

Revista de Premsa

05/07/2004

COL·LEGI D'ARQUITECTES DE CATALUNYA

	Publicació	Data	Ordre	Titular	Pàg.
1.	EL NUEVO LUNES	05/07/2004	VIVIENDA	Nuevas tecnologías de la información	3

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

JULIO 2004. Nº 66

el nuevo lunes

Internet y la banda ancha, motores para el desarrollo de la domótica y de las nuevas alternativas de ocio

LA CASA CONECTADA: UN PASO MÁS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

El hogar tradicional ha dado paso a un nuevo concepto, el de la vivienda inteligente, en la que -gracias a Internet y a las conexiones de banda ancha- todas las tareas domésticas, la vida profesional y los ratos de ocio, pueden estar integradas. A pesar de que ya son muchos los servicios domóticos y de entretenimiento que oferta la industria, aún queda camino por andar. Los expertos señalan que alcanzar la plena Interactividad, desarrollar una regulación que incentive a los inversores, y acabar con la piratería, son los primeros objetivos. A partir de ahí, todos salen ganando. Fabricantes, usuarios, empresas de servicios... el mercado tiene sitio para todos.

Los cambios sociales y la evolución tecnológica han hecho posible que la "conectividad" no sea un concepto ligado únicamente al trabajo y a la empresa, sino que esté ya íntimamente unido al ámbito privado del individuo, y muy especialmente, a todo lo que concierne a su casa y a sus ratos de ocio.

La automatización de las tareas de vigilancia de la casa, la teleasistencia médica, la teleeducación o la gestión inteligente desde un electrodoméstico de quehaceres cotidianos como "la compra", son algunas de las funcionalidades de las que, cada vez en mayor medida, puede disfrutar el usuario. El secreto: fundamentalmente, Internet y las tecnologías de banda ancha. El nombre del "invento": el hogar digital.

Los expertos aseguran que los primeros hogares digitales, en el sentido más estricto del término, ya existen. Son aquellos que disponen de la conexión a banda ancha y utilizan los servicios clásicos de comunicación e información procedentes de Internet: e-mail, web, mensajería instantánea, chat, etc. A éstos habría que añadir los hogares que han dado un paso más y ya disponen de servicios domóticos, de televigilancia, etc. El estadio final de esta evolución, que todavía está algo lejano, es la convergencia entre servicios de entretenimiento, de comunicaciones y de gestión digital del hogar, todo ello sobre unas infraestructuras de comunicación y equipamiento (Home Networking) en las que se habrá logrado una mayor integración y plena interoperabilidad.

No es ciencia-ficción. De hecho, algunos promotores inmobiliarios ya están entregando a sus clientes, junto con las llaves de la vivienda nueva, el denominado "Portal del Hogar". Se trata de un sitio web único y específico para cada vivienda, que por medio de una clave, permite al usuario acceder a todas las informaciones de su hogar posibilitando accionar a distancia los equipamientos de la vivienda que tenga domotizados. ¿Dónde se sitúa esta entrada "virtual" a la vivienda? Hay cierta controversia. Los fabricantes



Mesa Redonda "El hogar y el ocio: dos ventanas a la Sociedad de la Información". De izquierda a derecha: J. R. Reboledo, de Telefónica de España; Francisco de Sebastián, director para España y Portugal de Yankee Group; Marcelo Castello, presidente de Universal Music España y Portugal; Antonio Castillo, subdirector general de Tecnología y Gestión del Conocimiento de Telefónica S. A.; Luis Velo, director general de Contenidos de Terra Network, y Luis Magdalena, director del Centro Domótica Integral de la UPM.

de electrodomésticos de gama blanca apuestan por el frigorífico como "centro de operaciones" -puesto que en cada casa suele haber sólo uno- frente a la apuesta de los fabricantes de gama marrón o de material eléctrico, que proponen otras soluciones para centralizar la gestión digital del hogar.

Servicios

Mande quien mande en esta nueva casa, lo importante es la cantidad de funcionalidades que tiene. Para gestionar el hogar inteligente, se necesita una conexión permanente de la vivienda con el exterior a través de una línea de banda ancha que hace posible una lista interminable de servicios, y convierte la domótica en una realidad.

