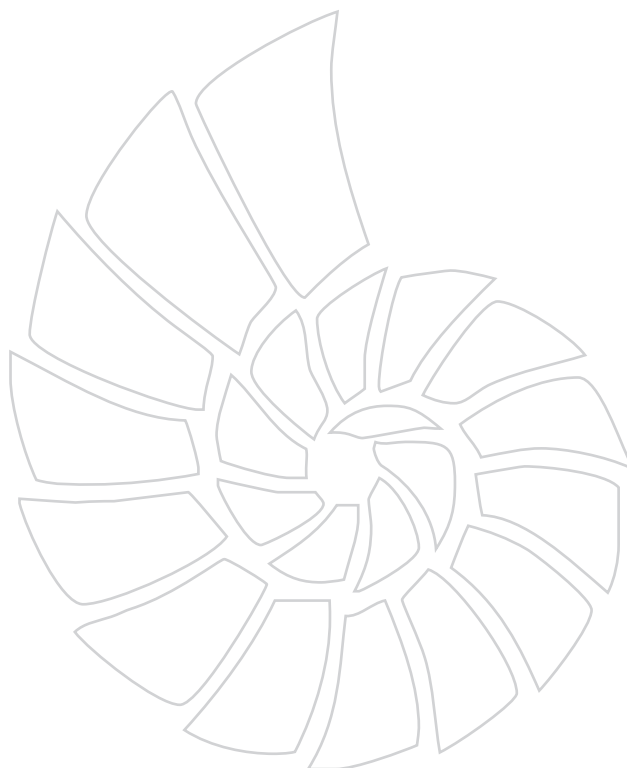


DESARROLLO WEB  
TECNOLOGÍA INTERACTIVA  
E-LEARNING  
DISEÑO  
MULTIMEDIA



DOSSIER DE PRENSA



**Art Studio**  
MULTIMEDIA

[www.artstudiomultimedia.com](http://www.artstudiomultimedia.com)

Teléfono y fax: 952 34 09 82  
[info@artstudiomultimedia.com](mailto:info@artstudiomultimedia.com)

## RESUMEN

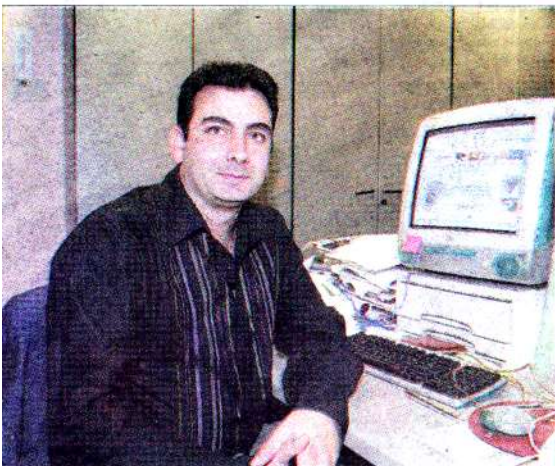
Entrevista a uno de los socios de Art Studio Multimedia centrada en el diseño y desarrollo web, primera línea de negocio de la compañía y en la que ha destacado por su profundo conocimiento del medio.

### CIUDADANOS

**Daniel Gaeta**  
DISEÑADOR GRÁFICO

Es periodista aunque su gran afición a la informática y a Internet le ha llevado a montar su propia empresa.

Art Studio Multimedia, situada en la calle Santa Lucía 8, 3 B y dedicada al diseño de páginas web.



## «Quien no está en Internet existe, pero menos que los otros»

### ► ¿Cómo surgió la idea de montar la empresa?

—Me gusta mucho la informática y he trabajado en multinacionales como 'Ya.com' y Pandasoftware. En este mundillo todos somos autodidactas porque el tema de Internet es tan nuevo que es difícil encontrar a alguien que te enseñe.

### —¿Hay mucho aficionado metido a profesional?

—Mucha gente hace páginas web pero, al margen de que estéticamente queden bonitas, suelen tener mu-

chos fallos internos y de funcionamiento, porque es necesario seguir unas reglas. Normalmente, alguien que quiere una página busca a algún conocido y puede que lo haga más o menos bien, pero nosotros ofrecemos una calidad profesional.

