

Xavier Tribó, director de Xavi's Lab

Cómo transformar miles de líneas de código en emociones

Tomás Ferrándiz, director creativo de Tiempo BBDO entrevista a Xavier Tribó, de Xavi's Lab, el laboratorio de i+d de Glassworks. Juntos charlan sobre su trayectoria profesional y analizan cómo la tecnología y la innovación han cambiando nuestra vida y están influyendo de forma decisiva en el sector.

Texto: **Tomás Ferrándiz**



Xavier Tribó tiene esa pinta que tienen todas aquellas personas con algo de genios. Entra en el despacho con cierto aspecto desaliñado y sonrisa tímida. Nos damos un abrazo. Nos conocemos desde hace años, cuando empezamos a producir en Glassworks muchos de los trabajos internacionales para Pepsico,

pero fue en 2015 cuando nuestros equipos se unieron para llevar a cabo un proyecto del que nos sentimos especialmente orgullosos: Bee's Signature para Greenpeace. Xavi dirige Xavi's Lab, el laboratorio de i+d de Glassworks, de la que también es socio. Allí Xavi hace realidad cualquier idea alucinante por complicada que sea. Camina despacio, se sienta. No le gustan las entrevistas y mucho menos ser el protagonista. Su timidez le delata. Es silencioso y tranquilo. De mirada honesta. Hablar con él sobre cómo la tecnología y la innovación han cambiado nuestras vidas es como escuchar una historia maravillosa repleta de anécdotas que parecen de ciencia ficción. Su trayectoria es envidiable. En la escuela era un niño de 0, pero supo potenciar su talento y hoy es una de las personas más demandadas por las agencias y marcas de todo el mundo para desarrollar ideas que tienen un alto componente tecnológico.

Tomás: Joder Xavi, no me creo que hayas venido. ¿En serio? ¿Te atreves a hacer una entrevista?

XAVI: Me lo tomo más como una conversación... así me quito presión (risas).

Pues si vamos a tener una conversación empezamos por el principio, ¿esto de inventar te viene de lejos, no?

XAVI: Mi pasión siempre ha sido desarrollar. Con once años empecé a programar en C, y seguí la trayectoria de todo buen nerd. Es curioso porque yo fui el típico fracaso escolar. Lo cateaba todo. Repetí lo máximo que se podía repetir, que son tres veces. Mis padres tenían recursos económicos muy bajos y a través de un crédito conseguí mi primer spectrum, y en el mercado de Sant Antoni conseguía videojuegos piratas y contactaba a través de BBS con gente en Estados Unidos que me conseguía los programas.

¡Lo del Spectrum ha marcado a toda una generación! Recuerdo que en casa fue mi hermano el mayor quien lo trajo a casa y flipábamos. Nosotros aprendimos a programar en Basic y ver cómo ese código se convertía en puntitos en movimiento y en colores era una pasada.

XAVI: Ni que lo digas. A mí me marcó especialmente porque me abrió las puertas a lo que después sería mi futuro profesional. Un profe me preguntó si quería ayudar en las clases de informática que era la única asignatura en la que sacaba 10. Y me dio la oportunidad de pre-



“Los gráficos del videoclip *All is full of love* de Bjork fueron creados por Glassworks. Yo entonces tenía ya 19 años y pensé... “¡hostia yo cuando sea mayor tengo que ir a currar a ese sitio”

sentarme a unos premios que organizaba la Generalitat relacionados con la tecnología y la programación en las escuelas. Y lo gané. Eso fue un punto de inflexión en mi vida. Y ahí empezó mi carrera en esto.

¿Y cuándo te cruzas con la publicidad y la postproducción?

XAVI: Pues por una casualidad. Un buen día acudí a los premios que el programa Metròpolis celebraba en Barcelona. Y le dieron el premio al videoclip de Bjork *All is full of love*, de Chris Cunningham, cuyos gráficos fueron creados por Glassworks en Inglaterra. Yo entonces tenía ya 19 años y pensé... “¡hostia, yo cuando sea mayor tengo que ir a currar a Glassworks!”, y aquí empezó la historia. Fue como encontrar la zanahoria a la que seguir.

Más tarde vi una oferta de trabajo para programar Silicon Graphics que entonces era la hostia y fui a por ella. Resulta que la empresa que buscaba el programador era el grupo En Efecto. Y ahí empecé el periplo: pasé por Filmtel, A Punto la Pospo... y en todas ellas montaba todo el hardware, el software y el departamento de I+D en donde podíamos hacer nuestros inventos.

¿Pero llegaste algún día a tener tu propia casa de pospo?

XAVI: Justo cuando decidí hacerlo un amigo me dijo que un tal Héctor MacLeod, fundador y dueño de Glassworks, estaba buscando talento. Para mí Hector es un visionario de la industria. Una persona con un talento increíble con una capacidad alucinante para montar negocios y llevarlos al éxito. De repente vi delante mía el sueño que tenía desde que era un adolescente. Así que fui para allá. Semanas después Hector vino a Barcelona y, parece un chiste, pero en un bar cerramos un contrato en una servilleta (risas). De repente, estábamos montando Glassworks Barcelona.

