

TECNOLOGÍA

Steve Jobs dijo: ¡Hágase el 'iPad'! Y así fue como se escribió un nuevo hito en la historia de la tecnología. Según algunos expertos, la llegada del último producto de Apple será el inicio de una nueva categoría de gadgets de consumo, ligeros, táctiles y atractivos. Aunque **OTROS TEMEN QUE SEA UN FIASCO**



¿A QUIÉN NO LE GUSTA EL IPAD?



¡TRAÉME EL IPAD! Las editoriales tradicionales ven en las ediciones digitales su tabla de salvación, aunque tengamos que cambiar algunas de nuestras costumbres.

La madrugada del pasado 3 de abril, un puñado de incondicionales decidió dormir al raso frente a las tiendas Apple de Estados Unidos con tal de ser los primeros en adquirir un *iPad*. Fueron recompensados con cafés y aplausos de los empleados, y en la cola de la tienda de Palo Alto, California, incluso con la presencia de Steve Jobs. El resultado son 300.000 unidades vendidas en el primer día. Un auténtico hito si pensamos que el *iPhone*, probablemente el *gadget* más influyente de la última década, “solamente” vendió 270.000 unidades en su primer fin de semana.

Quizá sorprenda que se hable del lanzamiento de un *gadget* como si fuera el estreno de una súper producción de cine. Pero se acerca mucho. Meses atrás, el 27 de enero, a las 10 de la mañana en EEUU, el mundo de la tecnología dejó de respirar por un instante, pendiente de lo que sucedería en Cupertino. Apple había convocado a esa hora otro de sus magnos eventos, y la simple posibilidad de un nuevo dispositivo había hecho correr miles de rumores; desde *The New York Times* hasta el último telediario local abrieron sus ediciones con esta noticia. De la chistera de Steve Jobs salió, esta vez, el *iPad*; no ya un nuevo producto, sino una nueva categoría de producto.

JOBS, EL PROFETA

En el año 2000, Bill Gates predijo que en 2005 los Tablet PC serían los dispositivos de consumo más extendidos. Erró el tiro por 5 años; incluso erró el formato, porque no hablamos exactamente de *tablets*. Pero no andaba desca- □



REGRESO AL FUTURO. En 1979, Apple comercializó *Graphics Tablet*, la primera tableta gráfica de consumo, pero tuvo que retirarla porque creaba interferencias de radiofrecuencia. *Koala-Pad* (derecha) en 1984 sí logró el éxito.

'Brothers in Arms'

Apple no estará sola en este viaje. Pronto habrá un batallón de rivales del 'iPad'



LENOVO 'IDEAPAD U1'

Impresionante equipo portátil de Lenovo con pantalla extraíble, equipada con su propio procesador para aumentar las posibilidades de movilidad.

HP 'SLATE'
Steve Ballmer prefirió armarse con él en el CES de enero, en vez de con el *Courier*. De acabado espectacular, promete una experiencia más abierta que la del *iPad*.



Los primeros usuarios en EEUU se quejan de problemas en la conexión de su antena WiFi

Quizá Microsoft no se decidiera a lanzar su *Courier* porque no lo tenía listo, pero HP sí tenía a punto su nuevo *Slate* desde principios de 2010, cuando lo llevó al CES de Las Vegas. Sin embargo, prefirió esperar a ver qué iba a hacer Apple con su nuevo producto. Otro de los rivales del *iPad* que pronto invadirá el mercado y que, Jobs mediante, permitirá bajar los precios, es el *IdeaPad U1* de Lenovo. A primera vista es un simple portátil, pero la pantalla está equipada con su propio procesador, y se puede utilizar separada del "cuerpo". Se trata de una evolución de los PC con pantalla táctil giratoria.

¿REALMENTE NECESITAS UNO?