### —¿Quiénes son sus clientes?

—Nos vienen sobre todo medianas empresas y también colectivos. El último encargo es el de una empresa que quiere una página que incluya sus 50.000 productos de referencia. Han venido ya empresas de

farmacia, bares y restaurante, hoteleros e incluso una tienda de caza.

### —¿Es cara una web?

—Una página web sale de media entre 600 y 900 euros, aunque el precio es ínfimo si se tiene en cuenta que es un escaparate para millones de personas las 24 horas de día y los 365 días del año. Y es que quien no está en Internet existe, pero menos. Respecto al tiempo, algunas páginas se hacen en 3 días y otras más laboriosas tardan hasta 3 meses. ■ JOSÉ V. RODRÍGUEZ, Málaga

## RESUMEN

Reportaje sobre Cliché Málaga en el que se presenta su web y a nuestra empresa, Art Studio Multimedia, como la realizadora tanto del portal web como de los futuros proyectos web que se comercialicen a través de esta compañía.



Web de Cliché Málaga, [www.clichemalaga.com](http://www.clichemalaga.com).



Web de Trodepublic, [www.trodepublic.com](http://www.trodepublic.com).

carño y amabilidad de la que siempre han hecho gala.

Cliché Málaga ha creado Trodepublic, Grupo de Compra de Profesionales del Trofeo, Deporte y Publicidad, posiblemente uno de los primeros de estas características de España, gracias al empuje de Alberto Martínez Cortés, hijo de Ana María Cortés y Ángel Martínez, quien se ha incorporado recientemente a la empresa y que como todo joven, está dispuesto a luchar y hacer más y más grande la idea de sus padres: «tener uno de los mejores establecimientos especializados al servicio de sus amigos de Málaga y su provincia».

Trodepublic nace con una ambiciosa aspiración, estar como dice su eslogan «muy cerca de usted», para ello están reclutando a los mejores comercios especializados de la Unión Europea que lleguen y den servicio a cualquier cliente de la misma.

Sin duda se trata de un gran reto

el que se ha fijado esta firma malagueña, aunque si se sigue la trayectoria marcada en los veinte años de existencia de Cliché Málaga, el éxito parece seguro.

### Nuevas tecnologías

Cliché Málaga no se ha olvidado de subirse al carro de las nuevas tecnologías, de ahí que cuente con la colaboración de un experto técnico en informática con más de 20 años de experiencia en el sector, Salvador Jarauta, quien es el responsable de la sección de mantenimiento de redes informáticas, y permanece en cartera la también hija de Ana María y Ángel, Ana que se está preparando para unirse al equipo de mantenimiento de redes de la empresa.

La firma no se ha olvidado de la red de redes y está presente en internet con dos páginas web: [clichemalaga.com](http://clichemalaga.com), que es el escaparate y tienda virtual de la empresa, la cual aún está en desarrollo



Equipo Trodepublic-Bazán F.S., de Cliché Málaga. / FOTO-VIDEO OBJETIVO

por parte de la empresa Art Studio Multimedia, de la que son distribuidores, y que una vez finalizada albergará mas de 50.000 artículos y tendrá un motor de búsqueda propio para localizar las preferencias de los clientes por familias, por artículos y por pre-

cio; la segunda web de la firma malagueña es [trodepublic.com](http://trodepublic.com), página diseñada para el grupo que está naciendo y que será la puerta de enlace de todos los profesionales que la integren y que como dice su eslogan estarán «muy cerca de usted».

## RESUMEN

En este artículo se recoge el inicio de la comercialización de las pantallas interactivas Ubiq Window por parte de Art Studio Multimedia. Lo que el titular denomina táctil es en realidad interactivo, ya que no hace falta el contacto físico de la mano para utilizar el aparato.

