

Noves tecnologies Creació de serveis entorn d'Internet i la telefonia mòbil



Fernando Núñez i Pere Cals a la seu de l'empresa Mobile for Media Interactive, a Barcelona ■ TAUMH

Mobile for Media fa del vídeo una eina de relació

TELEVISIÓ 2.0 • La firma barcelonina crea una nova plataforma per publicar i distribuir continguts audiovisuals **CORPORACIONS** • Vol que les empreses utilitzin aquest model com a eina de relació amb el seu conjunt de clients

Jordi Garriga
BARCELONA

El fenomen YouTube, la xarxa de les imatges, més enllà de la difusió d'imatges, ha servit per donar idees sobre noves aplicacions, tot jugant amb la complicitat que poden mantenir Internet i la telefonia mòbil, com ha fet la firma Mobile for Media Interactive.

Aprofitant l'avinentsa del Congrés 3GSM, Mobile for Media ha presentat el seu concepte tecnològic Televisió 2.0, una plataforma que ha de servir per distribuir continguts audiovisuals i serveis de xarxes socials, dins de la connexió entre Internet i el mòbil. Com explica el director i fundador de l'empresa, Fernando Núñez, "aquesta plataforma es basa en la idea que el vídeo per Internet ha de revolucionar les formes de comunicació entre les persones, anant més enllà del *videosharing* que planteja YouTube, per arribar a les relacions corporatives".

De fet, l'empresa ja ha mantingut contactes amb empreses del sector financer per proposar-los de dissenyar una eina de comunicació amb la qual poder explicar als seus clients a través de l'audiovisual productes com, per

exemple, una hipoteca inversa. Algunes obres socials de bancs i caixes ja han mostrat el seu interès per aquesta eina. De moment, Mobile for Media, per demostrar les possibilitats de la Televisió 2.0, ha obert a la xarxa la plataforma *phonki.com*, on l'usuari aficionat a la música pot escollir entre diversos canals i seleccionar cançons i clips musicals del seu gust. A més, té la possibilitat de descarregar-se'ls al telèfon mòbil.

Pere Cals, director de negoci de l'empresa, aclareix: "Phonki és molt diferent a YouTube, ja que fem un servei que s'adreça a un públic concret, que s'interessa per la música, i a més es donen a l'usuari grans possibilitats d'interactuar, ja que pot enviar comentaris".

Núñez afegeix que Phonki també es distingeix pel fet que hi ha un treball de disseny i redacció de la plataforma que la diferencia clarament de les altres: "aportem una nova gestió del contingut, mantenim el servei viu, i els nous continguts que es reben cada dia s'han d'ordenar." A Mobile for Media creuen que projectes d'aquesta mena s'han de sostenir amb la creació de bases de dades i que funcioni la complementaritat entre text i vídeo. També és important facilitar la descàrrega

al mòbil, i per això cal canviar el format del vídeo perquè pugui passar per un mòbil.

És clar que perquè tot aquest nou univers comunicatiu sigui una realitat, caldrà un cert alliberament del mercat. Com explica Cals, "el fet que encara no hi hagi tarifes obertes de mòbil, frena encara la interacció entre mòbil i Internet".

El fet que encara no hi hagi tarifes obertes de mòbil frena el creixement d'aquesta mena de serveis

Amb tot, afegeix que les expectatives són bones, ja que "el nostre mercat és el que mou més volum de SMS Premium, missatges que ofereixen una retribució, i això fa pensar que el públic es llançarà a les descàrregues d'aquests nous serveis, quan el marc tarifari sigui l'adequat". I fent més prospectiva, Núñez explica que aquests nous serveis multimèdia "s'adrecen a una generació que ara, encara per sota dels 18 anys, està més temps a l'ordinador que a la tele, i quant tingui poder adquisitiu es gastarà els diners en serveis a través d'Internet".

L'ambició de Mobile for Media

és traslladar aquest model al mercat corporatiu, i fer de la transmissió de contingut audiovisual "la futura forma de comunicar-se entre la companyia i els seus clients".

El model de Televisió 2.0 té, és clar, moltes altres possibilitats, i Mobile for Media vol introduir-lo en mercats d'empreses que ja posseeixen els seus continguts: productores de cinema i vídeo; discogràfiques; canals de televisió; agències de publicitat; operadors de telefonia; companyies que gestionen els drets de televisió del futbol, etc. Un altre segment de mercat que pot ser interessant és el de la comunicació, i Mobile for Media ja treballa amb un grup de comunicació de fora de Catalunya per crear una televisió a través d'Internet. Pere Cals avança que volen "explorar les possibilitats de treballar en aquest segment a Catalunya".

Mobile for Media Interactive es va fundar el 2005, i el 2006 es va llançar plenament al desenvolupament de la Televisió 2.0, després d'haver-se dedicat a l'estratègia tecnològica. Enguany és previst que l'empresa assoleixi els seus primers ingressos significatius, que podrien arribar als 100.000 euros. L'empresa preveu assolir l'any vinent un volum de negoci de 500.000 euros. ■

Cinc
cèntims

Els vols entre Madrid i Barcelona van créixer un 1% el 2006

Un total de 46.491 vols van ser operats l'any passat entre Madrid i Barcelona, cosa que suposa un increment de l'1% respecte al 2005. La ruta, a més, va ser la primera connexió aèria entre dues ciutats del món, segons les dades del Consell Internacional d'Aeroports. La segona connexió per nombre de vols va ser l'any passat la Milà-Roma, amb 26.696 operacions, i el tercer trajecte va ser entre Barcelona i Palma, amb un total de 20.579 vols.

SAS presenta dimarts l'ERO per tancar la planta d'Abrera

El grup de components d'automoció SAS, que subministrava a Seat fins fa uns dies el tauler de control dels models Ibiza i Córdoba, presentarà dimarts l'expedient de regulació d'ocupació (ERO) per tancar la seva planta d'Abrera (Baix Llobregat), on treballen uns 300 treballadors. Dimarts també està previst que els sindicats i els representants de l'empresa es reuniran per començar a negociar les extincions dels contractes dels treballadors.

El president de la patronal alemanya de l'automòbil dimiteix

El president de l'Associació de la Indústria de l'Automòbil Alemanya (VDA), Bernd Gottschalk, va dimitir ahir després de les crítiques rebudes per no haver defensat prou la contribució dels fabricants a la protecció del medi ambient i, més concretament, la reducció d'emissions de CO₂. Gottschalk ha sigut el president que més temps ha estat al capdavant de la patronal alemanya dels fabricants d'automòbils, ja que ostentava aquest càrrec des de l'any 1996.

La fira alimentària de Tòquio acollirà 15 empreses catalanes

Un total de 15 empreses catalanes participaran entre dimarts i divendres que ve en la fira Foodex de Tòquio, la tercera major mostra del món d'aquest sector i primera de la regió d'Àsia-Pacífic. Les empreses catalanes estaran al pavelló oficial espanyol, acompanyades d'altres 91 companyies de l'Estat. El vi, l'oli d'oliva, el pernil, el cava i el formatge seran els productes estrelles del pavelló espanyol, que tindrà una superfície total de 1.066 metres quadrats.