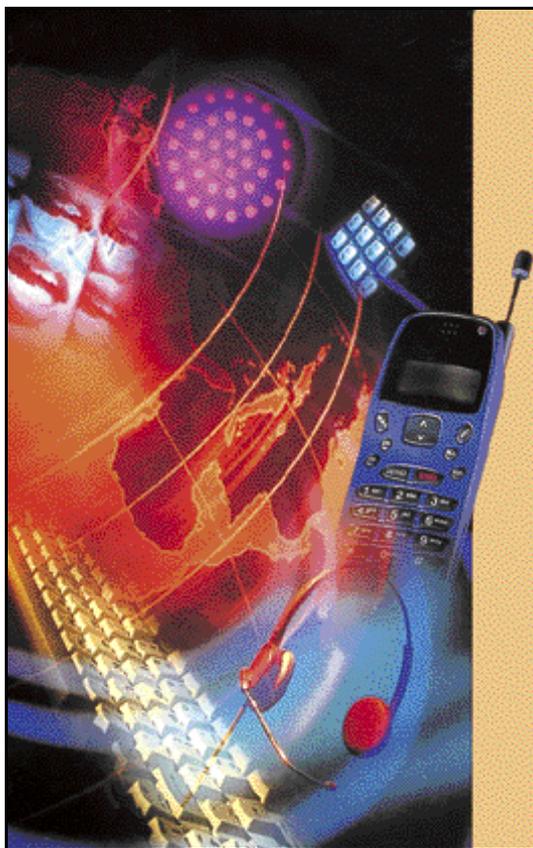


## El milagro de la tecnología

El advenimiento de la Era Inalámbrica está a la vuelta de la esquina. Cientos de dispositivos nos mantendrán comunicados las veinticuatro horas del día, los 365 días del año.

Uando me asaltan los comunicados y las noticias que ensalzan las virtudes de PDAs, móviles WAP y futuras tecnologías UMTS, no puedo evitar que una imagen poco menos que apocalíptica cobre vida en mi cabeza. Por mucho que las empresas intenten adaptar las personas a las tecnologías, nosotros humanos tenemos la irritante tendencia de hacer justo lo contrario. Ellas nos dicen que Internet en el móvil nos proporcionará la oportunidad de comprar desde cualquier lugar del mundo, de realizar transferencias bancarias, de encontrar el supermercado de la esquina en un completo mapa... Todo por un módico precio. Es decir, que no necesitaremos ni un hogar ni una oficina donde desarrollar nuestras vidas. Ahorraremos tiempo, espacio y hasta una quinta dimensión que aún se desconoce. Pero, a pesar de ello, insisto, no puedo evitar la imagen de jóvenes y no tan jóvenes chateando en el autobús como posesos, mandando mensajes gratuitos desde Internet y consultando las páginas X a escondidas del vecino del asiento de al lado. Porque, seamos sinceros, no me imagino comprando ropa a través del móvil caminando entre tiendas, ni creo que los jóvenes de pueblos perdidos en medio de la nada dejen de migrar a las grandes ciudades porque una empresa electrónica les garantice la entrega del pedido.



Y es que ahorrar tiempo está muy bien, pero la gente seguirá empleándolo en lo que más le gusta, las cosas que son buenas, bonitas y baratas por no decir gratuitas. Mi opinión, humilde donde las haya, es que Internet móvil no será percibido por el usuario como un medio para aumentar la productividad de las empresas. Pero, por supuesto, es sólo una opinión.

Virginia Toledo/vtoledo@bpe.es

## En el interior

### Noticias on-line

Un variado panorama de estrenos renueva Internet este mes de mayo. A nuestro país llegan interesantes páginas como Inversis, un servicio financiero *on-line*, buscaycompara, el buscador del mejor precio en la Red, o la discográfica virtual Deo.com. Además, asistimos al estreno del I Salón de comercio electrónico, un foro que reunió a los principales profesionales del sector, y conocemos la nueva imagen de la productora Fox.



### Música en la Red

Internet ofrece todo tipo de información y herramientas para satisfacer las necesidades del más exigente melómano: agenda de conciertos, discografías, archivos MP3 e incluso compositores de música *on-line*.



### Visitas privadas

Al navegar por Internet vamos dejando rastros de nuestra personalidad, nuestros gustos y costumbres. No está de más atender a algunos pequeños consejos para preservar nuestra intimidad sin dejar de visitar las páginas que más nos gustan.

### La renta desde casa

A partir de este año podremos gestionar nuestra declaración de la renta a través de Internet. El Ministerio de Hacienda nos informa de la posibilidad de solicitar la devolución adelantada del IRPF si nuestros ingresos en el 2000 no han superado la cantidad de los 3 millones de pesetas y provienen de un mismo empleo.



### Internet en las alturas

Al ser las tarjetas satelitales requisito indispensable para el aprovechamiento del acceso a Internet vía satélite, hemos querido analizar algunas de las soluciones disponibles en nuestro país, dispositivos que se nutren de la experiencia cosechada en países como Alemania, donde el acceso vía satélite es tan tradicional como aquí lo es el RTC a través de un módem.



De fondo

Celia Almorox

calmorox@bpe.es

## Vacaciones sin UMTS

Sí, sé que no había ninguna posibilidad, pero la esperanza es lo último que se extravía. Me convenció esa arrogancia que mostraron los antiguos dirigentes del Ministerio de Fomento, Rafael Arias Salgado a la cabeza, indicando que nuestro país iba a ser de los primeros, con el permiso de Japón y alguna nación escandinava, en ofrecer servicios comerciales de UMTS, aventurando el 1 de agosto de este año como fecha de salida.

Pero cercano ese día, nos dicen que no, que una vez más tenemos que moderar nuestra velocidad y esperar al resto del mundo. Las operadoras españolas se cubren de gloria señalando que ellas sí que tendrán desplegada la red mínima necesaria para dar cobertura a las zonas más pobladas y que si hay que buscar culpables se dirijan a los fabricantes de terminales, que por supuesto no han acordado con ningún gobierno estar en marcha según rige el contrato.

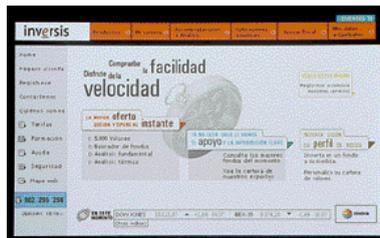
Este retraso trastoca nuestros planes, porque algunos ya nos habíamos dejado unos días de vacaciones para jugar con el «aparatejo». Si todavía no hemos tenido tiempo para familiarizarnos con las infinitas opciones de los teléfonos GSM, la avalancha multimedia de la 3G nos va a superar. Necesitaremos horas y horas para perdernos por los menús y descubrir una a una todas esas posibilidades. Eso sí, espero que no ocurra lo que con WAP, que, tras la expectación inicial, se pueden contar con los dedos de la mano las veces que hemos navegado.

# Inversis apuesta por las finanzas *on-line*

El nuevo grupo de servicios financieros participado por Caja Madrid, Banco Zaragozano, Indra, Terra Lycos y El Corte Inglés inicia su andadura como *broker* y supermercado de fondos en Internet y prevé convertirse en un banco a finales de año.

En un momento en el que lanzar un proyecto *on-line* es una aventura, cuando menos, arriesgada, nace Inversis. Esta empresa, sin embargo, viene avalada por unos prestigiosos socios que son conscientes del escepticismo reinante pero que apuestan por convertir Inversis en uno de los principales grupos financieros *on-line* de nuestro país.

Inversis comienza a operar como *broker* y supermercado de fondos en Internet, ofreciendo acceso a más de 4.000 valores de 20 de las principales bolsas de todo el mundo y acerca de 1.000 fondos de inversión, gracias a los acuerdos firmados con 34 gestores



nacionales e internacionales. Su intención es que en los próximos meses la entidad se convierta en banco *on-line* que pretende alcanzar los 200.000

clientes en los próximos cuatro años, periodo en el que se prevé alcanzar el punto de equilibrio financiero.

La plataforma que realiza las operaciones permite ejecutar, liquidar y depositar en tiempo real en mercados nacionales e internacionales en menos de medio minuto, conociendo en cada momento si se gana o se pierde dinero con la operación, la información histórica de las operaciones realizadas o información útil de carácter estratégico sobre empresas y mercados.

Inversis ofrece también un buscador avanzado de fondos, glosarios y guías para invertir sin arriesgar o modelos de carteras de valores, que se ven acompañadas por un teléfono de atención al cliente 24 horas al día y, próximamente, oficinas en Madrid, Barcelona y Valencia.

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

Inversis 902 255 256

## PrensaTec es ahora PrensaCom

Aquellos internautas que hayan tecleado en los últimos días [www.prensatec.com](http://www.prensatec.com) se habrán encontrado con una sorpresa: este servicio de información ha cambiado de nombre e imagen, al tiempo que ha ampliado sus servicios a nuevos sectores de la economía.

Tal y como ha explicado su director, Oski Goldfryd, el objetivo de PrensaCom es convertirse en «punto de encuentro» entre medios y comunicadores y ofrecer herramientas de utilidad a los profesionales de la comunicación. De hecho, esta web se dirige a los más de 25.000 periodistas que trabajan o colaboran en los diferentes medios y a las más de 30.000 empresas e instituciones que comunican a éstos sus actividades y productos.



