

SEMINARIO-TALLER / CAMON ALICANTE

MOBILE INTERNET. LA DERROTA DE LOS WALLED GARDENS

DR HUGO PARDO KUKLINSKI

CEO AND FOUNDER PROYECTO CAMPUS MOVIL

[HTTP://WWW.UVIC.CAT/FEC/RECERCA/ES/GRID/HUGO_PARDO.HTML](http://www.uvic.cat/fec/recerca/es/grid/hugo_pardo.html)

[WWW.DIGITALISMO.COM](http://www.digitalismo.com)

HUGO.PARDO@UVIC.CAT

HUGO.PARDO@CAMPUSMOVIL.NET

19 Y 20 DE MAYO 2009 / ALICANTE, ESPAÑA

PRIMER DÍA. Martes 19 de Mayo de 11 a 13 hs.

- **Introducción. La Mobile Internet. La derrota de los walled gardens.**

Dr Hugo Pardo Kuklinski / 15'

- **El mercado según el Mobile World Congress.**

Dr Hugo Pardo Kuklinski / 30'

El Mobile World Congress (ex 3GSM World Congress) que se realiza en Barcelona cada febrero es la conferencia más emblemática de la industria mobile mundial. La tecnología 3G ya no es novedad para nadie y la interminable estrategia de obsolescencia planificada nos lleva lentamente hacia la cuarta generación de dispositivos. Ubicuidad, obsolescencia planificada y location-based services son conceptos imprescindibles en una industria cada vez más asociada a Internet y su protocolo TCP/IP y donde los contenidos son el rey. Analizaremos dichas tendencias.

Por otra parte, actualmente se vive un momento donde se comienza a utilizar el marketing móvil como parte de las campañas publicitarias ya que favorece la fidelización del cliente, aumenta la imagen de marca, incentiva la repetición de compra, dirige tráfico al punto de venta y establece un nuevo canal de comunicación entre el usuario y la marca.

Entre las características principales del marketing móvil se pueden mencionar la capacidad de integrar formatos de marketing on-line y off-line -lo que permite crear un entorno global de relaciones con el cliente- y la universalidad de un medio con una altísima audiencia que cubre todos los sectores sociales, franjas de edad y espacios geográficos. Al igual que otros entornos digitales como la Web, en el medio móvil todo es medible: cualquier actividad realizada a través del dispositivo es controlada y verificada, lo que permite saber el coste por impacto, el coste por respuesta o el coste por conversión de una manera rápida y concreta. La comunicación móvil también se destaca por ser un medio creativo e innovador que utiliza los últimos avances tecnológicos (como Java, MMS o WAP Push, etc.) y de bajo coste por impacto si se compara con otros medios de marketing directo (puede incluso autofinanciarse con el uso de sistemas de SMS Premium).

- **Comunicación y dispositivos móviles en España: actores, contenidos y tendencias.**

Dr Hugo Pardo Kuklinski / 15'

Observar cómo se está forjando un sector de la producción de contenidos comunicativos desde el que se alumbran nuevos tipos de contenidos y nuevas gramáticas para su expresión. Presentar un mapa de los actores, contenidos y tendencias del sector de las comunicaciones para teléfonos móviles en Cataluña y, específicamente, en los sectores de contenidos informativos, educativos y de entretenimiento. También se dibujarán las tendencias y dinámicas de cambio hacia las que se dirige la industria móvil en España.

Ponencia basada en el trabajo del Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID) para el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

Disponible en http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/dispositius_m_bils.pdf

- **Mobile Web 2.0.**

Dr Hugo Pardo Kuklinski / 60'

La convergencia de aspectos técnicos y de consumo permiten hoy la hibridación entre dispositivos móviles y Web 2.0, generando un nuevo espacio simbólico denominado mobile Web 2.0. Los dispositivos móviles permiten capturar contenidos desde el punto de inspiración y la Web 2.0 le agrega el principio de la inteligencia colectiva a través de una taxonomía creada por los usuarios, promoviendo una nueva Mobile Data Industry a tono con la ética de la arquitectura de la participación y más allá del text messaging, ringtones y otros recursos promovidos por las operadoras.