SE PUEDEN INSTALAR EN CUALQUIER CRISTAL

## Art Studio comercializa en Málaga pantallas táctiles

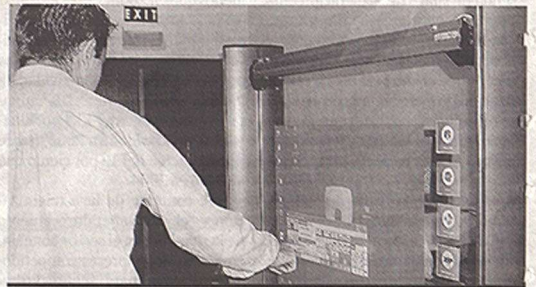
NACHO SÁNCHEZ

■ MÁLAGA. Tan sólo es necesario un cristal y, con el dedo de la mano, se accede a cualquier información. Así son las pantallas táctiles de Visual Tec que desde ayer comercializa en Málaga la joven empresa

local Art Studio Multimedia, especializada en nuevas tecnologías.

Se trata de pantallas que se pueden instalar en lugares como escaparates o museos y que funcionan tan sólo con el dedo de la mano. Éste, y a modo de ratón, sirve para navegar por la información dispo-

nible gracias a una instalación formada por cámaras ópticas y sensores infrarrojos. "Sirve, por ejemplo, para poner todos los pisos de una inmobiliaria en un escaparate que así, estaría abierto 24 horas", explicaron desde la empresa. El precio, ronda los 12.000 euros.



NUEVAS TECNOLOGÍAS. Imagen de la pantalla táctil.

N. SÁNCHEZ

1

**RESUMEN**

Página de Nuevas Tecnologías de la Opinión de Málaga que recoge el lanzamiento del Ubiq Window y su idoneidad para su uso en escaparates. También recoge la gran similitud con la película "Minority Report".

**Nuevas Tecnologías** informática • internet • telecom

## La 'ventana mágica' trae a Málaga tecnología punta para comercios

La empresa malagueña Art Studio Multimedia distribuirá en Andalucía un novedoso sistema que convierte los escaparates en paneles interactivos





**Como en el cine.** Vista de un panel de Ubiq'window (izqda) y ejemplos de su uso en escaparates y otras superficies. I. O.

**FRANCISCO PRIETO,** Málaga

► Una imagen vale más que mil palabras y para los menos iniciados no hay mejor imagen para ilustrar la tecnología Ubiq' Window que uno de los últimos taquillazos cinematográficos de Steven Spielberg: 'Minority Report'. En el filme, el personaje interpretado por Tom Cruise usa, sin llegar a tocarla, una especie de pantalla táctil de tamaño natural que abre y cierra aplicaciones informáticas. La historia transcurre en el Washington de 2054, pero la tecnología a la que se hace referencia ya está entre nosotros.

Más conocida como 'ventana mágica', la Ubiq' Window fue desarrollada en Japón ya ha sido introducida en España por visualtec. Esta semana, la empresa malagueña Art Studio Multimedia, que la representará en Andalucía, hizo una demostración de sus aplicaciones en la capital, centrándose en una de sus mejores bazas comerciales, que es la de revolucionar los escaparates de los comercios.

Según explica Daniel Gaeta, director técnico de Arts Studio Multimedia, Ubiq' Window puede convertir "cualquier superficie de cristal en un panel interactivo de todo tipo de formatos, y hasta un tamaño de diez metros cuadrados". Es decir, cualquier comercio puede hacer de su principal reclamo una pantalla como la de la película de Spielberg, para atraer la atención de clientes y curiosos, que pueden desarrollar consultas y actividades sólo con acercarse al cristal.

El usuario "puede señalar, clicar, agarrar e incluso eliminar objetos virtuales del escaparate" sin necesidad de tocarlo, ya que la 'ventana mágica' combina sensores ópticos para recoger los movimientos del usuario a cierta distancia, permitiendo acciones rápidas o suaves, según se prefiera.

El mecanismo es sencillo. Una vez instalada la Ubiq' Window, se seleccionan zonas de su superficie, enmarcándolas, y se les asigna una acción o una aplicación informática que puede ser un software estándar, como si de un sistema operativo se tratara o un software a medida. Así, el usuario acercándose a estas áreas puede seleccionar productos, escoger noticias relacionadas con ellos, realizar visitas virtuales en tres dimensiones, ver vídeos o presentaciones, hacer cambios en un producto (de tamaño, de color), conectarse a Internet, todo sin necesidad de hablar ni ver a nadie de la empresa.

