei Orgánica de Protección de Datos), que prohibe compartir datos con países como os Estados Unidos.

Ademais, estamos comezando a proporcionarlle ás empresas un servizo integral de imaxe corporativa que inclúe o deseño de logotipos, tarxetas de visita, folletos, carpetas...

Moi brevemente, en que consiste esa Lei de Protección de Datos?, qué vantaxes lle achega ó cliente?

-Trátase dunha lei que procura protexer os datos persoais das persoas físicas. Polo de agora non foi aplicada con tódalas súas consecuencias pero pode supoñer o pago de multas cuantiosas. Unha web rexistrada con datos persoais nun servidor aloxado fora de España debe ser notificado e aprobado pola Axencia de Protección de Datos

Traballades a reo para dar a coñecer na Rede as empresas alleas pero, non facedes webs propias?

-Si, tamén desenvolvemos webs propias como www.xpalabras.com e temos en mente outros proxectos que iremos desenvolvendo a medida que procuremos tempo para eles.

Por último, apostades polo I+D?

-Por suposto, aínda que somos unha empresa pequena apostamos forte pola innovación e de feito estamos a preparar dous proxectos en colaboración coa Universidade da Coruña relacionados coa organización e a programación de proxectos dentro das empresas.

A primeira páxina informativa da CRTVG: www.agalega.info

Integrantes do grupo que participou no proxecto da nova web informativa da CRTVG.

• **REDACCIÓN**

Por se o feito de ofrecer televisión en directo dende a Rede non fose pouco, a web da CRTVG ofrece dende hai algún tempo (dende outubro de 2006) a posibilidade de ver "televisión á carta". É dicir: ver dende calquera lugar e a calquera hora do día os programas e capítulos de series xa emitidos anteriormente pola galega. A Casa de 1906, A Revista, A vida por diante, Alalá, Centro de Saúde, Galicia Noticias, Labranza ou Luar son algúns dos programas recompilados polos responsables deste sitio, e que se atopan de balde a disposición de calquera internauta que acceda á ligazón de Televisión á carta desta web.

Mais a nova páxina da CRTVG aínda vai alén e emprega a canle Internet para a difusión da información producida polos dous equipos de redacción informativa da Compañía de Radio Televisión de Galicia. Nela, o internauta ten a posibilidade de combinar un tema (sucesos, deportes, economía, cultura...) cun eido xeográfico determinado (España, Galicia, Santiago...) para obter, deste xeito, as novas do día relacionadas cos criterios seleccionados polo usuario, por exemplo: a actualidade deportiva en Galicia, ou os sucesos máis importantes acaecidos en Lugo. Asemade, o internauta de agalega.info tamén pode realizar procuras de información en función de palabras clave, o que lle permite recuperar tódalas novas relacionadas co seu criterio de busca, é dicir, nunha data determinada ou nun programa informativo concreto. Na actualidade, a páxina conta cun arquivo de vídeos e gravacións sonoras correspondentes ás novas emitidas nos informativos durante os últimos dous meses, tanto da Radio como da TVG.

Unha das ferramentas máis importantes deste novo sitio web, e que non podía faltar na Internet 2.0, é a que achega ós usuarios a posibilidade de enviar vídeos para seren pendurados xunto cos outros contidos e poñelos a disposición do resto de internautas.

Lonxe de quedar estancada, a Compañía traballa agora no desenvolvemento de outras funcionalidades como o acceso ós textos das novas para imprimir ou ós cortes de audio máis significativos da xornada para descargar.

Captura da nova páxina web da CRTVG.

Araceli Gonda, Alfonso Hermida e Begoña Fontenla nunha captura do Telexornal Mediodía.

O nacemento da CRTVG (pioneira nas emisións en directo na Rede)

Marga Pazos, presentadora do Bos Días da TVG.

• **REDACCIÓN**

Moito choveu dende que a TVG botou a andar alá polo 24 de xullo de 1985, pouco despois de que a Radiotelevisión de Galicia, S.A. (ou, como é coñecida popularmente, "Radio Galega"), iniciara as súas emisións en probas, o domingo 24 de febreiro dese mesmo ano, coincidindo co aniversario do nacemento da poeta Rosalía de Castro. Máis de 20 anos de historia recollen os pasos que esta compañía foi dando paseniño no eido audiovisual achegando lecer a xente de aquí e de acolá con todo tipo de programación "feita na casa".

Retransmisións en directo vía satélite, emisións en sistema Pal Plus (a pantalla de formato longo), teletexto en galego, emisións regulares cara América vía satélite, programas de produción propia con altas cotas de audiencia... foron os ingredientes segredos (ou non tanto) que fixeron que en poucos anos a Televisión de Galicia se convertera nunha das principais canles do noso país.

Hai pouco máis de 10 anos, o 17 de maio de 1997, a TVG iniciou as súas emisións regulares por Internet en tempo real, unha iniciativa pioneira en Europa e sétima no mundo que aínda hoxe en día serve como exemplo a seguir por outros medios de comunicación.

Informativos, magazines, deportes, cultura, música, cine, programas especiais... conforman a programación regular desta compañía (tanto da televisión como da radio), o que permite ós telespectadores e oíntes estar ó día na actualidade de Galicia, de España e do mundo, así como pasar un bo anaco de entretemento, sós ou en compañía e dende calquera punto da comunidade.

A día de hoxe, amais das emisións por Internet en tempo real, a TVG emite con tecnoloxía dixital dende máis de corenta centros emisores e reemisores que lle facilitan unha cobertura próxima superior ó 85 por cento da poboación e, pola súa parte, a Radio Galega emite para o 100 por cento do territorio.

galega.info

Novos tempos, novas canles

Carlos Fdez Amado (BOS DÍAS)

Nunha canle como é Internet, cun perfil de usuarios diferente ó da televisión ou a radio convencional, con predominio de xente de menor idade, a Compañía de Radio Televisión de Galicia semella ter feito unha aposta clara e acorde con esta audiencia.

Unha aposta, en definitiva, que os responsables cualifican de "coherente co plan de equilibrio do perfil da audiencia da corporación", que fai de Internet o medio ideal para contactar con novos públicos e comunicar os fondos cambios que se viñeron producindo na programación ó longo dos últimos 2 anos, con apostas dirixidas ó gran público xeneralista, con espazo para tódalas idades e ámbitos xeográficos.

Nesta aposta, a CRTVG parte dunha privilexiada posición de partida, pois a súa web (www.crtvg.es) conta xa na actualidade con máis de 30.000 visitas diarias, unha cifra que practicamente duplica á do pasado mes de outubro na que se recibían 17.000 visitas diarias.

A web da CRTVG engadiu no devandito mes de outubro unha completa oferta de TV e radio á carta que cada día se vai incrementando de xeito progresivo e que fai que a audiencia, lonxe de procurar novas canles, acceda ós contidos que a TVG xa emitiu, ben por recuperalos para velos de novo, ou ben, porque, polo que fora, non puído velos no intre da súa emisión por televisión.

Este tipo de servizos son os responsables de que a web reciba cifras record de visitantes cada día, e a súa fórmula, que é a mesma que se emprega na galega.info, fai –segundo os responsables da cadea- que sexa moi útil á hora de mostrar os contidos en calquera parte do mundo.

Estas cifras, que superan os 424.000 usuarios únicos por mes ó longo de 2007, permiten que a CRTVG goce a día de hoxe dunha posición preferencial en relación ás demais páxinas web de Galicia e en relación á accesibilidade, segundo as webs especializalas en medila unha das primeiras de España.

A continuación lóxica deste proceso non podía ser outro que a creación dunha páxina informativa con contidos só relacionados coas noticias emitidas polos telexornais da radio e a televisión de Galicia.

Un servizo que xa viña precedido, ademais, dunha páxina especial con información relativa ás eleccións municipais 2007, e que rexistrou un número de visitas record de máis de 20.000 entre os días 27 e 28 do pasado mes de maio.

A visualización dos vídeos de ámbalas dúas webs realízanse mediante a técnica do streaming, o que permite o acceso ás imaxes sen esperas e de xeito inmediato á emisión gravada, xa que non produce descarga efectiva no computador. Na actualidade, son accesibles case 50 programas da TVG e o conxunto da programación emitida na Radio Galega ó longo da última semana. Exclúense desta listaxe as retransmisións deportivas, o cine e as series de produción allea, en base á normativa sobre os dereitos de autor.

Este novo servizo converte ás dúas páxinas web da CRTVG entre as máis interactivas de todas as existentes no eido da televisión en España, xa que por unha banda www.crtvg.es ofrece a posibilidade de ver e escoitar a TVG e a Radio Galega e www.agalega.info permite acceder ós vídeos "á carta" dos últimos telexornais e boletíns informativos das mesmas canles.

Nun contexto onde os contidos autidovisuais representan un elemento clave para o éxito dun portal web, a web acabada de crear (agalega.info), ó igual que a vella compañeira de batallas, crtvg.es, contará cun nivel de contidos e de audiencia que lle permitirá afrontar o futuro con gran optimismo.

Ana Pérez e Patricia Vilar, presentadoras do Telexornal Serán.

Historia da web www.crtvg.es

1995

En xullo de 1995, a TVG converteuse nunha das primeiras empresas públicas de comunicación que tiña presenza na Rede. A súa páxina recollía daquela os telexornais da TVG e da Radio Galega, información salientable das dúas empresas e un vídeo corporativo a disposición duns poucos privilexiados que por aquel entón podían gozar dunha boa conexión a Internet.

1996

Dende xullo de 1996, a CRTVG conta cun servidor propio en Internet e, dende el, achega difusión da información, da programación e do correo das canles internacionais da Televisión Galicia TV, da TVG e da Radio Galega. Foi por iso polo que en xaneiro de 1997 resultou finalista ao premio Mellor Servidor de Europa pola Empresa OnLine. Asemade, o servidor da CRTVG foi elixido como Web Recomendada por Galicia Online pola súa calidade, deseño, defensa do galego e promoción do país o 17 de abril de 1997.

Nese mesmo ano, a CRTVG iniciaba as súas emisións experimentais de televisión por Internet e o 25 de abril ofrecía por primeira vez vídeos entre os seus contidos; ditas gravacións correspondíanse cunha entrevista a Ánxel Fole, un vídeo-clip do Xabarín Club e un vídeo de promoción da Televisión de Galicia e da Radio Galega.

Non pasaría nin un mes antes de que o servidor da CRTVG iniciara as súas emisións regulares de televisión en tempo real ás cero horas do día 17 de maio de 1997, coincidindo co Día das Letras Galegas.

Esta páxina web converteríase cos anos nunha verdadeira colleitadora de premios e galardóns, entre os que cómpre destacar: o premio MIDIA 97 á innovación tecnolóxica, o premio Galicia Hoxe de Radio Colonia de Buenos Aires, polo

En xullo de 1995, a TVG converteuse nunha das primeiras empresas públicas de comunicación que tiña presenza na Rede. A súa páxina recollía daquela os telexornais da TVG e da Radio Galega, información salientable das dúas empresas e un vídeo corporativo a disposición duns poucos privilexiados que por aquel entón podían gozar dunha boa conexión a Internet.

Dende xullo de 1996, a CRTVG conta cun servidor propio en Internet e, dende el, achega difusión da información, da programación e do correo das canles internacionais da Televisión Galicia TV, da TVG e da Radio Galega. Foi por iso polo que en xaneiro de 1997 resultou finalista ao premio Mellor Servidor de Europa pola Empresa OnLine. Asemade, o servidor da CRTVG foi elixido como Web Recomendada por Galicia Online pola súa calidade, deseño, defensa do galego e promoción do país o 17 de abril de 1997.

Nese mesmo ano, a CRTVG iniciaba as súas emisións experimentais de televisión por Internet e o 25 de abril ofrecía por primeira vez vídeos entre os seus contidos; ditas gravacións correspondíanse cunha entrevista a Ánxel Fole, un vídeo-clip do Xabarín Club e un vídeo de promoción da Televisión de Galicia e da Radio Galega.

Non pasaría nin un mes antes de que o servidor da CRTVG iniciara as súas emisións regulares de televisión en tempo real ás cero horas do día 17 de maio de 1997, coincidindo co Día das Letras Galegas.

Esta páxina web converteríase cos anos nunha verdadeira colleitadora de premios e galardóns, entre os que cómpre destacar: o premio MIDIA 97 á innovación tecnolóxica, o premio Galicia Hoxe de Radio Colonia de Buenos Aires, polo labor desenvolvido a prol da difusión de Galicia no mundo, o premio Galicia de Comunicación polo labor de difusión da imaxe de Galicia no mundo, o premio Nuevos Lenguajes de Periodismo da Fundación Coca-Cola España, o premio Irmandade do Libro pola Federación de Editoriais de Galicia polo fomento do libro galego a través da Rede...

1997 foi sen dúbida un ano grande para esta compañía. O 24 de xullo dese ano, comezou a estar operativa a cámara móbil instalada na Praza do Obradoiro de Santiago de Compostela, a primeira deste tipo en España e que, segundo a Web Guiar de Arxentina, era neses intres a cuarta cámara web máis visitada en Internet.

1998

Xa en 1998, o servidor da rede da CRTVG, continuando co proxecto de realidade virtual iniciado no Obradoiro, pon en marcha un servizo que permite a visita en liña das instalacións da radio e a televisión de Galicia, o primeiro deste tipo levado a cabo en España.

En maio dese mesmo ano, a web da CRTVG mudou o seu deseño de páxina, introducindo o sistema dhtlm e incorporando o servizo de noticias de Galicia da axencia Europa Press. Non tardarían entón en chegar de novo os premios, neste caso, o sitio web da galega recibiría o Premio Galicia de deseño 1998 outorgado pola empresa Lugo-com ás mellores webs galegas.

