

## CEBIT 2005

## La gran feria alemana muestra una industria recuperada y muy innovadora

El sector tecnológico crecerá el 4% en los próximos años, en España y en Europa ● Internet es la varita mágica para los productos de gran consumo ● La voz sobre IP es el acontecimiento del año, según la presidenta de Lucent

LUÍS ALONSO

Cebit 2005, la gran feria anual de la industria de las tecnologías de la información, cerró ayer sus puertas bajo signos optimistas.

Los indicios de recuperación mostrados en la pasada edición de la feria de Hannover se han confirmado. Para este año se espera que el sector siga creciendo a escala mundial, europeo y español. Será un crecimiento moderado, entre el 3% y el 4%, y así se prevé en varios años.

Lo que se ha visto en esta feria ha sido una industria que ha

alcanzado su madurez y, por tanto, sus incrementos no serán ya espectaculares, aunque sí constantes. La innovación persistirá a todos los niveles, en productos y desarrollo de nuevas tecnologías, aunque dentro de unos cánones establecidos previamente.

Todo el sector se sigue moviendo bajo el paraguas de Internet para procurar ocio al consumidor final. La firme apuesta de este año es la telefonía de voz mediante el protocolo IP, o voz sobre IP. Se trata de una tecnología de la que se habla hace ya varios años. La diferencia es que

ahora se muestran teléfonos fijos o inalámbricos que funcionan de manera casi tan simple como el teléfono convencional, a precios más económicos.

El ordenador de sobremesa vuelve a ejercer un papel destacado como servidor de todo tipo de información al hogar. De momento, se situará en un lugar discreto de la casa, al lado de la conexión de banda ancha, y servirá información a dispositivos cada vez más híbridos y polivalentes.

El ordenador portátil, el reproductor de música digital y el teléfono móvil con funciones

añadidas seguirán vendiéndose al por mayor a usuarios más conocedores de lo que quieren y menos dispuestos a comprar lo que quiera el proveedor.

La infraestructura que soporta los contenidos y los servicios se vuelve más robusta y segura. IBM enseñó servidores compactos que funcionan con distintos sistemas operativos. Sun anunció el establecimiento de una cuota de un dólar mensual por gigabyte de información y un dólar a la hora por procesador, evitando la infraestructura propia.

Pasa a las páginas 3 a 8



**Móviles**  
La empresa Samsung presenta un aparato con cámara de siete megapíxeles



**Ordenadores**  
Junto al PC de mesa, más portátiles y a mejores precios que nunca



**Telefonía**  
Programas, aparatos, centralitas y servicios por IP, la sensación de la feria

## ARTE



## 'Pop art' o 'pop up', reciclar la tortura visual

La psicodelia del pop art no acabó en la década de 1960; hoy en Internet saltan otras imágenes no menos psicodélicas, delante de nuestros ojos, en la pantalla de los ordenadores. Son las ventanas publicitarias, conocidas co-

mo pop up, tan molestas que se han creado programas para eliminarlas. Sin embargo, el denostado y mercantilista pop up ha encontrado un defensor en el artista norteamericano Abe Lincoln, que ha lanzado su propio ma-

nifiesto artístico en el que pide que se abran las pop up, las ventanas, porque son "freudianas vías de desahogo del subconsciente de las redes", que se apoderan de su ordenador.

En esa corriente artística, que

aprovecha el carácter hipnotizador de las incesantes ventanas, se encuentran los artistas Jodi, Peter Luining, Antonio Mendoza y el barroco Kenneth Hung, autor de la obra de la portada.

Página 9

## OCIO

## El creador de Gran Turismo planea jugar por la Red

JOSEP M. SARRIEGUI

Kazunori Yamauchi tiene en su casa un Honda S2000, un Mitsubishi Lancer Evolution V; un Porsche GT3; un Mercedes SL55 AMG y un Ford GT. Cinco coches de ensueño, pero reales.

Kazunori Yamauchi, aparte, tiene 700 coches y 90 circuitos, estos sí virtuales, aunque fielmente reproducidos de la realidad. Yamauchi es el creador de los videojuegos *Gran Turismo*, que ya tienen 38 millones de aficionados. El mundo de los coches es la afición y la profesión de este japonés que ha pasado por Madrid para presentarla cuarta versión del juego, que incorpora casi 600 tipos de competición y la posibilidad de que el jugador sea, aparte de piloto, *manager* de equipo. Su reto, que el juego salte a competiciones por la Red. Pasa a la página 10

## ARTE

# El net.art fagocita la pesadilla de los intrusivos 'pop up'

Las ventanas publicitarias son "freudianas vías de desahogo del subconsciente de las redes", según Linkln

R. BOSCO / S. CALDANA

El *pop up* fue concebido con fines comerciales y promocionales, como un recurso casi dotado de vida propia, capaz de aparecer inesperadamente durante la navegación de las páginas, en forma de ventanas que se abren cubriendo parcialmente la información, de modo que resulta imposible ignorarlas.