En primer lugar se encuentran los servicios de control remoto de dispositivos y monitorización del hogar. Se incluyen aquí los que permiten el control de los elementos domésticos más sencillos, como la iluminación o la alarma.

En segundo lugar están los servicios de confort y ahorro de energía que incluyen también el control remoto de los dispositivos de calefacción, aire acondicionado, climatización, etc. El objetivo de estos servicios es doble.

Un tercer grupo abarca los servicios de supervisión del hogar, permitiendo el control de aparatos y elementos domésticos como puertas, persianas, toldos, utilizando para ellos terminales como el teléfono móvil, el ordenador portátil, agendas electrónicas, o cualquier otro dispositivo

electrónico que permita la conexión a Internet.

Finalmente, el cuarto grupo queda constituido por los servicios de lectura de dispositivos, sobre todo, de contadores.

Seguridad

Pero sin duda ninguna, una de los servicios de gestión digital del hogar que más se conoce y que más demanda el propietario de una vivienda es la seguridad. De hecho, la ban-

da ancha ha convertido la videovigilancia, antes costosa e incómoda de instalar, en un sistema moderno, con transmisión de imagen y sonido en tiempo real y de calidad.

En el desarrollo de este nuevo concepto de vivienda inteligente intervienen numerosos actores, porque se trata de un desarrollo con gran impacto en el tejido industrial. Los promotores de viviendas son un elemento esencial en la cadena de valor puesto que conocen de antemano donde se va a ubicar el hogar y cuáles van a ser sus características. También intervienen la inmobiliaria, el arquitecto y los instaladores.

Quizá, junto con las operadoras y las empresas tecnológicas, los fabricantes de equipos para el hogar sean los más implicados en este proceso en el entorno doméstico. Así, ya se han presentado los primeros electrodomésticos intelligen-

(Pasa a pág. 2)

SUMARIO	
La vivienda del futuro ya está aquí	Págs. 1 y 2
Tribuna: Eduardo Ríos, director de Planificación de Telefónica de España: "2004: odisea hacia el hogar inteligente"	Pág. 3
Entrevistas: Luis Magdalena, director del Centro de Domótica Integral de la UPM: "La domótica supone un 3% del coste total de la vivienda". Luis Velo, director general de Contenidos de Terra Network: "La piratería es el principal problema en la industria del ocio"	Pág. 4

tes conectados a Internet en el mercado español. Varias marcas ya han incorporado a sus frigoríficos una pantalla táctil desde donde se pueden controlar los otros electrodomésticos desde cualquier lugar a través de Internet. La conexión del frigorífico con el exterior se hace mediante banda ancha, mientras que el resto de los aparatos se comunican entre sí a través de la red eléctrica, con lo que no es necesario ningún cableado adicional.

En el último eslabón de la cadena estarían las empresas de servicios que van desde las compañías eléctricas a las de seguridad, que han visto co-

mo se ha ampliado su mercado objetivo, y cómo pueden crear nuevas formas de negocio de una manera más económica.

Home Networking

La conexión permanente del hogar a través de la banda ancha tiene un objetivo final: el concepto Home

Networking. Este concepto engloba las distintas redes físicas, el equipamiento, y en general todas las infraestructuras necesarias para la creación, gestión y uso de los servicios para el hogar digital. Entre los elementos que constituyen este hogar del futuro se encuentra, en primer lugar, y como elemento fundamental, una línea de acceso de banda ancha (ADSL o cable). Después las denominadas redes del hogar, que constituyen el medio a través del cual los terminales y dispositivos se comunican entre sí y con el exterior del hogar. Pueden existir tres tipos de redes: de datos (Wi-Fi, red de área local cableada), red multimedia, y red do-

mótica. Por último, el elemento que interconecta las redes domésticas entre ellas y con la conexión de banda ancha es lo que se denomina "pasarela residencial".

El elemento final, el terminal, es el que el usuario sentirá más cercano.