1999

O 28 de febreiro de 1999, data histórica para a web da CRTVG, o servidor supera os 35.000.000 accesos dende a súa posta en marcha en xullo de 1996 e, dende aquela até a actualidade, non perdería a posición de privilexio de máis accesos entre as webs galegas, sendo a páxina máis visitada de Galicia.

E non era para menos xa que, á segunda cámara web situada na Praza da Quintana e ás do interior da catedral, seguiríanlle outras cámaras (até completar as 35 da actualidade) que emitían en Rede dende Fisterra, O Cebreiro, Cabeza de Manzaneda, Ferrol, A Coruña, Lugo, Pontevedra, Vigo, Baiona, Tui, Sanxenxo, O Grove, Verín e outros puntos estratéxicos da xeografía galega.

A importancia desta web chegou a tal punto que a revista La Red do mes de novembro de 1999 consideraba á páxina da CRTVG como unha das vintecinco que fixeron historia en Internet en España.

2001

O ano 2001 tamén foi un ano importante para a web da CRTVG; nesa ocasión superou os 200 millóns de visitantes dende a súa posta en funcionamento e en maio presentou máis de 100.000 páxinas de novos contidos. Mesmo, o día 8 de outubro dese ano, a Comisaria Europea Loyola de Palacio inaugurou o Punto de Información ó Cidadán coas cámaras web da CRTVG.

2003

Coincidindo co día de Galicia, o 25 de xullo de 2003, presentouse en público a nova imaxe de www.crtvg.es e, entre outras cousas, engadiuse a ligazón Persoeiros, que incluía as biografías dos galegos máis salientables nos seus ámbitos.

2004

Paralelamente á TVG, que en 2004 incluía as súas emisións da Canle Internacional Galicia Televisión en Imagenio, tamén a Radio Galega ía dando os seus pasiños na Rede, e en marzo de 2004 iniciaba a emisión en directo, a través de Internet, da canle dixital Radio Galega Música.

2006

25 de setembro de 2006, de acordo co cambio integral da imaxe corporativa da entidade, a CRTVG presentou o deseño que presenta na actualidade a web www.crtvg.es.

2007

Nacemento da primeira páxina informativa da CRTVG: www.agalega.info.

agalega.info

Reto tecnolóxico

Se ben a TVG vén a emitir dende hai moito tempo a través da Internet (comezou en 1997, converténdose na primeira televisión europea en facer tal), a demanda crecente deste tipo de servizos supón todo un reto, xa que atender ás peticións dos usuarios precisa duns recursos elevados, de xeito que hoxe en día xa hai un 85.000 usuarios mensuais do servizo que consumen 1,2 Tb de transferencia de datos ó mes só para o servizo de televisión en directo. Tamén resultan impresionantes os resultados da radio en liña, que ten uns 40.000 usuarios ó mes que consumen uns 566 Gb de transferencia.

Pero outro servizo que está a gozar de moita demanda é a televisión á carta, que xa consume 1,3 Tb de transferencia ó mes, dende o que a TVG tamén inclúe os seus informativos, pero que con Agalega.info potenciarán, polo que se prevé un incremento do consumo, debido especialmente a que se flexibiliza o acceso ós contidos, de xeito que os usuarios non só poden acceder a un informativo en concreto, senón que teñen á súa disposición cada unha das novas por separado, podendo incluso navegar entre as mesmas e realizar buscas grazas a un sistema baseado en software libre (desenvólvese nunha plataforma baixo o sistema operativo Debian con programación PHP e MySQL) que deste xeito achégase a moitos máis usuarios e subministra un valor engadido ás novas, non só coa actualidade, senón co acceso a información de días anteriores, converténdose en toda unha ferramenta informativa moi atractiva.

Os vídeos da TVG circulan ata os servidores de Akamai, dende os que se replican e redistribúen por todo o mundo garantindo o soporte de milleiros de conexións simultáneas.

Akamai

A complexidade da Internet fai que o acceso ós contidos sexa moi desigual xeograficamente, polo que existen plataformas desenvolvidas por todo o globo que se dedican a almacenar contidos de xeito intermedio para atender as demandas localmente (mellorando a calidade e garantindo o servizo).

A CRTVG apostou pola empresa Akamai (compañía que actualmente xestiona o 20% do tráfico da Internet) para atender a demanda do vídeo a través da Rede, de xeito que tanto a televisión en directo coma os clips de vídeo baixo demanda se almacenan nos servidores de Akamai para servilos indirectamente por todo o mundo, o que fai que poidan soportar unha carga moi importante. Así, por exemplo, o día das pasadas eleccións municipais, a TVG acadou picos de 2.500 conexións simultáneas sen que se producise ningún problema.

Akamai convértese no distribuidor dos vídeos da TVG na Internet, o que é unha garantía de bo funcionamento, que resulta especialmente importante para os galegos na diáspora, pois accederán ós contidos de vídeo da Televisión de Galicia dende equipos situados nos seus países (garantindo unha boa conexión).

O obxectivo de acadar que unha televisión galega se globalice dun xeito robusto é unha proba superada. En breve, este servizo sairá a concurso público.

Patricia Vilar, presentadora do Telexornal Serán.

agalega.info

MANUEL PARÍS

Como se desenvolve a innovación dende a empresa?

-Non hai dúbida de que a investigación aplicada, o desenvolvemento tecnolóxico e a innovación constitúen un dos piares fundamentais do desenvolvemento económico dunha sociedade moderna. Non obstante, a I+D medra e dá froito na medida en que a propia empresa é innovadora, empregando o devandito termo nun senso amplo. A innovación, como concepto empresarial non meramente tecnolóxico, é condición necesaria para unha I+D eficaz, pero a experiencia amosa que, a miúdo, resulta difícil visualizar a innovación neste senso global.

A innovación na empresa desenvólvese sobre a base dun sistema holístico, integrado por unha serie de elementos que interaccionan de maneira complexa e sinérxica. Grande parte dos fracasos nos esforzos por manter viva a dinámica da innovación derivan precisamente dunha visión excesivamente parcial.

Que papel teñen os profesionais no proceso de innovación?

-Hai que ter en conta que a innovación xurde, ante todo, das persoas. Nas persoas reside a creatividade, o espírito crítico e o coñecemento, que se consideran elementos claves no proceso. A creatividade e o espírito crítico deben apoiarse sobre unha base sólida de coñecementos e experiencias. A innovación e o desenvolvemento do coñecemento son, neste senso, as dúas caras dunha mesma moeda. De tódolos xeitos, para que realmente poida xurdir a innovación é preciso o espírito emprendedor que conduce a poñer en práctica as ideas.

A organización e os seus métodos de xestión deben facilitar os comportamentos innovadores. As estruturas orgánicas, flexibles e planas, así coma o traballo en equipos multidisciplinares que permitan o fluxo de coñecemento son condición necesaria, ainda que non suficiente, para a innovación.

Fálase da innovación como un proceso estratéxico nas organizacións. En que se traduce esta idea?

-A innovación debe conectarse á estratexia, ser un camiño para a creación permanente de vantaxes competitivas. Pero ademais a estratexia dunha empresa innovadora debe ser flexible, facilitando en todo momento a integración de tácticas emerxentes como resposta a oportunidades inesperadas.

Visualizar a innovación como un proceso estratéxico de negocio é condición indispensable para poder xestionala de forma sistemática. Nas empresas baseadas na tecnoloxía, o núcleo do sistema de innovación está consituido polo proceso de innovación tecnolóxica -I+D+i-. É fundamental identificar este proceso, sistematizalo e sometelo a un sistema de medida e mellora continua. Nos últimos años desenvolvéronse modelos específicos, orientados a facilitar unha xestión eficaz do proceso de innovación tecnolóxica en empresas industriais, entre os que cómpre destacar o novo conxunto de normas UNE 16600X, que vai collendo unha crecente importancia. Estas normas cubren non só o sistema de xestión da I+D+i (UNE 166002) de xeito compatible cos outros estándares de xestión da calidade e do medio ambiente, senon tamén a xestión dos proxectos de I+D+i (UNE 166001), factor clave en relación ao financiamento público e á fiscalidade da I+D+i. Non obstante, hai que admitir que aínda queda bastante por facer no eido das empresas de servizos.

Cal debe ser o perfil da empresa innovadora? Cómo se integra a innovación no sistema de xestión das empresas?

-A innovación é o resultado de múltiples interaccións non lineais, que xeran un caos creativo -caos na acepción científica desta verba- do que emerxen novos xeitos de orde. Podería dicirse que a innovación é, na súa meirande parte, orde á beira do caos. Unha empresa cunha organización excesivamente formalizada e ríxida dificilmente innovará, pero unha empresa desorganizada, con comportamentos aleatorios, non terá menos dificultades para innovar. A innovación prodúcese no punto medio entre estas dúas situacións; a empresa innovadora está, pois, de maneira permanente nunha situación de equilibrio inestable.

Polo tanto, é preciso que a innovación se produza a todos os niveis, pero tamén o é que se xestione sistematicamente a alto nivel. Para elo deben implantarse sistemas de xestión da innovación adecuados á realidade de cada empresa.

Aineto nunha xornada celebrada recentemente en Santiago de Compostela.

Xavier Aineto, director de Innovación de IDOM

"A estratexia dunha empresa innovadora debe ser flexible"

Entrevistamos a Xavier Aineto, director da área de Innovación Tecnolóxica de IDOM, unha das firmas de enxeñería máis importantes da nosa Comunidade.

Xavier Aineto é un dos maiores expertos no Estado español en materia de innovación empresarial. Doutor enxeñeiro industrial pola Universidade Politécnica de Catalunya (UPC), comezou a súa andaina profesional en Pegaso hai máis de vinte anos. Posteriormente foi un dos emprendedores pioneiros do Parque Tecnolóxico do Vallés, onde desenvolveu un intenso labor en proxectos de I+D e innovación, especialmente para os sectores de automoción e bens de equipo. Na actualidade dirixe a área de Innovación Tecnolóxica de IDOM, unha das máis importantes firmas de enxeñería da nosa Comunidade Autónoma. Aineto compaxina o seu quefacer profesional coa súa vocación académica. O pasado 31 de maio participou en Compostela na xornada "A empresa ante o reto da innovación", que se celebrou na sede da Fundación Empresa-Universidade Galega (FEUGA).

Web: Http://www.idom.es

E-vacacións aptas para todo tipo de petos

Se non sabes que facer co teu tempo de lecer de verán nin onde comezar a preparalas, poida que esta reportaxe sobre a Rede non sexa a resposta a todas as túas preguntas, pero tamén é posible que che deixe máis tranquilo/a

RAQUEL NOYA

A medida que nos adentramos no verán, o número de individuos que (coma min) miran o calendario de xeito ininterrompido (como querendo acelerar o paso do tempo) increméntase a un ritmo frenético. A cousa está clara: faga bo tempo ou non, o que máis e o que menos gustan de desconectar unha tempada do frenético ritmo de vida ó que están sometidos e perderse por algunha paraxe descoñecida na que poder pensar en calquera cousa que non sexa nin traballo nin ningún outro substantivo que se asemelle.

Atrévome a dicir incluso que, a estas alturas do ano, son poucos os que aínda non entraron caladiñamente nalgunha páxina web de ofertas de viaxes ou de localidades interesantes para visitar no estío na procura dalgún lugar ideal para pasar as vindeiras vacacións, sos ou en compañía.

Este ano, igual que nos anteriores, Internet segue a xogar un papel fundamental á hora de planificar as nosas actividades de lecer no tempo que empreguemos para ficar lonxe do traballo, e aínda que moitos xa decidiran (ou decidiran por eles) onde van pasar os seus días de descanso, outros moitos aínda estarán hoxe a procurar ideas para non ter que quedar outro ano á sombra dos arbustos da alameda da súa vila.

Cómpre que estes últimos saiban (antes de ir á axencia máis próxima e gastar máis da conta) que Internet abarata o custo das vacacións (ou polo menos axuda a atopar algo máis barato) xa que a venda directa a través da Rede permite eliminar intermediarios; no sector turístico este fenómeno permitiu que as pequenas e medianas empresas operen directamente cos clientes a nivel internacional rompendo a hexemonía tradicional das grandes axencias de viaxes. Isto non só provocou un incremento das ofertas senón que, ademais, permitiu que fose máis sinxelo comparar as distintas posibilidades e prezos.

Planificar as vacacións por Internet

Os billetes de avión a baixo prezo están a ser (un ano máis) o gran fenómeno da tempada. As compañías que operan por este sistema, como poden ser Ryanair (rayanair.com), Air Berlin (airberlin.com), Easyjet (easyjet.com) ou Vueling (vueling.com), non só permiten viaxar a prezos moi baixos (incluso ó estranxeiro) senón que tamén están a mudar para sempre o funcionamento do transporte aéreo internacional, provocando que as grandes compañías de voo teñan que facer reformas na súa política para abaratar custos e poder seguir competindo no mercado.

O incremento das ofertas en Internet tamén facilita que nós mesmos organicemos as nosas vacacións sen necesidade de mercar un paquete completo nalgunha axencia de viaxes, pois -por exemplo- podemos reservar os billetes de avión directamente en calquera compañía aérea e a continuación procurar o aloxamento a través da web en calquera dos hoteis (ou hostais para os petos menos folgados) da cidade.