Considerado mucho más eficaz que la publicidad estática, el *pop up* se ha convertido en uno de los elementos más molestos de la Red. Tan fastidioso que para evitarlo, los navegadores ofrecen un bloqueador de ventanas. Sin embargo, el desprestigiado *pop up* ha encontrado un defensor en el artista americano Abe Linkln, que le dedica una exposición en Red, organizada por Turbulence, una de las más activas plataformas estadounidenses para la producción de net.art.

La exhibición, que reúne ocho obras, toma como punto de partida el texto *The Pop-Up Manifesto*, donde Linkln explica en 12 enunciados el uso creativo y subversivo de este programa informático.

Anfitrión de un mundo hostil, Linkln invita al internauta a dejar que las ventanas, "freudianas vías de desahogo del subconsciente de las redes", se apoderen de su ordenador.

La propia exposición se configura en un sistema de venta-

nas, de modo que el internauta puede moverlas.

Entre los artistas abanderados de esta venganza del *pop up* no podía faltar Jodi, la pareja belga-holandesa considerada un clásico en el uso artístico de este elemento. Su *OSS% online* es sólo una pequeña muestra de lo que puede hacer el programa disponible en el CD homónimo, capaz de tomar el control del ordenador en el cual ha sido instalado, convirtiéndolo en una entidad autónoma de la que el usuario puede sólo intentar defenderse.

## Caos y descontrol

El caos y el descontrol presiden también la página [www.reverse-flash-back.com](http://www.reverse-flash-back.com) del artista francés Jimpunk, que ofrece un mundo imaginario "hecho de sonidos y psicodélicos brochazos de código", donde el visitante debe dejarse transportar por un ritmo narrativo que lentamente se convierte en un mantra. Como en un ballet mecánico digital, la posición de los *pop up* nunca es casual. Cada movimiento está programado.

"El indicio de caos lo es sólo en apariencia. Cuando se encuentran una manada de ventanas *pop up* es crucial mantener la calma. No hay que importunarlas porque, como los elefantes, pueden asustarse y huir barriendo definitivamente todo a su paso", señala irónicamente Linkln.

La selección se completa con sendas obras de denuncia y



Arriba, página de Turbulence; abajo, trabajo de Kenneth Hung.

crítica social de Antonio Mendoza, de Peter Luining, y de Kenneth Hung.

A diferencia de la mayoría de obras, que explotan las posibilidades técnicas y formales del *pop up*, el californiano de origen chino Kenneth Hung lo utiliza como vehículo de crítica social y política. Desde un dominio de dirección hostil (el número 1 repetido 60 veces), Hung afila las armas de la ironía a través de imágenes hiperrealistas, deudoras tanto de la estética pop como del barroco.

En *The Lord of The Wing*, la iconografía de *El Señor de los*

*Anillos* sirve para un viaje a un mundo grotesco, donde Donald Rumsfeld se convierte en ogro y Bush en Gollum. Sadam y Bin Laden, Cicciolina, Michael Jackson y los Teletubbies, Chirac, Blair y Berlusconi son personajes que aparecen en las abigarradas ventanas. Los fondos con pozos de petróleo, armas, banderas y referencias gráficas a la actualidad, junto con breves anotaciones del artista crean un efecto caleidoscópico que captura el visitante en una narración visual de miles de detalles.

TURBULENCE:

<http://turbulence.org/curators/popup>

## CONSUMO

## ONO multiplica por cinco la velocidad de acceso a Internet

CIBERP@ÍS

A partir del 1 de abril los clientes de ONO de 600 kbps disfrutarán de 3 megas por el mismo precio, 29,95 euros al mes en combinado con teléfono o 35,90 euros al mes en contratación individual. La oferta supone multiplicar por cinco la velocidad de acceso actual a Internet de alta velocidad.

En los próximos días la compañía ONO contactará con sus más de 300.000 clientes de Internet de banda ancha para informarles del proceso de migración que se realizará de forma automática y gratuita para todos los clientes de 600 kbps durante el mes de abril. Para los usuarios en la comunidad autónoma de Castilla y León el servicio estará disponible a partir del mes de julio.

A juicio de Fernando Ojeda, director general de Clientes y Servicios de ONO, "gracias a la gran inversión en Red propia que ONO está realizando en las demarcaciones donde la compañía presta servicio a particulares, podremos migrar a nuestros clientes de 600 kbps a este nuevo servicio, que se desmarca de las actuales ofertas del sector de acceso a Internet que hay en España".