El precio de este revolucionario reclamo, añadió Gaeta, ronda los 12.000 euros por un panel de 1,50 metros, que es el tamaño estándar. De ahí, en adelante, y según las peculiaridades que cada cliente quiera incorporar al sistema. Por lo pronto, en octubre ya habrá un comercio malagueño, que no quiere darse aún a conocer, que incorporará a sus escaparates una de estas 'ventanas mágicas' importadas del mismísimo Hollywood. ■

## RESUMEN

Artículo del suplemento del Diario Sur, Expectativas, dedicado al mundo empresarial, en el que cuenta las ventajas del sistema y cómo convierte cualquier superficie de cristal en un área interactiva.

### Tecnología



Los empresarios malagueños pudieron experimentar la tecnología Ubiq'window el pasado miércoles.

## El escaparate del futuro, al alcance de la mano

La firma malagueña Art Studio Multimedia distribuye en Andalucía una tecnología que convierte superficies de cristal en pantallas interactivas

**NURIA TRIGUERO**

Leonardo da Vinci y Julio Verne idearon el submarino mucho tiempo antes de que Isaac Peral lo inventara, y el escritor Aldous Huxley vaticinó, en su escalofriante 'Un mundo feliz' (1932), el fenómeno de la clonación humana. La inventiva literaria ha profetizado no pocos descubrimientos científicos y tecnológicos. Y ¿por qué no puede servir para inspirarlos? En la futurista película 'Minority report' (2002), Tom Cruise manejaba, sólo con gestos de sus manos, unas pantallas interactivas que le abrían la puerta a su base de datos del 'pre-crime'. Pues bien, el miércoles pasado se presentó en Málaga una tecnología curiosamente similar: Ubiq'window.

La empresa malagueña Art Studio Multimedia tiene la exclusividad de la distribución y la dotación de contenidos para este nuevo ingenio audiovisual en toda Andalucía, pues ha firmado una alianza con la madrileña Visualtec, que lo comercializa en España tras importarlo de Japón.

#### Sólo con gestos

El invento va un paso más allá de las pantallas táctiles. El usuario puede entrar y moverse por páginas web y contenidos multimedia sin tocar la pantalla, con sólo hacer gestos cerca de la misma. Además, la tecnología puede ins-

talarse sobre cualquier superficie de cristal, llegando a formatos de hasta 10 metros cuadrados.

«Ubiq'window está basado en una tecnología que combina sensores ópticos junto a un modelo

**El usuario puede señalar, 'clicquear' e incluso agarrar objetos virtuales sin tocar la pantalla**

matemático ejecutado por una aplicación de gestión. Es posible señalar, 'clicquear' e incluso, agarrar o eliminar objetos virtuales. No es necesario el contacto, lo que permite rápidos y suaves movi-

mientos», explica Daniel Gaeta, director técnico de Art Studio Multimedia. Por ejemplo, al efectuar el gesto de cerrar la mano, se puede clausurar una página web o una ventana. «Se pueden crear tantos gestos asociados a acciones como se quiera», añade.

Pero, ¿para qué sirve el artilugio? Varios museos ya lo han instalado, pero su principal función es convertir los escaparates de los comercios en zonas de interacción con el cliente, con catálogos virtuales e incluso juegos. «Para las inmobiliarias puede ser muy útil, porque sustituye a los clásicos paneles y se pueden incluir vídeos panorámicos de las viviendas», explica Cristian Erburu, responsable de Visualtec. El primer escaparate de la ciudad de Málaga que incorpore esta tecnología podrá verse en octubre, según avanza Gaeta.

#### EL SISTEMA UBIQ'WINDOW

**Qué es:** Una tecnología que convierte cualquier superficie de cristal en un panel interactivo. Gracias a una combinación de sensores ópticos junto a un modelo matemático ejecutado por una aplicación de gestión, el usuario puede interactuar con el panel sin tocarlo: basta con hacer movimientos previamente programados cerca de su superficie. Es posible señalar, clicquear e incluso, agarrar o eliminar objetos virtuales.

**Quién lo comercializa:** En España lo ha desarrollado la firma madrileña Visualtec. La malagueña Art Studio Multimedia ha conseguido la distribución exclusiva en Andalucía, así como el desarrollo de contenidos.

