

*En la jornada de puertas abiertas organizada por el centro de I+D de la operadora se pudieron ver y probar los servicios digitales que intentan conquistar a los usuarios.*

## Telefónica se conecta al vídeo en 3D y a las compras sociales

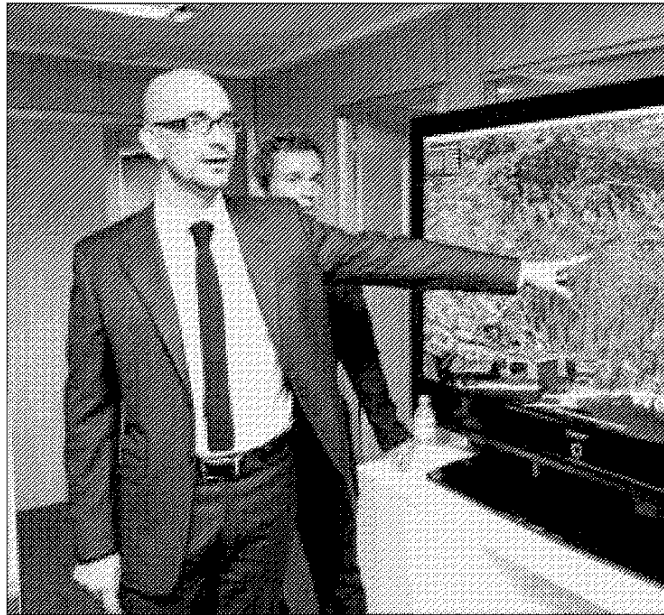
Escribe **Noemí Gómez**

**Ver un partido de fútbol** desde distintos ángulos simplemente moviendo la cabeza, buscar los goles de la Eurocopa en un buscador que te da los resultados automáticamente y en forma de vídeos o disfrutar de una película en tres dimensiones son algunas de las ventajas que aportará la tecnología en cuatro o cinco años. En este tipo de servicios y contenidos digitales trabaja el centro de I+D de Telefónica en Barcelona, que desde 2006 y bajo la dirección del doctor en investigación Carlos Domingo, ha asumido la investigación mundial de la operadora en áreas de Internet, multimedia y multilingüismo. Algunos de los servicios que está desarrollando el centro se pudieron ver y probar ayer en la segunda edición de la jornada de puertas abiertas *Open Research Day*, que se complementó con una serie de conferencias.

En el área de Internet, que dirige el investigador Pablo Rodríguez, Telefónica está trabajando en distintas aplicaciones de Internet móvil. Una de ellas es cómo utilizar el teléfono para compras sociales. Por ejemplo, un usuario que entra en una tienda y duda entre dos jerseys, podría hacer una foto de cada prenda, subirlas a la red social Facebook y abrir una votación con sus contactos, que tendrían diez minutos para elegir cuál les gusta más. El resultado final sería una ayuda inestimable para aquellos compradores indecisos.

### El Bicing y el móvil se unen

Otra de las aplicaciones que está desarrollando Telefónica como una iniciativa propia está dirigida a los usuarios del Bicing. El sistema público de bicicletas del Ayuntamiento de Barcelona tiene 150.000 abonados y diariamente lo utilizan 15.000 barceloneses. Para acabar con los problemas que genera la devolución de bicicletas cuando las estaciones están completas, la aplicación para móviles de Telefónica le enseñará al usuario los puntos más cercanos a su lugar de origen que cuentan con bicicletas y al llegar a su destino le informará de cuáles son los que tienen plazas libres.



Carlos Domingo muestra la aplicación del bicing para móviles. /Elena Ramón

En la segunda área de investigación, la de multimedia, que dirige Nuria Oliver junto a la de multilingüismo o reconocimiento de voz, se investiga sobre búsquedas de contenido multimedia. "Analizamos qué tipo de tecnologías pueden ayudar a buscar contenido audiovisual y servir a Telefónica, por ejemplo, para buscar contenidos en el servicio de televisión por ADSL Imagenio", explica Carlos Domingo, director del centro de I+D de Barcelona.

El vídeo en 3D a través de pantallas planas de televisión será otro de los servicios estrella en los hogares. "En las casas del futuro todo será digital y las paredes serán *displays* o pantallas", dice Domingo. Por eso, el centro de I+D ha querido dar un paso más y centrar su investigación en los servicios y contenidos digitales y no en las infraestructuras y el acceso, que tradicionalmente han sido el eje central de las investigaciones de las operadoras. "El negocio de Telefónica ahora está en cómo conseguir que la gente esté conectada con ADSL y con Internet móvil y, una vez que todo el mundo lo esté, el siguiente paso

será ver qué tipo de servicios puedes dar por encima, que es lo que se hace aquí", afirma Domingo.

En la actualidad menos del 30% de los usuarios de móvil tienen terminales de tercera generación o 3G y menos del 10% utilizan el teléfono para navegar. "Aunque Internet en el móvil está todavía despegando en Es-

**En la actualidad menos del 30% de los usuarios de móvil tienen teléfonos de tercera generación**

paña, estamos pensando en lo que va a pasar dentro de tres o cuatro años y para eso miramos hacia Japón, donde el 100% de la población tiene teléfono 3G y el 70% usa servicios de datos", asegura Domingo.

Para detectar las necesidades futuras de los usuarios, Telefónica invertirá 100 millones en cuatro años. El centro de Barcelona, en el que trabajan 250 investigadores, ha pasado en dos años de representar el 3% del presupuesto de Telefónica I+D al 15%.