

Cinco nociones básicas del capítulo

1. El impulso de la industria de fabricantes y operadores hacia los móviles de tercera generación (3G) ha creado una infraestructura apta para promover la movilidad física más la conectividad, de la mano del crecimiento de un *empowered web consumer* a partir del uso de las aplicaciones Web 2.0. Dicha convergencia genera la *Mobile Web 2.0*, o sea la interacción entre las aplicaciones Web 2.0 y los *mobile devices*.
2. El móvil permite capturar contenidos desde el punto de inspiración y la Web 2.0 le agrega inteligencia colectiva a través de las taxonomías creadas por los usuarios, promoviendo una nueva y creativa *Mobile Data Industry*, a tono con la ética de la arquitectura de la participación.
3. En mercados como el iberoamericano, los aparatos 3G acaban de introducirse en la dinámica de consumo y se espera una lenta pero firme evolución hacia la navegación web vía móvil. El actual modelo de negocio dominante es complicado ya que las operadores ofrecen el servicio básico y todas sus posibilidades extras bajo suscripción. Así, los altísimos costes de conexión, la lentitud en la navegación, interfaces poco usables para navegar, y la falta de cultura de uso, complican aún más las posibilidades de adopción del consumo Web 2.0 vía *mobile devices*.
4. La *Mobile Data Industry* dirigida por operadoras y *mass media* persiste en el modelo de negocio de contenidos empaquetados. Aunque a tono con la Web colaborativa, puede que predomine la experiencia de usuario del “muchos a muchos”. Allí la clave no es tanto brindar contenidos de gran relevancia o reciclar los que se ofrecen en otros medios, sino generar plataformas de conectividad, visibilidad del usuario y participación pensadas para el ocio móvil o para la vida profesional. Es allí donde más similitud existe con la arquitectura de la Web 2.0: se trata de proveedores facilitando la presencia de un usuario final activo convertido en editor.
5. El mayor desafío para el consumo web de los *mobile devices* es la carencia de espacio en la pantalla de sus interfaces gráficas. Los principales patrones distintivos de la portabilidad son: poco peso, pantalla pequeña, presentación secuencial, priorización y comprensión del usuario. O sea, información en movimiento. Una *Mobile Web* colaborativa requiere de interfaces donde la usabilidad del sistema y la facilidad para subir y consumir contenidos sean piezas claves.

Cinco lecturas imprescindibles

Jaokar, Ajit; Fish, Tony. 2006. *Mobile Web 2.0. The innovator's guide to developing and marketing next generation wireless/mobile applications*. FutureText. London.

Wilson, Jason. 2006. *3G to Web 2.0? Can Mobile Telephony Become an Architecture of Participation?* *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Sage Publications.

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

Lindholm, Christian; Keinonen, Turca; Kiljander; Harri. 2003 (editors). *Mobile Usability. How Nokia changed the face of the mobile phone*. McGraw-Hill. New York.

Steinbock, Dan. 2005. *The Mobile Revolution. The Making of Mobile Services Worldwide*. Kogan Page. London.