La compañía también lanzó recientemente una solución para garantizar la seguridad, control y privacidad de sus clientes cuando navegan por Internet.

Centinela ONO engloba seis servicios —antivirus, *firewall*, *antispyware*, control parental, anti ventanas emergentes publicitarias y gestor de privacidad— en un único programa. Este Antivirus cuenta con la certificación 100% Virus Bulletin y el *antispyware*, que elimina los parásitos que, por ejemplo, monitorizan la navegación del internauta sin que éste se dé cuenta, ofrece protección en tiempo real con actualizaciones cada tres horas.

ONO: [www.ono.es](http://www.ono.es)

## SEGURIDAD

## Un virus para móviles amenaza los mensajes con imagen y sonido

MERCÈ MOLIST

Los virus para teléfonos móviles están cada vez más cerca. Si hasta hace poco se afirmaba que no existían virus para celulares, en seis meses ha cambiado el panorama: el primero fue *Cabir*, que se propaga por la conexión Bluetooth.

La semana pasada apareció un nuevo virus que, además de por Bluetooth, se transmite mediante algo más popular: los Messaging Service Messages, mensajes de texto con imágenes y sonido.

*Commwarrior* —nombre del virus— es el primero capaz de replicarse a través de mensajes MMS y enviarse a las direcciones y números de la agenda de sus víctimas. Esto lo hace potencialmente tan rápido y peligroso como los gusanos que van por *e-mail*.

*Commwarrior* no está ex-

pandándose masivamente y su capacidad de infectar a través de MMS no funciona a la perfección, pero es una muestra del preocupante camino que están siguiendo los virus en telefonía móvil. *Cabir*, el primer virus para móviles, se ha extendido a 17 países, a pesar de sus limitaciones: utiliza Bluetooth para propagarse, un sistema que facilita la conexión inalámbrica de corto alcance entre ordenadores, agendas digitales o teléfonos.

La posibilidad de *Commwarrior* de infectar con una llamada de teléfono abre un futuro inquietante. Los fabricantes advierten a sus clientes que extremen la precaución al recibir MMS. Si el usuario no acepta ni descarga el mensaje, el virus no consigue infectarlo.

VIRUS: [www.vsanvirus.com/08-03-05.htm](http://www.vsanvirus.com/08-03-05.htm)

## Un ISP holandés denuncia al Gobierno por no pagar los pinchazos a clientes

M. M.

El veterano proveedor (ISP) de acceso a Internet XS4ALL ha puesto una denuncia a su Gobierno holandés porque no le ha pagado el coste de preparar su Red, a la hora de hacer efectivas las demandas judiciales de interceptación de las comunicaciones de sus clientes. Según XS4ALL, desde 2001 ha invertido medio millón de euros para que sus máquinas cumplan la ley.

El aumento de clientes le ha obligado también a gastar más en preparar máquinas para las interceptaciones exigidas por los jueces. XS4ALL considera "irrazonable que no se nos reembolsen estos costes, teniendo en cuenta que estas inversiones se hacen por el interés general de las fuerzas de la ley y no benefician a los proveedores".

La ley holandesa de telecomunicaciones obliga a los operadores a hacer sus redes y servicios fácilmente interceptables. El Estado paga los costes administrativos de ejecutar una escucha, pero no la inversión en los equipos.

El Consejo Europeo de Justicia debate una propuesta para obligar a los proveedores a guardar todos los datos de Internet y telefonía por un periodo de entre uno y tres años, incluyendo quién llama a quién, por cuánto tiempo y desde dónde, además de actividades como la navegación por *web*, lo que supondrá una inversión millonaria para la industria, a costa de dejar de invertir en seguridad de Red.

En Austria, Italia, Finlandia, Francia y Estados Unidos se paga el coste de interceptación.

XS4ALL: [www.xs4all.nl/](http://www.xs4all.nl/)

## Japón acusa a Intel de prácticas monopolísticas

CIBERP@ÍS

Las autoridades japonesas han lanzado una advertencia a Intel contra sus prácticas monopolísticas en aquel país. Japón denuncia que Intel ofrecía rebajas de ordenadores que aceptaban no incluir o limitar el uso de procesadores de otras marcas.

Aunque la advertencia no incluye multas, el final del proceso puede suponer un cambio obligatorio de las prácticas comerciales que, según las autoridades japonesas, se iniciaron en el 2002.

La cuota de mercado de Intel creció del 73,2% en 2002 al 87% en 2004, a juicio de Gartner. AMD tiene el 10,4%. Los acuerdos comerciales de Intel que ahora persigue Japón afectan a cinco fabricantes, que venden el 77% de todos los ordenadores.