Internet tamén pode poñernos ó alcance da man outros servizos como a busca do medio de transporte máis oportuno e económico para desprazármonos pola cidade, planificar rutas de tren por Europa, consultar rueiros dos lugares que visitemos, buscar datos sobre o noso destino, comprobar o estado do clima antes de partir ou mesmo (xa postos) procurar compañía na zona a través do chat para saír de *marcha* (pero ese xa é outro tema que vai alén do simple turismo).

Semella que as viaxes se están a consolidar como un dos negocios claves en Internet e, de seguro, vaise converter moi cedo na opción preferida dos turistas para escoller destino, xa que a confianza no comercio electrónico non cesa de aumentar a medida que pasamos máis e máis tempo navegando pola Rede e, a día de hoxe, xa empregamos esta ferramenta para solucionar cada vez máis necesidades cotiás.

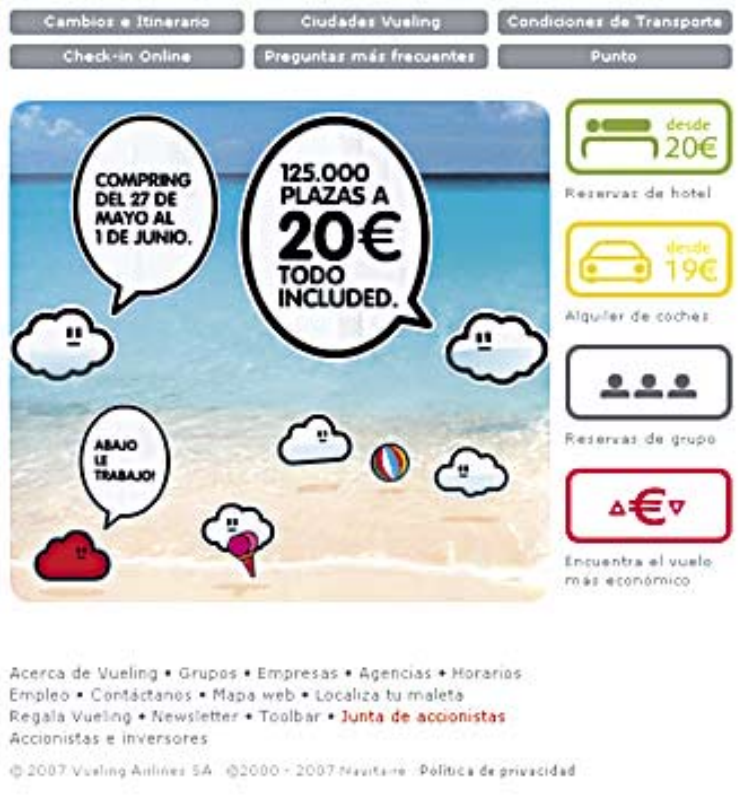
Non é de estrañar pois que a Rede estea a incidir sobre o *modus operandi* co que algúns cidadáns organizamos, xestionamos e administramos as nosas vacacións. A apertura das fronteiras nun mundo cada vez máis globalizado e a tendencia no noso país a viaxar cada vez máis, fai que medios coma este cobren unha especial relevancia.

A proximidade do medio, a facilidade do seu funcionamento e o seu emprego xeralizado, fan que este ano Internet adquira un papel relevante e fundamental no poder de decisión de millóns de cidadáns.

Segundo indica un informe do Observatorio Español de Internet (obs-internet.com), na actualidade o 50 por cento dos españois que viaxan manteñen ou mantiveron algún contacto previo con Internet. Algunhas operacións como consultar imaxes, fotografías, planos, rueiros... ou ben atopar información sobre algún país, rexión ou destino son as máis habituais. Este tipo de internautas son os chamados "turistas virtuais", persoas que non confían abondo en Internet como para deixar os seus datos bancarios alí postos pero que, porén, empregan a proximidade do seu equipo informático para localizar información, imaxes, mapas e datos sobre o seu destino vacacional co que tanto veñen soñando (as máis da veces espertos) nos meses previos á viaxe.

O dito informe tamén asegura que *"as vendas en liña no sector turístico multiplicáronse por 2 tan só nun ano"* e o Observatorio destaca o gran espallamento da burbulla turística na venda de billetes de avión a baixo prezo. Así, segundo o mesmo, *"rematou a época na que unicamente os grandes maioristas de viaxes e vacacións acaparaban o mercado publicitario. A televisión e os tradicionais catálogos xa non dominan todo o mercado da publicidade no turismo e xa non inflúen no poder de decisión coa mesma hexemonía que o facían antes. Son numerosas as pequenas empresas hoteleiras ou compañías aéreas que ofrecen servizos a moi baixo custe e que son igualmente localizadas polos usuarios que procuran este tipo de páxinas coa mesma accesibilidade que o farían para atopar grandes páxinas do sector."*

É por iso que a compra de produtos vacacionais supera xa ós produtos de lecer e música que, tradicionalmente, viñan ocupando a primeira posición en Internet, mudando deste xeito as tendencias nas procuras en liña, así como os hábitos de consumo dos usuarios españois da Rede.



As novas tendencias e motivacións no sector turístico en liña

A compra de produtos vacacionais supera xa ós produtos de lecer e música que, por tradición, viñan ocupando o primeiro posto en Internet. Isto é debido á oportunidade dixital que representa poder mercar un billete de avión por menos de 100 euros, factor de gran atractivo para moitos usuarios.

O baixo prezo nas ofertas, a eliminación de intermediarios e a proximidade do medio actúan como fenómenos decisivos no éxito do turismo en liña.

Os billetes de avión a baixo prezo perfílanse como o produto turístico máis vendido por Internet (35 por cento), seguido das reservas hoteleiras (34 por cento) e os paquetes vacacionais (10 por cento).

Mentres que en 2005 existían no territorio virtual español uns 700 portais dedicados á venda de produtos turísticos, na actualidade existen uns 1.500 sitios web deste tipo.

Constátase unha tendencia cada vez maior a que os cidadáns autoorganicen a súa viaxe afastándose dos paquetes de vacacións enteiros, para o que se apoian no emprego da Rede. Ademais, a facilidade de empregar este medio fai que o español medio teña cada vez menos medo a viaxar e a contratar as súas vacacións por medio de ofertas en liña que non requiren da presenza dun intermediario físico.

Até un 60 por cento dos cidadáns que viaxan ó estranxeiro fano coa axuda total ou parcial de Internet, ben sexa pola compra dun paquete turístico ou ben dalgún servizo complementario que poidan empregar no lugar de destino (hotel, coche de aluguer, entradas a monumentos...).

España é un dos países que máis servizos de lecer consume. O OEI estima que en todo o país existen arredor de 7 millóns de turistas en liña.

O sector público dispara a súa presenza en Internet: concellos, rexións e autonomías xestionan sitios web dedicados a promover o turismo da zona.

Internet tamén mudou os modos de organización do turismo e, por exemplo, podemos ver webs dirixidas a poñer en contacto persoas de diferentes países que queren realizar intercambios xuvenís en épocas de descanso, webs especializadas na aprendizaxe de idiomas no estranxeiro ou axencias en liña que a cambio de pago de cotas achegan a posibilidade de traballar fóra do país de orixe

ou aprender un idioma mentres se traballa.

Uns 30 anos atrás, había certa tendencia a facer viaxes de vacacións de máis de 25 días. Hoxe en día, o 80 por cento das viaxes adoitan ter unha duración estimada inferior ós 15 días. Esta tendencia ó cambio significa que preferimos xa coñecer un país estranxeiro durante uns poucos días gastando o mesmo diñeiro que gastariamos nas tradicionais vacacións de estío na segunda residencia ó longo dun mes enteiro.

As estatísticas indican que o 50 por cento dos cidadáns que marchan de viaxe aínda o fan á segunda residencia, un 25 por cento viaxa ó territorio nacional e o restante 25 por cento viaxa fóra das fronteiras.

Este verán, os cidadáns volverán formar longas ringleiras perante os mostradores dos aeroportos e de novo facturarán as súas maletas hora e media antes de despegar de terra; aparentemente todo segue sen cambios, pero o billete virtual marca a diferenza, xa que é un factor que esperta moita inseguridade nos novos compradores polo feito de ter que preparar unha maleta sen ter un billete na man (un fenómeno por outra banda cada vez máis habitual). Esta circunstancia esperta o medo ó fraude, tan temido en Internet, polo que o Observatorio Español de Internet vén de elaborar unha listaxe de consellos para evitar ser enganados.

Consellos para non ser enganado na adquisición das viaxes por Internet

- Non mercar nunca unha viaxe en liña realizando o pago por transferencia bancaria a 20 díxitos, pois trátase dunha operación sen retorno na que os cartos non se poden recuperar. O mellor é facer o pago mediante tarxeta de crédito (16 díxitos) xa que sempre se pode dar unha orde de non pago e recuperar o diñeiro no caso de non recibir o produto, billete, reserva hoteleira...
- É aconsellable confirmar a identidade da axencia de viaxes, comprobar que posúe algún dato de identificación visible ou (en todo caso) optar por aquelas que mostran algún dato complementario de contacto como un teléfono onde poder escoitar unha voz ou outros apoios comerciais.
- Cómpre confirmar se se trata dunha axencia nacional ou doutro país, xa que é moito máis complicado reclamar neste último e posiblemente as axencias do lugar estean suxeitas a outras normativas, amais da dificultade legal, idiomática e de lentitude na xestión da reclamación.
- Sempre é importante contrastar a información. Cómpre non esquecer que Internet é un medio ideal para aqueles que queren maquillar ou disfrazar os seus produtos (existentes ou non), mostrando fotografías que non se corresponden co destino ou paisaxes ofrecidos nun principio.
- É moi práctico asegurarse de ler ben a letra pequena do contrato e non deixarse levar por debuxos, ilustracións ou fotos suxestivas das praias ou paraxes idílicas, decote as fotografías son de arquivo e non teñen relación co lugar real, e, ademais, no contrato soen existir cláusulas de difícil rescisión que non cobren tódolos seguros médicos ou outros seguros en caso de incidencias.
- Cómpre sempre comparar ben os prezos e non precipitarse nas compras así como non fiarse das cifras escandalosamente baixas pois poden tratarse de fraudes doados.
- Hai que desconfiar dos métodos como a transferencia bancaria e pagar con tarxeta de crédito sempre que sexa posible.
- O fraude no sector turístico en liña tamén evoluciona á par que o consumidor. O *spam* turístico é unha modalidade que se incrementa cada día. Sempre que nos anuncien viaxes a prezos ridículos ou nos ofrezan desprazamentos gratuítos con estancias en hoteis de luxo, hai que desconfiar e asegurarse ben de que non se trata dun fraude.

Non se debe chamar nunca ós 906 que acompañan ás mensaxes, pois son teléfonos que adoitan a prolongar os seus discursos para sacar o máximo de diñeiro ó usuario e non pórlle ó seu alcance viaxe algunha.

Segundo o informe *e-viaja* elaborado polo Observatorio Español de Internet, "*na actualidade, 1,5 millóns de persoas contratan algún produto turístico por Internet e 1 de cada 3 turistas que viaxa xa o fai co* low cost *ou billetes de avión a baixo prezo*". A que se debe que a xente merque estes produtos turísticos por Internet con tantos folgos e entusiasmo? É que antes da aparición da Rede non existían os avións? Evidentemente non é isto, pero a resposta e máis complexa do que pode parecer a simple vista.

Os responsables do devandito informe *e-viaja* aseguran que un dos factores de éxito do turismo en liña é a incorporación de novos perfiles de consumidores ó sector de compra. Hoxe en día, é moito máis barato viaxar que tres ou catro anos atrás e, grazas á Rede, o mundo fíxose moito máis cativo, ó permitir que o mercado deixara de empregar prezos monopolizados por grandes multinacionais.

Esa é a grandeza de Internet, permitir que persoas anónimas ou pequenas compañías familiares creen o seu propio sitio web para dar a coñecer os seus produtos, ideas e servizos con presupostos á medida de tódolos petos (tanto de humildes obreiros como de grandes empresarios de economías moi desafogadas).

Votar en liña: un caramelo para os internautas

A selección das Sete Novas Marabillas do Mundo na Internet (que culmina o 7 de xullo) dános pé para falar do moito que nos gusta participar nestes procesos

Cada vez é máis frecuente que os internautas empreguen a Rede para participar de xeito conxunto en certames multitudinarios ou no encumbramento colectivo de cousas e asuntos máis ou menos útiles. A elección das Sete Novas Marabillas do Mundo (que se presentan oficialmente a principios de xullo en Lisboa e na que xa deron a súa opinión máis de 45 millóns de persoas) é un bo exemplo disto. Pero hai máis.

A Alhambra de Granada, vista no caderno de Til213 en Flickr.

F.S.

Que é máis fiable, unha votación na que participan 45 millóns de persoas de todo o mundo ou unha na que participan, como moito, 20 sabios? A Sociedade da Información, debería servir para algo máis útil que para elixir en liña os lugares de meirande interese turístico do planeta e así contribuír ó espallamento da venda de *souvenirs*? É probable que estas preguntas fiquen para sempre sen resposta, polo menos sen a resposta directa dos responsables de New7Wonders Foundation, a organización que propuxo na Web (www.new7wonders.com) a elección das 7 Novas Marabillas do Mundo e que vén de facer reconto en Xenebra do acadado ata o día de hoxe.

Así, fixeron fincapé en que na campaña de votación en liña xa participaron máis de 45 millóns de persoas e que a web na que se fai a selección e se achegan datos sobre as "marabillas candidatas" (entre as que non atopamos ren da nosa terra, e se cadra é mellor así, tendo en conta o cinguida que vai a masificación turística á presión sobre o solo e ó afianzamento de novos tipos de escravización laboral nas tendas de figuriñas e camisetas) xa se atopa na actualidade entre as máis visitadas da Internet, por diante dos espazos en liña das Nacións Unidas, Coca Cola, a FIFA ou Levi´s.