La pregunta, retórica, se la hizo Steve Jobs en la presentación del *iPad*. Pero ¿realmente hay sitio para una nueva categoría? El *iPad* se encuentra en un terreno indefinido, a medio camino entre un *smartphone* y un *netbook*, y al consumidor a menudo le cuesta acostumbrarse a nuevos tipos de producto. Y es más, piénsalo fríamente: ¿realmente necesitas un dispositivo como este? En el mundo post *iPhone* cuesta decir que Apple se arriesga con un producto que no hace "nada especial" que no hagan otros (en algunos casos, mejor). Ya aprendimos con su teléfono que el equipo de Jobs es especialista en crear *gadgets* con un no se qué, que despierta pasiones irracionales.

Han pasado más de diez años desde que Apple tuvo su último gran fiasco con *Newton*, una especie de ordenador de bolsillo muy avanzado para aquella época, y que nunca cuajó. Pero diez años son toda una vida en el mundo de la tecnología. Los *smartphones*, táctiles y cada vez más potentes, y los *netbooks*, pequeños y con funciones ajustadas □



JOO JOO. Ha sido denunciado por copiar el *CrunchPad*, un prototipo creado por la web *TechCrunch*. Especial para navegar.



MICROSOFT 'COURIER'. "El diario digital de Microsoft", según lo bautizó *Engadget*. Un dispositivo plegable de menos de medio kilo, sin fecha de venta.

□minado. Ante la salida del *iPad*, sin embargo, se mostró escéptico: "Soy un gran creyente de la lectura táctil y digital, pero todavía creo que una mezcla de voz, lápiz y teclado real -en otras palabras, un *netbook*- será la corriente dominante en este sentido", afirmó Gates en una entrevista de *Bnet*.

Quizá tenga que ver el hecho de que Microsoft tiene en cartera *Courier*, un producto con el mismo perfil del que solo admiten que es una filtración (que publicó *Engadget.com*) sin fecha de

comercialización. Un problema de la estructura de gigante de Microsoft.

Apple lo tiene mucho más claro. Ha conseguido mucho más con un *portfolio* de productos muy pequeño. Sus eventos son una rentabilísima operación de marketing, y apenas media tiempo entre el anuncio de un producto y su lanzamiento real, cuando todavía está la sangre caliente. Hasta los más acérrimos enemigos de la compañía reconocen que el mercado baila al ritmo que marca mister Jobs.

Todo lo que podrás (y no) hacer con él

Jugar, leer (sin la tinta electrónica que no cansa la vista), navegar (abstenerse Flash), ver películas y videos, escuchar música y disfrutar de aplicaciones al estilo 'iPhone' (siempre a través de Apps Store).



VÍDEO

Reproduce video con una resolución de hasta 1.280 x 720 px y 30 fotogramas por segundo. Admite H.264, m4v, mp4, mov. y la entrada de señales de audio y video mediante un adaptador de conector de dock. Tiene un enlace directo a los videos de YouTube.



No podrás ver videos en Flash (no lo soporta), ni visualizar nada que tengas en un *pendrive*, pues no tiene ranura USB.



LECTOR DE EBOOKS

Una sus grandes bazas, al menos en EEUU, es la tienda de libros. *iBooks* se descarga como aplicación gratuita en la *App Store* y permite comprar libros y periódicos, además de dar acceso a publicaciones gratuitas.



Tiene una pantalla LED retroiluminada, como la de un PC, y no una de tinta electrónica, que permite leer sin que se cansa la vista.



SUS GRANDES DEFECTOS

- No soporta multitarea.
- Su versión básica no tiene 3G
- Ausencia de ranura USB.
- No incorpora *Flash*.
- No tiene cámara de fotos.
- Problemas de conexión WiFi

AGENDA. Sencillas aplicaciones de Notas, Calendario y Contactos.

MAPAS. Servicio de rutas y mapas con Street View.



APLICACIONES

Con el paquete de desarrollo que la compañía lanzó el día de su anuncio, los programadores pueden crear aplicaciones específicas para el dispositivo. Según Apple, podrás disfrutar de 150.000 aplicaciones..



Muchas de las aplicaciones disponibles son heredadas del *iPhone* y deslucen en pantalla grande.



MÚSICA: ITUNES/IPOD.

Realiza las funciones de un *iPod* con el reproductor *iTunes*, que da acceso a la tienda de Apple. Es posible conectarlo al PC o al Mac para sincronizarlo.