Ya hemos hablado del electrodoméstico, con el frigorífico como protagonista, pero también son dispositivos del hogar digital, los ordenadores, las videoconsolas, y los móviles.

Nuria Díaz

Varias marcas ya han incorporado a sus frigoríficos una pantalla táctil desde donde se pueden controlar los otros electrodomésticos desde cualquier lugar a través de Internet

LA VIVIENDA INTELIGENTE DE TELEFÓNICA

Telefónica de España acaba de presentar en el Salón Inmobiliario de Madrid, la Vivienda Inteligente, una solución que integra aplicaciones domésticas sobre la línea de ADSL. La principal novedad que aporta Telefónica es una pasarela (traductor de protocolos) que permite, sin necesidad de un PC o sistema operativo, integrar de forma intuitiva diferentes aplicaciones aunque sean de distintos fabricantes. Este proyecto se ha hecho de la mano de otros socios tecnológicos como Acer, BSH (Bosh and Siemens Home Appliances Group), Honeywell, Intel, Philips, Securitas Direct y Roca Calefacción.

Este hogar incluye sistemas de detección de intrusos, de fuego, de fugas de agua y gas, y además puede cliente puede controlar todo desde el exterior de la vivienda, a través de Internet, o del teléfono fijo o móvil. Asimismo, tiene la posibilidad de incorporar la utilización del control remoto para otros electrodomésticos, como por ejemplo,



Proyecto de casa monitorizada de Telefónica de España.

poner la lavadora, modificar el estado de la iluminación o subir o bajar persianas.

Además, dispone de soluciones de comunicaciones avanzadas como el ADSL Wi-Fi (inalámbrico) de Telefónica, que permite navegar por Internet a alta velocidad desde cualquier lugar de la vivienda y sin cables.

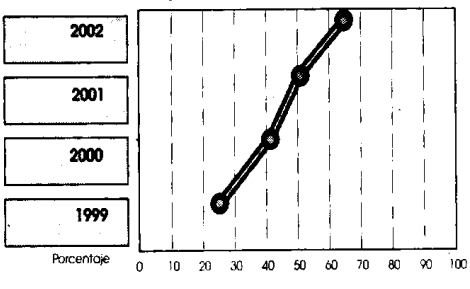
mo el ADSL Wi-Fi (inalámbrico) de Telefónica, que permite navegar por Internet a alta velocidad desde cualquier lugar de la vivienda y sin cables.

EL PAPEL DE LA ADMINISTRACIÓN

A pesar de que se trata de un concepto que se desarrolla en la esfera privada del individuo la Administración juega un papel fundamental el desarrollo del hogar digital, porque se mire por donde se mire, éste está íntimamente ligado al desarrollo de la Sociedad de la Información. La regulación de todos los aspectos normativos que afectan a las actividades derivadas de la irrupción de las nuevas tecnologías, es una de sus principales tareas.

En lo que se refiere a la digitalización de los hogares, ya se han dado los primeros pasos con la aprobación de la normativa ICT (Infraestructuras Comunes de Telecomunicaciones). Esta regula las instalaciones e infraestructuras para los servicios de telecomunicaciones en las viviendas y define las normas mínimas de construcción y edificación para el acceso e instalación de los servicios. Los edificios de nueva construcción y los que se rehabilitan deben contar con antenas colectivas para la captación de radio y televisiones terrenales, red de distribución de la señal de TV y radio, registro principal de teléfono para que el operador alimente su red, red de cable hasta el punto de acceso al usuario, espacio reser-

Evolución de proyectos y certificaciones ICT



vado para el operador de cable y un registro de entrada en la vivienda.

Normativa

Desde la promulgación del RD-1/1998 de Infraestructuras Comunes de Telecomunicación la legislación ha evolucionado hasta la publicación en mayo de 2003 del reglamento que ahora está en vigor. Aunque el cumplimiento de la normativa va en aumento, según los datos del Colegio Oficial de Inge-

neros de Telecomunicaciones, aún es insuficiente, aunque alcanzó el 80% en 2003.

