

TECNOVIDAS



Joaquín Cobos
Director de Activiti

“No aguanto el ruido de los aparatos”

FERNANDO GARCÍA

Después de una dilatada experiencia en el mundo de la publicidad, Joaquín Cobos (Madrid, 1969) se pasó a Internet. Ahora, dirige Activiti, una agencia que desarrolla campañas en medios digitales.

Pregunta. A la hora de comunicar, ¿mejor Internet?

Respuesta. Al tratarse de comunicaciones más personales, donde el consumidor toma parte y es protagonista de la publicidad, es más efectivo. Los niveles de comprensión del mensaje publicitario son muy altos y la relación que se mantiene con las marcas es más íntima y duradera. Y si hablamos de notoriedad de marca, Internet tiene un componente de innovación elevado.

P. ¿Qué debe hacer una empresa para destacar en el mundo digital?

R. Querer. Hoy ya está al alcance de cualquier compañía.

P. ¿Compra por Internet?

R. Con frecuencia. Sobre todo, artículos relacionados con el ocio y el tiempo libre, aunque últimamente me he atrevido con la ropa. Existen plataformas de venta privada tipo *outlet* muy estimulantes. Habitualmente suelo utilizar comparadores de precios, como Kelkoo, para conocer las mejores ofertas.

P. ¿Viaja con portátil?

R. Siempre.

P. ¿Blackberry o iPhone?

R. iPhone, sin duda.

P. ¿Correo o SMS?

R. Siempre correo. Me aburren los SMS.

P. ¿Contesta al correo en los fines de semana?

R. Soy un adicto.

P. ¿Cuánto tiempo invierte al día en el correo electrónico?

R. Varias horas, lo utilizo como herramienta base para trabajar.

P. ¿Apaga el móvil?

R. Ni en la ducha.

P. ¿Qué es lo último que ha comprado o que le han regalado de tecnología?

R. Un escáner de texto portátil del tamaño de un bolígrafo. Lee el texto y lo convierte a Word.

P. ¿Le gusta tener el escritorio ordenado?

R. Lo tengo bastante ordenado porque evito trabajar con papel. Otra cosa son las carpetas de mi ordenador. Aunque es un desorden controlado. Siempre encuentro lo que busco.

P. ¿Alguna manía con la tecnología?

R. No aguanto los ruiditos que producen los aparatos y suelo tener todo sin volumen. Prefiero la opción de vibrador.

ARTE



Lampshade, la lámpara carnívora de James Auger y Jimmy Loizeau.

Material Beliefs mezcla biología, diseño y tecnología en nuevos objetos

Calidoscopios con células de ratones y avanzados sistemas de vigilancia infantil son algunos de sus productos

● Los robots carnívoros se pueden ver hasta abril en Laboral, centro de arte y creación industrial de Gijón

R. BOSCO / S. CALDANA

Lampshade Robot es una lámpara de suelo de estética *pop* años sesenta. Durante el día emite una tenue luz azulada, mientras que durante la noche proporciona una cálida iluminación difusa. Lo único que la diferencia de otras eléctricas o de baterías está oculto en su interior.

Se trata del aparatito Microbial Fuel Cell, que se encarga de descomponer los pequeños insectos que la luz atrae durante las 24 horas y convertirlos en electricidad. De ese modo la lámpara se convierte en un pequeño robot autosuficiente que produce su propia energía para generar iluminación, a la vez que nos libera de mosquitos y otros insectos molestos.

Lampshade es uno de los Carnivorous Domestic Entertainment Robots realizados por James Auger y Jimmy Loizeau en el marco de Material Beliefs, un proyecto impulsado por la Goldsmiths University de Londres que se propone relacionar la investigación científica con la vida cotidiana a través de objetos que combinan diseño, biología y nuevas tecnologías.

Un reloj de pared funciona con el viejo sistema de la tira pegajosa atrapamoscas, combinado con las últimas tecnologías capaces de transformar el material orgánico en energía; pero, desde el punto de vista tradicional, la lámpara es el más estético de los muebles robóticos que Auger y Loizeau han creado inspirándose en el Ecobot, un robot que atrapa insectos desarrollado en el Bristol Robotics Laboratory, pionero en utilizar Microbial Fuel Cells para generar su propia fuerza.

No siempre se trata de obje-



Arriba, el Neuroscope de Caccavale; abajo, la mesa carnívora de Auger-Loizeau.

tos útiles; según sus creadores, algunos son más bien “mascotas exóticas de naturaleza depredadora, a las que damos presas vivas para convertirnos en espectadores de un microcosmo sintetizado y artificial”. Es el caso de la espeluznante Coffee Table Mousetrap Robot, una mesa dotada de una trampa para ratones que se acciona con la energía generada por los roedores atrapados, atraídos por las migas y desperdicios que quedan en la mesa.

Los robots carnívoros se muestran hasta el 20 de abril

en Laboral, centro de arte y creación industrial de Gijón, en *Nowhere/now/here*, una exposición que ilustra las nuevas líneas de investigación en el diseño contemporáneo, junto a los demás prototipos del proyecto Material Beliefs: Neuroscope y Vital Signs.

Neuroscope, del italiano Elio Caccavale, es una especie de calidoscopio que permite interactuar con un cultivo de neuronas situado en la Facultad de Farmacia de la Universidad de Reading, en Inglaterra.

El proyecto, que pone las ba-

ses para una nueva generación de juguetes tecnobiológicos, se propone “difuminar la frontera entre bienes de consumo y sistemas biológicos e integrar procesos científicos muy complejos en el ámbito doméstico cotidiano”, según su autor.

Neuroscope funciona con redes *wireless*, creando un bucle de interacción cerrado entre las células reales del laboratorio y su representación virtual. Cuando la gente toca las células virtuales, éstas transmiten una serie de impulsos eléctricos a las reales, que reaccionan dando lugar a nuevas y diversas conexiones, que generan nuevas imágenes.

Para padres aprensivos, Tobie Kerridge ha creado Vital Signs, un sofisticado sistema de vigilancia infantil a través de un esparadrado digital equipado con sensores. Éstos recopilan información y la envían por telefonía móvil a diversos aparatos que visualizan los datos en tiempo real.

“Esta tecnología podría proporcionar prestaciones biomédicas y servir como dispositivo de control para ancianos o pacientes con patologías crónicas. Sin embargo, Material Beliefs pretende diseñar objetos que generen un debate sobre el impacto social de la ciencia y la tecnología. Si hubiéramos querido comercializarlos, habríamos debido abordar cuestiones de manufactura, seguridad, costes y distribución. Este no es nuestro objetivo. Nos centramos en un diseño especulativo, que quiere despertar interrogantes y provocar reflexión y debate”, concluye Kerridge.

MATERIAL BELIEFS:
www.materialbeliefs.com
AUGER & LOIZEAU:
www.auger-loizeau.com
E. CACCAVALE: www.eliocaccavale.com
LABORAL: www.laboralcentrodearte.org