

# Flying Free... videojuego protege especies en peligro de extinción

**Es el primer videojuego para móviles donde todos tienen acceso al entretenimiento y al mismo tiempo pueden cuidar especies en peligro de extinción a través de compras que se volverán donaciones**

Flying Free es el nombre del primer videojuego para móviles donde todos tienen acceso al entretenimiento y al mismo tiempo pueden cuidar especies en peligro de extinción a través de compras que se volverán donaciones.

De acuerdo con el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF, por sus siglas en inglés), México es el cuarto país con mayor biodiversidad del planeta, donde 108 mil 589 especies conocidas representan 6.5 por ciento de biodiversidad a nivel mundial y se encuentran en territorio nacional.

Del total de especies que se encuentran en el país, existen 127 que ya se extinguieron en vida silvestre y hay alrededor de dos mil 605 que están en peligro de extinción o amenazadas.

Bajo este contexto, Alejandro Trujillo Gallegos, licenciado en diseño gráfico digital y director general de Flying Free, ha reunido un equipo que, con la misma visión, desarrolla un videojuego que protege a las especies y al mismo tiempo ofrece un producto de entretenimiento al público consumidor.

La idea inicial se basa en la descarga del juego a través del celular o tablets y que, a partir de la experiencia en los niveles, se puedan hacer donaciones con las compras de ciertos accesorios que complementan el avance dentro de la aplicación.

Con la intención de hacer más atractiva la experiencia en los consumidores, Flying Free ha evolucionado a un sitio de realidad virtual y realidad aumentada que ofrece al usuario la combinación entre el videojuego, turismo virtual y turismo físico, e instituciones como el Zoológico de Guadalajara o la Fundación Ornitológica Txori se verían beneficiadas con las donaciones.

Mi responsabilidad principal es todo lo relacionado con la visión, proyección, alianzas y el liderazgo del proyecto en general", comentó Trujillo Gallegos en entrevista para la Agencia Informativa Conacyt.

**AGENCIA INFORMATIVA CONACYT (AIC): ¿CÓMO SURGIÓ**



**Pueden cuidar especies en peligro de extinción a través de compras que se volverán donaciones.**

## LA IDEA DE HACER FLYING FREE?

Alejandro Trujillo Gallegos (ATG): Salió primero como un proyecto que nos pidió un aviario famoso cerca de la Ciudad de México. El proyecto necesitaba tener la capacidad de exportarse a Latinoamérica y el resto del mundo de forma fácil, y además debería brindar un apoyo económico.

La empresa no sabía que quería abarcar al público millennial, entonces desarrollamos la idea a través de un estudio de mercado, vimos hacia dónde iba el mercado mexicano en cuanto a telecomunicaciones, dispositivos, etcétera.

Al final de este estudio decidimos ofrecer un videojuego y después de algunas renovaciones vimos que Flying Free tenía potencial para ser no solo un videojuego, sino una empresa que utiliza la tecnología para apoyar a especies en peligro de extinción, que es lo que realmente lo define.

## AIC: ¿CUÁNTA GENTE ESTÁ INCLUIDA EN EL EQUIPO?

ATG: Son alrededor de seis a once personas dependiendo de la carga de trabajo, pero el equipo básico se conforma del director de tecnología que es mi hermano, Ángel Trujillo Gallegos y es ingeniero en sistemas operativos computacionales, la

directora de arte es Wendy Lara, Arlette Lara y Gloria Islas Silva son las diseñadoras de la empresa, y en programación tenemos al director de desarrollo que se llama Sergio Domínguez; los demás programadores son Alexis Domínguez, Javier Castillo y Miguel Romero.

## AIC: ¿DE QUÉ TRATA EL JUEGO Y EN QUÉ CONSISTE EL PROCESO DE DONACIÓN?

ATG: Renovamos la perspectiva del juego y lo que construimos ahora es un sitio de experiencias de realidad aumentada y realidad virtual donde se podrá conocer todo el mundo y las estructuras a través de este tipo de experiencias que se encuentran en nuestro sitio, queremos ofrecer una mezcla de videojuego, turismo virtual y de aventura física.

La cuestión de apoyo a especies entra en un programa que se llama Quetzal Partners, este programa está diseñado para apoyar a todo tipo de proyectos de conservación con difusión masiva global de forma innovadora dentro de nuestra plataforma.

Con ayuda de marcas y empresas comprometidas con nuestro planeta, buscamos conectar a millones de personas a través de experiencias virtuales y físicas, creando apoyos económicos, publicitarios, creando alianzas para que puedan seguir trabajando.

## Wikitríbune, sitio web que luchará contra las noticias falsas

El objetivo de Jimmy Wales, co-fundador de Wikipedia, de luchar contra la desinformación y las noticias falsas en Internet da un nuevo paso con Wikitríbune.