El director general para el Desarrollo de la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria, Rafael Sagrario Durán, aseguró en la Mesa Redonda promovida por Telefónica bajo el título "El Hogar y el Ocio: dos ventanas a la Sociedad de la Información", que el Gobierno tiene la intención de integrar en un plan único todas las iniciativas existentes en lo que al desarrollo de la Sociedad de la Información se refiere.

OCIO EN LA RED

A medida que el mundo occidental ha ido aumentando el tiempo disponible para dedicarlo a actividades lúdicas, la industria del ocio se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor importancia.

La digitalización de contenidos como música y vídeo, entomo a los cuales gira esencialmente el ámbito del entretenimiento ha favorecido la amplia difusión de los mismos con un valor añadido: no existe pérdida de calidad apreciable con respecto al original. Esto, unido a la capacidad de globalización de Internet está provocando un cambio radical de esta industria, volcada ahora en ofertar nuevos productos y servicios.

De todos, los videojuegos son la estrella del mercado. De los primeros, bastante rudimentarios, se ha evolucionado hasta productos que permiten la interacción, la evocación de la realidad, la posibilidad de establecer competiciones entre varios jugadores que ni siquiera tienen porque estar en el mismo sitio.

Actualmente existen dos modalidades para ofrecer los servicios de juegos on-line: el peer to peer (P2P) y a través de un servidor. Para los proveedores del servicio el principal aliciente financiero de los juegos on-line es el tiempo que el usuario permanece conectado. Los últimos estudios demuestran que un usuario medio holandés pasa más tiempo en un sitio de juegos (más de 2 horas al mes), que en uno de noticias, por ejemplo (13 minutos), unos tiempos que -según los expertos pueden extrapolarse a casi todos los países-. El resultado: los sitios de juegos son un paraíso para los anunciantes.

En España el número de usuarios que han accedido a sitios de juegos on line casi ha llegado a triplicarse en tan sólo un año, pasando de 78.000 usuarios en enero de 2002 a 200.000 en enero de 2003.

Video y música 'on line'

Junto a los videojuegos, otra de las ofertas "estrella" es el acceso a contenidos audiovisuales. En la actualidad la oferta televisiva en España es muy amplia. Cinco cade-

nas nacionales emiten en abierto, y además hay una gran cantidad de televisiones autonómicas y locales. Además, se pueden completar con los canales de pago vía satélite para acercarse aún más a la "televisión a la carta". También existen servicios de TV por Internet.

Para acabar con el inconveniente de la compra de CD -cuando sólo se está interesado en alguna canción- o tener que trasladarse a un club, se ha desarrollado el concepto del servicio de vídeo y música bajo demanda, donde el usuario solicita a un proveedor de servicios un determinado contenido para poder disfrutarlo cuando él quiera con las limitaciones concertadas según el servicio contratado. El usuario sólo necesita un ordenador o un desodificador para la televisión, una conexión de banda ancha, y contratar el servicio con el proveedor.

Estos servicios se ven seriamente afectados por el acutal índice de piratería existente en Internet.

El libro digital

Por otro lado, la evolución de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información es tan rápida que nos ponen en bandeja cosas con las que nunca habríamos contado. Por ejemplo, el libro digital. El ebook se descarga automáticamente en el ordenador personal, mediante un sistema de compra segura que respeta la confidencialidad de los datos y los derechos de autor. El formato y diseño está pensado para ser leído en la pantalla de un ordenador y permite cierta interactividad, como insertar notas, subrayar, cambiar el tamaño de la letra, etc.

A pesar de su reciente aparición, este "invento" está experimentando un crecimiento notable por las posibilidades que ofrece. Entre las novedades más recientes destaca la posibilidad de convertir el texto a voz, de modo que podemos escuchar el contenido del libro por el altavoz o con auriculares.

No sólo es ventajoso para el lector. Para el editor también ya que su comercialización es mucho más sencilla.





2004: ODISEA HACIA EL HOGAR INTELIGENTE

Eduardo Ríos, director de Planificación de Telefónica de España

En 2004 ya se observan signos positivos que apuntan hacia una aceleración decidida de las tecnologías y servicios que deben hacer posible el Hogar Digital por que la actividad de todos los agentes implicados es creciente:

La oferta de fabricantes de dispositivos para el hogar digital es cada vez más variada.