Na exitosa páxina podemos atopar información sobre as 21 xoias arquitectónicas que concorren no concurso, entre as que finalmente non aparece a Alhambra de Granada, malia figurar como avantaxada en moitas das apostas previas. Detrás deste proxecto está Bernard Weber, un cidadán suízo que logo do esnaquizamento dos budas xigantes de Bamiyán (en Afganistán) quixo sensibilizar ó mundo en materia de conservación do patrimonio empregando a fondo as plataformas de comunicación que máis posibilidades teñen (precisamente) de chegar ó mundo de xeito máis eficaz: as redes. Segundo apunta a fundación que dirixe, a participación dos internautas está a ser moi entusiasta, e isto débese sobre todo (na súa opinión) a que para moitos cidadáns decidir sobre cuestións tan salientables coma este non é algo que aconteza todos os días.

O vindeiro sete de xuño nun acto multitudinario en Lisboa saberemos cales son eses nove espazos senlleiros no eido da arte e da arquitectura.

A comunidade internauta, as axencias de viaxes, as promotoras inmobiliarias e as grandes cadeas de hoteis de todo o mundo estarán ben atentas ós resultados.

Exipto, en contra dunha votación de "afeccionados"

A pregunta coa que abrimos este artigo e para a que aínda non atopamos resposta tivo unha versión previa hai unhas semanas e de meirande difusión nos medios. Falamos das protestas por parte das autoridades de Exipto sobre o que consideran unha lixeireza: someter a votación popular un asunto (o da elección das novas

Os monumentos da Illa de Pascua están entre os mellor situados da votación polas Sete Marabillas.

xoiais arquitectónicas) que require (ó seu xuízo) moita seriedade. Para o goberno deste país, que ten a única das antigas Sete Marabillas que aínda fica de "corpo presente": as tres pirámides de Ghizé, o ideal sería que o asunto fose tratado polos 300 mellores arqueólogos, intelectuais, escritores e filósofos do mundo. Porén, Exipto non semella achegar a solución a outro problema que xorde da súa proposta: como saber cales son eses 300? Deberán ser elixidos logo dunha nova votación popular en Internet?

Enleadas aparte, as autoridades do país xa lle fixeron chegar o seu fondo malestar ó director xeral da Unesco, Koïchiro Matsuura, por ter permitido que a fundación do suízo Bernard Weber puxese en marcha unha iniciativa sen alicerce científico algún e en mans dos afeccionados (ou sexa, os internautas). De feito, as lendarias pirámides de Ghizé non concorren a día de hoxe no devandito proceso de selección, xa que por petición expresa dos arqueólogos exipcios foron retiradas do mesmo. Para o goberno do país, a cuestión é aínda máis grave se temos en conta que Weber, amais de ser o promotor da iniciativa, é dono dunha axencia de turismo. Ou sexa, que para as ditas autoridades estaríamos perante un claro caso manobra comercial encuberta.

O acto de Lisboa

Sexa como sexa e polémicas a parte, a festa semella que segue. E xa hai data e lugar para a mesma: o vindeiro 7 de xullo en Lisboa, no marco dun acto-espectáculo que servirá para presentar de xeito oficial as Sete Novas Marabillas do Mundo e no que participarán (entre outros) José Carreras, Joaquín Cortes e a cantante portuguesa Dulce Pontes. A cerimonia, que terá lugar no Estadio da Luz da capital portuguesa, será presentada por sete persoeiros dos eidos do cinema, a política e o deporte no mundo, entre os que se conta o astronauta Neil Armstrong (o primeiro home que puxo o pé na Lúa). Tamén está previsto que acudan delegacións dos países candidatos.

Outras votacións en liña en activo (ou non)

A votación polas Sete Novas Marabillas do Mundo volve poñer de actualidade unha serie de cuestións: 1º O moito que lle gusta ós internautas participar de procesos que, sen a existencia da Rede dificilmente poderían levarse a cabo. 2º A capacidade da Rede para convocar ás persoas con intereses afíns e mesmo para influír de xeito decisivo no rumbo político, social ou cultural dunha comunidade. Por exemplo: que pasaría se as circunstancias favorecesen a comunicación en liña nun intre preciso dunha cantidade considerable de persoas con ideas políticas semellantes? E que acontecería se esas ideas confluísen no seguinte punto: pasar á acción? Mais non é de política do que están a tratar as iniciativas multitudinarias de votación que hai hoxe en día activas na Rede. A cultura, o espectáculo e o deporte semellan ser os eixes principais do movemento.

Un exemplo disto é a comunidade myfootballclub.uk, unha páxina web na que se están a xuntar 50.000 internautas co obxectivo de poñer en marcha o seu propio equipo de fútbol en Inglaterra. O proxecto en liña, que se basea na frustración de moitos seareiros do *deporte rei* que levan anos devecendo por un equipo que satisfaga todas as súas expectativas (e, sobre todo, no que meter man), inclúe unha serie de obxectivos de interese: unha vez que se consiga o número de socios requerido e de que se paguen as cotas, levarase a cabo o miolo do proxecto, que é participar de xeito conxunto e a través de votacións na Rede nos procesos de fichaxes, estratexias, aliñacións, estilos de xogo. Sería polo tanto un equipo de fútbol dos internautas, nado da colaboración e (de facerse realidade) coas mesmas posibilidades de trunfar ca calquera outro, ou máis. Por certo que a finais de maio xa estaban rexistrados máis da metade sos donos que se precisan.

En Galiza, as votacións levadas a cabo na Rede teñen máis que ver co cultural e, sobre todo, coa reivindicación do noso, tendo en conta que ninguén o vai facer por nós. Un exemplo disto e todo un referente en todo o eido de Internet é o concurso ***A Polo Ghit***, que organizan Vieiros e a Radio Galega e que consiste na elección da mellor canción do verán a través dos votos dos usuarios da Rede (por certo, xa se abriu o proceso para este ano 2007 neste enderezo: apologhit.vieiros.com).

Microsoft crea un sitio para apoiar a candidatura da Alhambra

Seguimos a voltas coa elección das Sete Novas Marabillas. O caso é que, como soe acontecer neste tipo de procesos, cada goberno ou comunidade está a tirar polo seu, proceso no que seguramente tampouco fiquen á marxe as grandes corporacións turísticas, hosteleiras e inmobiliarias. Ironías aparte, en España hai interese por promocionar A Alhambra por Granada e é nesa liña onde cómpre situar a alianza que veñen de establecer a Junta de Andalucía, o Patronato do dito monumento e Microsoft a través de MSN/Windows Live.

Para comezar, a multinacional da informática creou porquelaalhambra.com, web dende a que se anima ós internautas a votar pola Alhambra como xoia da arquitectura mundial, constituíndose ademais como fonte de información sobre o monumento. O obxectivo é o seguinte: conseguir que os 14 millóns de usuarios de MSN/Windows Live apoien a candidatura española. Sexa como sexa, cómpre sinalar que o monumento andaluz vaino ter complicado nesta recta final do proceso, xa que non aparece entre os máis votados

Botas feitas para camiñar

Damos conta dalgúns recursos web para reivindicar unha práctica en desuso, a de percorrer de novo o sitio de onde procedemos todos, a Galiza rural

Tenda de botas, no sitio de Scoobyfoo.

REDACCIÓN

Vale, hai que recoñecelo: falar de sendeirismo hoxe en día é falar dese tipo de cousas que lles gustan a todo o mundo e que logo só practican uns poucos. Recorrendo ó tópico (e pido desculpas por elo) isto é algo así como o que acontece cos documentais de La 2 ou co hábito mesmo de lectura. Moita xente asegura que le, claro, pero logo resulta que as librarías seguen a pechar, a non ser que se refiran ó manual da eustoescola. Enleadas fóra, o certo é que é posible que ó longo destes estraños días primaverais nos que non sabe un moi ben que roupa poñerse denantes de saír da casa se incremente o número de montañeiros, sendeiristas e demais fauna procedente dos espazos urbanos e farta xa dese cemento, deses guindastres que son coma fume sinalando a cacharela inmobiliaria e das motos con ruído de motoserra que semellan fabricadas exclusivamente para amolarnos a existencia. Así que se cadra este é o intre xusto do ano para falar do que podemos ver na Rede en materia de asesoramento previo e preparación dunha viaxe por eses espazos ós que levamos anos dándolles as costas na crenza de que xa non teñen nada que achegar: os nosos montes. Percorréndoos, afondando neles, estaremos contribuíndo a poñelos en valor, a mitigar os efectos dunha fenda da que ninguén semella falar e que é tan terrible coma a fenda dixital na que tanto incidimos nesta revista: a que converte ás cidades en territorios illados de modernidade e ó rural en xermolo de aldeas e carreiros pantasma.

Sendeiros por bisbarras www.senderosdegalicia.com

Senderos de Galicia é, ante todo, un servizo práctico, malia as súas eivas: non é vistoso nin figura na nosa lingua. Na pantalla temos un mapa da nosa terra dividido en bisbarras e pasando o punteiro por enriba para premer logo nelas, veremos que nos ofrecen. Cada roteiro que atopamos (e non só de sendeirismo, tamén se inclúen náuticas, de turismo ou para empregar un 4x4) inclúe explicacións pormenorizadas sobre o que debemos facer para non perdernos ou sobre os currunchos que non podemos deixar de visitar. Tamén hai unha boa escolma de fotografías, o que se agradece moito, xa que (a fin de contas) é case sempre o ollo o que decide que ruta elixir. A web ten vocación comercial, pero non por iso é menos útil. De feito, agradécense as suxestións para comer e durmir que hai na columna da dereita e que acompañan cada procura que fagamos.

Capítulo Cero: a viaxe recóndita www.manuelgago.org

O que non atopas nas webs convencionais (que soen ser interminablemente malas e incompletas), podes atopalo nos blogs, xeralmente moito máis actualizados e mellor presentados, aínda que polo normal sexan máis específicos. *Capítulo Cero* do noso compañeiro Manuel Gago constitúe unha boa porta do acceso a isto que poderíamos entender como o "estudo devagar (a pé e sen présas, moito mellor) do rural galego", da súa paisaxe e da súa etnografía. Practicamente non pasa unha semana sen que Gago nos descubra algunha ruta de interese, e para facilitármonos as cousas convídanos a premer na etiqueta "roteiros" ó final dos artigos, co que accederemos ó que nos interesa neste caso concreto: sendeirismo, excursións, achados máxicos e un pouco de investigación histórica complementada polo labor dos lectores, sempre dispostos a interactuar.

Coñecemento do medio www.amigosdaterra.net

Amigos da Terra é unha das asociacións máis activas de Galiza no que se refire á organización de roteiros polos nosos espazos rurais, desenvolvéndose sempre entre o respecto ó medio natural e a posta en valor destes escenarios.
Os seus obxectivos son moitos e variados, e pasan case sempre pola defensa da natureza, pero decote teñen propostas interesantes para a comunidade internauta no eido do coñecemento do medio.

Reivindicando a viaxe a pé www.verdegaia.org

As páxinas das organizacións ecoloxistas galegas adoitan a ser moito máis útiles ca o 99% das que podes atopar logo dunha procura no Google co termo "sendeirismo". É o caso da web de Verdegaia, que ofrece cada pouco tempo propostas de itinerarios a pé por toda a nosa terra. Certo é que moitos destes roteiros teñen máis vontade de denuncia polos estragos que se están a cometer en materia de urbanismo e contaminación ca de simples tomas de contacto co medio, mais tamén é certo que camiñar, hoxe en día, sen máis axuda ca dun caxato e un calzado resistente, é en si mesmo un bo acto de protesta. Contra que? Pois é ben sinxelo: contra os usos e costumes da vida moderna que, por exemplo, nos induce a pensar que sen o coche 4x4 non somos ninguén.

Federación Galega de Montañismo, actualizando roteiros www.fgmontanismo.com

Pode que a Federación Galega de Montañismo non teña a mellor web da rede galega nin a mellor deseñada, pero sen lugar a dúbidas é das máis útiles, entre outros motivos pola preocupación dos seus socios de mantela actualizada e de anovar cada pouco os datos de primeira orde sobre as diferentes rutas habilitadas en Galiza. De feito, un bo número das páxinas web que tocan o tema do sendeirismo de xeito máis ou menos especializado corren hoxe o mesmo risco de abandono que as rutas mesmas das que falan. No *site* da FGM (precisamente), podemos atopar a listaxe dos itinerarios homologados pola propia Federación nas nosas catro provincias, incluíndo datos sobre se son practicables ou non, se están ben coidadas ou se pola contra é mellor dedicar o noso tempo a outras. A FGM colabora con Turgalicia para ofrecer na Web os datos máis actualizados sobre as rutas. Na páxina tamén se ofrece información sobre os cursos da Federación e das actividades de competición nas que participan os seus membros.

Máis calzado e tecnoloxía, no sitio de Dave77459.

Turgalicia ofrece a listaxe de rutas situadas no mapa e unha publicación en pdf www.turgalicia.es

Na web de Turgalicia, dependente da Dirección Xeral de Turismo da Xunta, hai unha sección específica sobre sendeirismo que reúne todas as rutas homologadas. Chegamos a este apartado premendo en *que facer*, e logo en *actividades de deportes*. Logo de ir á sección *sendeirismo* aparécenos na pantalla o mapa de Galiza onde poderemos elixir a provincia (primeiro) e a bisbarra (segundo) que nos interese. As rutas aparecen en cor amarela (a meirande porcentaxe delas son do tipo *PR*, siglas que identifican os sendeiros de pequeno recorrido que aparecen sinalizados no monte en cores amarelas e brancas) e se prememos nelas achégasenos información pormenorizada sobre as características das mesmas, o percorrido (por onde pasan), a lonxitude, os servizos, a duración aproximada, os accesos, etc.