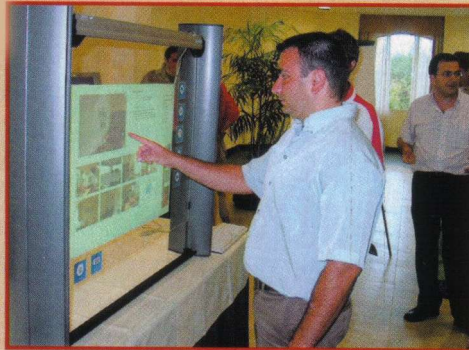
**Cuánto cuesta:** Un panel de 150 centímetros de ancho, 12.000 euros.

**Para qué sirve:** Los comercios pueden instalarlo en sus escaparates, convirtiéndolos en zonas de interacción con los clientes. También sirve como panel informativo en museos.

## RESUMEN

La revista especializada en turismo, Aehcos Magazine, perteneciente a la Asociación de Hoteleros de la Costa del Sol y con una amplia difusión en el sector turístico, se hizo eco del inicio de la comercialización del producto.

### Art Studio presenta en Málaga unas sorprendentes pantallas táctiles interactivas



**L**a empresa malagueña Art Studio Multimedia, la cual ha desarrollado la web de AEHCOS Magazine, ha presentado en septiembre unas innovadoras pantallas táctiles de gran formato producidas por la empresa española Visualtec. Se trata de un sistema muy novedoso importado desde Japón que utiliza la tecnología láser para la detección de objetos, de forma que el usuario, al interactuar con sus movimientos y el software de las aplicaciones, los elementos de la pantalla se pueden coger virtualmente, así como mover, abrir, cerrar, eliminar, etc., ya que el soporte funciona simplemente como pantalla de ordenador. Según los responsables de Art Studio Multimedia, Daniel Gaeta y José Miguel Aragonés, las pantallas tienen múltiples aplicaciones, siendo muy sorprendentes para ferias, exposiciones, muestras, presentaciones, escaparates, etc.; puesto que las pantallas se pueden adquirir o alquilar.

RESUMEN

El Consejero de Turismo de la Junta de Andalucía, Paulino Plata, presentó las nuevas líneas de las campañas de promoción turística utilizando el Ubiq Window, incrementando la espectacularidad de la esperada presentación.

38 | ECONOMÍA TURISMO

**Costa del Sol** costadelsol@diariosur.es

SABADO 12 DE NOVIEMBRE DE 2005 | SUR |

# Andalucía incentivará la calidad para convertirse en la oferta más competitiva del Mediterráneo

Plata anuncia que este proyecto se pondrá en marcha el próximo año y contará con 3 millones

El consejero cifró en 1,6 millones el coste de la promoción de la Comunidad en la WTM de Londres

PILAR MARTÍNEZ MÁLAGA

La apuesta de la calidad, como estrategia para competir con los destinos emergentes que pisan con fuerza ante una oferta basada en precios más bajos, se materializará el próximo año con la puesta en marcha de un Plan de Calidad. El consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Paulino Plata, presentó ayer las actuaciones básicas de una iniciativa que se desarrollará a lo largo de varios ejercicios y que contará con una partida presupuestaria de 3 millones de euros en 2006. El objetivo de este proyecto es convertir a Andalucía en el primer destino del Mediterráneo en

ñías andaluzas que ya cuentan con la 'Q' de calidad.

Los ejes del plan son ofrecer soluciones concretas a las necesidades reales del sector y de los destinos, innovación para la calidad, la convergencia con otros planes y llegar a más de 400 profesionales y 2.000 empresas.

En cuanto a las estrategias, identificó cuatro áreas diferenciadas, como son la cooperación con todos los agentes, tanto administraciones como empresarios; la mejora de la formación en la prestación de servicios turísticos, con programas de cualificación profesional; el fomento de las certificaciones de calidad, algo que también

José Montilla, avanzó que destinará 900.000 euros a una campaña de publicidad para promocionar la 'Q' de calidad entre los turistas, que ya se ha puesto en marcha.