Entre las innovaciones que se incorporarán con el cambio de rumbo, PrensaCom ofrecerá a los periodistas estudios de mercado, un foro de expertos, centralización de consultas temáticas, bolsa de trabajo, diccionarios, buscador de artículos, información europea y estadísticas oficiales. Por su parte, su oferta para las empresas pasa por la distribución individualizada de comunicados, una base de datos actualizada de periodistas y medios, programación editorial, ruedas de prensa virtuales y un sistema de seguimiento.

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

EN [WWW.PC-ACTUAL.COM](http://WWW.PC-ACTUAL.COM)

- “Aulavía organiza congresos *on-line* para directivos
- “YoTuEl.com paga dinero por utilizar Internet
- “Retevisión crea un ecosistema *e-business* a la medida de las pymes
- “Néctar ibérico: Webdelvino.com
- “Canalmail trae a Europa el marketing autorizado por *e-mail*
- “Chat de voz en el móvil con Cocotero
- “Paradigmas.net ha creado un centro de análisis de webs

Estas y otras noticias las podéis encontrar en nuestra web.

# Deo.com, la alternativa europea en música digital

La discográfica virtual con importante presencia en el norte de Europa ha desarrollado una versión en castellano de su portal para la venta y promoción de música.

El pilar en el que se basa todo el proyecto es la creación de una comunidad de usuarios que podrán acceder a una serie de contenidos y servicios (*microsites*, fanzines, foros, chats, concursos, votaciones, etc.) relacionados con el mundo del pop independiente. En realidad, tal como lo describe uno de sus directivos, «Deo viene a ser un Napster legal», ya que los internautas podrán asimismo descargar archivos de audio pero pagando —sólo en el caso de los artistas que tengan contrato una cuota que rondará el euro por canción. En efecto, el catálogo de Deo.com, compuesto por más



de 300.000 temas, comprende por un lado canciones de intérpretes con contrato que aparecen en formato WMT de Microsoft y llevan un coste asociado, junto a otras de artistas en promoción, gratuitas y en formato MP3.

La faceta promocional se apoya precisamente en el volumen de descargas y escucha de *streamings* de audio de determinados artistas noveles. Así, el apartado Display propone a los internautas maquetas para que las escuchen y, si lo desean, opinen sobre ellas, pudiendo influir

así en el lanzamiento de nuevos intérpretes.

La plataforma tecnológica de Deo.com se ubica íntegramente en Estocolmo, sede principal de la compañía, y corre a cargo de IBM. Se compone de dos sistemas *eServer Pseries*, un servidor *xSeries* para la difusión de contenidos de *streaming* y una flota de ordenadores portátiles *ThinkPad* que permite a los empleados acceder y modificar los contenidos del portal en cualquier momento y desde cualquier lugar a través de Internet.

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

## BREVES

### Descargas con publicidad

Downloadbanner es un sistema de descarga publicitaria que sustituye el cuadro de diálogo del navegador por uno propio, el cual incluye la posibilidad de retomar descargas fallidas o la búsqueda del fichero en Internet.



La principal diferencia con otros programas como Go!Zilla o GetRight es que no es necesaria su instalación en el PC del usuario, sino que aparece automáticamente cuando se descarga algo de una página que tiene implementado el sistema. El programa sustituye la ventana de diálogo clásica del navegador por una propia en la que se incluye un anuncio en forma de *banner* que se puede pulsar en todo momento para visitar la página del anunciante. También se pueden retomar las descargas fallidas o buscar un fichero en Internet. En breve, el sistema incluirá la comprobación de virus en los ficheros descargados.

[www.download-banner.com](http://www.download-banner.com)

## Miles de empresas en la Red

Dun & Bradstreet acaba de lanzar su servicio de información empresarial D&B e-Express, que permite identificar gratuitamente a más de un millón de empresas españolas, así como tener acceso a más de 62 millones de compañías en todo el mundo.

La identificación de la información empresarial contenida en D&B e-Express se logra gracias al número D-U-N-S, que es un sistema de numeración universal exclusivo de Dun & Bradstreet que garantiza una búsqueda y racionalización precisa de los datos de las empresas. Este sistema ha llegado a ser un estándar para el seguimiento y la construcción de las relaciones corporativas en todo el mundo, convirtiéndose en el identificador mundial de las transacciones *business to business*.

A través de D&B e-Express, al

cual se accede desde la página española de [www.dnb.com](http://www.dnb.com), podemos conocer los siguientes datos de la empresa que buscamos: ficha identificativa, información negativa, evaluación de riesgo (se valora rápidamente el riesgo que supone realizar una operación financiera o transacción comercial con esa empresa), información financiera y ratios sectoriales.

Todos estos servicios, salvo el de ficha identificativa que es gratis, tienen diferentes precios dependiendo de lo que se necesita conocer. Además, D&B e-Express ofrece tres niveles de servicio de información empresarial integral: Perfil Express, Comercial Express, para obtener una visión comercial y financiera global, y Gestión Express.

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

Dun & Bradstreet 902 44 66 88

## Fox España renueva web

Con un atractivo y cuidado diseño, la web de la Fox en España ([www.fox.es](http://www.fox.es)) se renueva fusionando en un mismo *site* las novedades de estreno en cine, vídeo y DVD. Bydeway, la agencia encargada de crear y desarrollar la página, ha creado un espacio desde el que se pueden acceder a más de 40 «microsites» de películas estrenadas en cine o vídeo, así como al catálogo completo de *films* de la Fox.

La página ofrece también la posibilidad de consultar las películas en cartelera en toda España y comprar entradas en los cines adscritos al programa de venta de entradas *on-line* de Serviticket.

En la sección de vídeo y DVD también se puede



encontrar el completo catálogo de películas a la venta.

Para los usuarios que se registren en la página se ha preparado un juego tipo trivial con el que se pueden ganar premios relacionados con el mundo del cine. Fox España también tiene en mente vender sus películas a través de esta página próximamente.

[www.fox.es](http://www.fox.es)

# Las webs que mejor suenan

Disfruta con tus estilos y artistas favoritos

No es ningún secreto que la Red contiene una cantidad ingente de información y herramientas que facilitan el trabajo y nos acercan más al disfrute de nuestras aficiones. Entre éstas, la música es desde siempre una de las que mayor atención ha recibido y, sin embargo, muchas personas aún desconocen las posibilidades reales que aguardan tanto a los que quieren saber más sobre su estilo preferido como a los que buscan su camino como compositores.

**D**e un tiempo a esta parte, pensar en música por Internet se ha convertido casi en sinónimo de MP3 y Napster. La polémica que ha rodeado el proceso judicial entablado por las grandes discográficas contra el portal de intercambio de música libre ha logrado que incluso los profanos conciban la Red como un medio capaz de facilitar de manera prodigiosa el acceso a la música. Ciertamente, esta capacidad es una de las facetas que atrapan a un mayor número de usuarios en la telaraña digital, al tiempo que convierte Internet en un elemento llamado a revolucionar en su conjunto la industria del disco. Sin embargo, aunque los portales de ficheros MP3 son uno de los recursos

más interesantes que proporciona el nuevo medio, Internet dispone de otras muchas herramientas para hacer que los melómanos de toda edad y perfil puedan vivir su afición con la mayor intensidad. La clave de todas ellas es, cómo no, la información, que en el ámbito de la música se presenta especialmente abundante y susceptible actualizarse y personalizarse.

#### ■ Para no perderse nada

Así, empezando por los portales horizontales, encontramos que la mayoría cuenta con canales dedicados al arte sonoro. En el caso de

Terra, los internautas pueden encontrar, además de una completa agenda de conciertos y presentaciones con motor de búsqueda incluido, una serie de zonas reservadas a la música clásica, electrónica, indie/hip-hop, jazz/blues y pop/rock. Cada una de ellas recoge lo más destacado de la actualidad en forma de noticias, comentarios de nuevos lanzamientos, semblanzas de artistas, reportajes (el año de Bach, Sónar 2000, Peter Gabriel, etc.), entrevistas (María Bayo, Najwa Nimri, Pat Metheny, etc.), tendencias (nuevas tecnologías de grabación, historia de los graffiti, música en formato digital, etc.) y enlaces. Este apartado resulta especialmente útil, ya que contiene un gran número de links donde encontrar más datos sobre el estilo de música que más nos gusta, los artistas que lo cultivan, organizaciones y eventos relacionados, etc. Por su parte, la zona club alberga noticias más generales sobre el mundo de la música y sobre los locales que acaparan el protagonismo informativo. Finalmente, en el apartado de especiales es posible asistir a charlas en *streaming* de vídeo con o sobre los artistas más relevantes (Alejandro Sanz, Ella Baila Sola, Texas...).

Algo más general en sus contenidos informativos, la sección musical de Navegalia presenta como principales elementos diferenciales la inclusión de una selección de MP3 y de canales para escuchar mientras se navega. Ambos servicios se ofrecen con carácter gratuito a través de Vitaminic y Weblisten, respectivamente. La música electrónica y de baile es objeto de atención especial, dedicándosele un apartado de sesiones de DJs y una subsección específica. El portal Inicia, del grupo Prisa, cuenta también con un canal llamado Milmúsicas ([www.milmusicas.com](http://www.milmusicas.com)) en el que se recoge lo más destacado del momento (secciones de actualidad, entrevistas, reportajes, espectáculos, especiales, Rolling Stone) mediante una selección de artículos aparecidos en publicaciones especializadas del grupo, como Rolling Stone o el suplemento Tentaciones de El País. Con el acento puesto en la música digital, el canal mantiene tres secciones con información en torno al mundo del MP3, enlaces donde encontrar música en este for-





mato y un extenso directorio para acceder a webs de artistas, festivales o premios, así como una cuarta destinada a acoger maquetas de artistas noveles en formato MP3 o Windows Media Audio.