Cómpre sinalar que tanto estes roteiros como os que figuran na web da Federación Galega de Montañismo son rutas homologadas por esta mesma entidade. Ou sexa: que a listaxe real non remata aí. Porén, hai que ter en conta que todo o que se saia desa listaxe "oficial" deberemos afrontalo baixo a nosa propia conta e risco e sen que medie a total seguridade dun itinerario seguro e ben trazado.
Asemade, a través da web de Turgalicia podemos acceder a unha das publicacións máis completas sobre sendeirismo editadas até día de hoxe, feita en colaboración coa FGM e co título *Sendas para Descubrir un País*.
Podemos descargala nesta ligazón: www.turgalicia.es/pdfs/sendas_g.pdf.

Botas e tecnoloxía, combinación de xeito vista no caderno de Daniel2005 en Flickr.

50 millóns de toneladas de *e-merda*

Unha boa parte do deterioro imparable do planeta é consecuencia directa dunha mala xestión dos refugallos tecnolóxicos, que se amorean de xeito imparable nos países en desenvolvemento

Refugallos tecnolóxicos en China, vistos no caderno de Phauly.

F.S.

Que pasa realmente hoxe en día no mundo cos móbiles que xa non usamos, cos equipos informáticos que fican obsoletos? Parámonos algunha vez a preguntarmos de verdade que acontece con todo iso? Certamente, se estas dúas preguntas non moven á reflexión se cadra o fan imaxes como as que incluímos nesta páxina, vistas no caderno de Phauly no Flickr hai xa un tempo e obtidas na rexión chinesa de Guiyu, un exemplo perfecto de espazo xeográfico en desenvolvemento que serve, por dicilo dalgún xeito, de vertedoiro do lixo tecnolóxico que lle sobran ás rexións máis ricas. As fotografías falan por si soas e non precisan explicación, o arreguizo que nos entra polo corpo ó ver esa montaña de móbiles e computadoras portátiles ó carón dun río é, tristemente, unha boa maneira de entender isto do que falamos. Porén, un dos aspectos máis terribles da cuestión é que eses refugallos serven de medio de vida a moitas familias destas e doutras rexións, polo que se están a afianzar o camiño da perpetuación. Ou sexa: ás mesmas autoridades lles convén arroxar eses despoxos ós cidadáns polos que en teoría ten que velar.

Demencial.
(http://www.flickr.com/photos/phauly/37082558/)
(http://www.flickr.com/photos/phauly/37081888/)
(http://www.flickr.com/photos/phauly/37081319/)

No mundo, segundo estudos elaborados recentemente polas Nacións Unidas, o lixo tecnolóxico acada xa os 50 millóns de toneladas, e a situación non fai máis que ir a peor se temos en conta o interese da industria polo seguinte. 1º Por facer aparellos que teñan menor durabilidade. 2º Por saturar á poboación con campañas máis ou menos directas de publicidade nas que ofrecen saudables e interesantes hábitos de vida baseados no troco inmediato dunha tecnoloxía por outra. Ou sexa: non hai día en que non se nos diga dunha maneira ou outra, que dificilmente formaremos parte do mellorciño da sociedade se nos apegamos ós trebellos tecnolóxicos pasados de moda. De feito, sabemos xa que a media de "vida" útil das computadoras nos países en desenvolvemento caeu de seis anos en 1997 a dous en 2005. Isto non tería que ser malo sempre e cando fosemos libres de decidir se queremos trocar de aparellos e fose posible unha reciclaxe sostible e integral de todo aquilo que decidamos non empregar. Máis non é así.

Segundo informacións da Axencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (EPA) o problema non é a tecnoloxía en si mesma, senón o que leva dentro. E preguntámonos: é preciso que un móbil ou un computador leven nas vísceras compoñentes tan nocivos e contaminantes como o cadmio, o chumbo, o berilio ou o mercurio? É imprescindible? Por que ten que ser así? As organizacións ecoloxistas coinciden nisto: reciclar é o único xeito de evitar unha catástrofe certa. E, para facelo, o primeiro é clasificar.

Ou sexa, que cada elemento do aparello, até o máis miúdo, deberá ser obxecto de certos procesos específicos de manexo. Sexa como sexa, o que non se debe facer é o que se fai até o de agora cunha chea de refugallos, mesmo na nosa terra: incinerar (ou se imos por libre, como soe pasar, aplicar directamente a técnica de tirar coa pantalla dende a xanela do coche). A queima, tendo en conta que unha boa parte dos electrodomésticos teñen compoñentes tan tóxicos coma o PVC, constitúe unha das peores alternativas posibles.

Desleixo nos fabricantes

Polo que respecta ás propias empresas fabricantes, que son as que teoricamente máis terían que facer por evitar unha situación como esta na que vivimos xa (e que vai ir a peor nos vindeiros anos senón lle poñen remedio, sobre todo as propias empresas), o que semella que impera é un proceso xeral de mans postas a lavar. Ou sexa: salvo unhas contadas excepcións, as grandes empresas do tecnolóxico están a lanzarnos a seguinte mensaxe: safádevos co que tendes. Isto, que en occidente pode ter algún tipo de amaño (nas cidades grandes como por exemplo en Vigo hai campañas de reciclaxe de trebellos tecnolóxicos, e tamén hai asociacións de software libre por toda Galiza que favorecen a recollida de equipos, como por exemplo Compostela Wireless), adquire altísimos niveis de risco nos países desenvolvidos, e xa non digamos nos rematadamente pobres (África sofre hoxe en día -como nunca antes-, os efectos de ter sido forzada a converterse nun gran colector de desperdicios relacionados co dixital e coa Sociedade da Información).

Segundo informes recentes de Greenpeace (adoitan a ser estudos trimestrais), a firma mellor valorada no que se refire ó respecto polo medio é Nokia. No outro estremo temos a Apple, que está a ser cuestionada por movementos ecoloxistas, tal e como se puído ver na pasada edición de MacWorld, onde se lle esixiu máis responsabilidade no que atinxe á reciclaxe dos seus produtos e, tamén, a eliminación de materiais tóxicos no iPod.

Sexa como sexa, Apple semella que ó longo destas últimas semanas decidiu pórse mans á obra en materia de respecto polo medio. Polo de agora, o que sabemos é a previsión de suprimir o arsénico e máis o mercurio das pantallas LCD, polo que os computadores de Apple virán no futuro con retroiluminación LED. Segundo a firma da mazá, isto faríase efectivo antes de 2008. Confiemos en que sexa verdade.

Porén, non é Apple o único fabricante que recibe turradas de orellas. Tamén as hai para Dell polos seus retardantes de flama bromados (que inciden na capacidade de memoria e de aprendizaxe dos usuarios, tal é a súa toxicidade).

Contaminando o mesmo cá aviación comercial

O lado escuro da Sociedade da Información non é só a fenda dixital, ese espazo en ocasións insalvable que afasta ás persoas que se comunican e adquiren coñecemento na Rede das que non o fan. Hai outro lado escuro: o do lixo que xeran os elementos ligados ás redes, como os computadoras, impresoras (o tóner destes aparellos sitúase entre o máis contaminante da sociedade de consumo actual), pantallas, móbiles, reprodutores de música mp3, etc. Non hai case nada no mercado actual das novas tecnoloxías que non sexa, como mínimo, altamente tóxico. E non só falamos de ríos e chans contaminados, senón de mesma atmosfera.

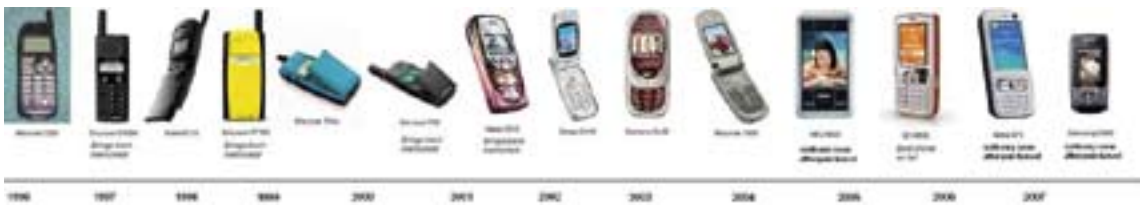
De feito, sábese que as TIC son hoxe en día responsables do 2% das emisións de dióxido de carbono, segundo datos de Gartner, que inclúe no paquete computadoras, servidores, telefonía refrixeración de hardware e impresoras.

Esta taxa de polución é a mesma cá da aviación comercial, hoxe en día. Para Gartner, a solución é que as empresas fabricantes do sector adquiran compromisos máis fortes co que poñen no mercado, procurando e favorecendo a reciclaxe e a reutilización.

Datos rápidos sobre o problema da e-contaminación

Os restos derivados dos aparellos tecnolóxicos chegan ós 50 millóns de toneladas.
Segundo apunta Forrest Research, nun prazo de tres anos haberá 150 computadoras máis nos mercados de Estados Unidos, Europa e Asia.
· Nos países en desenvolvemento haberá en sete anos 566 millóns de equipos novos.
· A Unión Europea sinala que en 2010 se terán enviado ó balde do lixo 100 millóns de teléfonos e 300 millóns de ordenadores.
· Até hai ben pouco, case non existían computadores sen chumbo. Era practicamente imposible facerse con un. Segundo as organizacións ecoloxistas, este material (moi contaminante) está no 6% dos compoñentes da computadora.

A USC promove o reciclado dos teléfonos en desuso a través da campaña *"Doa o teu móbil"*



Móbiles adquiridos por un usuario de flickr nun periodo de 11 anos.

REDACCIÓN

A día de hoxe, nunha época na que somos conducidos polo consumismo esaxerado cara a destrución total dos nosos ecosistemas, son moitos os que nada máis recibir no seu correo (electrónico ou postal) algunha oferta sedutora de móbiles novos a baixo prezo, acoden como as moscas a un tarro de mel a mercar o último modelo do mercado sen pensar no que van facer cos terminais que deixan en desuso (e que aínda funcionan á perfección) tan só porque "*pasaron de moda*" ou porque "*saen moi ben de prezo*". É esta unha estampa cotiá: mercar por mercar, sen ter necesidade en absoluto do produto ofrecido; escenas nas que o individuo é seducido por un dos inimigos da integridade do planeta Terra: o *marketing* de ventas.

Por unha vez, ademais de pensar en adquirir un produto tecnolóxico de última xeración, algún responsable da Universidade de Santiago de Compostela (USC) pensou tamén no que facer cos que se deixan de empregar, máis contaminantes do que podemos chegar a imaxinar (teñen cadmio, mercurio, berilio, chumbo) e creou o Plan de Desenvolvemento Sostible da USC para recoller e reciclar móbiles e contribuír a evitar (na medida do posible) a destrución da natureza.

Móbiles antigos listos para reciclar vistos en flickr.

Precisamente, a Coordinación do Plan de Desenvolvemento Sostible da USC, dependente da Vicerreitoría de Calidade e Planificación, vén de rematar coa distribución de caixas con bolsas individuais con franqueo pagado para a recollida de móbiles naqueles centros docentes onde non existía contedor específico para a recollida deste residuo tecnolóxico.

Até o de agora, a USC dispoñía de sete colectores repartidos entre os seus campus (Campus norte, Campus sur e Campus de Lugo), nos que os interesados depositaban sen máis os seus móbiles, pero agora, con esta nova modalidade de envío con franqueo pagado da campaña *Doa o teu móbil*, vai ser posible enviar a reciclar o móbil vello dende calquera facultade e coa seguridade de que será recollido de xeito responsable.

A devandita iniciativa, na que a USC colabora coas organizacións Cruz Vermella, Fundación Entreculturas, Alboán e a empresa CMR, procura dar unha nova utilidade social ós teléfonos móbiles en desuso que xa non funcionen mediante a súa venta, ó tempo que se colabora no respecto ó medio ambiente.

Unha vez depositados nos colectores específicos, os aparellos son recollidos e xestionados pola empresa CMR. Os que aínda son de utilidade vólvense pór no mercado de segunda man, contribuíndo economicamente coas organizacións mencionadas e os disfuncionais ou desfasados recíclanse, recuperándose os seus compoñentes segundo procedementos regulamentarios respectuosos co medio ambiente.

Na ligazón www.usc.es/plands/seccions/datos_plan/eixe2/xestion_residuos/xestion_perigosos/residuos/campanamobiles/campanamobiles.htm podemos atopar todo tipo de datos e recursos vinculados á campaña.

Máis moreas de móbiles vellos.

"A novidade desta campaña reside na recollida selectiva e no reemprego dos aparellos"

Esta campaña segue na liña doutras previas da USC, pero con certos detalles que a fan distinta e, asemade, máis ambiciosa. Trátase con esta iniciativa de fomentar algo ó que sen dúbida non lle emprestamos a atención que se merece: a reutilización, hábito que aínda cobra máis importancia se pensamos que temos entre mans obxectos altamente contaminantes. Así nolo fixo saber Dora Blanco, responsable do Departamento de Desenvolvemento Sostible da USC, quen opina que a resposta dos estudantes está ser boa, malia que a natureza do novo proceso faga imposible un reconto pormenorizado do recollido.

