

FICOD 2009

La industria explora nuevos caminos

La tercera edición de Ficod toma el pulso al mercado español de contenidos digitales. El debate sobre la propiedad intelectual y la búsqueda de nuevos modelos de negocio han animado las ponencias de este gran evento sectorial.

M.Prieto. Madrid

Tres intensos días de ponencias, reuniones y talleres. Con momentos distendidos como el que brindó el actor Kevin Spacey en la sesión inaugural, anuncios como la promesa del ministro de Industria, Miguel Sebastián, de incluir el acceso a la banda ancha de 1 mega a partir del 1 de enero de 2010 como parte del servicio universal, y la polémica habitual cuando se tratan aspectos relativos a la propiedad intelectual.

Con más de 10.000 personas acreditadas, Ficod (Feria Internacional de Contenidos Digitales) cerró ayer sus puertas consolidándose en su tercera edición como uno de los grandes foros tecnológicos de España. Los creadores de contenidos digitales, con el valor que otorga sumar conjuntamente una facturación de 4,982 millones de euros, han encontrado en este evento un lugar donde mostrar su potencial como industria, explorar nuevos modelos de negocio, compartir las incertidumbres que supone afrontar cambios que en muchas ocasiones son disruptivos y, cómo no, exigir más ayudas públicas y un cambio en la regulación de la propiedad intelectual para frenar las descargas en Internet que afectan a contenidos audiovisuales protegidos por *copyright*.

Cambios legislativos

El Gobierno refrendó su compromiso de presentar sus propuestas legislativas antes de final de año, pero dejó claro que no se criminalizará al usuario final, sino a los portales de descarga. Además, anunció que se trabaja en una plataforma de contenidos legales, una de las propuestas que han defendido los operadores en su negociación con la Coalición de Creadores.

Con ponencias como la de Paul Brown, vicepresidente del servicio de música Spotify, los asistentes pudieron conocer de primera mano las posibilidades que se abren con nuevos modelos de negocio como el *freemium*, que busca sostener una oferta gratuita no sólo con publicidad, sino también con usuarios abonados a un servicio *premium*.

Ficod se consolida en su tercera edición como uno de los grandes foros tecnológicos



Miguel Sebastián, ministro de Industria, y Ángeles González-Sinde, ministra de Cultura, en la inauguración de Ficod.

Libros digitales, en sus primeras páginas

A pesar de que el lector electrónico puede ser uno de los regalos estrellas de las Navidades, la edición digital está en pañales. "Aún no hay una demanda real, es algo creado por la industria", reconoció Ángel María Herrera, consejero delegado de Bubok. El 'boom' de estos aparatos sin una oferta legal entraña un riesgo. "Si la gente tiene el dispositivo pero no

hay contenidos, estaremos fomentando la piratería", dijo Luis Collado, director de Google Books España. Magdalena Vinent, consejera delegada de la entidad derechos Cedro, aseguró que muchos editores están trabajando para presentar sus propuestas en los próximos meses. "El que no esté con una oferta asequible, se va a equivocar", apuntó.

¿Dónde se fija el precio? El editor Jorge Ruiz opina que "no es de recibo vender en formato digital con un 30% de descuento. Nosotros marcamos un 50% o 60% menos. El escritor tiene que ganar más que con el papel". Por su parte, Juan González de la Cámara, de Grammata, cree que el sector "llega tarde" porque las ventas de lectores van muy rápido.



'Kindle' Amazon.



Fotograma de 'Planet 51'.

Cine, de Kevin Spacey a los dibujos animados de 'Planet 51'

'Planet 51', la película de animación de la española Ilion, se ha convertido en el mejor ejemplo de proyecto español con una gran ambición internacional. Con un presupuesto de 55 millones de euros en producción y otros 150 millones en promoción, es el film más caro de la historia del cine español. "Es el proyecto de mayor

envergadura a nivel europeo", dice Mercedes Rey, directora de Ilion, presente en Ficod. La película se proyectará en cerca de 17.000 de cines de 170 países de todo el mundo y se estrena hoy en Estados Unidos. La nota distendida la puso el actor Kevin Spacey, productor de 'The Social Network', una película sobre Facebook. Recordó que la industria cinematográfica no

puede vivir de espaldas a la era digital. "Las discográficas se resistieron y todos sabemos lo que ha pasado. La gente pagará si el precio es asequible", opinó. Como usuario de Facebook y Twitter, señaló su potencial para que cualquiera sea "crítico de cine", hasta el punto de que los comentarios en las redes pueden convertir un film en un éxito o un fracaso.

Nolan Bushnel, el 'padre' de los videojuegos mira al futuro

Los amantes de los videojuegos esperaban con expectación la ponencia de Nolan Bushnel, considerado como uno de los padres de los videojuegos. El creador de 'Pong' y de Atari, la compañía que llevó esta forma de entretenimiento a los hogares, desveló que cometió "un gran error", cuando le dijo no a Steve Jobs quien, a finales de los setenta, quería

venderle la tercera parte de Apple por 50.000 dólares (33.500 euros). Pero Bushnel es un emprendedor nato (los actuales sistemas de navegación de los coches y de mapas como 'Google Maps' se basan en algunas de sus patentes), más preocupado por lo que deparará el futuro que por recordar el pasado. "Apuesto a que la mayoría del auditorio tendrá en menos de

ocho años bioimplantes con fines tecnológicos", aseguró, mientras mostraba inventos como unas lentillas de contacto que proyectarán imágenes sobre nuestras retinas. También apostó por los sistemas de reconocimiento del movimiento, que nos permitirán cambiar de canal sin mando a distancia, y por los juegos en la 'nube'.



Nolan Bushnell, de Atari.

El universo musical toca nuevas partituras

Las discográficas se esforzaron en Ficod por desprenderse de la imagen de compañías incapaces de afrontar la nueva era digital. "Podemos asumir cualquier nuevo modelo de negocio que se nos proponga. El problema es la piratería", afirmó Nerea Iguualador, responsable del negocio digital de Warner Music Spain. En este sentido, la patronal Promusicae insistió en su petición histórica de "establecer un marco regulatorio razonable". En los foros, se incidió en que ya no valen "leyendas urbanas" para justificar las descargas ilegales, como la falta de oferta legal o el alto precio. "Europa tiene 370 sitios de música legales con 12 millones de canciones. Eso no lo tiene eMule", dijo Antonio Guisasola, presidente de Promusicae, que presentó un portal que aglutina novedades y enlaces para adquirir y escuchar música legal en España (ver EXPANSIÓN del 18 de noviembre). El problema, según manifestó Alejandro Suárez, consejero del proyecto español Yes.Fm, es que "hay una generación perdida que no entiende una alternativa de pago para el consumo de música, aunque ya no vale la excusa de que la música es cara", aseguró. En este sentido, la industria está muy atenta a las posibilidades de modelos de negocio 'freemium' como el que plantea Spotify, donde se combina la oferta de un servicio gratuito y la suscripción. Unas apuestas que son sostenibles, según los expertos, si se consigue que al menos el diez por ciento de los usuarios sean abonados. Según desveló en Ficod Paul Brown, vicepresidente de Alianzas Estratégicas de Spotify, la compañía ya ha conseguido que 700.000 de sus seis millones de usuarios en Europa sean suscriptores. En España, la compañía ha logrado en menos de un año alcanzar el millón de usuarios.