

Realidad virtual, transmedia, publicaciones y las claves del nuevo periodismo digital en la segunda jornada de FICOD

La jornada central de FICOD ha estado dedicada a la realidad virtual, con la ponencia del director de Operaciones de Oculus, la experiencia transmedia de Invizimals y el cambio que suponen las nuevas tecnologías en el mundo editorial. Durante su intervención, Urs Cete ha expuesto algunas de las preguntas clave que cualquier emprendedor debería hacerse antes de lanzar un nuevo negocio, resaltando el liderazgo, la innovación y la ventaja competitiva como los criterios más destacados por los inversores.

La segunda jornada de FICOD 2014 ha comenzado con un plato fuerte: la presentación de Laird Malamed, director de Operaciones de Oculus, una de las más importantes empresas del mundo de realidad virtual. Durante su intervención, Malamed ha desarrollado el modelo empresarial basado en el "Crowd Lifting", estrategia que consiste en apoyarse en la comunidad de seguidores para consolidarse, aplicando la fórmula "nosotros + ellos, para formar un nosotros gigante". El "Crowd Lifting" se fundamenta en comunicar no sólo cuestiones de marketing, sino todo tipo de información útil y práctica; escuchar a la comunidad constantemente; ser una empresa abierta y con total disponibilidad para los usuarios y, finalmente, mantener una actitud honesta y sincera con ellos.

El seminario dedicado a analizar el papel del periodista en el nuevo entorno digital ha sido otro de los momentos más esperados de la jornada. En esta mesa redonda, que ha introducido Teresa Cruz, directora de Comunicación de Red.es, han participado Montserrat Domínguez, directora editorial de El Huffington Post; Borja Bergareche, director de Innovación Editorial de Vocento; Ignacio Escolar, director y fundador de eldiario.es, y Gastón Roitberg, editor multimedia del diario argentino La Nación.

Durante el debate, se ha puesto sobre la mesa la importancia del acceso móvil a la información por parte de los usuarios y la necesidad de que siga habiendo buenos periodistas que produzcan una información de calidad. Se trata no sólo de contar, sino dar contexto a la noticia. Como conclusión general, han subrayado la necesidad de contrastar la información que demandan los usuarios desde las redes sociales con la que los medios difunden a través de sus plataformas. Además, han coincidido en destacar la figura del analista de datos como el oficio actualmente más demandado por las redacciones digitales.

En la sesión de tarde, Urs Cete, director ejecutivo de Bertelsmann Digital Media Investments se ha centrado en las perspectivas de financiación de proyectos innovadores. Durante su intervención, Cete ha expuesto algunas de las preguntas clave que cualquier emprendedor debería hacerse antes de lanzar un nuevo negocio, resaltando el liderazgo, la innovación y la ventaja competitiva como tres criterios muy valorados por los inversores. Cete ha destacado como inversiones top aquellas basadas en la próxima generación de televisión, la tecnología de publicación, los contenidos y el e-commerce.

Transmedia: el fenómeno Invizimals

Para analizar el mundo transmedia en el que el usuario disfruta de una experiencia multiplataforma, se ha presentado el caso de Invizimals, fenómeno de gran éxito que ha triunfado por su capacidad para extrapolarse a cualquier medio (serie de animación, videojuegos, cartas y juguetes). Han intervenido distintos representantes de las empresas involucradas en esta saga. Toni García, de BRB Internacional, ha destacado que en este producto “la identificación es la clave: nuestros protagonistas tienen que ser los niños”. Daniel Sánchez Crespo, de Novarama, ha subrayado que si una historia funciona “es porque genera una respuesta emocional”. Joan Hortal, de Panini España, ha apuntado a la multiplataforma para justificar el éxito de la saga, también desde su segmento de negocio. Juan Jiménez, de Sony Computer Entertainment España, ha definido el producto “como un regalo” y basa su éxito en la innovación tecnológica. Por su parte, Martí Cuyas, de IMC Toys, ha afirmado que su estrategia se fundamenta en hacer que el niño se convierta en el protagonista de la aventura. Yago Fandiño, de la corporación RTVE, ha destacado la importancia de que la serie que se ha producido sobre la saga Invizimals sea un producto español.