-Cal é a principal novidade desta campaña con respecto ás anteriores que se puxeron en marcha na USC?

-Esta campaña presenta como novidade que aborda a recollida selectiva de móbiles en desuso de xeito que os aparellos son reutilizados no que case de que se poida facer ou ben reciclados se non se poden usar máis. Isto foi posible grazas ó acordo coa Cruz Vermella, Entrecultura e Alboán, que son as entidades que desenvolven a campaña.

-É certo que a gran maioría dos móbiles que atopades para a reciclaxe aínda se poden seguir empregando?

-Danse todo tipo de casos pero si que se teñen recollido moitos móbiles que aínda están en bo estado para o seu uso.

-Ides estender a campaña a outros aparellos tecnolóxicos, como por exemplo os computadores?

-Xa temos en marcha campañas de recollida selectiva de moitos refugallos. Produtos de laboratorio tóxicos e perigosos, cartuchos de tinta e tóner, tubos fluorescentes, pilas e baterías, papel... No caso dos ordenadores dos centros docentes ou investigadores que estean fóra de uso, vimos de establecer un novo acordo cunha empresa que os vai reciclar. A recollida dos mesmos, como a do resto dos residuos na Universidade (agás a do papel), realízaa a unidade de xestión de residuos da USC e xa leva anos facéndose.

- Como está a ser a resposta dos estudantes?

-A resposta está a ser boa. Porén, na actualidade non podemos saber exactamente cantos móbiles se están a recoller na USC, xa que a nova modalidade de captación que vimos de pór en marcha non só consiste en colectores onde a xente deposita o seu móbil, senón tamén en bolsas de plástico xa franqueadas, co que o usuario só ten que meter o aparello dentro dela e botala en calquera caixa de correos. Con esta modalidade de recollida non é posible saber a procedencia dos móbiles que chegan á sede da campaña para a súa reciclaxe, xa que son moitas as entidades que están acollidas a *Doa o teu móbil*.

-Brevemente, que lle diriades a aquelas persoas que prefiren desfacerse do móbil "á galega", tirándoo ó monte entre colchóns vellos e lavadoras ou directamente ó lixo?

-Ben, o de tirar un residuo a vertedoiro ou semellante tampouco lle chamaría eu facelo "á galega", xa que me temo que son moitos os lugares nos que se fan estas cousas. É evidente que debemos ser conscientes de que os refugallos botados por aí o primeiro que fan é afear a paisaxe, pero o máis importante é que contaminan, e moito, amais de que este tipo de prácticas incumpren a lexislación. Asemade, o ritmo ó que se consumen os aparellos electrónicos e electrónicos é cada vez máis rápido, e só temos que pensar na frecuencia coa que a xente troca un móbil por outro, ou de computador. E para facérmonos unha idea mesmo podemos pensar que o cadmio da batería dun só móbil pode chegar a contaminar até máis de 600.000 litros de auga.

GADGETS

Chega ó mercado europeo o super-teléfono Toshiba Portege G900

Aínda que nos últimos días pareza que o iPhone é o teléfono máis desexado do mundo, existen alternativas moi atractivas que xa están á venda en Europa e que poden deixar a máis de un coa boca aberta coma o novo Toshiba Portege G900 que inclúe unha abraiante pantalla panorámica cunha resolución de 800 x 480 píxeles (moi superior ós 480 x 320 do iPhone), un scanner biométrico, unha cámara traseira de 2 Mpíxeles, unha cámara dianteira para video-conferencia, 64 Mb de memoria interna (ampliable mediante tarxetas miniSD) e unha conectividade sen comparación, soportando HSDPA (ou sexa, velocidade semellante ó ADSL dende o móbil), Wi-Fi, Bluetooth e USB.
O Portege G900 inclúe o sistema operativo Windows Mobile 6 e ten un teclado QWERTY deslizante, o que o converte en todo un monstro axeitado para usos corporativos que se vende por uns 635 euros (aínda que nalgunhas webs se vende libre por menos de 600 euros, estando pendente o prezo que poderá acadar subvencionado por algunha operadora de telefonía móbil).

Creative achega un fío musical sen fíos

Creative estreou un sistema para encher o fogar de música achegada mediante conectividade sen fíos, de xeito que o Xmod Wireless Music System se pode conectar ó USB dun ordenador para enviar a música almacenada no mesmo ós receptores que estean repartidos pola casa, facendo que o concepto de fío musical teña que perder o seu nome (pola carencia de cables).
O emisor sen fíos se vende cun receptor (o X-Fi Wireless Receiver) que se pode conectar ós altofalantes tendo este sistema un alcance de 30 metros. Ademais, a calidade do son é excelente, empregando a tecnoloxía Xtreme Fidelity de Creative, que tamén conta con dispositivos optimizados para o seu uso con reprodutores iPod.
O prezo do Xmod Wireless Music System é de 199,99 dólares, mentres que cada receptor adicional se vende por 99,99 dólares, estando pendente da súa comercialización en Europa.

Novo reprodutor multimedia Blusens P27 con pantalla panorámica de 2,4 polgadas

Blusens, o fabricante compostelán de produtos de electrónica de consumo presentou o seu novo reprodutor MP3 ultracompacto con pantalla panorámica para a visualización de imaxes e vídeos, o P27.
Con 51 gramos de peso e unha medidas de 6,5x5x1 centímetros, o Blusens P27 incorpora unha pantalla TFT de 2,4 polgadas (ou sexa, que case ocupa toda a superficie do dispositivo) e pode reproducir ficheiros de son en formatos MP3 e WMA, así como vídeo en AVI e MPEG-4. Conta cunha capacidade de 1 Gb aínda que se pode incrementar mediante tarxetas de memoria miniSD.
Para completar este reprodutor multimedia conta con micrófono, altofalante e sintonizador de radio FM e aliméntase grazas a unha batería de litio de longa duración.
O prezo de venda recomendado do P27 é de 89 euros.

Adaptador para conectar un monitor a través dun porto USB

As tarxetas de vídeo dos ordenadores inclúen un porto de conexión para un monitor VGA e, en moitas ocasións, un segundo conector para poder empregar dous monitores simultáneos, pero os equipos que non conten cun porto D-Sub adicional (ou que non teñan ningún, como acontece con algún portátil) teñen agora unha nova solución á súa media: o adaptador USB-RGB de I-O Data.
Esta adaptador permite empregar un porto USB libre para conectar un monitor VGA adicional, soportando resolucións WXGA+ e SXGA+ ou sexa, que permite empregar resolucións de pantalla de ata 1.440 x 900 píxeles, o que parece imposible ata hai pouco tempo, pois o largo de banda preciso para transmitir vídeo é moi elevado.
O adaptador USB-RGB xa está á venda no Xapón a 10.600 iens (64,82 euros) e agárdase que pronto chegue ó resto do mundo, e que sexa un dos moitos adaptadores deste tipo que cheguen nos vindeiros meses (nos que incluso poderían aparecer alternativas sen fíos).

O Sony Ericsson W960 combina multimedia, Wi-Fi e pantalla táctil

O iPhone está a facer que o público preste atención ás pantallas táctiles nos móbiles, e Sony Ericsson non parece querer quedar de lado nesta nova tendencia polo que presentan o seu móbil W960 que non só funciona tanto cos dedos na pantalla como cunha pluma, senón que tamén incorpora conectividade Wi-Fi e posúe unha memoria interna de 8 Gb de capacidade, polo que se converte nun produto moi interesante para os partidarios dos móbiles multimedia e dos que queiran acceder a páxinas web dende a palma da súa man (incorpora o navegador Opera).
O Sony Ericsson W960 ten unha pantalla de 2,6 polgadas, é tribanda, soporta GPRS e UMTS, pode ampliar a súa capacidade de almacenamento con tarxetas de memoria, integra o sistema operativo Symbian UIQ 3.1, ten unha cámara de 3,2 Mpíxeles, conectividade Bluetooth (inclúe de serie uns auriculares sen fíos) e a súa batería permite escoitar música durante 27 horas.

Sanyo anuncia un proxector que funciona a só 8 centímetros de distancia

A busca de pantallas cada días máis grandes para os salóns domésticos leva a moitos consumidores a apostar polos proxectores de vídeo, pero teñen normalmente unha instalación complicada xa que precisan estar distantes á superficie de proxección o que forza a sacrificar moito espazo ou á súa instalación no teito, polo que algúns fabricantes procuran a optimización do foco dos proxectores, coma Sanyo, que vén de presentar o seu LP-XL50, que permite proxectar imaxes de 80 polgadas a unha distancia de só 8 centímetros.
Este novo proxector soporta unha resolución de 1.024 x 768 píxeles cun brillo de 2.000 lúmenes e capaz de amosar 16,7 millóns de cores. Inclúe entradas de vídeo VGA, S-Video e por compoñentes. Agarda pórse á venda antes do Nadal deste ano.

Enano e2: un ordenador pequeno, silencioso e ecolóxico

Enano Computers sorprende ó mundo cun novo PC que a simple vista parece estar inspirado no Mac Mini de Apple, pois ten un tamaño reducido comparable ó de algunhas gravadoras de DVD externas, pero que presume de ser un 95% máis silencioso, un 80% máis eficiente no consumo enerxético e un 65% máis frío que un equipo de sobremesa normal, que xunto co feito de que está feito de material reciclable, o converten nun ordenador respectuoso con medio.
O Enano e2, no seu modelo superior, inclúe un procesador Intel Core 2 Duo, 2 Gb de memoria RAM, sintonizadora de televisión, Wi-Fi, mando a distancia de Media Center e o sistema operativo Windows Vista Ultimate, vendéndose a 1.824,99 dólares (aínda que hai versións máis modestas dende os 649,99 dólares).

A Rede ocupada

A Internet, vieiro polo que discorreu unha boa parte do proceso globalizador, é agora máis ca nunca o xermolo de todo tipo de convocatorias que defenden estilos de vida diferentes ós que veñen impostos (facemos reconto dalgunhas)

REDACCIÓN

A Internet é como un gran espazo de negocio que nalgúns aspectos semella ter fuxido do control das grandes corporacións que velaron por ela, como un centro comercial con algunhas zonas ocupadas para o esparcemento e a liberdade. Ou sexa, que se che gusta pedalear e falo só entre centos de coches, a Rede é unha xanela que che permite ver de xeito simultáneo imaxes de outros que tamén teñen optado por pedalear, como acto de protesta e como estilo de vida. É de aí precisamente, das cousas que facemos e que son distintas á actividade imperante (no caso dos coches, fomentanda polos gobernos e pola industria), de onde tamén se alimenta a Rede (e viceversa), a Rede reiventada.

O proceso é paradoxal abondo: onde moitos esperaban atopar só un gran caldo de cultivo para as peores consecuencias da globalización, finalmente estanse a organizar nela a práctica totalidade das mobilizacións actuais a prol da igualdade de dereitos, a fin das guerras e da especulación urbanística e inmobiliaria ou a conservación da natureza. Mesmo a liberdade semella poñer un pé na Internet para coller folgos.

Dez cidades do Estado acollerán a marcha ciclonudista convocada na Rede

De entre todas as convocatorias que atopamos ultimamente no virtual para levar a cabo actividades multitudinarias no virtual, a da marcha Ciclonudista mundial do 9 de xuño é sen lugar a dúbidas unha das máis salientables e, tamén, un bo exemplo do que poden facer unhas cantas persoas unidas por un ideario común e unha Rede que as une aínda un cachiño máis (entre elas e coa comunidade enteira de redeiros). Ou sexa: cómpre que non nos preocupemos se temos a impresión de que somos os únicos ós que lles amola que a xente colla o coche para percorrer os 30 metros que separan a casa da panadería. Ou de que reivindiquemos a nosa bicicleta na marea de automóbiles de cada xornada. Ou de que non lle acabemos de atopar o obxecto a unha prenda como é o traxe de baño (que se molla e que segue mollada mentres o corpo está enxoito dende hai horas).

Todas estas cousas e máis, en parte

Mobilización ciclonudista en Zaragoza.

grazas ó poder de convocatoria da Rede, pódense dicir o 9 de xuño en voz ben alta nunha chea de cidades do mundo, listaxe na que está incluída A Coruña, con convocatoria ás 12 na praza de María Pita e destino ó areal das Lapas. Tras esta proposta están Word Naked Bike Ride e organizacións locais de todo o mundo. No caso galego, o desenvolvemento da iniciativa pódese seguir no foro de Masa Crítica.

O obxectivo dos convocantes é, ante todo, mover á reflexión acerca do seguinte tema: a conversión paulatina (pero sen pausa) das rúas das cidades en espazos exclusivos para o coche privado que colapsa eses espazos dexenerándoos en lugares hostís e perigosos. A día de hoxe, están preparadas mobilizacións nas seguintes cidades do Estado: Valencia, Madrid, Zaragoza, Barcelona, Huesca, A Coruña, Alacant, Murcia, Valladolid e máis Iruña. Na imaxe, unha concentración previa en Zaragoza convocada pola Coordinadora de Colectivos Ciclonudistas de Aragón vista en Indimedia.org do Reino Unido.

Ligazóns:
www.ciclonudista.net
www.worldnakebikeride.org
masacriticacoru.mundoforo.com
www.indymedia.org

Mobilización contra a desfeita na costa en Redelitoralvivo.info

En Galiza tivemos recentemente casos moi salientables de mobilización cidadá a través da Internet, e na nosa terra non escasean, precisamente, os motivos polos que chamar á mobilización. Ou sexa: que o que antes se facía con cartaces na rúa e con altofalantes, agora compleméntase cun labor intensivo de chamamento na Rede, labor que ten unha vantaxe ó seu favor, e que é o ben cohesionada que está a nosa comunidade internauta. Nesta liña de aproveitamento dos recursos web sitúase www.redelitoralvivo.info, sitio que agrupa a colectivos cidadáns pola sustentabilidade no litoral e dende a que se están a xestar e coordinar unha boa parte das actividades de denuncia contra a especulación urbanística e inmobiliaria na nosa costa, a a presión das industrias en espazos protexidos e, tamén, a alteración definitiva da nosa paisaxe en nome do "privilexio" dunha segunda ou terceira vivenda.