Las Administraciones Públicas están impulsando iniciativas que favorecen el desarrollo del Hogar Digital en el contexto del avance hacia la Sociedad de la Información.

Los Operadores de telecomunicaciones están impulsando la Banda Ancha junto a iniciativas con promotores inmobiliarios, así como con entidades sanitarias, culturales y formativas, entre otras, para difundir e impulsar el concepto de Hogar Digital.

Sin embargo, aunque existe una oferta creciente de productos y servicios para el Hogar Digital, parece que la idea no se ha "vendido" correctamente y por ello son pocos los usuarios que "compran" o entienden el significado y el valor que para ellos puede tener el concepto de "domótica", y de "hogar digital" en general.

Por ello es necesario intensificar el impulso a la idea del Hogar Digital, aprovechando la fuerza de la Banda Ancha junto a los esfuerzos normativos (Real Decreto 1/98 sobre ICT-Infraestructuras Comunes de Telecomunicaciones) y asegurando que el desarrollo de productos y servicios contemplen, de principio a fin, las necesidades del usuario como guía de todas sus propuestas de valor.

Tener las necesidades del usuario como guía de los desarrollos del Hogar Digital nos deberá llevar a un avance esencial: las capacidades de gestión, personalización y adaptación a las condiciones y gustos de cada usuario deberá llevar a que la mera integración o interconexión de los múltiples productos y servicios de un Hogar Digital pase realmente a constituir un "Hogar Inteligente" o un "entorno inteligente" al servicio del usuario.

Se requiere un esfuerzo coordinado de todos los participantes en la cadena de valor del Hogar Digital (desarrolladores de productos y servicios, agregadores y empaquetadores de ofertas, comercializadores, instaladores y proveedores de servicios de mantenimiento) para hacerlo realmente inteligente y capaz de constituir un nuevo entorno que mejore las condiciones de



"Para avanzar hacia el hogar digital es fundamental ir acortando con la máxima rapidez la distancia que separa a España de la media europea -se estima en unos diez puntos porcentuales- en penetración de PCs en los hogares, a la vez que se van adaptando otros dispositivos, como DVD o cámaras digitales"

vida de los ciudadanos, convirtiéndose de esta forma en un componente básico de avance hacia la Sociedad de la Información.

El hogar digital va reuniendo sus elementos

Ya es posible construir el Hogar Digital aunque esa construcción todavía es bastante "artesanal" y relativamente cara, si bien esto último está cambiando y esperamos que el cambio sea más rápido aún, de forma que resulte más fácil desterrar las percepciones de precio elevado y producto complejo (a la par que quizás poco útil) que podría explicar el bajo conocimiento de los usuarios españoles (en torno al 4%) de un concepto básico como es el de "red domótica".

Sin embargo, el consumo de "bienes digitales" en los hogares españoles es-

tá avanzando y, si bien, es inferior a la media europea, existen equipamientos -como las consolas de videojuegos- donde la penetración es superior en nuestro país.

El avance hacia el Hogar Digital cuenta -como suele suceder con otras innovaciones profundas y de desarrollo complejo- con familias que lo adoptan de forma temprana o lo siguen rápidamente, si bien el conjunto de estos hogares avanzados suponía a finales de 2002 en torno al 43% de todos los hogares y correspondían a las personas de edad en torno a 40 años o inferior.

Para avanzar hacia el Hogar Digital es fundamental ir acortando con la máxima rapidez la distancia que separa a España de la media europea -se estima que unos 10 p.p.- en penetración de PCs en los hogares, a la vez que se van adoptando otros dispositivos que ya están teniendo claro éxito (DVD y Cámaras Digitales, por ejemplo) y,

de tecnologías que permiten construir las "redes del hogar" sobre las que se asientan los servicios del Hogar Digital. Estas soluciones pueden usar cableados específicos (especialmente en viviendas nuevas), pueden aprovechar redes existentes (red interior de telefonía, red eléctrica, red coaxial de distribución de la señal de TV) o pueden ser inalámbricas (Wi-Fi, Bluetooth, GSM/GPRS, por ejemplo) pero, en cualquier caso, dos elementos son claves:

Las aplicaciones y dispositivos que integran y controlan todos los dispositivos conectados (a través de la "pasarela residencial" como dispositivo que interpreta múltiples protocolos y estándares).