Posteriormente, se han analizado las alternativas editoriales a los circuitos tradicionales. Para ello, se ha contado con el punto de vista de los autores, con la presencia de Bruno Nieves y Diana Al Azem. Han contado su experiencia directa autopublicando sus novelas y relatos en Internet, y han destacado que el tiempo que dedican a navegar y promocionarse en la red es casi mayor que el tiempo que utilizan para escribirlas.

Para aportar el punto de vista de las nuevas plataformas de publicación online, han intervenido David Fernández Poyatos, de Nubico, y Justo Hidalgo, de 24Symbols. Han explicado que se está produciendo un cambio de consumo que beneficia a tablets y readers, lo que obliga hacer mayores esfuerzos para llegar a una audiencia joven, sin dejar de lado a su base de lectores habituales. Asimismo, han puesto como ejemplo nuevas formas de comercialización y de pago, como por tiempo, por capítulos, etcétera.

Proyectos de emprendedores en FICOD Financiación

Durante la mañana, asimismo, FICOD Financiación ha contado con un amplio programa de actividades. Se ha realizado la presentación de proyectos de emprendedores en 1º ronda de financiación (Hooptap, Homelyst, Mintlabs y My Twin Place) y en fase exit, con Wuaki.tv, Axon Partners, Groupon y Blink. También se ha celebrado un seminario con las experiencias reales de parejas inversor y emprendedor, con los casos de Akamon-Axon Partners y Carto DB-Kibo Ventures. Además, se ha tratado la reforma fiscal en beneficio de los contenidos digitales, con la intervención de Begoña García-Rozado del MINHAP; y finalmente los casos de grandes empresas que apoyan el emprendimiento, con Verónica Respaldiza, de IBM; Jaime Esteban Gil, de Angels Capital; Sergio Pérez, de Caixa Capital Risc, y César Gallo, de la Fundación Repsol.

Más de trece empresas (Tecnológica, Federación Española de Doblaje, InmediaStudio, Playthe.net, El Cañonazo, Ploi Media, Viko, RDL Tech, Talents United, Mobincube, Immersive Interactive, Spacebee y Fouhan) han presentado sus proyectos durante las ponencias de FICOD Industria. En ellas se ha

hablado del “cliente conectado”, el doblaje, el branded content digital, revistas online, videojuegos y apps, o realidad aumentada. Y en FICOD Talento, ESADE, Nomadia, Internet Academy, FX Animation y Online Business School han celebrado talleres con interesantes temáticas como la “agenda digital de CEO”, los nuevos perfiles profesionales demandados por las empresas, e-skills o las nuevas claves en el vídeo digital.

Más sobre FICOD 2014

FICOD 2014, el Foro Internacional de Contenidos Digitales, tendrá lugar los días 2, 3 y 4 de diciembre en Madrid y está organizado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo a través de Red.es. Reunirá a empresas, emprendedores, inversores y estudiantes en las diferentes áreas que componen el sector de los contenidos digitales: audiovisual, música, videojuegos, publicidad y marketing digital, comercio electrónico, aplicaciones, redes sociales, e-learning, publicaciones y servicios y productos tecnológicos para contenidos digitales.

FICOD 2014 es una herramienta clave de la Agenda Digital para España e impulsará internacionalmente la economía digital española, con un triple objetivo: apoyar la búsqueda de inversión y financiación, atraer compradores de productos y servicios del sector y fomentar la economía digital como una profesión de futuro.

Más información en www.ficod.es o a través de sus redes sociales.

Comunicación FICOD:

Rosa Canas / Leticia Álvarez de Perea
Silvia Núñez / Isabel Calderón

91.451.24.56 / 91.451.21.43

prensa@ficod.es / ficod@ficod.es

Datos de contacto:

Rosa Canas
Comunicación FICOD
914512456

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>