La música, al igual que tantos otros temas, cuenta con una larga lista de espacios exclusivos en Internet. Entre los más completos podemos destacar, primeramente, la anglosajona All Music Guide ([www.allmusic.com](http://www.allmusic.com)), que representa toda una enciclopedia musical, recopilando fichas de prácticamente cualquier género, con información sobre subgéneros, épocas e intérpretes, acompañada de infinidad de enlaces relacionados. Asimismo contiene un buscador que permite acceder a ese material con mayor rapidez. En el ámbito español, Ritmic ([www.ritmic.com](http://www.ritmic.com)) ofrece contenidos de actualidad en forma de breves reseñas, agenda, entrevistas y completos especiales –muchos de ellos con concursos asociados, junto a una amplia variedad de servicios multimedia (escucha y descarga de MP3, vídeos, radio), si bien algunos de ellos se encuentran aún en fase de desarrollo. Un enlace con el sitio de DiscoWeb permite la compra de CDs on-line. Otro ejemplo de portal vertical es AkiMusica ([www.akimusic.com](http://www.akimusic.com)) que, además de abarcar un amplísimo espectro de géneros, funciona como tienda de música, con secciones de novedades, ofertas, una guía de los discos más vendidos y que, en un futuro, contará con un servicio de venta de entradas. Al igual que Ritmic, permitirá próximamente la confección de CDs a medida. Como es de suponer, la Red contiene igualmente un sinfín de portales verticales dedicados a cada estilo de música, entre los cuales pueden citarse [www.classicalnet.com](http://www.classicalnet.com), [www.melomano21.com](http://www.melomano21.com), [www.rollingstone.com](http://www.rollingstone.com), [\[sic.com\]\(http://sic.com\), \[www.rock&web.com.ar\]\(http://www.rock&web.com.ar\), \[www.inter-jazz.com\]\(http://www.inter-jazz.com\) Jazz in Spain \(\[www.members.tripod.com/tinogil/espaa/home.htm\]\(http://www.members.tripod.com/tinogil/espaa/home.htm\)\), etc.](http://www.dotmu-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

■ Más música, por favor

Pero, además de proporcionarnos toda la información que necesitamos para estar al día sobre nuestra música favorita, Internet puede servirnos de fuente en la que encontrar canciones nuevas. Junto a los portales MIDI, destinados más bien a quienes están interesados en la composición por ordenador, existe lite-



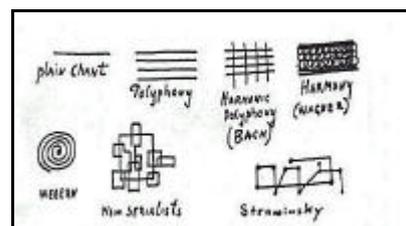
ralmente un sinfín de webs de archivos en MP3. La polémica suscitada por el caso Napster ha dado como resultado que casi todas ellas cobren por la descarga de ficheros, si bien en todos sigue siendo posible escuchar canciones de manera gratuita. Tal es el caso de sitios como [www.weblisten.com](http://www.weblisten.com) con tarifas a partir de dos euros o [www.vitaminic.es](http://www.vitaminic.es), que cobra unas 260 pesetas por descarga. Mención especial merece MP3.com, portal volcado en la promoción de artistas poco conocidos que permite acceder a temas de los géneros más diversos y escucharlos o descargarlos gratuitamente en el disco duro. En cuanto a los sitios de intercambio de ficheros, parece que Napster continuará gozando del favor de los aficionados por bastante tiempo. En efecto, aunque la empresa se ha visto obligada a implementar un filtro para impedir el trueque de determinadas obras y satisfa-

cer así las demandas de la todopoderosa RIAA, en tan sólo unas semanas han aparecido dos programas que burlan las medidas de protección, bien echando mano del envío de mensajes instantáneos o bien mediante alteraciones ortográficas en los nombres que identifican los archivos. Otras direcciones útiles para el intercambio de música son [www.gnutella.wego.com](http://www.gnutella.wego.com), [www.scour.com](http://www.scour.com), [www.mojonation.net](http://www.mojonation.net), [www.audiogalaxy.com](http://www.audiogalaxy.com), [www.ohaha.com](http://www.ohaha.com) etc., la mayoría de las cuales están adoptando también medidas para mantenerse a salvo de la persecución industrial.

Es prácticamente imposible condensar en unas pocas líneas la infinidad de recursos que Internet pone al alcance de los melómanos,



pero creemos interesante hacer asimismo un bosquejo de lo que ofrecen las webs de intérpretes. Un buen medio para acceder a las que a cada uno le interesen más son las secciones de música de Terra o Inicia que comentábamos al principio, si bien para hacerse una idea general basta con echar un vistazo a sitios de artistas tan populares como Estopa ([www.estopa.com](http://www.estopa.com)), Joaquín Sabina ([www.canalsabina.com](http://www.canalsabina.com)) o Dover ([www.dovercamehome.com](http://www.dovercamehome.com)). En ellas podemos encontrar desde noticias relativas a los cantantes, su agenda de conciertos o información sobre su discografía y biografía, hasta letras, partituras, fotos, documentos en audio y vídeo, material multimedia para descargar e incluso tiendas con artículos promocionales. Pero quizá lo más interesante sea el hecho de que todas incluyen foros y / o chats en los que la audiencia puede comunicarse con sus ídolos o con otros aficionados. Por su parte, las webs de clásicos ([www.jsbach.org](http://www.jsbach.org), [www.mowartproject.org](http://www.mowartproject.org), etc.) presentan a menudo prácticas guías de escucha, bibliografía y fragmentos de las obras de los com-



# Fuerte aumento del comercio electrónico durante el año 2000

La AECE destaca el papel de las pymes en Internet

Durante el año 2000 el comercio electrónico en España (B2C) ha alcanzado un volumen de negocio de 34.000 millones de pesetas, lo que representa un incremento del 284% respecto a la del año 1999, según un estudio de AECE (Asociación de empresas de comercio electrónico).

Los datos extraídos del Estudio de Comercio Electrónico AECE 2001 desvelan que un 12,7% de los internautas españoles ha realizado alguna compra por Internet a lo largo del año 2000. Es decir, alrededor de 970.000 personas españolas, un 3% de la población del país, compró *on-line* durante el último ejercicio. Y lo que es más esperanzador: un 65% de los compradores *on-line* españoles realizaron varias compras.

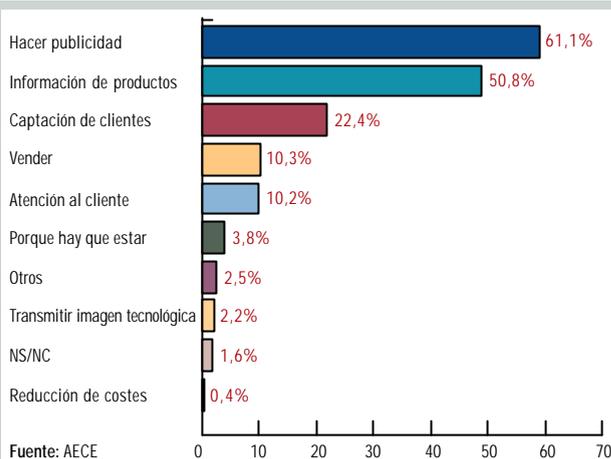
Los productos más adquiridos han sido música (24,8%), libros (21%), reservas de viaje (16,3%) y software (9,9%). El gasto medio del comprador, en el año 2000, fue de 34.814 pesetas.

La razón principal por la que los usuarios decidieron compra *on-line*, este año ha sido la comodidad (37,8%), frente al precio de pasados años que ha quedado en un segundo lugar (21,5%). También es relevante el hecho de que un 16,2% declaró que Internet era el único

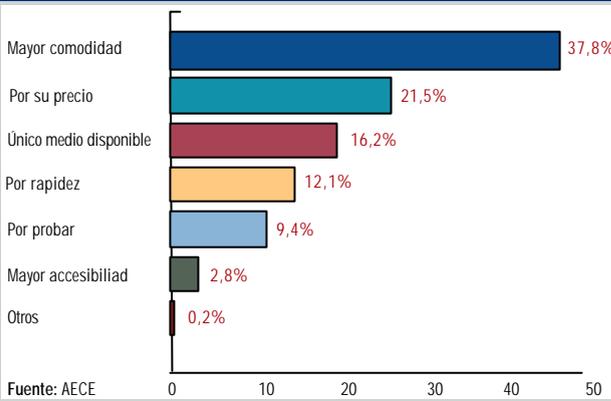
medio disponible, por lo que el B2C se consolida cada vez más como un nuevo canal de compra necesario. En el otro extremo están las razones para no realizar la compra en Internet. El primer motivo alegado ha sido la falta de información (28,6%). El 25,5% ha declarado sentir desconfianza en el medio de pago, mientras que el 24,9% considera que la compra por Internet no ofrece ventajas.