Parte dos froitos deses esforzos puidémolos ver o pasado 6 de maio nas rúas de Santiago nunha concentración na que participaron máis de 40 colectivos veciñais e ecoloxistas da nosa terra, mobilizados en boa medida a través da Internet.

O motivo: poñer de relevo o "*grave estado de deterioro e de crecente degradación en que se atopa todo o territorio, un acelerado proceso de espolio e destrución que afecta tanto á costa como ao interior*", sinalaron previamente os colectivos no manifesto que puidemos ver en Redelitoralvivo.info. Emporiso, esixiron (entre outras medidas) que se faga cumprir a lexislación vixente e que se deseñe unha nova Lei de Ordenación do Territorio. Na devandita web tamén se anima a tirar partido das posibilidades de comunicación da Rede para informar das iniciativas de denuncia alí até onde sexa posible. Na imaxe, unha xanela á dita manifestación vista en sospontedeume.com (web do Colectivo Fusquenlla, un dos convocantes da xornada do 6).

Veciños a prol da preservación do patrimonio

Na nosa terra, amais das devanditas, hai outras moitas plataformas e mobilizacións que están a coller cada vez máis folgos e repercusión grazas á Rede. Unha das máis activas é a Asociación pola Defensa do Parque de Rosalía de Castro e o seu Entorno en Lugo, que convoca baixo o lema *Non á marea de cemento!* todo tipo de actividades de protesta e informa do seu programa ó completo en www,parquerosalia.es. Nesta páxina podemos ver abondoso material gráfico sobre o impacto visual que vai xerar na cidade a vindeira construción dos edificios ós que (precisamente) se opón este colectivo. No sitio tamén se leva a cabo o proceso de recollida de sinaturas (máis de 10.000 a finais de maio) en apoio á conservación do Parque. Nunha liña semellante traballa tamén a Plataforma na Defensa do Patrimonio das Pontes (www.amigus.org/mourela.php) que está a convocar mobilizacións a través da Internet e a solicitar o apoio da comunidade internauta galega para traballar na preservación da necrópole prehistórica da Mourela, afectada polas obras da vía AG-64 Ferrol-Vilalba.

Imaxe de SOSPontedeume de manifestantes contra o deterioro da costa e da especulación o pasado 6 de maio.

Buble Mob: a Web tamén serve para reunirse e facer pompas (e nada máis)

Buble Mob, facendo pompas polo pracer de facelas.

Continuamos con xuntanzas convocadas na Rede, reunións máis ou menos espontáneas nas que participan nun espazo concreto persoas unidas por ideas, gustos ou tendencias compartidas. En ocasións, estas xuntanzas teñen un marcado fondo político e noutras non hai nada diso senón única e exclusivamente unha arela de diversión. Nesta segunda liña é onde se sitúa Bubble Mob, aínda que, como soe acontecer neste tipo de casos, haxa moitos analistas da Web que non queiran ver só un interese de lecer e achen en segundo e terceiro plano intencións reivindicativas. Neste caso concreto, non andarán desencamiñados, porén: reivindícase o dereito á liberdade, aparecendo esta revestida de algo tan sinxelo como facer burbullas de xabón.

A cita foi o sábado 2 de xuño en Madrid, ás 18 horas no Parque do Retiro, ó carón do lago, e está convocada a través da Rede na web Pixel y Dixel (www.pixelydixel.com).

O obxectivo, como diximos foi este: divertirse. Ou, como se sinala no *Weblog dun friki*, concentrarse para facer só burbullas e sen que haxa máis sentido nin explicación. A xuntanza chámase así porque fai referencia ó termo "flashmob", que, como podemos ver na Wikipedia, poderíase traducir (de xeito un pouco forzado, iso si) por "multitude instantánea". O caso é que se trata de convocatorias propostas por un grupo de persoas sen apenas labor de programación (estas adoitan a ser mellores no real, e isto é aplicable tamén ó virtual) nun lugar concreto, onde se reúnen para dispersarse tan axiña como chegaron. A Internet e os móbiles son os seus alicerces principais de comunicación.

Parte informativo dende algún punto situado entre o 2.0 e o 3.0

Con motivo da recente elección da mellor novo servizo en liña de Europa (segundo o certame Startup), tomamos o pulso dunha nova orde de Internet que para algúns xa non é tan nova, para outros é unha completa descoñecida e para moitos xa nin sequera é útil

REDACCIÓN

Unha rede social de habilidades en liña, elixida mellor web 2.0 de Europa

No marco do Blogak 2.0, celebrado o pasado xoves 24 en Bilbao con motivo de afondar na actualidade da nova orde de Internet (tendencias, teimas, defectos e virtudes), déronse a coñecer os nomes das que poderían ser as mellores propostas europeas 2.0 da actualidade, polo menos se temos en conta a opinión do xurado de Startup, un certame convocado por Haz Ruído na Internet. O caso é que finalmente o primeiro premio non veu para Galiza, concretamente para a ferramenta Hipoqih (que pisou forte entre os seleccionados), senón para Sclipo (www.sclipo.com), unha rede social en liña na que os usuarios achegan e reciben información sobre todas esas cousas que ben se poden facer no galpón da casa cunha funda azul da construción e un cinturón de ferramentas.

Ou sexa: bricolaxe en casa, pero en liña, e en chave multitudinaria. A proposta apóiase unha vez máis na idea do UVG (User Video Generated), fomentando a xeración de vídeos formativos e didácticos á par que (como é de supoñer) divertidos. Os temas a tratar son variados, e até hai quen achega clases de baile ou técnicas para unha boa sesión masturbatoria.

O obxectivo dos seus creadores era constituír unha comunidade forte e cohesionada na Rede xirando arredor da experiencia de aprender. O servizo púxose en marcha dende Barcelona (dirixido por Gregor Gimmy) e, como todos os fillos da Web 2.0, está en beta (aberto, na liña do constante desenvolvemento). Os ingresos da iniciativa chegan a través da publicidade contextual e as análises de mercado.

En segundo lugar situouse unha iniciativa deseñada en Israel, 5min., e no terceiro Properazzi, unha web que procura propiedades inmobiliarias por toda Europa.

A galega Hipoqih, entre as mellores

Na pasada edición do concurso Startup 2.0 (certame para elixir o mellor da Web 2.0 de Europa) había presenza galega entre os 15 servizos web mellor situados na liña de saída, concretamente con base de operacións na Coruña. Estamos a falar de Hipoqih, sistema de avisos en base a posicións xeográficas que permite localizar a persoas e seguilas por un mapa a través de Internet, levar a nosa axenda xeolocalizada para permitir que nos sigan ou mesmo ver e gravar avisos xeorreferenciados. Para operar con este servizo en liña, só é preciso darse de alta na páxina web como usuario e logo instalar o *plugin* nos terminais, iso si, coa vantaxe de que é totalmente de balde. A meirande utilidade de Hipoqih obterémolo se dispoñemos dun sistema de xeolocalización (por exemplo un GPS), aínda que no futuro os seus responsables teñen previsto incluír interfaces para outros sistemas. Os internautas que non conten cun GPS tamén poden facer uso do servizo de Hipoqih, pero de xeito limitado, xa que terán que indicar eles mesmos (manualmente) as coordenadas do sitio no que están para poder recibir os avisos emitidos para a devandita localización.

Ligazóns:

- www.startup2.eu
- www.5min.com
- www.properazzi.com
- www.hipoqih.com

Pew afirma que os cidadáns aínda están en cueiros na cuestión "2.0"

Curioso que haxa tantos especialistas na Sociedade da Información falando de "Web 3.0" cando aínda somos moitos os que temos moitas preguntas sobre a "Web 2.0" e máis aínda os que non teñen nin idea do que é a "Web" mesma, así sen numeracións nin ren máis. Ou sexa, que poñerse a falar sobre estas cuestións futuras e variables é como aprender á xente a correr sen ter que pasar antes polas clases de camiñar correctamente. Máis aínda se temos en conta estudos como o que vén de presentar hai uns días a casa Pew Internet, que sinala que o nivel de "coñecementos 2.0" da sociedade de Estados Unidos é baixo abondo, e que aínda queda moito por resolver e por avanzar.

Deste xeito, a porcentaxe de usuarios da Rede que amosan de verdade interese nos servizos e contidos que achegan as novas empresas e iniciativas da Internet é máis baixo do que se pensaba: do 8%. Esta porcentaxe, na que tamén se inclúen os internautas que participan activamente fornecendo ó resto da comunidade de contidos a través de ferramentas como YouTube, Flickr ou Blogspot, contrasta sobre maneira coa de toda aquela franxa da sociedade do país que vive de costas a todo o que lles ofrecen as novas tecnoloxías (máis propiamente, as novas tecnoloxías das novas tecnoloxías), non só ó que atinxe á Web 2.0, que se achega nos últimos tempos ó 49%.

Entre unha e outra taxa, atopamos a zona intermedia: xente que emprega con máis ou menos asiduidade a nova orde da Rede, pero sen tomala tan en serio como para chegar a ser consciente das súas posibilidades de participación. Algo así como unha sorte de emprego desapaixonado da tecnoloxía. A xuízo do xornalista Javier Pastor, a gran conclusión que podemos sacar de todo isto é a seguinte: o problema ten solución, xa que a cousa (a cousa = Web 2.0) aínda acaba de darse a coñecer, como quen di. Cada vez máis mozos e mozas medran cun teclado nas mans, e esta imaxe será cada vez máis común. "*Pode que a 2.0 non semella gran cousa, pero vai a máis*", sinala. Podemos ver a investigación aquí: www.pewinternet.org/pdfs/PIP_ICT_Typology.pdf.

Jakob Nielsen critica a falta de usabilidade da nova orde de Internet

O gurú da accesibilidade web, Jakob Nielsen, criticou os días pasados as páxinas web que se identifican coa Web 2.0 por estimar que abrazaron a interactividade coma un valor primario, esquecendo o básico dunha páxina web. Así, sostén Nielsen, as webs deben ser doadas de empregar, polo que o seu deseño non debe ser algo que se poida deixar de lado en favor as ferramentas de interrelación entre usuarios.

O especialista afirma que "*a idea de comunidade, de contido xerado polo usuarios e de páxinas web máis dinámicas non é inherentemente mala*" pero a Web 2.0 non debe distraer das funcionalidades básicas que permita un uso doado de tales webs.

Tamén destaca a famosa pirámide do 1%, que indicará que o 1% dos usuarios da web son creadores de contidos, o 9% son contribuidores e o 90% só consumen, polo que a meirande parte dos usuarios da web no empregan as ferramentas Web 2.0 ás que se lles está a dar tanta importante, mentres que os deseñadores deberían ter máis en conta este tipo de uso da web.

Nielsen salientou que para a meirande parte dos usuarios as páxinas web só son unha ferramenta e non un fin en si mesmo, polo que tras atopar os contidos que desexan, abandonan a páxina, de aí que haxa que coidar este tipo de consumo.

Meetic apúntase ás novas tendencias e ofrece a posibilidade de procurar parella de balde

Seguimos a voltas coa Web 2.0 e coa remodelación de coñecidos servizos web nados no eido da versión anterior (a 1.0) e agora dando pasos no obxectivo de afacerse ós novos tempos, ós da participación activa do usuario (nota: semella que poñerse a etiqueta "2.0" estase a converter nun pretexto para saír nos medios, tendo en conta as moitos "motos" que se nos están a vender nos últimos tempos e que finalmente son pouco máis que curtacéspedes). Meetic (www.meetic.es, o portal de amizades e encontros amorosos previamente pactados no eido da propio portal, vén de dar un paso nesta liña de renovación, e semella que o fai con bo pé: estreando unha fórmula de subscrición que permite empregar o sitio totalmente de balde.

"*Deste xeito*", informa Meetic, "*mesmo os internautas que non teña formalizado antes unha subscrición de pago poderán chatear gratis con todos aqueles que teñan contratado a opción Premium*".

Ademais, inclúe a partir de xa unha ferramenta privada de mensaxeiría instantánea que integra videochat, recurso que non está mal para que os usuarios se vaia se vaian coñecendo antes de coñecerse e, a maiores, aproveiten para pasear a vista polo que se ve detrás do seu interlocutor, que tamén pode ser interesante. Asemade, o novo portal incorpora isto:

· MeeticPhone: os usuarios poderán falar por teléfono entre eles sen revelar os seus números reais.

· MeeticTest: trátase dun test persoal creado polo propio usuario co fin de avaliar o seu nivel de compatibilidade con outros usuarios e usuarias.

· Perfíles máis completos: máis eidos para definirse, albume persoal que permite subir até 25 fotografías, vídeo de presentación persoal, etc.

Podemos ver unha demostración das diferentes novidades neste sitio: http://www.opo.fr/meetic/espagnol/index.html.