Plata, que hizo gala del uso de las nuevas tecnologías empleando un micrófono inalámbrico y una pantalla táctil en la presentación del Plan de Calidad, también hizo referencia a que Andalucía invertirá 1,6 millones de euros en la próxima edición de la World Travel Market, que comenzará el lunes en Londres. La mitad de este dinero se dedica a una campaña de promoción, que difundirá Andalucía en zonas de gran afluencia.



ACTO. Plata hizo gala de las nuevas tecnologías, con micrófono



## RESUMEN

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre Prados, anuncia en la World Travel Market la utilización de las pantallas Ubiq Window que han denominado Virtual Information Procedure (VIP).

# Málaga se promociona en la WTM como sede de eventos deportivos

Francisco de la Torre ofrecerá hoy en Londres la ciudad como sede de la Regata Internacional de Remo 2006

M. P. ■ LONDRES

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, ofrecerá hoy martes la ciudad a las universidades de Oxford y Cambridge, dentro de la agenda de la delegación malagueña en la World Travel Market (WTM), que se celebra hasta el jueves en Londres, con el fin de que la capital sea sede de la Regata Internacional de Remo de 2006.

El ofrecimiento de la capital como anfitriona de este evento responde al interés despertado por el deporte del remo y el efecto que tiene sobre la extensa colonia británica y los propios visitantes de ese país, según indicaron desde el Ayuntamiento a través de un comunicado.

Con este anuncio, el Consistorio renueva su intención de participar como coorganizador, junto con el Real Club Mediterráneo de Málaga, y patrocinador en la mencionada competición, que se celebrará durante la próxima Feria de Agosto en la capital.

Será la segunda vez que las universidades británicas competirán en aguas malagueñas. Se trata, en definitiva, de aprovechar la motivación deportiva de un segmento de la población mayoritariamente joven para despertar el interés turístico y cultural por la ciudad.

La imagen de Málaga como sede de eventos deportivos también se potenció ayer, en la primera jornada de la WTM, con el encuentro entre la delegación municipal y directivos del club de fútbol Charlton Athletic.



**PARTICIPACIÓN.** EL CONCEJAL DE TURISMO (CENTRO) CONVERSA CON EL ALCALDE (DERECHA), ANTE EL EDIL JAVIER BERLANGA.

## NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA FERIA LONDINENSE

**EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA** presentó ayer en la WTM la oferta de la ciudad para el turismo internacional, concretada en cuatro proyectos, entre los que destaca el Virtual Information Procedure (VIP), un sistema de información virtual que estará disponible en las oficinas de información turística en 2006. Málaga es precursora en este tipo de sistemas, que utiliza las nuevas tecnologías para facilitar la accesibilidad a la información turística.

Esta cita sirve para abrir una línea de colaboración entre ambas entidades y configurar un

### El alcalde se reunió con los directivos del club de fútbol Charlton Athletic para abrir una línea de colaboración

nuevo producto denominado 'Culture&Sport City Break in Málaga', que se comercializará

en Londres y en toda Gran Bretaña y que ofrecerá visitas culturales combinadas con eventos de alto nivel -fútbol, baloncesto, tenis, etcétera-. Por su parte, los

representantes del Charlton Athletic mostraron al alcalde y a los ediles de Turismo y Deporte de

Málaga, Antonio Urda y Elías Bendodo, respectivamente, sus instalaciones en Londres como ejemplo de la utilización combinada de un campo de fútbol que puede tener como finalidad no sólo servir como lugar de celebración de partidos, sino también de actos sociales, gimnasios, centros de ocio e, incluso, una Oficina de Información Turística.

**RESUMEN**

El Ayuntamiento de Málaga apostará por la promoción cultural a través de las pantallas Ubiq Window y se dotará de tres unidades que se situarán en puntos estratégicos de la ciudad.

# Málaga innova en el Reino Unido para llevar su oferta al público en general

**El alcalde de Málaga anuncia en la WTM un acuerdo con el equipo de fútbol Charlton Athletic, que además beneficiará al turismo idiomático**

**El Ayuntamiento de la capital rompe moldes y presenta una pantalla que permite al turista visitar virtualmente el interior de los monumentos**



**P. MARTÍNEZ**  
ENVIADA ESPECIAL LONDRES

Málaga renació ayer turística-mente en la World Travel Market. Con un expositor más amplio, una puesta en escena moderna y muy cuidada y con material informativo en formatos muy adaptados al imparable crecimiento del uso de las nuevas tecnología, el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, presentó ayer una serie de innovadoras iniciativas con las que pretende ajustar la oferta turística de la ciudad a los gustos de los mejores clientes de la Costa del Sol, los británicos.