La conexión de Banda Ancha (ADSL y Módem-Cable, en la mayoría de los casos) que permite conectarse con el exterior y enviar o recibir todo tipo de informaciones y contenidos, vinculados al trabajo y otras necesidades, o simplemente, al ocio y entretenimiento digitales.

El Hogar Digital se construye sobre elementos tecnológicos (redes del hogar con diferentes protocolos y terminales, sensores, actuadores y otros dispositivos diversos) pero lo que realmente da cuerpo al Hogar digital son los servicios adaptados a las necesidades de los usuarios, de forma que los distintos miembros de la familia experimenten su hogar como un verdadero entorno inteligente, flexible y controlable que se encuentra a su servicio.

Para lograr concebir los servicios que satisfagan esa aspiración de los usuarios debemos:

-Crear productos fácilmente instalables, donde se cuide la atención al cliente y el papel de los distribuidores y otros agentes que acercan el producto al usuario.

-Establecer los máximos estándares abiertos, sencillos y flexibles que sea posible.

-Contar de forma habitual con la participación de terceros en la creación de las propuestas de valor a los usuarios.

En definitiva, existen signos prometedores para el avance del Hogar Digital como pieza básica para el progreso de la Sociedad de la Información, estos signos empiezan a entenderse y apoyarse por fabricantes, promotores inmobiliarios, Administraciones Públicas y Operadores de Telecomunicaciones y, entre todos, debemos tener claro que las necesidades reales de los usuarios deben ser el eje de desarrollo de las distintas propuestas de valor, desde el momento inicial en que se conciben los productos, hasta su venta e instalación y especialmente, en la atención y el apoyo posterior al usuario que sin duda requerirán unos productos de utilización cada vez más simple pero de una evidente complejidad tecnológica.

Poniendo nuestro empeño en sumar esfuerzos entre todos los agentes del mercado y las Administraciones Públicas tendremos que ser capaces de aprovechar el impulso cada vez más perceptible que va surgiendo en torno al Hogar Digital, que debe llegar a ser para los usuarios un verdadero Hogar Inteligente, con servicios innovadores, útiles y convenientes.

"Aunque existe una oferta cada vez más creciente de productos y servicios para construir la vivienda del futuro, lo cierto es que la idea no se ha debido 'vender' acertadamente porque son pocos los clientes que se deciden a comprarlos"

Impulso

Es necesario entender al "Cliente Digital" para ofrecerle lo que necesita en el "hogar" y en los demás entornos donde vive y se desarrolla su actividad: en la Empresa Digital; en sus relaciones electrónicas con las Administraciones Públicas; en la Escuela; y en la Ciudad Digital.

En el Hogar y en la Empresa Digitales, el "Cliente Digital" precisará soluciones para sus comunicaciones, para la gestión de su hogar o empresa y para contactar con el mundo exterior, tomando parte en las iniciativas y comunidades de intereses que mejor sirven a sus necesidades, lo que nos muestra el refuerzo positivo mutuo de las acciones coordinadas y simultáneas en todos los ámbitos de la vida del Cliente Digital.

Por ello el Cliente Digital requerirá: conectividad permanente: en la empresa, hogar, escuela y otros espacios; continuidad de servicios: tele-trabajo, tele-gestión, y otras facilidades que le ofrezcan soluciones integradas.

Hoy existe una notable multiplicidad

✓ Entrevista



El hogar digital comienza a ser una realidad que avanza rápidamente. Según el director del Centro de Domótica Integral de la Universidad Politécnica de Madrid, Luis Magdalena, las opciones para monitorizar una vivienda son muy amplias y de ellos depende el coste, pero en términos generales supone entre un 1% y un 3% del coste total de la vivienda nueva. En su opinión el sector necesita aún cierta vertebración y más interoperabilidad entre las tecnologías.