Por su parte, el 24% de las empresas españolas de dos o más empleados tiene presencia en Internet. Este dato significa que alrededor de 203.400 empresas españolas disponen de página web. El objetivo principal ha sido hacer publicidad (61,1%), y sólo en quinto lugar está vender. Un 13,6% de las empresas españolas con *website* vende productos o servicios a través de Internet. Esto supone que alrededor de 27.600 empresas españolas venden a través de la Red.

## Principales objetivos de las web de empresa



## Razones para comprar en la Red



## Europa supera los cien millones de internautas

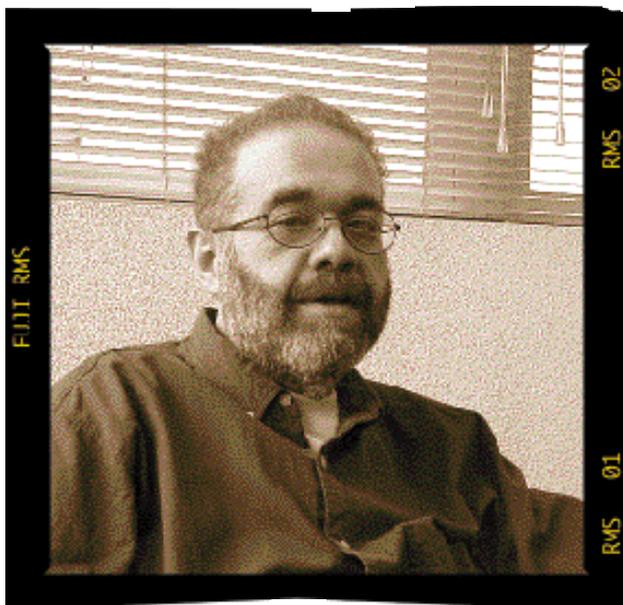
Nielsen/Netratings ha dado a conocer la cifra de internautas con acceso a Internet desde el hogar en Europa durante el mes de febrero de 2001. Ya son más de 100 millones y no es ésta la única cifra positiva del estudio de la consultora, que reveló que el usuario europeo de Internet se conecta una media de 13 veces al mes y cada sesión tiene aproximadamente 29,5 minutos de duración, visitando 42 páginas diferentes en cada sesión.

La categoría más visitada sigue siendo la que engloba portales y buscadores, con un 82,8% de alcance en el Universo Activo de la muestra. Los *sites* dedicados a servicios de Internet y telecomunica-



ciones ocupan el segundo lugar, con un 74,9% de los internautas, seguido de las páginas dedicadas al software, ordenadores o componentes que reciben al 42,1% de los internautas europeos. La categoría de finanzas es la que consigue retener durante más tiempo a los usuarios, con un promedio de casi veinte minutos por persona.

Los portales más visitados en Europa se corresponden con los de mayor expansión global, como son MSN y Yahoo, líderes tanto en audiencia como en páginas vistas. Terra.es, primer portal en el mercado español, también ocupa una posición relevante en Europa: el número 11 por audiencia única y el número 7 por páginas vistas.



## ¿Soluciones basura para el correo basura?

Muchos internautas comienzan a observar el tema con cierta desazón y presintiendo de que no tiene solución posible. Sus buzones de correo se ven abarrotados de mensajes de todo tipo y contenido, nunca solicitados, provenientes de direcciones desconocidas. Los fines de semana dicha invasión de mensajes aumenta de forma desesperante.

**A** pesar de utilizar los filtros que nos facilitan algunos proveedores y servidores de correo gratuito, estos verdaderos asaltantes cibernéticos encuentran siempre la manera de burlarlos. En los últimos tiempos, la inventiva no encuentra límites: supuestos mensajes de correo devueltos por errores, cuyo origen es siempre un «postmaster» o servidor de correos, contiene en realidad un mensaje comercial, una promoción de un sitio web porno, o cosas parecidas.

Existe ya un Anteproyecto de **Ley de Comercio Electrónico** que pretende frenar el problema. Sin embargo, algunos internautas sostienen que dicho documento tan solo «propone la «legalización» del spam en nuestro país». La **Asociación de Internautas**, por ejemplo, ha propuesto al **Ministerio de Ciencia y Tecnología** una regulación más dura del correo electrónico comercial, lo que supondría la modificación de varios artículos del Anteproyecto.

Entre los cambios propuestos destaca que los usuarios no reciban mensajes publicitarios por correo electrónico sin su consentimiento previo. La última versión del anteproyecto, en su artículo 22, permite el envío de mensajes comerciales de correo electrónico no solicitados, con la única condición de que en el apartado reservado al asunto aparezca la palabra «publicidad» o «publi». La AI afirma que el consentimiento del receptor de la publicidad por correo electrónico podría ser obtenido por el prestador de servicios por cualquier medio que permitiera dejar constancia de ello y «especialmente» por comunicación mediante correo electrónico.

El último borrador del Ministerio promueve las **listas Robinson**, o de exclusión voluntaria, que permiten a los internautas introducir su dirección de correo electrónico para que las empresas no envíen publicidad. Sin embargo,

la AI propone eliminar toda referencia a estas listas y obligar a que toda comunicación comercial contenga los medios para que el receptor pueda revocar el consentimiento previo.

Además, solicita la creación de un registro de todos los prestadores de servicios de la sociedad de la información que pretendan enviar mensajes de correo electrónico publicitarios, en los que figure una dirección de correo a la que el usuario pueda enviar el revocamiento de su consentimiento.

Por último, la versión de la AI supondría incluir dentro de las infracciones calificadas como muy graves el envío de comunicaciones comerciales sin contar con el consentimiento «previo y expreso» del destinatario. En el actual borrador, las infracciones de los artículos relativos a los mensajes de correo comerciales son calificadas como leves.

Otros expertos afirman que «el hecho de que para evitar la recepción de mensajes sea necesario darse de alta en una lista de exclusión, y además no exista una sola lista, hace que la medida sea completamente inútil. Cada cual creará las listas que le dé la gana, y esto obliga al usuario que no lo desee a tomarse la molestia de mantenerse en las listas, algo que es inaceptable. Por otro lado, ¿qué garantía tiene el consumidor de que esa lista servirá para no recibir más mensajes, cuando en realidad puede servir al «spamer» sin escrúpulos, como confirmación de que la dirección electrónica es válida?»

La polémica está abierta. Existen ya servicios web apropiados para personas que quieran recibir material comercial en su buzón de correo electrónico —**etnoka.com** o **consumpermiso.com**, entre otros—. Allí hay que registrarse con prioridad a cualquier envío. No es de recibo que exista otra manera de gestionar este tráfico, que a usuarios y proveedores de servicios cuesta tanto dinero.

**Según la Comisión Europea, los usuarios de Internet pagan cerca de 10.000 millones de euros al año por gastos de conexión sólo por recibir mensajes no solicitados**

# Saniline, plataforma B2B para el suministro hospitalario

La compañía asesora de grupos inversores europeos en Nuevas Tecnologías, Kalonia, ha presentado Saniline, un portal B2B, promovido y gestionado por la propia consultora.

El objetivo de este portal es conseguir, a corto plazo, el liderazgo en *e-procurement* (gestión de aprovisionamientos a través de Internet) en el sector de establecimientos hospitalarios. A medio plazo, sus previsiones pasan por ampliar el alcance de los servicios, incluidos los de gestión logística integral y llevarlos a centros de atención primaria y socio-sanitarios, de pruebas complementarias y ambulatorios así como proyectar la iniciativa internacionalmente, principalmente Portugal y después en Latinoamérica.

Francisco Álvarez, director general de Saniline, explicó que la empresa nace como «una plataforma totalmente neutral e independiente focalizada en la gestión de las transacciones y no pretende suplantar las funciones de los actores del mercado. Simplemente queremos ser reconocidos como un punto de encuentro facilitador de las transacciones entre la oferta y la demanda. Pre-



cisamente nuestra independencia es uno de nuestros grandes valores. Somos un marketplace neutral en el sentido amplio de la palabra, sin dependencias ni de compradores ni de vendedores, sin privilegios para unos u otros, más bien todo lo contrario, beneficiando a ambas partes con una notable mejora en sus procesos».

Los usuarios, tanto la oferta como la demanda, se integran mediante una interfaz que une sus aplicaciones informáticas de gestión. La inversión inicial será

mínima, ya que el desarrollo tecnológico es asumido por Saniline que ha utilizado el estándar XML para facilitar la adaptación a los actores del proceso. Esto permite conseguir importantes mejoras en las transacciones, simplificando y evitando redundancias en la cadena y minimizando los errores. Los objetivos a medio plazo de la plataforma prevén conseguir que en el año 2006 la mitad de los centros sanitarios de España y al menos el 30 por ciento de los suministradores de material sanitario, productos farmacéuticos y servicios utilicen Saniline como su plataforma de Internet para la gestión de aprovisionamientos.