De la Torre dio a conocer ayer los productos estrella de Málaga. Por un lado, explicó la firma de un acuerdo con el equipo de fútbol de la Primera División del Reino Unido, el Charlton Athletic, con el que pretenden mediante un viaje de familiarización sin precedentes dar a conocer los atractivos turísticos de Málaga a un gran público, que es seguidor de este importante equipo. Además, con este acuerdo de colaboración se fomentará también el turismo idiomático, ya que el Charlton Athletic promueve las enseñanzas de idiomas.

El vicepresidente del Charlton Athletic, Peter Varney, destacó su apuesta por Málaga por la existencia de relaciones anteriores, por el clima y por haber muchos ingleses que residen en esta zona.

**Pantallas VIP**

De la Torre presentó también, junto al concejal de Turismo, el de Deportes y el de Movilidad, Antonio Urda, Elías Bendodo y Javier Berlanga, respectivamente, un nuevo sistema para difundir la oferta cultural de Málaga. Se trata de una pantalla, instalada ahora en el centro del expositor de Málaga, que permite a los turistas con un simple movimiento de la mano realizar una visita virtual al interior de los principales

monumentos de la ciudad. El alcalde explicó que en pocas semanas Málaga contará con tres pantallas como ésta, dos situadas en la Plaza de la Marina y otra en la oficina de información de la Casa del Jardiner. La inversión que realizará el Ayuntamiento en este proyecto supera los 70.000 euros.

Además, para seguir rompiendo moldes, el concejal de Turismo adelantó que hoy visitarán este expositor los capitanes de las regatas de Oxford y Cambridge para formalizar otro viaje de familiarización de estos equipos a Málaga, a fin de que éstos a su vuelta difundan las excelencias turísticas de la ciudad.

De la Torre cifró en unos 50.000 euros el desembolso que realizará el Ayuntamiento de Málaga en esta edición de la WTM, en la que se han marcado como principal objetivo situar la oferta de Málaga

en los circuitos de turismo de ciudad y conseguir que la capital juegue el papel que le corresponde en los sectores culturales, de congresos, de compras y de cruceros. En definitiva, convertirse en la mejor oferta complementaria del turismo de sol y playa, que recalca a un lado y otro de los límites de la capital malagueña. Para ello, el eslogan más llamativo son los tres milenios de historia que proclama en este stand como reclamo turístico.

En el expositor de Málaga tampoco falta la figura de Picasso, que

en esta ocasión viene más que justificada porque se anuncia que en 2006 se celebrará el 125 aniversario del nacimiento en el Centro de Málaga de esta figura del arte.

Los primeros frutos de esta apuesta se produjeron ayer mismo. En un encuentro con un responsable de la asociación de touroparadores británicos, éste se comprometió con los responsables malagueños a conocer la oferta de la ciudad a fin de incluirla en los catálogos de estos grandes grupos, apostando por el sector de turismo de ciudad y por el congresual.

**Málaga pretende hacerse hueco en los circuitos de turismo de ciudad**

**El 125 aniversario del nacimiento de Picasso, otro de los reclamos turísticos**

**RESUMEN**

La Opinión de Málaga se hace eco de la apuesta de las Instituciones Públicas Andaluzas por el sistema Ubiq Window que se está conformando como una herramienta de promoción turística de primer orden.

**Nuevas Tecnologías**

Málaga

**Turismo virtual**  
El Ayuntamiento y la Junta instalarán 'ventanas mágicas' para los visitantes

El Consistorio pondrá en las oficinas de Turismo dos pantallas interactivas que distribuye la empresa local Art Studio

Es una tecnología accesible, en la que puede interactuar el usuario y que está disponible las 24 horas del día. Aparte de sus connotaciones comerciales, la 'ventana mágica' ya tiene una aplicación institucional.

FRANCISCO PRIETO. Málaga

El Ayuntamiento de Málaga y la Consejería de Turismo han adquirido a la empresa malagueña Art Studio Multimedia sistemas interactivos Ubiq Window para promocionar los lugares de interés turístico de la capital malagueña y de la Comunidad Autónoma.