Luis Magdalena Layos, director del Centro de Domótica Integral de la Universidad Politécnica de Madrid

“La domótica supone un 3% del coste total de la vivienda”

carantes, ...) parece claro que existe una cierta tendencia al acercamiento entre ellos.

-¿Cuánto cuesta “monitorizar” un hogar?

-En este tema, como en muchos otros, las opciones son muy amplias y variadas. En un hogar digital, además de los elementos de comunicaciones que no pueden faltar, existen tres tipos fundamentales de elementos, los que me permiten encender y apagar algo (interruptores), los que me permiten obtener información sobre algo (sensores o captadores) y los que me permiten “mover” algo (actuadores). Hay una clara diferencia entre monitorización y actuación, es decir, entre saber si me he dejado una ventana de mi casa de la sierra abierta, mediante, por ejemplo, un simple mensaje de móvil, y cerrarla empleando ese mismo mensaje. En todo caso, y con el simple ánimo de dar algunas de las cifras que se barajan normalmente, podemos decir que el coste de las instalaciones domóticas en vivienda nueva puede situarse en la

franja que va entre el 1 y el 3% del coste total de la vivienda.

-¿Qué ventajas suponen las nuevas tecnologías en el hogar?

-La domótica en una vivienda aporta seguridad, permite controlar alarmas técnicas y actuar sobre ellas. Además, aporta comodidad, automatiza acciones tediosas para que pasen a realizarse con un solo dedo o incluso de forma automática. En tercer lugar, aporta comunicación y ocio, permite acceder a los nuevos servicios multimedia disponibles a través de Internet. La domótica en una vivienda aporta control e independencia, permite a personas con discapacidad o ancianos vivir con independencia pero supervisados a nivel médico y atendidos de forma remota en sus necesidades.

La aportación de las nuevas tecnologías integradas en los ámbitos básicos del hogar digital, han sido determinantes en dos aspectos básicos: las comunicaciones y el ocio.

-¿Qué metas se persiguen?

-En la actualidad hay dos ten-

dencias muy importantes relacionadas con la ordenación del sector y con la interacción entre el sector y el usuario final. En primer lugar, en lo referente a la ordenación del sector, parece claro que se necesita cierta vertebración, a través de, por ejemplo, la aceptación de una terminología y unas normas comunes que permitan a todos los implicados entenderse. En ese sentido ya se han puesto en marcha algunas mesas “multisectoriales”. También parece claro que hace falta poner orden a nivel de tecnología, y aunque puede resultar difícil

la estandarización y homogeneización en este sentido, la coexistencia tecnológica exige cuando menos un cierto nivel de interoperabilidad. El usuario percibe un segundo inconveniente, la inexistencia de un interlocutor único a la hora de abordar la “domotización” de la vivienda. Las soluciones van desde la creación de la figura de operador domótico, hasta la formalización de consorcios entre los diferentes agentes, que permitan realizar una oferta integral.

N.D

El perfil del experto

Luis Magdalena es Doctor Ingeniero de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid y Profesor Titular de Universidad en la misma. Promotor del Centro de Domótica Integral de la Universidad Politécnica de Madrid (CEDINT) y actualmente director en funciones del mismo. Miembro de diversas sociedades

científicas y técnicas, siendo Presidente de la European Society for Fuzzy Logic and Technology (EUSFLAT) desde 2001. Autor de más de ochenta publicaciones científicas en libros, revistas y congresos, y editor de varios libros y monográficos, todo ello en el ámbito de los Sistemas Inteligentes y sus aplicaciones.

Terra piensa jugar un papel determinante en el mercado del entretenimiento. De hecho, según su director general de Contenidos, Luis Velo, la compañía estará presente en la distribución de contenidos y servicios de valor añadido en todas las plataformas que se vayan implantando en el mercado gracias a su oferta cada vez más amplia. La piratería -según Velo- es el principal problema de esta industria, pero no el único.