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

## Internet ayuda a llegar a fin de mes

La plataforma publicitaria BuscayCompara permitirá al consumidor conocer las mejores ofertas de supermercados y grandes superficies desde Internet. La iniciativa aspira a hacer realidad el anhelo de todos los ciudadanos que velan por su economía a la hora de hacer la compra, pero únicamente desean obtener información de los productos y establecimientos que más les convienen. Y es que la guía que ahora lanza el grupo Germinus, les permite acceder, desde un solo sitio web, a las promociones de un total de 12.000 supermercados y grandes superficies, en las secciones de bricolaje y hogar, droguería y perfumería, electrónica, automóviles, tiempo libre, alimentación y bebidas. Para ello, la incubadora de negocios española cuenta con una inversión inicial de 250 millones de pesetas y se apoya



en las bases de datos de la empresa SDD y los contenidos de Tecnivía. En BuscayCompara, el consumidor podrá localizar las ofertas más interesantes, confeccionar su lista de la compra y, una vez que encuentre la tienda que más le conviene, conocer otras promociones disponibles. Igualmente es posible recibir avisos de nuevas ofertas en el correo electrónico y en el móvil. Todos estos servicios están ya operativos en la Red y en un futuro lo estarán por teléfono, televisión digital o cualquier otro dispositivo susceptible de conectarse a Internet.

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

## TodoVino descubre la sabiduría de los vinos españoles

Este portal, dedicado a la venta de vinos nacionales, basa su estrategia en la información y el asesoramiento personalizado de prestigiosos sumilleres. Encabezado

por Custodio Zamarra, Presidente de la Asociación Madrileña de Sumilleres y sumiller del restaurante Zalaicain, el equipo tiene como criterios de selección la seriedad y calidad de elaboración de las bodegas y la relación calidad / precio. A través de la web, el usuario no sólo tiene la posibilidad de conocer la oferta de vinos navegando por sus diferentes apartado sino que puede asimismo consultar personalmente a cualquiera de sus cinco expertos catadores. El área de comercialización del portal abarca todos los países de la UE.



TodoVino garantiza un asesoramiento a medida y con total independencia de criterio, ofreciendo medidas de seguridad en los pagos como la posibilidad de devolución del importe en el caso de que el cliente no quede satisfecho. En línea con su afán divulgador, el portal acaba de habilitar el Club TodoVino, que ofrece a sus socios la posibilidad de recibir mensualmente un producto seleccionado especialmente por el equipo de Zamarra, por un coste que oscilará entre las 830 y las 2.500 pesetas.

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

# I Salón del Comercio Electrónico

Durante los días 22 a 25 de marzo se celebró el primer encuentro del *e-business* español, un foro que nace con el objetivo de divulgar las posibilidades de Internet como un medio para el desarrollo de las transacciones electrónicas.

**E**l Salón del Comercio Electrónico, promovido y organizado por Grupo Planner, Commercenet e Idelco es un intento de dejar atrás la posición que sitúa a nuestro país en el furgón de cola de la Unión Europea en lo que respecta al comercio electrónico. Para ello, se organizaron una serie de Jornadas Profesionales, sesiones divulgativas abiertas a todo el público y una exposición comercial con más de 50 empresas del sector.



Página oficial del I Salón de Comercio Electrónico, celebrado en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

Las Jornadas constituyen el plato fuerte de esta iniciativa, ya que a las mismas acudieron más de 500 profesionales de las principales compañías del sector. Cuatro fueron los ámbitos que abordó el programa de conferencias: B2B, B2C, XML y *Wireless* y *M-commerce*. Temas muy parecidos fueron los que se tocaron en las conferencias plenarias. Así, Moses Mía, CEO de Bizbots USA, fue el encargado de la sesión titulada «The B2B Big Bang», en la que se analizó el crecimiento a gran escala que están experimentando en los últimos meses las transacciones *on-line* entre empresas. Además, se analizaron los subsectores de la banca electrónica y los avances en Internet y tran-



sacciones electrónicas a través de la telefonía móvil.

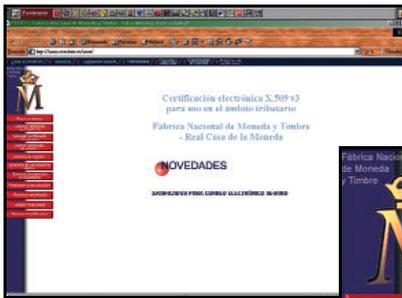
Por su parte, en la exposición se dieron cita una miscelánea de empresas entre las que se contaron Terra, Emagine-grupo Deutsche Bank, Iberia, *masmadera.net*, Visa España, Software AG (todas ellas patrocinadoras del evento), Navegalia, IBM, etc. Algunos participantes aprovecharon el evento para realizar importantes anuncios. Iberia.com generó la mayor expectación al presentar su cambio de imagen en pleno proceso de OPV. Las principales noveda-



des que ha introducido son un nuevo motor de búsqueda rápida de vuelos que ofrece la mejor tarifa disponible de acuerdo a la clase de servicio y el plan de viaje del cliente y un apartado con propuestas de las ofertas más interesantes. Otras novedades fueron el acuerdo entre *parquempresarial.com* y *verticalia.com*, por el que esta comunidad de portales de empresa incorpora algunas de sus comunidades al *site* para profesionales de Airtel.

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





Ésta es la página de inicio para conseguir la certificación electrónica de la FNMT.

Ésta será la única vez que será preciso desplazarnos físicamente a las oficinas de la Agencia Tributaria. No obstante, las personas que ya hayan presentado por Internet su declaración en años anteriores y conserven el documento pueden obviar este paso, a no ser que haya caducado. Su validez es de dos años, pero existe la posibilidad de renovarlos *on-line* sin necesidad de volver a identificarse en las oficinas de la agencia, siempre que esté instalado en nuestro sistema o tengamos al menos la correspondiente copia de seguridad. De no ser así, habrá que repetir todos los pasos como si lo fuésemos a obtener por vez primera.

En un plazo aproximado de entre 10 y 48 horas, incluso antes en algunos casos, recibiremos un correo electrónico remitido por la FNMT informándonos de que ya podemos recoger e instalar nuestro certificado. El mismo mensaje contendrá un enlace que nos llevará directamente a la sección correspondiente del *website* de la AEAT, si tenemos la opción de enviar/recibir correo HTML activada en nuestro programa de *e-mail* habitual.

Como novedad desde el año pasado, este programita se puede utilizar también para firmar y cifrar mensajes de correo electrónico. Para ello tendremos que comunicar nuestra dirección de correo al funcionario de la AEAT encargado de rellenar el formulario.

Algo que es preciso tener presente es que toda la operación de solicitud, descarga e instalación inicial se debe realizar desde el mismo ordenador; de lo contrario, no podremos instalarlo. Tras hacerlo, sí que será posible exportarlo (muy aconsejable), para que, además de tener la imprescindible copia de seguridad, podamos cargarlo en cualquier otra máquina.

Con este fichero ya en nuestro poder, accederemos a todas las secciones del *website* de la AEAT y realizaremos cualquiera de los numerosos trámites disponibles. Las posibilidades van desde conocer qué datos fiscales sobre nosotros constan en su base de datos hasta presentar la declaración, descargar los diferentes programas de ayuda, formularios, impresión de etiquetas identificativas (para recibir en nuestro domicilio si no tenemos



El programa WebCall pone en contacto al usuario y al agente tributario que en ese momento atiende el servicio.

impresora), consulta y tramitación de todo tipo de documentos aduaneros, declaraciones de IVA para empresas y profesionales autónomos...

### ■ Trámites en la Red

Pese a que el porcentaje de usuarios que gestiona sus declaraciones *on-line* todavía no es mayoritario, el número de trámites y presentación de los diferentes tipos de declaraciones por Internet va aumentando continuamente, junto a los correspondientes programas de ayuda y la facilidad de su manejo.

Los pasos a seguir varían según el trámite que vayamos a realizar. Así, para la declaración del IRPF, hemos de descargar previamente el programa para calcular las cantidades y rellenar nuestros datos, luego presentaremos la declaración desde la misma aplicación. En cambio, para la presentación de la declaración trimestral del IVA, no hay ayuda de ningún tipo, sino un formulario que hay que rellenar y presentar desde la misma página web.

Otra de las novedades incorporadas este año es la inclusión de un asistente que solventará cualquier duda o cuestión que podamos tener a la hora de efectuar estas diligencias. Este soporte se concreta en el programa WebCall que pone en contacto al usuario y al agente tributario que atiende el servicio, su

funcionamiento es el mismo que el de cualquier otra aplicación de mensajería instantánea. La ventana de diálogo queda integrada en la parte inferior de nuestro navegador y desde allí mantenemos la comunicación con el servicio de asistencia de la AEAT.

La aplicación puede actuar de servidor en el ordenador del usuario permitiendo, si es necesario, que el agente de la AEAT pueda visualizar qué aplicaciones tiene abiertas y guiarle en caso de duda.

Este servicio de asistencia personalizada funciona de lunes a viernes de 9:00 a 18:00 horas. Fuera de ese horario siempre existe la posibilidad de plantear cualquier duda que tengamos mediante el formulario al efecto. Obviamente, la respuesta no será instantánea, aunque hay que señalar que, según hemos comprobado, contactan a primera hora del día siguiente.

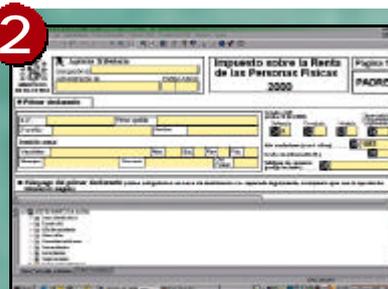
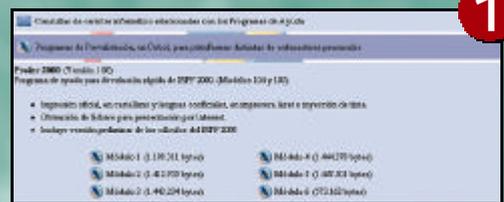
Junto con WebCall, los medios que la AEAT pone a disposición de los usuarios son variados y amplios, desde direcciones de correo electrónico a un número de teléfono, pasando por la localización de todas las oficinas existentes en España, con sus direcciones y números de teléfono y fax correspondientes. Todos estos datos están disponibles en la página [www.aeat.es](http://www.aeat.es), bajo el apartado *Contactar con la Agencia Tributaria*.