Ponencia basada en el trabajo "Mobile Web 2.0. Theoretical-technical framework and developing trends". Human-Computer Interaction Group. Stanford University, Palo Alto. USA.

Disponible en International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM). October 2008.

Consultar en <http://online-journals.org/i-jim/issue/view/16>

SEGUNDO DÍA. Miércoles 20 de Mayo de 10 a 14 hs.

- **Exposición de textos seleccionados por los alumnos.**

7' máximo por alumno x 20 alumnos.

Dr Hugo Pardo Kuklinski / 180'

Metodología. Los alumnos deberán leer un texto preasignado y exponer una síntesis de sus 10 ideas principales utilizando Twitter, o sea 10 *twitteos* para compartir con todo el grupo, bajo el denominador común de **#canon09**

PAUSA / 15'

- **Aplicaciones Mobile Web 2.0. Un mapa de ejemplos y usos. CampusMovil.net**

Dr Hugo Pardo Kuklinski / 45'

PONENTE

Hugo Pardo Kuklinski trabaja sobre interfaces web vinculadas a usos educativos en forma profesional desde 1998 y en investigación aplicada desde los inicios de su doctorado en 2001. Fue director general de una agencia de comunicación en Buenos Aires, Argentina. Su tesis doctoral (Universitat Autònoma de Barcelona, 2005) ha sido **Un modelo de aplicación web institucional universitaria. El caso de los webcom: webs de facultades de comunicación de Iberoamérica**. Posteriormente se dedicó a la investigación en el campo de la Web 2.0, escribiendo el libro **Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food**. Es Visiting Professor del Human Computer Interaction Group de Stanford University, EEUU (2007/2009).

Es CEO y fundador de **CampusMovil.net** y de Funky Mobile Ideas SL. El diseño del proyecto CampusMovil.net es la consecuencia del trabajo de investigación **Mobile Web 2.0. Theoretical-technical framework and developing trends**, dirigido por Pardo Kuklinski (GRID) junto al aporte de Joel Brandt (HCI Group, Stanford University) y Juan Pablo Puerta (Craigslist.org, Inc. San Francisco). Produce **digitalismo.com**. Habla inglés y portugués.

Más datos de Hugo Pardo Kuklinski en http://www.uvic.cat/fec/recerca/grid/en/hugo_pardo.html

2. BIBLIOGRAFÍA EXPOSICIONES

Pardo Kuklinski, Hugo; Brandt, Joel; Puerta, Juan Pablo. *Mobile Web 2.0. Theoretical-technical framework and developing trends*. International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM), October 2008.
<http://online-journals.org/i-jim/issue/view/16>.

Pardo Kuklinski, Hugo. Capítulo 6. Mobile devices y aplicaciones Web 2.0. La Sociedad en red móvil. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. www.planetaweb2.net

Anderson, Chris. 2006. *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. Hyperion. New York.

Castells, Manuel; Fernández-Ardèvol, Mireia, Linchuan Qiu, Jack; Sey, Araba. 2006. *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Ariel. Barcelona.

Rheingold, Howard. 2002. *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Perseus Books Group. Cambridge.

Inside the GPS Revolution. Wired Magazine.

http://www.wired.com/gadgets/wireless/magazine/17-02/lp_10coolapps

Android. ¿El futuro líder del software para móviles?

<http://digitalistas.blogspot.com/2008/08/android-el-futuro-lder-del-software.html>

MobileAppLoader, un AppStore alternativo para "nativos mobile".

<http://digitalistas.blogspot.com/2008/12/mobileapploader-un-appstore-alternativo.html>

David Pogue. TEDTalks : Cool new things you can do with your mobile phone .

http://www.ted.com/index.php/talks/david_pogue_on_cool_phone_tricks.html

Reflexiones de un experto en torno al fenómeno iPhone

<http://www.materiabiz.com/mbz/2020/nota.vsp?nid=33590>

Mobile 2.0 Event. www.mobile2event.com/

Mobile Monday. www.mobilemonday.net

Mobility 2.0 en LeWeb 3.0. www.leweb3.com

Ted Conferences. www.ted.com