Luis Velo, director general de Contenidos de Terra Network

“La piratería es el principal problema en la industria del ocio”

-¿Cuáles son los proyectos de Terra en el mercado del ocio y cuánto va a invertir en ellos?

-Terra, como parte de su estrategia a corto plazo, está desarrollando servicios y productos de pago on line para el sector residencial. Su oferta integrada de contenidos premium incluye música y vídeo bajo demanda, juegos Online, educación, viajes, finanzas, etc. Todo ello apoyado en unos servicios de comunicaciones avanzadas que incluyen videoconferencia, mensajería unificada, correo seguro.

No hay duda que Terra en el futuro estará presente en la distribución de contenidos y servicios de valor añadido en las distintas plataformas que se vayan implantando en el mercado.

-La creación de contenidos es determinante en la evolución de esta industria del entretenimiento. ¿En qué posición está España y las empresas españolas en este proceso?

-Históricamente España se ha caracterizado por su creatividad en diferentes campos. En el área de contenidos son múltiples los ejemplos de talentos que exportamos. En el mercado de la televisión tenemos creadores de formatos (Gestmusic y Zeppelin) que se están implantando a nivel mundial, como “Operación Triunfo”; excelentes desarrolladores de videojuegos como Pyro Studios; directores de cine de reconocido prestigio como Almodóvar, Trueta y Amenabar y en el sector discográfico contamos con cantantes de amplia trayectoria internacional como Julio Iglesias, Alejandro Sández, etc. Creo que estamos en una óptima situación.

-¿Cuáles son los principales escollos a resolver? ¿La piratería, los derechos de autor...?

-Yo diría que la piratería es sin duda el principal problema... aunque no el único.

En EEUU, Japón y algunos países del entorno europeo, ya están

funcionando con éxito iniciativas de pago por contenidos a través de redes de Banda Ancha, (B.A) pero en España está costando un poco mas de esfuerzo.

Curiosamente España es uno de los países con mayor penetración de usuarios de B.A (dentro del colectivo de Internautas), con lo cual está en una buena posición ideal para lanzar servicios de pago. No obstante su particular contexto socio-cultural hace que los usuarios no estén concienciados para pagar por los derechos a los propietarios de los contenidos.

Ante esta situación de piratería generalizada, los proveedores de contenidos eran reacios a lanzar servicios legítimos, lo cual perpetuaba la situación... El cliente español no tenía servicios legítimos de contenidos de pago y se los “bajaba” de forma legal a través de redes P2P o los adquiría en el “top manta” local.

Este razonamiento solo explica porqué no tenemos en la actualidad servicios de pago “potentes”.

El futuro es mucho más alentador, los proveedores de contenidos confían mas en la tecnología que protege sus contenidos (DRMs) en Internet, y aceptan los nuevos modelos de negocios orientados a este canal.

En cuanto a las sociedades gestoras de derechos, los autores, tienen todo el derecho a obtener de esta nuevas formas de comercialización una remuneración por su

trabajo. Quizás las sociedades de autores deberían adaptarse al nuevo entorno simplificando el modelo de gestión de derechos.

Parece ser que en Europa se está estudiando iniciativas de crear un “One-Stop Shopping” de Entidades Colectoras de Derechos de Autor que facilitaría la provisión de estos derechos.

N.D

El perfil del experto

Luis Velo, ingeniero industrial, comenzó su andadura profesional en el Grupo Telefónica en 1995 como Director General de A3D, empresa dedicada a la televenta y venta por catálogo, perteneciente al grupo Antena3 TV. En 1998 fue nombrado Director General de Antena 3 Iniciativas Comerciales, filial de A3TV. En enero de 2000 entró a formar parte de Terra Networks como director general de E-Commer-

ce, y miembro de su comité Ejecutivo y comité de dirección. Un año después, en diciembre de 2000, fue nombrado consejero delegado de Antena 3 TV. En septiembre de 2002 fue nombrado subdirector general de contenidos de Telefónica, y finalmente en febrero de 2004, fue nombrado director general de Contenidos de Terra Network, cargo que desempeña en la actualidad.