Luis Val Griera

## IRPF a través de Internet

Para comenzar con la declaración del IRPF, debemos descargar el programa de ayuda correspondiente. En nuestro caso y como tenemos derecho a solicitar la devolución del IRPF, bajaremos el denominado Proder 2000. Para su descarga, nos dirigiremos a la sección *Programas de Ayuda*. La aplicación consta de seis módulos, con un tamaño total de unos 7 Mbytes

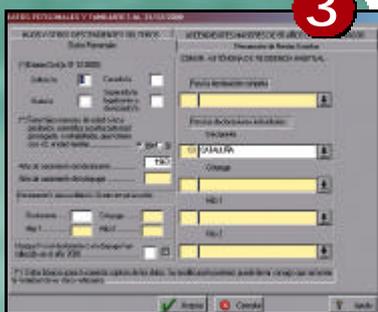
aproximadamente. Una vez los hayamos descargado en la carpeta deseada de nuestro disco duro, los extraeremos todos en un mismo directorio. Desde allí realizaremos la instalación siguiendo las instrucciones que aparecen en la pantalla. Todo el proceso es transparente para el usuario y no debería generar problemas en absoluto.



Una vez cargado, y después de reiniciar Windows, como es aconsejable, se accede al programa desde el menú *Inicio/Programas/Agencia Tributaria/PRODER 2000*. Por supuesto, si lo deseamos, tenemos la posibilidad de crear un acceso directo desde el escritorio.

La primera pantalla que hallaremos al iniciar el programa nos solicitará crear, como mínimo, un usuario para presentar la declaración. Existe la posibilidad de presentar declaraciones *on-line* en representación de terceras personas, mediante la obtención de los correspondientes certificados, por lo que se pueden crear distintos usuarios en la misma aplicación.

Tras crear al usuario por defecto, visualizaremos una pantalla con dos opciones principales: en primer lugar, la realización de los cálculos para saber si tenemos derecho a solicitar la devolución; por otra parte, podremos cumplimentar los modelos 104 (Solicitud de devolución) y 105 (Comunicación de datos adicionales). Comenzaremos introduciendo nuestros datos personales y realizando el cálculo de las cantidades a percibir.



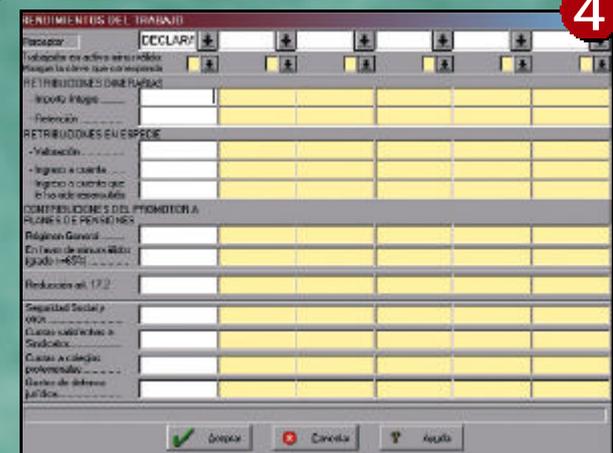
3

Hasta completar la declaración, iremos rellenando los campos adecuados. Al finalizar, generaremos el fichero a transmitir a la AEAT con nuestra declaración. Éste se guarda en nuestro disco duro, por defecto en la carpeta del programa, por lo que, a la hora de realizar la presentación en el *website* de la AEAT, tendremos que localizarlo



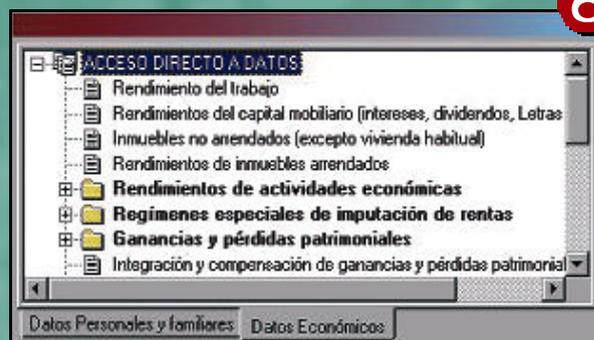
5

y subirlo al servidor como si de cualquier otro tipo de archivo se tratase. Una vez enviado el fichero, recibiremos confirmación del éxito de la presentación y podremos imprimir el documento correspondiente si queremos.



4

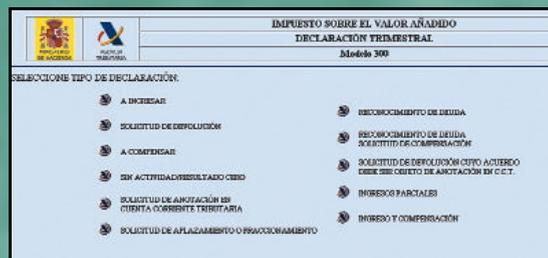
Para la inserción de los datos relativos a rendimientos del trabajo, deberemos tener todos los comprobantes necesarios (nóminas, facturas, resúmenes anuales, etc..) y rellenar los campos correspondientes. Después de hacer los cálculos, para lo que podemos utilizar la calculadora integrada en el programa, pasaremos a rellenar el formulario 104. En el supuesto de tener que presentar datos adicionales (pensiones compensatorias, gastos deducibles de los rendimientos del trabajo no comunicados a la entidad o empresa pagadora de los mismos, deducciones por inversiones o gastos en bienes de interés cultural...), cumplimentaremos el formulario 105, siempre de manera individual aunque presentemos la declaración como unidad familiar y no individualmente.



6

Entre las características del programa podemos destacar la posibilidad de acceder en cualquier momento a la sección de la aplicación que deseemos. Aunque sus dos principales áreas son las correspondientes a los datos personales y económicos, también existe una que nos informa en todo momento de qué pasos faltan para cumplimentar la declaración y, en caso de algún error, nos indicará cuál es y cómo solucionarlo. Asimismo, desde la página web podremos consultar en todo momento su estado, si ha sido admitida a trámite, cuándo nos será ingresada la cantidad a devolver, así como cualquier aspecto relacionado con la presentación. Es posible igualmente obtener resúmenes e informes oficiales de declaraciones anteriores y comprobar su estado, o si deseamos conocer la situación de cualquier tipo de reclamación o solicitud.

## Declaración trimestral del IVA



1

La AEAT también nos brinda la posibilidad de presentar vía Internet la declaración trimestral del IVA. Para ello, elegiremos la opción correspondiente del menú de transacciones personalizadas y el tipo de declaración a presentar (a ingresar, solicitud de devolución, a compensar, solicitud de aplazamiento...). Nosotros vamos a utilizar el modelo 300 a ingresar y en pesetas. A partir de aquí, es aconsejable tener todos los comprobantes y documentos relacionados a mano, para ir rellenando los campos correspondientes. Tras nuestra selección, se cargará el formulario correspondiente que deberemos rellenar para calcular la cantidad a ingresar. Cuando la hallemos, tendremos que contactar con nuestra sucursal para que realice el ingreso en la AEAT antes de presentar la declaración. Una vez ingresada la cantidad correspondiente, el



2

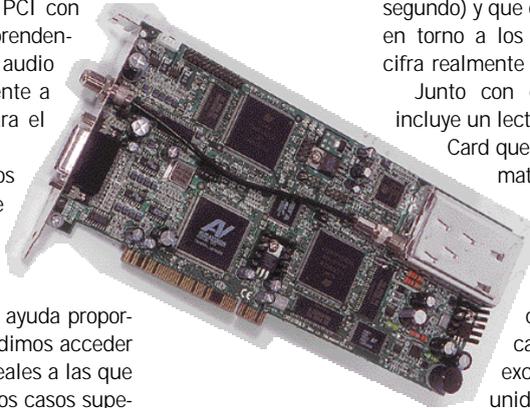
banco nos comunicará el número de referencia del ingreso (NRC). Lo introduciremos y, cumplimentada así la declaración completamente, la presentaremos telemáticamente. Otro dato a tener en cuenta es que este NRC tiene una validez de un día. O sea, el mismo día que realicemos el ingreso y el banco nos comunique el número de referencia tendremos que efectuar la presentación antes de las 23:59 horas de ese día. Si no es posible, habrá que solicitar al día siguiente un nuevo NRC en nuestra oficina bancaria.

Volviendo a la presentación, lo primero será autenticar nuestra identidad con el certificado digital, que nos será solicitado por el sistema para que firmemos nuestra declaración. Tras este paso, aparecerá la confirmación de que se ha presentado correctamente, en la que, entre otros detalles, habrá constancia de la fecha y hora exacta en que llevamos a cabo dicha acción. Estos últimos pasos son comunes a cualquier declaración o resumen que presentemos por Internet.