Hector conoció mi faceta de *geek* tecnológico y me propuso montar el LAB. Me dijo: “te tienes que gastar 5000 euros cada mes en experi-

Sigue en página 50

Viene de página 48

mentos". Hoy somos el único LAB de Glassworks en el mundo. En la web internacional ofrecen servicios de postproducción y después está Xavi's Lab en Londres, Amsterdam y Barcelona.

¿La tecnología tiene sentimientos?

XAVI: Pues mira proyectos como la "Firma de las abejas" que hicimos con vosotros para Greenpeace han despertado en mí esa parte más creativa que le da sentido al trabajo que hacemos. Con unas pocas líneas de código puedo llegar a expresar parte de mis emociones. Una de las partes más bonitas de la tecnología es cuando la humanizas, es cuando algo tan frío como unas líneas de código puede llegar a capturar los sentimientos de las personas y es capaz de emocionar. Lo de las abejas es el mejor ejemplo. Tiene un mensaje muy claro y la tecnología no invade, es invisible. Está ahí detrás.



Nosotros utilizamos un término en la agencia al que llamamos **tecnología invisible**. Lo prioritario es la idea y es lo que debe prevalecer, lo bonito es cuando la tecnología lo hace posible pero es invisible a los ojos del usuario que sólo ve el resultado final.

XAVI: Y tiene todo el sentido. La idea prevalece siempre, toda la vida, pero la tecnología en un año está obsoleta. Para mí es muy importante ese concepto de ser invisible. Lo que hace la tecnología es multiplicar por 100 una emoción.

Cuando hablas de comunicación y de ideas hablas de conexión. Creo que estamos en esto porque queremos que las marcas conecten con las personas a través de *insights*, de ideas relevantes con las que pueden llegar al corazón. La tecnología nos permite que cosas que antes no podías hacer, ahora son posibles. Y eso es algo que paralelamente sucede en nuestra



sociedad. La tecnología está permitiendo hacer cosas que antes eran imposibles. Y su uso se ha democratizado. Mira, hace poco leía que Mattel ha sacado un juguete para niños que se compone de una impresora 3D y un software. Además en poco tiempo la realidad virtual entrará en millones de hogares y cambiará la forma de jugar a los videojuegos... Todo se mueve a un ritmo vertiginoso y la sociedad, cada vez más rápido, adopta las nuevas tecnologías en su día a día... ¿cómo ves tú todo esto de aquí a cinco años?

XAVI: Yo creo que se irán creando diferentes comunidades, ahora por ejemplo suena mucho la etiqueta de los *makers*: existen *makers* y ya están también los hijos de los *makers*, toda una generación que crecerá con la idea de que todo puede hacerse con las manos. Y haremos énfasis en la comunicación para estas diferentes comunidades. Además hay un punto muy importante en lo económico: para hacer cosas chulas ya no ha falta mirar la parte económica. Por 100 euros puedes crear algo increíble con dos chips, un cable y una pila. Lo que hablabas de la democratización hoy tiene más sentido que nunca. Un ejemplo muy claro: Autodesk.

"Con unas pocas líneas de código puedo llegar a expresar parte de mis emociones"

"Hector MacLeod me dijo, tienes que gastarte 5.000 euros al mes en experimentos y prototipos"

Han puesto su sede aquí en Barcelona algo que representará un motor importante para la ciudad, y en el evento de presentación que hicieron mostraron cuáles son sus intenciones de aquí a 10 años y ¿adivina qué? Democratizar el software y crear hardware que todo el mundo pueda usar es su objetivo. Ya no va tanto de los grandes programas de diseño 3D, que también, sino de crear y potenciar herramientas para la gente.

Es una pasada. ¿Recuerdas que nos encontramos en la *Maker Faire* de Barcelona. Aluciné con la cantidad de familias con niños que había. Te das cuenta del nivel de democratización al que se está llegando. La cultura de hacer con las manos tus propios inventos está calando fuerte.

XAVI: Escuché una frase hace poco que me encantó "nos estamos convirtiendo en los artesanos del siglo XXI" (risas) estamos ahí manchándonos las manos, creando cosas con tecnología... Vivimos un momento muy chulo para construir.

Oye, y todo esto que está pasando en la sociedad, ¿está sucediendo de la misma manera en nuestro sector? Tú que tratas diariamente con marcas y agencias de todo tipo ¿cómo ves su relación con la tecnología y la innovación?

XAVI: Mira, el año pasado fui jurado en Cannes en la categoría de Innovación y entendí muchas cosas. Fue como una explosión total para mí. Muchas agencias en el mundo están ya desarrollando prototipos y tecnologías que son al mismo tiempo producto e idea de comunicación. Son productos que en la mayoría de ocasiones aportan un valor añadido a la marca y salen de los departamentos creativos de las agencias. Realmente la aceptación de muchos anunciantes a nivel internacional es alucinante. En España yo creo que este año ha sido el boom. Se empiezan a ver muchos proyectos que tienen un gran componente tecnológico detrás. Lo que quizá falta es utilizar la tecnología de manera consecuente. No todo vale. Utilizarla porque todo el mundo lo hace no tiene sentido. Hay que construir marcas. La tecnología que tener una razón de ser y una idea que la soporte.

Bueno Xavi, como siempre ha sido un placer charlar contigo, por cierto, veo que no llevas *smartwatch*...

XAVI: Prefiero ver la hora analógica. Casi nunca falla. ✕