

## NAVEGAR A LA CARTA

## Videojuegos en flash

En Internet hay numerosas páginas con sencillos videojuegos muy apetecibles para pasar las horas muertas. Están desarrollados con la tecnología 'flash', y con ellos se puede jugar al béisbol con un pingüino, pilotar una avioneta o lanzar una jabalina lo más lejos posible. Tienen en común la sencillez de sus desarrollos, infinitamente más humildes que los de los complejos videojuegos de consola, lo que no ha impedido que logren una gran popularidad.



### Shuffle

(<http://www.shockwave.com/content/shuffle/sis/shuffle.swf>)

Se trata de un sencillo juego basado en el billar que consiste en expulsar fuera del tapete las bolas del rival. Juegan las rojas contra las amarillas, y a cada nivel el jugador va teniendo menos bolas para vencer al contrario. Con el ratón se marca tanto la dirección como la potencia del vector de disparo.



### El esquiador

(<http://juegos.servifutbol.com/jugar-1484.html>)

En este sencillo juego se hace bajar a un esquiador por una cumbre nevada esquivando rocas y abetos. La cantidad de choques que tenga el esquiador en su improvisado eslabon dependerá de la pericia del internauta en el manejo del ratón a derecha e izquierda.



### Master Mind

(<http://www.2inventive.com/games/master/master.html>)

Se trata de un juego de estrategia y pensamiento basado en la asociación de colores para anticipar la posición de una serie de bolas al estilo del 'tres en raya'. Hay siete colores para escoger y poner en cinco posiciones, y diez oportunidades para realizar el máximo de aciertos.



### Yeti Sports

(<http://juegos.servifutbol.com/jugar-243.html>)

Es uno de los juegos más populares de la Red, tanto por su sencillez como por el alto nivel de 'adicción' que genera. El jugador es el temido Yeti tibetano y juega a ensayar lanzamientos de béisbol con su amigo el pingüino, que sirve de pelota. Con dos sencillos clics de ratón se lanza al pingüino y se mide la distancia alcanzada sobre la gélida tundra tibetana. Lo siguiente es presumir ante los amigos realizando una captura de la pantalla y enviándosela por correo electrónico. Ellos, a su vez, pueden responder con sendas imágenes de sus mejores lanzamientos.

Hay numerosas variantes de este juego e, incluso, algunas trucadas para alcanzar mayores distancias. Otras someten al pingüino a una brutal carnicería (<http://juegos.servifutbol.com/jugar-312.html>), digna de la peor pesadilla del inefable Freddy Kruger.

**EL CONCEPTO****Crowdsourcing**

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing>)

El término 'crowdsourcing' designa la utilización de grandes grupos de personas anónimas que colaboran voluntariamente en la solución de problemas de cualquier tipo: desde la fabricación de productos hasta la clasificación de fotografías o el desarrollo de programas informáticos.

En Internet esta técnica ha conseguido su máxima expansión, dada la facilidad del medio para poner en contacto grandes comunidades interconectadas y en continua interacción. Del mismo modo que el 'outsourcing' lleva la fabricación de un producto a otros países (especialmente China e India) donde los salarios son más bajos, el 'crowdsourcing' incentiva las múltiples pequeñas colaboraciones anónimas. Es paradigmático el caso de la gigantesca tienda online Amazon, que paga con vales de compra a los voluntarios que solucionen los problemas de programación que se les presentan, o el de Google, que utiliza un juego para que internautas por parejas etiqueten adecuadamente las fotografías.

**LA NOVEDAD DEL MES****¿Qué son los Bidis?**

Los Bidis son códigos de barras que las cámaras de fotos de los móviles pueden leer y entender. Estos códigos bidimensionales permiten realizar las más diversas gestiones con el móvil, desde contratar entradas para espectáculos hasta redirigir a páginas web o descargar juegos. Originalmente se utilizaban para labores de logística, identificación de personas y control de accesos como una versión más elaborada de los clásicos códigos de barras, pero el auge de los móviles con cámara los ha popularizado.

Los Bidis pueden estar en cualquier superficie: publicaciones impresas, vallas publicitarias o páginas web. El usuario sólo tiene que apuntar la cámara del móvil al código y fotografiarlo para que el programa encargado lo traduzca y haga "lo que el código indica". Por ejemplo, puede servir para redirigir a una complicada dirección web que costaría varios minutos teclear.

Para evitar cargos no deseados en la factura del móvil, conviene comprobar la información sobre el código y las acciones que va a realizar, así como los costes que puede suponer antes de introducirlo en el terminal. El uso de estos códigos no tiene un coste en sí, pero puede no ocurrir lo mismo con las acciones que realizan. Los códigos pueden activar el envío de mensajes o el inicio de llamadas a números de tarificación especial, con un coste para el usuario.

LOS BIDIS SON CÓDIGOS DE BARRAS QUE PERMITEN COMPRAR ENTRADAS O DESCARGAR JUEGOS DESDE EL TELÉFONO MÓVIL