## Telemann SkyMedia 300

Entre los buenos productos con los que cuenta esta firma, sobresale esta solución PCI con unas posibilidades y un rendimiento sorprendentes. La única pega está en la recepción de audio y vídeo en Internet, que la limita únicamente a canales FTA, al no disponer de ranura para el conveniente *Common Interface*.

En todo lo demás, la propuesta que os comentamos en estas líneas es la mejor de cuantas hemos evaluado. Hay que destacar, en primer lugar, que tanto la instalación como la configuración de la tarjeta son relativamente sencillas, máxime con la ayuda proporcionada por Satconxion. Así, enseguida pudimos acceder al servicio Satnode y comprobar las tasas reales a las que puede llegar este dispositivo, que en algunos casos supe-



raron 1 Mbps (unos 128 Kbytes por segundo) y que de media se situaron en torno a los 50-60 Kbytes, una cifra realmente espectacular.

Junto con este dispositivo, se incluye un lector de tarjetas Smart-Card que cumplan con la nor-

mativa ISO 7816, ya común en los productos de este desarrollador y que no resultarán de mucha utilidad en España, debido al nulo funcionamiento del servicio de contenidos digitales Viaccess. En cualquier caso, el pequeño inconveniente de los canales de televisión se ve superado por el excelente comportamiento que ha tenido esta unidad en nuestras pruebas.



<b>SkyMedia 300</b>
Precio: 68.400 pesetas (411,09 euros)
Fabricante: Telemann
Distribuidor: Satconxion. Tfn: 93 443 92 33
Web: www.telemann.com
Valoración 5,1
Precio 2,8
GLOBAL 7,9

## Telemann SkyMedia LX2000

Idéntico en su diseño y características al UX2000, este producto de la firma alemana es el único de los analizados que facilita el acceso a las posibilidades de una conexión compartida a Internet de forma directa. Esto se debe a la inclusión, en su parte posterior, de una entrada para conectores del tipo RJ-45, que permite su enlace tanto a un equipo en solitario (que deberá contar, lógicamente, con una tarjeta de red) como a una red de área local (esta vez mediante el uso de un *hub* o un *switch*).

La instalación y funcionamiento son esencialmente iguales que en la UX2000, compartiendo a su vez otra característica: tan sólo es posible acceder a los



servicios de recepción de datos a través del satélite. Por supuesto, y debido a los servicios disponibles en la actualidad, las peticiones se realizan a través de un canal

ascendente que debemos disponer mediante una línea telefónica, RDSI, cable o ADSL. Precisamente, el propósito último de las redes de área local hará que el aprovechamiento de esta solución sea mayor, puesto que las peticiones serán más frecuentes y el rendimiento del dispositivo se pondrá realmente a prueba.



<b>SkyMedia LX2000</b>
Precio: La versión Ethernet 10BaseT, 68.300 pesetas (410,49 euros); Ethernet 100BaseT, 92.300 pesetas (554,73 euros).
Fabricante: Telemann
Distribuidor: Satconxion. Tfn: 93 443 92 33
Web: www.telemann.com
Valoración 5
Precio 2,9
GLOBAL 7,9

## Telemann SkyMedia UX2000

No es una sorpresa que este dispositivo haya resultado vencedor del análisis particular entre soluciones USB. Tanto Pentamedia como SCM tienen productos con este estándar, pero es el receptor de Telemann el que ofrece mejores características.

Para empezar la instalación, nos enfrentamos a una conexión USB, siempre más sencilla de configurar y de poner en marcha. Las nuevas versiones del software y de los controladores del dispositivo permiten que la configuración de los servicios sea ligeramente más simple que en otros casos. Pero es en el rendimiento final donde hemos podido comprobar que la calidad tiene un precio. Y es que, a pesar de



ofrecer únicamente el acceso a Internet de banda ancha, esta propuesta lo hace con unos resultados excelentes, situándose en la media de todos los productos del fabricante afincado en Alemania, Corea y Estados Unidos.

Con medias de unos 50 Kbytes/s y una navegación en Internet también más que satisfactoria (siempre respaldada por una conexión auxiliar para el canal ascendente), el UX2000 es la solución ideal para usuarios de ordenadores portátiles.



<b>SkyMedia UX2000</b>
Precio: 63.000 pesetas (378,64 euros)
Fabricante: Telemann
Distribuidor: Satconxion. Tfn: 93 443 92 33
Web: www.telemann.com
Valoración 5,1
Precio 2,9
GLOBAL 8



# Internet, un juego de niños

Webs educativas o simplemente lúdicas, para jugar

Personajes infantiles del cine y la televisión han aterrizado en la Red y, junto a otros nacidos en el medio, pretenden formar, informar y entretener a los pequeños de la casa.

**S**i bien hasta ahora los niños encontraban en los CD-ROMs lúdicos y educativos su primera entrada al mundo de la informática, el desarrollo de Internet y su infinita variedad de contenidos ha dado lugar a nuevas posibilidades tanto educativas como lúdicas. Todos los personajes de Disney o Barbie, entre otros, han desembarcado en la Web, con un objetivo: que los más pequeños se introduzcan de su mano en un nuevo medio. Para ellos han desarrollado complejos *sites* que, en muchos de los casos, precisan de las versiones más avanzadas de Shockwave para poderse ejecutar, y donde se puede colorear o hacer puzles, jugar al ahorcado o publicar cuentos. Dado que esta sección pretende servir a los padres para introducir a sus hijos en el mundo de Internet, hemos decidido recoger únicamente páginas en español, ya que

resulta complicado que el niño todavía pueda entender otros idiomas. En las trece webs que repasamos encontraréis desde las dedicadas a algunos personajes clásicos del mundo infantil, como los de Disney, hasta otras más educativas, como Educalia, de la Fundación La Caixa o la de la editorial Santillana. También hemos echado una ojeada a otros sitios dedicados a cuentos u otros simplemente lúdicos. Y antes de empezar, haremos nuestro uno de los consejos que más se da en estas páginas: que los padres ayuden y supervisen la navegación del niño por la Red de redes. Además de por razones de seguridad, la mano de un adulto se hace necesaria para valorar la adecuación de los contenidos de las webs, ya que la mayoría de ellas no señalan ningún margen de edad recomendado para poder disfrutar al máximo de ellas.

## Disney España [www.disney.es](http://www.disney.es)

[ Castellano ]

■ Al hablar del mundo de los niños, no podían faltar el ratón Mickey y sus amigos. La aventura comienza en Disney Channel, el rincón destinado al canal televisivo de la compañía, y donde el programa de televisión Zon@7 tiene entidad propia. Éste, además de brindar la posibilidad de verlo a través de Internet, propone juegos como «Letródromo», una especie de ahorcado con el que habrá que responder a una pregunta diciendo las letras que conforman su respuesta o «Radar TV», en el que, a través de un agujero, el niño se introducirá en una casa y deberá encontrar determinados objetos en 30 segundos.

La Zona de Juegos cuenta con más de 10 posibilidades de diversión diferentes: el pequeño podrá escribir su diario, reírse con los chistes o diseñar rostros únicos eligiendo entre distintos pelos o labios. Por su parte, Pluto le enseña a crear su propio dibujo animado con sólo imprimir y recortar sus imágenes. Además, los niños pueden poner a prueba su imaginación participando en el concurso de creatividad o en el de guiones. O, si lo prefieren, en el «Rincón Mágico» podrán seguir jugando, leer cuentos, enviar sus propios dibujos o hacer manualidades siguiendo las instrucciones correspondientes.

De vuelta al tema de la seguridad, Ciberniquette está pensando para que toda la familia conozca los peligros que pueden acontecer en la Web. No hay que olvidar las secciones de promoción de vídeos y películas Disney.



## Pequenet [www.pequenet.com](http://www.pequenet.com)

[ Castellano ]

■ Destaca por ser la única web que especifica la edad de los niños a los que va dirigida, menores de 12 años. Estos podrán convertirse en magos haciendo que un hilo se mueva solo o creando un teléfono a partir de dos yogures. El gato Aldus les desvelará los secretos de los de su especie. Y en la sección *Descubre quién miente* se le da la vuelta a la fábula de la cigarrilla y la hormiga para crear una trama de investigación.



*Cocinillas* nos introduce en el mundo de la cocina creativa con recetas tan apetecibles como el «Salchichón de chocolate».

A todo esto hay que añadir distintos cuentos, adivinanzas e incluso una sección de cotilleos sobre la vida de los animales. Los niños pueden mandar sus obras de arte para que sean expuestas en el museo de dibujos, o simplemente expresar su opinión en el tablón. Si lo que les gusta es cantar, cuenta con una selección de canciones infantiles. Y si prefieren jugar, lo pueden hacer con el «PequeTetris». Para seguir con la diversión cuando hayan apagado el ordenador, hay un directorio de centros de ocio en España y Latinoamérica.

## Megatrix [www.megatrix.es](http://www.megatrix.es)

[ Castellano ]

■ La web tiene su origen en el programa televisivo infantil de Antena 3 Televisión y, al igual que en la versión para la pequeña pantalla, cuenta con numerosos concursos que dan al internauta la posibilidad de conseguir distintos premios. Además, el site se acerca a la naturaleza a través de artículos sobre distintos parajes o con la sección de mascostas, a la que los niños pueden mandar las fotos de sus animales de compañía.