Con el lanzamiento de este nuevo proyecto, Wales pretende crear un medio de comunicación online en el que trabajen tanto periodistas profesionales como escritores voluntarios "comprometidos con el periodismo".

Tanto periodistas como voluntarios tendrán la labor de escribir, revisar y verificar datos y fuentes de los artículos publicados.

Además, en cualquiera de las noticias se podrán señalar los posibles errores para que la pieza sea revisada posteriormente.

Y al igual que en Wikipedia, Wikitríbune será un servicio totalmente gratuito que será mantenido sin anuncios de ningún tipo.

No obstante, el nuevo proyecto de Wales también incluye un servicio de suscripción para lectores, el cual será su fuente principal de financiación.

Estas contribuciones voluntarias podrán ser momentáneas, mensuales o anuales, y el lector será el que decida la cantidad exacta de dinero que quiere donar.

Wikitríbune saldrá a la luz dentro de 29 días, y su objetivo para entonces es la contratación de al menos diez periodistas para empezar a redactar los artículos.

Si esta meta no es alcanzada, Wales ha prometido devolver todo el dinero donado a los respectivos socios.



**El co-fundador de Wikipedia, Jimmy Wales, anunció este sitio web donde periodistas y voluntarios podrán escribir y verificar datos.**

## Los fascinantes anuncios con los que Apple te vende el iPhone 7

No todo es tecnología en el éxito de la empresa Apple, y eso se demuestra con el número de videoreproducciones en su canal de YouTube, apenas una de las vías con las que se publicitan los productos con el logotipo de la manzana, y que roza ya los cien millones de visitas, apenas en doce videos.

En los meses recientes, una parte muy importante del éxito de la compañía que lidera Tim Cook, es la publicitaria. Y mire si no, en siete meses ha logrado atrapar tan solo en este canal de Internet, YouTube, algo más de 95 millones de videoviews, un número más que envidiable si se toma en

cuenta que la vida del iPhone 7 está por concluir.

Apple, además, se unirá a la fuerte competencia en diseño de vehículos autónomos, lo que presenta la posibilidad de que una compañía que ya transformó la cultura con su iPhone, intente hacer lo mismo con el transporte.

Para que te convenzas, si no de adquirirlo, si de lo importante que es el despliegue comercial, te dejamos un recuento de los videos de Apple que tienen visitas millonarias: Publicado el 18 de septiembre de 2016, este video. 'Mourning ride' tiene el más pobre resultado: 3 millones 150 mil views.



**La empresa de Cupertino, a cargo de Tim Cook, logró colocar una docena de videos sobre el iPhone 7, que han sumado casi cien millones de visitas en YouTube; esa es la otra clave del éxito.**

## Google festeja la llegada de la sonda Cassini a los anillos de Saturno

La llegada de la sonda Cassini de la NASA a los anillos de Saturno es celebrada por el buscador de Internet Google, que dedica su "doodle" a esta misión espacial.

En la animación se aprecia la sonda, que junto con la nave Cassin fue lanzada al espacio el 15 de octubre de 1997 con un cohete Titan IV Centaur, la cual espera el acercamiento del planeta para tomarle fotografías y finalmente capturar una "selfie" (autorretrato).

Con ello, la compañía festeja el primer viaje de esta sonda a un área inexplorada de Saturno, planeta que ha orbitado durante casi 20 años para obtener imágenes de sus anillos, las lunas Titán y Encélado, a fin de encontrar la presencia de vida.

Este proyecto, creado en conjunto por la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio (NASA), la Agencia Espacial Europea (ESA) y la Agencia Espacial Italiana (ASI), se trata de una misión no tripulada que ha tenido como principal objetivo estudiar a Saturno.

La nave espacial, que consta de la nave Cassini y la sonda Huygens, entró en órbita alrededor de Saturno el 1 de julio de 2004 y el 25 de diciembre de 2004 la sonda se separó para alcanzar la mayor luna de Saturno, Titán, el 14 de enero de 2005.

En noviembre de 2016 la sonda cambió su dirección para sobrevolar el polo norte de Saturno y el anillo más alejado del planeta, y desde abril de 2017, la nave se acercado

a Titán para aprovechar su empuje gravitatorio y adentrarse en el espacio entre el anillo más interno y el planeta, con ello se acerca como nunca antes al sexto planeta del Sistema Solar.

La misión de la sonda llegará a su fin el próximo 11 de septiembre, cuando realizará su último sobrevuelo, que ha sido llamado el "beso de despedida"; luego la nave se encaminará hacia su desintegración en la atmósfera de Saturno cuatro días más tarde.



**Con ello, la compañía festeja el primer viaje de esta sonda a un área inexplorada de Saturno.**