

Nota de prensa, 15 de junio de 2017

ESTRENO MUNDIAL : **“THE INTERNET OF S**T SONG” SE MOFA DE LOS GADGETS CONECTADOS.**

¿Te abruma tanta tecnología? Pues no eres el único: la frustración con la tecnología va en aumento coincidiendo con el auge de los dispositivos conectados. Semcon acaba de presentar un irreverente vídeo musical titulado [“The Internet of S**t Song”](#) que ironiza con la moda del IoT y lo difícil que se lo pone a los usuarios. ¿El protagonista? Alex, una simpática marioneta.

“La tecnología conectada tiene un gran potencial, pero por desgracia las empresas están invirtiendo mucho dinero en soluciones equivocadas, que no dan respuesta a las necesidades reales de los usuarios. En nuestro vídeo, ironizamos sobre lo que puede ocurrir con todos nuestros dispositivos inteligentes si no vigilamos”, explica Markus Granlund, CEO y presidente del grupo Semcon.

Una marioneta ofuscada pero con un gran corazón

Este vídeo, producido con la ayuda de Forsman & Bodenfors, está ambientado en un futuro no muy lejano. Alex, su protagonista, se hace un lío con los gadgets y las personas mientras va caminando por la calle cantando la canción “The Internet of S**t Song”, basada en la melodía infantil clásica “Dem Bones” [que repasa cómo están conectados entre sí los huesos del cuerpo humano]. Alex es una marioneta y sus hilos son una metáfora tanto de la conexión como de lo fácil que resulta terminar en un embrollo tecnológico si las soluciones no están diseñadas pensando en los usuarios.

“Cuando empezamos a trabajar en la campaña, enseguida nos dimos cuenta de la cantidad de productos conectados absurdos que hay por ahí. Y como Semcon siempre ha sido una empresa de tecnología orientada a los usuarios, esto nos sirvió para ironizar con todo el entusiasmo que rodea el IoT. Este trabajo creativo se plasmó después en Alex, una marioneta un

Semcon es una empresa tecnológica internacional que desarrolla productos a partir de las necesidades y los comportamientos humanos. Reforzamos la competitividad de nuestros clientes porque siempre empezamos por el usuario final: y es que la persona que más sabe sobre las necesidades del usuario es la que crea los mejores productos y aporta los beneficios más nítidos a los humanos. Semcon colabora principalmente con empresas de los sectores automotor, industrial, energético y de las ciencias biológicas. Con más de 2000 empleados especializados, Semcon tiene la capacidad de ocuparse de la totalidad del ciclo de desarrollo del producto: desde el desarrollo de la estrategia y la tecnología hasta el diseño y la información del producto. Semcon se fundó en Suecia en 1980 y cuenta con oficinas en más de 30 lugares repartidos por ocho países distintos. En 2016, el Grupo registró unas ventas anuales de 1800 millones de coronas suecas [SEK]. Puede obtener más información en www.semcon.com

poco ofuscada pero con un gran corazón”, explica Per Nilsson, director de comunicación y marketing de Semcon.

Decorados en miniatura hechos de papel

El vídeo se grabó en Sudáfrica en colaboración con una de las empresas líderes en diseño de marionetas y mundos en miniatura, bajo la batuta del maestro titiritero Hansie Visagie. Los diferentes decorados [desde las escaleras mecánicas hasta los pétalos de las flores] están hechos íntegramente de papel. En cuanto a las marionetas, se imprimieron en 3D utilizando las últimas tecnologías e integran pequeños motores que permiten al adorable gatito abrir la boca y a Alex arquear las cejas, por ejemplo.

“Ha sido fantástico poder trabajar en este proyecto: he podido ser testigo de un proceso artesanal increíble, con una auténtica obsesión por los detalles. Esto explica las dificultades para grabar el vídeo, pero también el gran resultado final: es una gozada de principio a fin. Creo que en cierto modo todo el mundo puede identificarse con Alex, aunque yo creo que estaría incluso más frustrado”, asegura el director Daniel Warwick, cuyos trabajos publicitarios acumulan varios premios.

Teléfono de ayuda para usuarios frustrados con la tecnología

Daniel no está solo. En una encuesta realizada por Inizio/Semcon, hasta un 60 % de los encuestados manifestó que la tecnología les genera frustración. De hecho, la tecnología se lleva la palma en lo que a frustración se refiere en nuestro día a día, por delante incluso de problemas como los atascos de tráfico o los vecinos ruidosos. Por eso, Semcon ha puesto en marcha una línea telefónica que permite a cualquier usuario hablar con los expertos en usabilidad de la empresa o simplemente desahogarse tras una mala experiencia con un producto.

Enlaces

[Vídeo musical: “The Internet of S**t Song”](#)

[Entre bambalinas, con entrevistas](#)

[Los productos inteligentes según Semcon](#)

[Dossier de prensa completo con fotos, encuesta, etc.](#)

Teléfono de ayuda para usuarios frustrados con la tecnología: +46 [0]10 178 22 10

Semcon es una empresa tecnológica internacional que desarrolla productos a partir de las necesidades y los comportamientos humanos. Reforzamos la competitividad de nuestros clientes porque siempre empezamos por el usuario final: y es que la persona que más sabe sobre las necesidades del usuario es la que crea los mejores productos y aporta los beneficios más nítidos a los humanos. Semcon colabora principalmente con empresas de los sectores automotor, industrial, energético y de las ciencias biológicas. Con más de 2000 empleados especializados, Semcon tiene la capacidad de ocuparse de la totalidad del ciclo de desarrollo del producto: desde el desarrollo de la estrategia y la tecnología hasta el diseño y la información del producto. Semcon se fundó en Suecia en 1980 y cuenta con oficinas en más de 30 lugares repartidos por ocho países distintos. En 2016, el Grupo registró unas ventas anuales de 1800 millones de coronas suecas [SEK]. Puede obtener más información en www.semcon.com

Los productos conectados, en datos

El Internet de las Cosas seguirá creciendo con fuerza en los próximos años y las previsiones apuntan a 30.000 millones de productos conectados y unas inversiones de 1,29 billones de dólares en torno a 2020. En cambio, diferentes estudios indican que muchos consumidores tienen dudas acerca del uso que pueden dar a estas tecnologías. A la hora de desarrollar sus productos, Semcon tiene siempre como punto de partida las necesidades y los comportamientos de los usuarios finales, un planteamiento imprescindible para aportar un valor real a la tecnología inteligente. Más información en semcon.com/Smart

Para obtener más información:

Per Nilsson, director de comunicación y marketing, Semcon

Tel.: +46 [0]739 737 200

Email: per.nilsson@semcon.com

Créditos

Agencia: Forsman & Bodenfors

Cliente: Semcon

Creativos: Karin Jacobsson, Gustav Johansson, Stefan Thomson, Magnus Almberg

Productora de la agencia: Lena Sellman

Directora de cuenta: Susanna Glenndahl Thorslund

Responsable de cuenta: Helen Johansson

Responsable de planificación: Klara Knapé

Responsable de estrategia de comunicación: Bjarne Darwall

Supervisora musical: Jenny Ring

Director: Daniel Warwick

Productor: Rickard Edholm

Producción: Camp David

Agencia de comunicación: Matter