No podrás hacer otra cosa mientras oyes música. Solo la escucharás a través de *iTunes*.



SAFARI

Navegador de internet.

MAIL

Gestor de correo electrónico.

FOTOS

Visor de imágenes.



TAMAÑO: 189,7 X 242,8 MM
GROSOR: 13,4 MM
PESO: 680 g Wi-Fi / 730 g Wi-Fi + 3G

PANTALLA: Multitáctil LED IPS retroiluminada de 9,7 pulgadas, resistente a huellas dactilares.

Los gurús hablan de él

Consultamos a seis expertos en tecnología. ¿Será el 'iPad' el rey de un mambo llamado 'gadget' o solo una 'máquina tragaperras' más?



ANTONIO ORTIZ
Director de Weblogs y autor de error500.com

“Estoy convencido de que ofrecerá una experiencia de usuario notable y de que buscará ser la llave para un montón de mercados”



ENRIQUE DANS
Profesor de Sistemas de Información en IE Business School y autor del blog enriquedans.com.

“Dentro de unos meses, las críticas al iPad nos parecerán tan ridículas como los comentarios que se hicieron sobre el iPhone y el iPod”



CHEMA LAPUENTE
Director de tuexperto.com y del programa *SER Digital*

“Espero la llegada de pantallas tan seductoras, pero más económicas, abiertas, potentes y libres que esta máquina tragaperras”



NACHO PALAU
Fundador de la web microservos.com

“Será lo más parecido a la inmediatez y facilidad de uso que ofrece la televisión (o el móvil), pero aplicada al acceso a internet”



ÍCARO MOYANO
Director de comunicación de la red social Tuenti

“La vocación del iPad es la de convertirse en una puerta doméstica de acceso sencillo a los vértices que articulan internet”



FERNANDO BERLÍN
Creador de radiocable.com y experto en internet

“Es probable que impulse el mercado de los libros electrónicos y a los periódicos y medios online a adaptarse a su forma de uso”

TECNOLOGÍA

Apple no hace estudios de mercado, solo dicta qué deseáis en el futuro

□a la movilidad, parecen haber abonado la aparición de un nuevo concepto de *gadget*. Ya en el mes de junio de 2009, Intel y Nokia hablaron de “una nueva clase de dispositivo de informática móvil” como objetivo para el fruto de su acuerdo de desarrollo conjunto. Apple es un verdadero experto en crear nichos de mercado. Según *Time*: “Nunca pregunta a los usuarios qué quieren. Él es quién les dice qué deseán en el futuro”. Y ha vuelto a hacerlo. Prácticamente todos en la industria están tanteando el terreno para sacar su propuesta, que, aunque intentarán que tenga su propia identidad, aprovechará el tirón provocado por Apple. Incluso los *netbooks* y los *smartphones* sufrirán cambios para enfrentarse al nuevo rival. Pero los verdaderos convalidados de piedra a esta fiesta serán los fabricantes de *e-books*.

¡TIEMBLA, AMAZON!

Y es que uno de los mayores éxitos del *iPad* en su lanzamiento en EEUU ha sido su capacidad como lector de libros electrónicos y la tienda de *e-books* asociada. Los 250.000 títulos descargados solo en el primer día son innegables. Y eso que la pantalla del *iPad* es retroiluminada, como la de un PC, y no de tinta electrónica, como la de los *eReaders*, que permite leer sin cansar la vista. Apple ha mantenido tan en secreto su estrategia en España en este sentido que al cierre de esta edición (a dos semanas del lanzamiento), no se sabe qué contenidos habrá. Ni siquiera confirman si existirán desde el principio, aunque sí que los habrá “a lo largo del año”.

Pase lo que pase con el *iPad*, no sería justo darle a Apple todos los laureles, porque el mercado evoluciona gracias a todos. Pero tampoco sería justo negarle su papel de motor tecnológico. El *iPad* ha llegado, y parece que a quedarse. ■

Rafael Claudín

B

¿El 'iPad' es un acierto o un timo?

Queremos que nos des tu opinión. Entra en el *Blogobate* con nuestros expertos en: www.quo.es