Más conocida como 'ventana mágica', la Ubiq Window fue desarrollada en Japón y hace menos de un año que llegó a nuestro país de la mano de Visualtec, de la que Art Studio es distribuidora para toda Andalucía. Su mecanismo es sencillo. Aunque aparentemente se presenta como una plancha de cristal translúcido, a modo de escaparate, se trata de un panel interactivo que admite todo tipo de formatos y puede alcanzar un tamaño de hasta diez metros.

El usuario "puede señalar, clicar, agarrar e incluso eliminar objetos virtuales de este escaparate", comenta Daniel Gaeta, director técnico de la empresa, sin necesidad de tocar el panel, ya que la 'ventana mágica' combina sensores ópticos que recogen los movimientos del usuario a cierta distancia, permitiendo acciones rápidas o suaves, según se prefiera.

El panel se divide en zonas determinadas y el usuario acercándose a estas áreas puede seleccionar productos, escoger noticias relacionadas con ellos, realizar visitas virtuales en tres dimensiones, ver vídeos o presentaciones o co-

Esta idea es la que más ha llamado la atención a las administraciones públicas, que han visto en la 'ventana mágica' un excelente medio de información turística que cada visitante puede usar a su medida.

De esta forma, el Consistorio malagueño lo incluirá en el denominado proyecto VIP (Virtual Information Procedure), con el que informará a los turistas que visiten la ciudad sobre sus escenarios y sus posibilidades culturales. Los contenidos de estos paneles, que serán personalizados para la ciudad de Málaga, también son creados por Art Studio, según José Miguel Aragónes, otro de los socios de la firma

**DE LA TORRE**

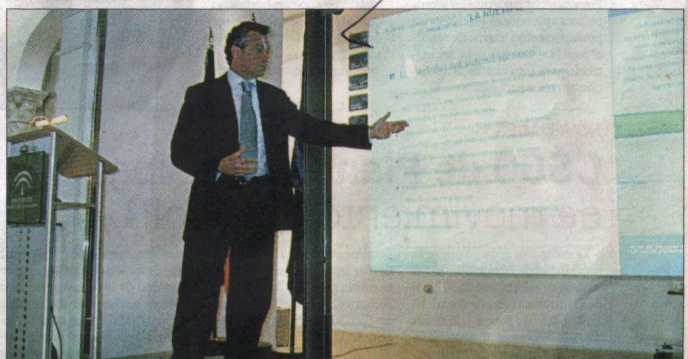
PRESENTÓ EN LA WTM LOS PRIMEROS PANELES, EN LA PLAZA DE LA MARINA Y EL PARQUE

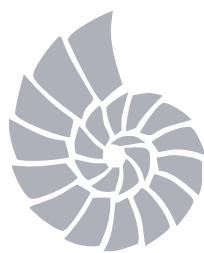
malagueña. El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, presentó el proyecto en la feria internacional del turismo de Londres (World Travel Market) y avanzó que los dos primeros paneles se instalarán en las oficinas de información turística de la Plaza de la Marina y de la Casa del Jardiner, en el Parque de Málaga, a partir de 2006.

De la misma forma, Turismo Andaluz se ha fijado en esta tecnología como una de las apuestas en Innovación y también adquirirá estas 'ventanas' para potenciar el conocimiento de Andalucía como destino turístico. Pese a que aún no han desvelado los planes que pretenden desarrollar con la Ubiq Window, este departamento dependiente de la Consejería de Turismo, si que ha manifestado su interés por las opciones y servicios que puede ofrecer esta herramienta en la promoción turística, ya que se tra-



Presentación. Plata, De la Torre y Bustinduy, durante la presentación del programa VIP en la World Travel Market. L. O.





**Art Studio**  
MULTIMEDIA

**[www.artstudiomultimedia.com](http://www.artstudiomultimedia.com)**

**C/ Salitre 40 bis 1 Oficina 2 A - 29002 - MÁLAGA**

**Teléfono y fax: 952 34 09 82**

**[info@artstudiomultimedia.com](mailto:info@artstudiomultimedia.com)**