

APLICACIONES

Realidad aumentada a la española

- ▶ Geoaudio reproduce historias y sonidos del lugar por donde se pasa
- ▶ La valenciana eDiam crea aplicaciones para inmobiliarias

MANUEL ÁNGEL MÉNDEZ
Barcelona

Pasear por el centro de Madrid, móvil en mano y cascos puestos, y escuchar la voz grabada de Pedro Almodóvar recordando los bares favoritos de la movida madrileña. Miguel Lizondo estaba convencido de que algo así podría enganchar a cualquiera, turistas y locales. Por eso corrió a crear Geoaudio, un programa para móviles que, mientras caminamos, emite las historias y los sonidos de un sitio concreto: un garito de los ochenta, la casa del poeta o la tienda de un famoso. Todo de forma automática y sin apretar un botón.

“Es realidad aumentada auditiva, sonidos que se añaden al paisaje real que contemplas. No es necesario mirar a la pantalla para disfrutarlo, solo hay que dejarse llevar”, dice Lizondo, directivo de Deimos. Lo de Almodóvar se ha quedado de momento en idea, pero Lizondo trabaja con varios Ayuntamientos para crear guías inteligentes de sonidos.

Geoaudio es uno de los casos presentados ayer en Usted Está Aquí 2.0, primera reunión española dedicada a realidad aumentada y a la geolocalización. Interés no faltó: un centenar de desarrolladores en camiseta y directivos en corbata formaron una audiencia deseosa de saber si la realidad aumentada se ha quedado en moda o llegará a algo más.

“En dos años habrá 21 millones de smartphones en España, un 50% del total” de teléfonos móviles, dice Luis Sánchez Migallón, de Orange. “La realidad aumentada será una gran oportunidad para ofrecer nuevos servicios a los clientes”. Con Layar, uno de los navegadores disponibles de realidad aumentada, la operadora ha geolocali-



Miguel Lizondo, con su aplicación de sonido aumentado. / M. Á. M.

zando todas sus tiendas. Gracias al GPS, la brújula y el acelerómetro del móvil, ahora basta con abrir la cámara y apuntar al aire para ver los iconos de los establecimientos sobre la imagen real, incluida la distancia y la ruta.

La firma valenciana eDiam Sistemas es la única en España certificada para utilizar Junaio, otro navegador de realidad aumentada. Con él han creado aplicaciones para inmobiliarias con las que buscar pisos por la calle y sobre la marcha. “También he-

mos diseñado juegos como *Tic-Tac-Toe*, un tres en raya donde un tablero en el móvil se superpone sobre la imagen real de una mesa”, explica Toni Úbeda, cofundador de la empresa.

Los videojuegos han sido hasta ahora el punto fuerte de la incipiente realidad aumentada. El estudio catalán Novarama ya lo demostró al triunfar con *Invizimals* para la consola PSP, que integra escenarios reales. Y la multinacional Qualcomm trabajó recientemente con Mattel para crear una ver-

sión de *Rock 'Em Sock 'Em*, un juego en el que apuntando el móvil a un tablero de papel vemos en la pantalla a dos robots liándose a bofetadas.

“Apostamos incluso por ir más allá, por los videojuegos en realidad aumentada como herramienta publicitaria”, dice Juan Antonio Muñoz Gallego, cofundador de la madrileña Unkasoft. Esta compañía crea juegos para móviles donde la marca de sus clientes, sea un coche o un refresco, se mezcla con el juego. Por ejemplo, ma-

tar marcianos lanzando latas de cerveza de una marca determinada. “El nivel de interacción y recuerdo es mucho mayor”, asegura.

Pese a las iniciativas, las aplicaciones de realidad aumentada suponen todavía un mercado diminuto. Las estimaciones más optimistas son de Juniper Research, que calcula que moverán 830 millones en 2014, entre publicidad, descargas y suscripciones.

“BMW creó hace poco una aplicación para que sus mecánicos aprendan a montar un motor con realidad aumentada en el móvil, y tienen un problema: los mecánicos ni quieren ni saben utilizarla”, salta un asistente escéptico en la audiencia. “La

“¿Querrá la gente deambular atendiendo a una realidad paralela?”

“En el futuro dudo que sujetemos el móvil en el aire como ahora”

pantalla del móvil es muy pequeña, refleja y la experiencia no es nada convincente”, se queja otro. Y lo que muchos se preguntan y nadie se atreve a decir en alto: ¿realmente querrá la gente divagar por la calle, móvil en mano, atendiendo a una realidad paralela?

“Es difícil saber si estas propuestas llegarán a triunfar. En el futuro dudo que sujetemos el móvil en el aire como ahora, probablemente utilizaremos gafas para tener una experiencia más inmersiva”, responde David Miramón, investigador de Telefónica I+D. La operadora ha desarrollado su propia tecnología de realidad aumentada: visitas un museo, apuntas a un cuadro con el móvil, tocas la pantalla y esta escupe información al instante del pintor y la obra. ¿Realidad o ficción? “De momento es solo un piloto”, sonrre.

APARATOS

Portátil para ver películas en 3D

J. M.
Barcelona

Lo de portátil es un decir. El Qosmio F60 de Toshiba pesa, pesa mucho, quizás más por que nos hemos acostumbrado a los *minis*. Este ordenador portátil pesa en realidad menos de tres kilos (2,8). A cambio, el Qosmio es un cine ambulante sobre un potente ordenador. Su pantalla mide casi 40 centímetros en diagonal (15,6 pulgadas), con retroiluminación led.

Este aparato de Toshiba ha nacido para ver películas en tres dimensiones. Sus características técnicas están totalmente orientadas a facilitar la visión de películas a la máxima calidad. Su tarjeta gráfica Nvidia GeForce, el sis-



El Qosmio de Toshiba.

tema Blu-ray de reproducción y grabación de discos (además de permitir la de los antiguos DVD y CD), el sonido estéreo y la visión a una calidad máxima de 2.048 x 1.536 (a partir de 1.080 es alta definición) hacen de este ordenador una especie de cine privado. Además, convierte las pelícu-

las de 2D en 3D sin necesidad de utilizar gafas especiales para verlas.

Todo eso por el lado cinematográfico. Respecto a sus poderes como computadora lleva sistema Windows 7, procesador Intel Core™ i7; seis gigas de disco duro y una capacidad de formateo de 640.

Tiene teclas especiales para el 3D, el acceso rápido a Internet, aparte de wifi y Bluetooth. El acceso al aparato se puede hacer por contraseña o por reconocimiento de la imagen, pero, tras probarlo, además de ser más lento que la opción de utilizar una palabra clave, no reconoció mi cara.

Tantas habilidades al final se pagan: el ordenador cuesta 1.524 euros, IVA incluido.

MÚSICA



Dolphin Lite.

MP3 sumergible

De pies al agua y con la música a cuestas de Dolphin Lite. Práctico para deportistas y bañistas, el reproductor MP3 es cómodo, ligero, ergonómico y cuenta con una autonomía suficiente para estar 18 horas seguidas escuchando música sin recargar la batería. Y si se acaba, con solo cinco minutos de carga más

brinda otras dos horas más de reproducción.

Dolphin Lite tiene 2 GB de capacidad de almacenamiento y reproduce canciones en formato MP3 y WMA. También cuenta con interfaz USB 2.0 para conectarse al ordenador. Disponible en la página Naical.es, cuesta 82 euros.