El área de entretenimiento se llama Divertrix y propone juegos como la «M-locas», que consiste en matar a una mosca tantas veces como se pueda en un tiempo limitado. También, el niño se reirá con los chistes o aprenderá trucos de cocina o bricolaje. Y si quiere seguir divirtiéndose fuera de esta página, se hacen recomendaciones de

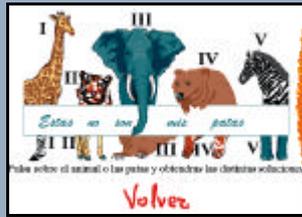




## La Guardería www.bme.es/peques

[ Castellano ]

■ Esta web es ideal para que el niño la vea con un adulto. Cuenta con seis secciones, comenzando por una dedicada a los números. En ella los pequeños pueden aprender a contar del uno al diez al ver, junto al número, los dedos de una mano y uno o varios animales. Estos son los protagonistas del segundo apartado. La jirafa y el león entre otros han perdido sus patas y, pulsando sobre ellos, se puede ver a qué animal corresponde cada extremidad. Y ahora vamos a la cocina para aprender el abecedario. «Cucharita» ha ordenado los distintos alimentos por orden alfabético; así empezamos con «a» de «aceite», «b» de «berenjena», etc. Por otro lado, y para estimular la curiosidad del pequeño hacia un alimento que a menudo les suele resultar tan aburrido como la zanahoria, se ha ideado un cuento para tentarlos a comerla. Además, el protagonista puede poner mil y una caras muy divertidas. Por último, este *site* recopila una serie de consejos sobre cuidados del niño.



## Ad Infinitum www.santillana.es/scripts/santies/adinfinity/adinfinity.as

[ Castellano ]

■ La editorial Santillana dedica una sección completa a Internet, en la que trata sobre los peligros de la falta de supervisión por los adultos y provee de trucos para mejorar las búsquedas, usar un chat, etc. Solo en Casa propone ideas tan atractivas para el niño como navegar por webs musicales, escribir un cuento para publicarlo en la Red y hacer recortables de muñecos. El *site* cuenta con una zona de juegos que estimulan el intelecto, como «Colores y Números» que reta a pintar un dibujo adivinando el color correspondiente mediante operaciones matemáticas. Además, los niños que cursen primero de ESO podrán repasar las Matemáticas y las Ciencias Naturales mediante una guía de estudio, preguntas y vínculos a webs centradas en distintos temas.



## El Rinconcito www.mundolatino.org/rinconcito

[ Castellano ]

■ Seis colores diferentes y la posibilidad de pintar con líneas o puntos permiten convertir la pantalla del ordenador en un lienzo en el que el niño pondrá a prueba sus dotes para el arte. Si se inclina por la lectura, El Rinconcito le propone por un lado, más de 20 cuentos que podrá ilustrar. Pero además, el pequeño tiene la opción de enfrascarse en una larga historia que cuenta con nada menos que catorce capítulos.

El mundo de los animales se introduce en esta web a través de Arturo, un personaje de cómic que no tiene mucha suerte en su relación con el resto de las especies. Para que los niños puedan expresar su opinión se ha creado *La Galería*, donde se publica todo lo que estos manden: dibujos, enlaces a sus páginas personales, cuentos... Por último, y para que la aventura infantil no se acabe en esta web, se ha creado un directorio donde podemos encontrar desde los *sites* de parques temáticos a los de revistas para niños, o los de algunos de los ídolos del momento.



## Papitus www.papitus.com

[ Castellano ]



■ Creada en homenaje a García Ferré, dibujante de cómic infantiles, la web cuenta con una biografía sobre el artista como preludeo a los contenidos infantiles. El Album Virtual



cuenta con un índice por temas como cine y series, colecciones o dibujos animados. En cada uno de ellos el niño encontrará imágenes y figuras con un número de puntos y una pregunta que cobran valor en los concursos orga-

nizados por el club Papitus. Dos chats, una newsletter y un foro son las herramientas de comunicación entre sus visitantes.

La sección lúdica se llama *Burbujas Verdes* y contiene juegos en línea, chistes, dibujos para imprimir y colorear.

## Charoná www.charona.com

[ Castellano ]

■ Versión web de la revista infantil uruguaya que cuenta con juegos como el «Ahorcado» o «Parking», en el que hay que intentar sacar el coche de un garaje lleno de artefactos. Más creativos son los apartados de manualidades donde el pequeño puede aprender a hacer una cometa, o a cocinar. Y, si lo prefiere, puede entretenerse intentando resolver distintas adivinanzas e incluso mandar la suya propia.



*El Club* cuenta con un foro, un chat, un consultorio con temas como la droga, y una galería de imágenes, algunas de las cuales pueden usarse como fondo de escritorio. Richy Martín es el protagonista de la sección dedicada a los ídolos, con un acceso directo a su página web. Y para los padres, cuenta con un espacio de consejos para ser más comprensivo con los niños.





## El Caserón de Milagros Oya

[www.ecomix.es/~milaoya](http://www.ecomix.es/~milaoya)

Los cuentos de la autora gallega Milagros Oya son el eje central de esta web en la que los niños podrán encontrar apartados didácticos y otros destinados al puro entretenimiento. Para participar en las distintas actividades hay que pinchar sobre los objetos del salón de armaduras que conforma la página principal. Así, se podrán leer las distintas historias, presentadas en varios formatos.



Se puede estimular la mente del niño con jeroglíficos, juegos numéricos o de memoria. Pero también se le propone la más pura diversión con su participación en carreras, imprimiendo y recortando muñecos de papel o con la caza de Gopher, un topo que se ha empeñado en arruinar nuestro huerto. En la *Galería de Dibujos* las ilustraciones recibidas comparten espacio con cuadros de Goya o Velázquez. Y también hay un *Tablón de Anuncios* en el que, desgraciadamente, se han colado algunos mensajes no aptos para público infantil.

## Cuentos de Ika Bremer

[www.ika.com/cuentos](http://www.ika.com/cuentos)

Ika Bremer y su marido han desarrollado esta página que amplía la gama de los productos infantiles y educativos creados por la pareja. La web incluye 8

cuentos interactivos en los que el niño puede participar simplemente para pasar la página o, por ejemplo en «Los Planetas Majaretas», para salvar a estos astros buscando los cristales mágicos. Contiene también un espacio de cuentos que mandan los niños y donde se almacenan las historias desde 1997.

*El Club de Ika* es un cajón desastre en el que el niño hallará desde pistas por si se atasca en el CD-ROM del que este *site* hace promoción, hasta manualidades como crear una cara con un huevo. También dispone de útiles consejos para una navegación segura por Internet.



## Educalia [www.educalia.org](http://www.educalia.org)

[Castellano, catalán e inglés]

Creada por la Fundación la Caixa, esta web pretende ser un espacio de relación, formación y entretenimiento para niños, padres y maestros. Cuenta con zonas de acceso libre y otras restringidas. En las primeras encontramos juegos educativos como «Click en el hospital», que enseña cómo es una sala de urgencias. También se acerca de una forma lúdica al Euro o al mundo de la ciencia.

El área de actividades se centra en temas como los Juegos Olímpicos, con la posibilidad de alimentar la llama de una antorcha virtual con sólo mandar un buen deseo.

O el agua, donde el niño puede acercarse al líquido elemento desde el lado formativo,

con pautas para ahorrar, o desde el lúdico,

a través de lugares acuáticos de ocio. El

lenguaje tiene un hueco en «La magia

de las palabras», que brinda la posibilidad

de recomendar un libro o de escribir una pregunta para escritores

como Elvira Lindo.

Por último, en «Revistalia» el internauta se encontrará con galerías de

fotos y dibujos, noticias del día y información sobre los concursos de

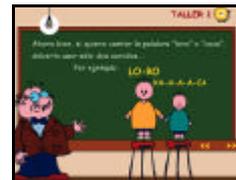


## Contenidos.com

[www.contenidos.com/niños.htm](http://www.contenidos.com/niños.htm)

[Castellano]

Educación y entretenimiento se combinan en esta web que también nos llega de Latinoamérica. Por un lado, cuenta con secciones de literatura, con un taller de cuentos y múltiples biografías de escritores, además de varios diccionarios. En la *Biblioteca* se pueden leer obras de Campoamor o Rubén Darío. Y si el pequeño prefiere las matemáticas, tiene la posibilidad de aprender a contar o atreverse



con la geometría. También incluye un taller de música donde se introduce al niño al mundo de las corcheas.

La naturaleza tiene su hueco en «La Pandilla de Edy» que mediante sus aventuras y distintas actividades explica el ciclo del agua, sus distintos estados y cómo se contamina. Una sección de papiroflexia y un taller de animación completan esta área, que también contiene varios juegos y chistes.



## El Universo de los Niños

[www.t-nauta.com](http://www.t-nauta.com)

[Castellano]

Nos llega desde Venezuela y requiere de Shockwave o Real Player para la mayoría de sus actividades. Cuenta con una interfaz interplanetaria, y una página principal que

pasa a convertirse en un menú de navegación.

Además de dos cuentos y varios juegos,

contiene una sección llamada *Sabiduría*.

Se trata de una guía de saberes sobre

ciencia y tecnología, explicados con un lenguaje

para los niños, que así conocerán que

son los nutrientes o cuántos tipos de vitaminas

existen. Este área se completa con un

diccionario con definiciones tan particulares

como la de Mascota: *persona, animal o cosa*

que trae suerte.

El *Rincón Sideral* contiene noticias infantiles,

información sobre películas, vídeos o

música; pero necesita de una actualización.