Web 3.0: a Rede lóxica

Para moitos especialistas na tecnoloxía, a parte dos libros sobre Internet que está aínda en branco, a que se refire ó futuro da Sociedade da Información, é a máis interesante. Por outra banda, os acontecementos no virtual desenvólvense moito máis rápido ca na vida real e o que hoxe está de actualidade no universo en liña, mañá xa está máis que pasado de moda. Toda esta enleada vén a conto para facérmonos unha idea das razóns polas que se fala tanto xa da Web 3.0, mentres temos a sensación de que nisto da análise da Sociedade da Información se nos ten escamoteado máis de un capítulo. Segundo apuntan os expertos en vaticinar o (en moitas ocasións) invaticinable, xa vivimos na Web 3.0, aínda que nunha etapa da mesma que poderíamos chamar "embrionaria". Vivimos nela e case sen decatarnos porque nisto da tecnoloxía todo vai moi rápido e o debate adoita a darse despois dos feitos. O caso é que a xuízo de expertos que empregan xa o novo termo, a Internet 3.0 vai traer a peza que nos falta a moitos dos usuarios: a intelixencia.

A nova plataforma, din, sentará os alicerces para crear sistemas intelixentes que sexan quen de razoar por si sos, servindo de guías, asesores ou informadores en calquera operación que queiramos facer na Rede. Por exemplo: a Web 3.0 axudaranos a elixir o restaurante que máis se afaga ós nosos gustos. A esta nova orde de Internet da nova orde Internet (a 2.0) tamén se lle coñece como "a Web semántica" e esta está pensada para que os servidores web entendan o contido dos datos que amorean e mesmo inclúan manobras e funcións lóxicas, sen importar o formato ou a feitura deses datos. Segundo referenciou os días pasados El País, especialistas como Nova Spivack, creador dunha compañía innovadora sobre tecnoloxía que detecta vínculos entre bits de información facendo procuras pola Rede, estamos xa ás portas da gran Base de Datos Internacional. E continúa: "*Pasaremos dunha Rede de documentos conectados a unha Rede de datos conectados*".

Un verán con xogos de película

M.F.

As carteleiras cinematográficas marcarán en boa medida non só os éxitos nas pantallas grandes, senón tamén os títulos que acadarán os mellores resultados nas consolas de videoxogos, de xeito que as películas do verán tamén terán o seu equivalente interactivo.

Coa chegará ós cines españois a película baseada nos Transformers (robots transformables que xa contaron con varias series de televisión) coincide nas tendas un xogo para Nintendo DS inspirado en tal título e que contrasta co resto de adaptacións (para PC, Xbox 360, Nintendo Wii, PSP, PS2, PS3) polo feito de que se venderá en dúas versións (como tamén se fixera inicialmente co xogo de Pokémon para Gameboy), permitindo tomar parte polos Autobots ou polos Decepticons, ou sexa, ser amigo ou inimigo dos humanos.

O xogo consiste basicamente e correr, conducir, disparar e loitar contra o outro bando (Autobots contra Decepticons e viceversa) podendo elixir entre 30 vehículos nos con converterse, de xeito que o resto do xogo dependerá desta decisión inicial. Haberá 2 robots exclusivos en cada versión do xogo, de xeito que os que merquen *Transformers: Autobots* poderán controlar a Bumblebee e a Optimus Prime, mentres que con *Transformers: Decepticons* se pode tomar o control de Brawl e Blackout. A versión para DS do xogo tamén permitirá xogar en rede mediante Nintendo Wi-Fi, e os resultados acadados no xogo poden subirse na web de *Spark Wars* (http://ds.transformersgame.com/), aínda que as versións para o resto de plataformas serán as que reciban mellores críticas (pola súa espectacularidade gráfica e sonora) mentres que a pequena versión portátil podería ser a mellor recibida polos cativos que verán un novo xeito de competir cos seus amigos para ver quen é o máis hábil en controlar ás máquinas vivas do planeta Cybertron.

Harry Potter

Tralos robots que pretenden converterse no meirande éxito do verán será Harry Potter e a Orde do Fénix a película que contará con videoxogo propio que se achegará ós usuarios da meirande parte das plataformas de lecer electrónico, de xeito que as consolas portátiles (GameBoy Advance, Nintendo DS e PSP), as consolas domésticas (PS2, PS3, Xbox 360 e Nintendo Wii) e os ordenadores persoais permitirán vivir as aventuras dos máis coñecidos alumnos da escola de Hogwarts. De tódalas versións do xogo a que está a levantar máis expectativas é a de Nintendo Wii, xa que incorpora como novidade o feito de poder lanzar feitizos valéndonos do mando da Wii, o que creará unha sensación incomparable ó do resto de plataformas, polo que as distintas adaptacións non se compararán só polas prestacións técnicas, nas que destacarán especialmente as versións para Xbox 360 e PlayStation 3, que recrean con grande calidade os escenarios do xogo. Os xogos do neno mago máis popular da literatura contemporánea non son ningún exemplo de calidade, pero o peso da franquicia os converte nun produto atractivo para os seguidores das películas e libros, así coma un agasallo moi socorrido para os rapaces que aprobaron todas en xuño.

Chumbo, sangue e cámara lenta

Pero aínda que xullo sexa o mes das grandes estreas cinematográficas que tamén aparecen nas consolas de máis éxito, os títulos clásicos volverán a cobrar actualidade no mes de agosto grazas a un videoxogo baseado na película de John Woo *Hard Boiled* que sairá para PlayStation 3, Xbox 360 e PC, aínda que non conservará o título, pois se chamará *Stranglehold*, e é un dos xogos máis agardados do ano debido á expectación polo seu sistema de xogo, que estreará un efecto coñecido coma *Tempo Tequila* (que lembrará a moitos o *Tempo Bala* de Matrix) e que mediante unha ralentización do tempo permitirá unha maior precisión para abater ós inimigos. O xogo será todo un referente nos videoxogos de acción, pero resultará de especial valor para os afeccionados ó cine de Hong Kong, que mesmo contarán cunha edición especial que por un lixeiro incremento de prezo incluirá unha copia en Blu-ray Disco da película orixinal na que se basea o xogo, protagonizada por Chow Yun-Fat e considerada todo un clásico do xénero no que a honra, as balas e o sangue teñen un peso específico nas tramas.

Está claro que só os maiores de idade deben botar unhas partidas a este xogo, e posiblemente só os seguidores de John Woo saiban aprecialo como merece, pero ten tódalas bazas para converterse nun éxito no remate do verán.

Blazing Angels. Squadrons of WWII

SEVI MARTINEZ

Xa chegou o primeiro simulador con xeito para as consola de Sony. Namentres agardamos o **Warhawk** a xente de **Ubisoft** vai facer destas longas horas de espera...longas horas de voo e acción nos ceos de todo o mundo na segunda guerra mundial (WWII).

Estamos de diante (se tes sorte claro) dun ***port.***..ou o que é o mesmo unha adaptación dun exitoso xogo doutra plataforma feito para as esixencias da PS3. Trátase este dun xogo orixinal para prácticamente a totalidade das consolas que existan xa no mercado(PS2, Wii, XboX) e agora acompaña o lanzamento do monstruo de sony.

A histora para os que non escoitarades falar desta saga (da que se prepara xa unha expansión en forma de misións secretasJ) contarvos que é probablemente o mellor simulador de combate aéreo desenvolvido para algo que non sexa un PC.

No xogo teredes que encarnar a un dos sufridos e valentes pilotos da flota británica (RAF)...e con el teredes que enfrontarvos nos ceos ós mellores pilotos do imperio Nipon e os seus temibles Zeros...ou os pilotos alemáns que limparon os ceos de aliados ata que atoparon o seu talón de aquiles na batalla de Inglaterra...todo cheira a **Messershmitt** e a **Super Spitfire**!!!.

As melloras do programa con respecto da versión ofrecida para as consolas para as que existía son máis ben poucas...polo que non é un xogo recomendable para todos os que xa tiverades a oportuniadade de pilotar o **Blazing** con anterioridade...Para os novatos vai ser o bautismo de lume necesario para engancharse os simuladores aereos.

Ata 46 modelos de avións diferentes poderedes manexar , entre os que se inclúen os anteriormente citados, como non, ou o mítico **Mustang P-51**. Todos con características especiais...denden a velocidade dun Spit ata a potencia de lume das fortalezas voantes B-17…

Unha boa maneira de enfrontarse a un xogo coma este é elexir o modo campaña...e deixarse guiar así polos escenarios que cambiaron a cara do mundo nos primeiros anos corenta. Dende Pearl Harbor pasando por Midway ou a campiña francesa ata as batalla de Londres ou os desertos africanos...

Unha das vantaxes deste novo xogo e da súa plataforma é como non o novo mando Sixaxis que promete exprimir a emoción e as sensacións ó máximo. Tanto nos apartados gráficos, de son e de ambientación o nivel é moi bo...moi probablemente será superado polos títulos que agardamos para a consola dos 600 (euros) pero que asegura moitas horas de batalla.

Así que xa sabedes...se queredes completar os vosos coñecementos das batallas máis importantes da segunda guerra mundial...esta vez deixande a carabina M-1 Garand apoiada nun Jeep e poñédevos ós mandos dun avión...**Blazing Angels** é a nosa recomendación...

Cooking Mama

S.M.

A ver como vos vendo un simulador de cociña sen que me poñades de gorro o cazo...ou o funil no mellor dos casos!.

Para todos aqueles ós que as bahías de Tarawa son tan coñecidas como os corredores da súa casa...para os que a terceira curva de dereitas de Suzuka é como un paseo pola alameda...incluso para aqueles que teñen unha mascota que se chama Gordon Freeman (un peixe no pior dos casos jaj...)...non credes que xa é hora de vivir novas emocións?!!!

Se coou ben...e se non pois reclamo algo desa fe que vos queda despois de saber que a Playstation 3 non vai baixar de prezo poñádesvos como vos poñades...L

Ben. Pois imos aló. Imos falar dun xogo de ordenador que non é outra cousa que un Simulador culinario. Unha idea da xente de **Office Create** e distribuido en España por **Proein** e que está disponible (para máis alucine) na consola **Wii**.

Un ambiente de color e bo rollo envolve esta cociña (*mmmmm*...)...na que mamá tentará de aprendernos como se cociña un prato como deus manda. E vós ala a tentar unha e outra vez como destrozar as receitas máis sabrosas ó longo de todo o mundo. Poderemos preparar paella (*Viva Valencia*), un can quente (Cachorro en Portugues J) e incluso Sushi (*viva o vivo*!). cada receita ten que cinguirse a unha estricta orde de preparación que se presenta en forma de puzzle. Exemplos: rompe un ovo, bate, mezcla, remexe, cociña...pero ollo...que non se pase nin se pegue...(estame entrando a fame).

Tede en conta que todo este proceso terá que ser preparado polo **Wiimote**...polo que ó mellor, e con sorte, aínda podes aprender a facer algo de proveito na cociña real da túa casa, nunca se sabe.

Para redondear este prato que vos presentamos hoxe o **Cooking Mama**, hai que ser xustos e dicir que é un dos xogos máis agradables á vista que temos atopado nesta redacción. Imaxes alegres, colores vistosos, música relaxante, pratos apetitosos e moito humor..

O Cooking Mama é un bo xogo para introducir os rapaces neste mundo das consolas...non todo van ser tiros.

Un apunte. Estamos agardando ó lanzamento dun Cookin Papa...tic ...tac...tic...tac...a veeeeeeeeeeeeee eeeeeeer...

Arma. Armed Assault

S.M.

Bohemian Interactive é unha compañía checa que non pasou desapercibida dende que se puxeron mans a obra no desenvolvemento de simuladores de combate. O seu primeiro programa **Operation Flashpoint** foi un dos xogos máis loubados dos últimos anos. E iso que tiña que competir nos andeis das tendas de informática con títulos tan importantes como os **Battlefield**...ou mesmo cos **Call of Duty** ou **Medal Of Honor**. Eles optaron por unha liña claramente diferenciada sobre todos dos dous últimos títulos. Operacións militares actuais e acción si...pero realismo tamén. E deron no cravo. De tal maneira que incluso o exercito americano confesou ter desenvolvido un simulador de combate para o exercito de terra baseado neste mesmo programa **Operation Flashpoint** do que vos falamos...

Pois ben, os magos son os mesmos, e cociñaron na pota ingredientes parecidos, actualizados e mellorados. O producto chámase **Armed Assault** e é un simulador duro, duro en tódolos tipo de combate na fronte dende infantería ata helicópteros de apoio cercano.

Os niveis de calidade gráfica que presenta este **Armed Assault** teredes que velos nunha pantalla de calidade...pero as fotos poden darvos unha pista de por onde van os tiros...claro que as fotos non deixarán ver como se move o cesped (o cesped!!!) ou como o vento move os arbustos. E dicir, que a calidade de Flashpoint elevada a outra potencia (polo que haberá que elevar a potencia da tarxeta gráfica...e a de creto).

A historia é bastante sinxela. Unha illa en *sabedeusonde* dividida en duas partes. Unha democracia-petrolífera e un comunismo ambicioso. Os americanos que se retiran dos seus adestramentos na parte democrática e os do norte (Que casualidade) que atacan sen previo aviso; -Chamen o sétimo de cabalería!!!...-ah...que somos nós?!...pois imos ;)

Resumindo. Un bo programa para os que quirades sentir algo máis a loita pola liberdade e contra o terrorismo...(quedoume mallado!).

Código 0 Cero

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

E logo!
En galego, tes todo un mundo por compartir.
Creatividade. Imaxinación. Orixe. Orixinal. Precisas compartir o que levas dentro. O galego telo aí, naturalmente. Recolles e reinventas. O que fagas es ti, en galego.
En galego, tes todo por dicir.
XUNTA DE GALICIA
PRESIDENCIA
Secretaría Xeral de Política Lingüística
www.galegoelogo.com