



Portada de la web creada por el empresario gaditano. :: L. v.

El Spotify de los cuentos

El gaditano Enrique Tapias pone en marcha una plataforma online de relatos infantiles

PlayTales cuenta ya con un centenar de títulos disponibles en varios soportes y ha logrado un millón y medio de visitas

:: MICHAEL MCLOUGHLIN

MADRID/CÁDIZ. «Queremos ser a los cuentos infantiles lo que Spotify a la música o Netflix al cine». Esto lo dice Enrique Tapias (Cádiz, 1971) uno de los padres de PlayTales, una plataforma online de cuentos infantiles interactivos que está disponible tanto para dispositivos de iOS, como Android, Blackberry o Windows Phone. La aplicación, que publicó su primer título hace casi dos años, trata de reinventar los cuentos para ni-

ños incluyendo lectura asistida, animaciones gráficas, música y permitiendo a los más pequeños de la casa interactuar con figuras tan clásicas como 'La Bella Durmiente' o los tres cerditos mediante minijuegos o con personajes dibujables.

«Gracias a todo esto también podemos reforzar los conceptos de la lectura que está realizando el niño y que se sienta participe de una manera diferente», comenta Tapias que cree PlayTales también es un punto en común entre móviles o tabletas, cada vez más utilizadas por los padres tanto profesional como personalmente, y los niños que comienzan a familiarizarse con estos soportes. «Yo tengo tres hijos que siempre por trabajo me ven con el iPad o con la Blackberry y que ahora puedo compartir el tiempo con ellos jugando con contenidos como estos», explicó tras su interven-



Enrique Tapias. :: L. v.

ción en el primer festival 'The App Fest'. Actualmente, con una colección que cuenta con cerca de cien títulos, ya han logrado un millón y medio de usuarios, que en total, realizan cerca de dos millones de lecturas. El crecimiento del personal de la empresa ha sido paralelo: cuan-

do empezaron eran cuatro personas, ahora treinta. Actualmente, esta 'librería digital' tiene un modelo 'freemium': regalan los dos primeros libros y a partir de ahí cada compra cuesta entre 0,79 y 2,39 euros. Sin embargo, a lo largo de este mes, ofrecerán a los usuarios una suscripción al estilo de Spotify. «Por apenas el precio de dos libros pueden consumir los que quieran en un mes. Es una opción más para el usuario con la que mejoramos mucho un servicio como este ya que eliminamos esa tendencia de tener que pagar en cada ocasión adaptándonos a algo que ha triunfado en otros casos», analiza.

PlayTales está disponible en más de siete idiomas y distribuye libros en tabletas y teléfonos inteligentes de más de 119 países. Uno de los libros que más éxito ha tenido ha sido un título en japonés 'Momotarō', un clásico de la cultura nipona, cuyos beneficios obtenidos por la publicación de este cuento se dedicaron a ayudar a las víctimas del tsunami que asoló el país asiático hace un año, un proyecto que fue de la mano de UNICEF.

Acuerdos y autocreación

Aunque el 80% de los títulos son historias propias, también han trabajado para empresas como Zynkia o Disney, que les encargó la creación del libro interactivo de 'Cars 2'. Ahora, para poder seguir creciendo, quieren conseguir contratos con los 'pesos pesados' de la animación infantil y ya han firmado con Marvel, Turner o Harper Collins. «Pocoyo, Dora Exploradora, Bob Esponja... Ese es el gancho para pasar de dos a veinte millones de usuarios de forma más o menos rápida».

La otra línea de negocio es abrir su plataforma a ilustradores o pequeñas editoriales externas que recibirán el 70% de los beneficios de la venta de su libro. Esa misma fórmula fue la que utilizó Apple con los desarrolladores. «Se trata de replicar el negocio que ellos hicieron o que también ha desarrollado Google. Inviertes un tiempo y un dinero en crear una tecnología y la abrimos a terceros. Con ello también conseguimos una plataforma mucho más social», argumenta. «Si manejas el Photoshop y se te da bien es sencillo hacer la publicación», explica Tapias quien espera acabar este año con 150 cuentos en el catálogo. «El tema es que nosotros hagamos de filtro. Subir cosas que merezcan la pena. Ya estamos trabajando con casi veinte personas con una versión beta de la herramienta que ya han publicado sin problemas», agrega.

La matronas gaditanas piden atención para la depresión postparto

:: L. V.

CÁDIZ. Medio centenar de matronas, reunidas en una jornada organizada por el Colegio de Enfermería de Cádiz ha elaborado un documento de consenso para mejorar el tratamiento integral de la depresión en el transcurso del embarazo, parto y posparto.

Las propuestas de mejora del 'Plan de abordaje integral de la Depresión en el EPP', del Colegio de Enfermería de Cádiz, constituye una llamada de atención a la sociedad en general y a los profesionales de la salud en particular sobre la gravedad e impacto del problema y una propuesta a las

autoridades sanitarias para que sea incluido en la cartera de servicios.

Así lo manifestaban las matronas gaditanas, que afirmaban que «con frecuencia, la Depresión Postparto (DPP) no es tenida en cuenta como problema potencial en las intervenciones de las matronas durante el embarazo, parto y periodo postnatal, siendo abordada puntualmente tan solo en los casos en los que se detecta, por lo que se configura esencial la actualización en conocimientos, técnicas y habilidades para la detección precoz

y el tratamiento efectivo». En opinión de estas profesionales, «se deben incluir en la rutina de valoración durante el embarazo y puerperio sistemas de detección de signos de predisposición de la mujer a desarrollar una DPP».

Isabel Muñoz –conductora de esta jornada que tuvo una gran acogida– y directora de los debates advirtió durante su intervención que este episodio «no psicótico, afecta aproximadamente entre el 13% y el 50% de todas las madres en nuestro entorno».