

Fue presentado ayer por Apple:

iPad, la mezcla entre iPhone y *notebook* que cambia la forma en que usamos el computador

El nuevo aparato tiene el mismo sistema operativo que los teléfonos de Apple, pero mayor potencia de procesamiento y gráfica. Abre nuevas perspectivas hasta en el campo de la educación. En Chile, los primeros aparatos comenzarán a llegar en marzo.

Adiós al mouse

El iPad representa una nueva forma de interactuar con el computador, creen los expertos.

"Las manos comienzan a ser centrales y ya no sólo se usan para sostener el dispositivo, sino que permiten mover, modificar y trabajar con los objetos sobre las pantallas. Es lo más cercano a estar tocando aquello con lo que trabajamos. Eso es un cambio relevante que deja obsoleto el teclado y el mouse y le da mucha libertad al usuario", dice **Juan Carlos Camus**, experto en usabilidad e interfaz de usuario y fundador de **Usando.info**.

Su opinión es compartida por Rodrigo Gómez de Apple: "Le estamos devolviendo a la gente la posibilidad de usar sus manos para trabajar, tal como lo hacían cuando niño".

"El hecho de tocar los objetos en la pantalla lo hace muy intuitivo, creo que es el avance más interesante. De ahora en adelante, tendrá más sentido el uso de objetos tridimensionales en las interfaces, ya que se pueden 'tocar' con las manos", señala Camus.

Eso sí, cree que hay que probar cuánto calor genera, ya que será un dispositivo que siempre estará en las manos del usuario. Además hay que comprobar la real duración de la batería y su capacidad de interacción con otros dispositivos.



ALEXIS IBARRA O.

Con su tenida habitual —jeans y polerón negro—, Steve Jobs, el presidente de Apple, se paró en el escenario del Yerba Buena Center, en San Francisco, para presentar lo que según él no es un computador, sino la mezcla perfecta entre un teléfono inteligente y un computador portátil, el nuevo iPad.

El aparato promete una nueva forma de relacionarse con las máquinas, más sencilla e intuitiva, y abre nuevas perspectivas en campos tan diversos como la lectura, los videojuegos y la educación (ver notas relacionadas).

Con su conocido tono mesiánico, Jobs dijo que estamos en presencia de esta nueva categoría de aparatos (no quiere hablar de una tablet). De hecho, el nuevo iPad tiene la estampa de un *notebook*, pero usa el sistema operativo de un teléfono. Lo bueno es su facilidad de uso; lo malo, que limita su rendimiento, ya que no se podrán usar varias aplicaciones a la vez.

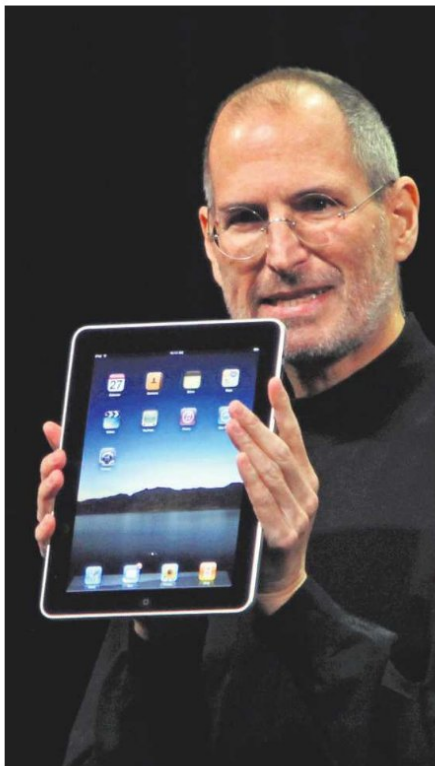
El iPad es delgado y liviano (pesa 680 gramos y mide 1,3 cm en su parte más ancha). Posee una gran pantalla de 9,7 pulgadas, que es multitáctil, lo que permite usar los dedos para trabajar con ella. No sólo el dedo índice, sino varios a la vez, lo que posibilita agrandar y achicar aplicaciones haciendo un movimiento sobre la pantalla, o escribir en un teclado virtual.

Multipropósito

En la presentación mostraron una aplicación llamada iBooks, que permitirá descargar y administrar libros electrónicos. "Es similar al iTunes, en el que puedes comprar música, pero acá lo haces con los libros", dice Rodrigo Gómez, gerente de Apple para Latinoamérica. Hay acuerdos ya con cinco grandes casas editoriales y un libro podría costar cerca de US\$ 15 en promedio. Un desafío directo al lector Kindle, de Amazon.

Además, resaltaron sus capacidades para usarlo como un equipo de trabajo. Crearon una versión especial de iWorks que trae hoja de cálculo, procesador de texto y un programa para crear presentaciones. Cada aplicación se vende por separado en US\$ 10.

"Después de los libros, los juegos son las aplicaciones que más se desarrollan para iPod",



DOS VISIONES.— Para algunos es sólo un iPhone Touch más grande, pero para Steve Jobs es una nueva categoría de aparatos, más avanzados, revolucionarios y mágicos.

dice Rodrigo Gómez. Por eso, el flamante iPad pone énfasis en las posibilidades de jugar moviendo el aparato o con los dedos. Hay 14 mil aplicaciones del iPod que son compatibles con iPad, pero crearon un *kit* para desarrolladores para que hagan sus aplicaciones explotando todas las posibilidades de la nueva máquina.

Una ventaja importante es el costo: iPad costará desde US\$ 499 (su versión de 16 GB), mientras que las versiones de 32 GB y 64 GB tendrán un valor de US\$ 599 y US\$ 699, respectivamente. Todos ellos vienen con Wi-Fi.

Otras versiones, que incluyen además banda

ancha móvil, costarán US\$ 629, US\$ 739 y US\$ 829, según su capacidad en el disco duro.

Rodrigo Gómez dice que los primeros iPad con Wi-Fi llegarán a Chile en marzo, mientras que los que incluyen tecnología 3G llegarán en junio, dependiendo de cómo se negocie con operadoras de telefonía móvil.

Desafío a Amazon

Si bien Jobs agradeció a Amazon —el fabricante del lector de libros digitales Kindle— por lograr que la gente se interesara por los libros electrónicos, el lanzamiento del iPad es una dura competencia para ellos.

Hugo Martínez, director de Educación en Arquimed y ex director de Enlaces, cree que el iPad es más multi-proósito que el Kindle.

"Está pensado para un segmento más joven, que consume más multimedia", dice. Para el educador, más importante que las características del aparato es cómo Apple logra crear una gran biblioteca digital. "Hay que ver qué tan nutrida y diversa será su librería y eso tiene que ver con el modelo de negocio que logrará acordar con las editoriales". En ese sentido, cree que Amazon lo ha hecho bien con sus 350 mil libros a disposición de los usuarios.

Martínez cree que el aparato tiene potencialidades educativas: "Si yo tuviera que entregar computadores gratis para los alumnos ésta sería una opción atractiva".



Jugar con el dedo

En el lanzamiento, Apple se esmeró en mostrar las capacidades gráficas del aparato. Tanto GameLoft (desarrollador de juegos para celulares) como Electronic Arts (que crea juegos para computadores) demostraron títulos para el iPad, donde se puede mover el aparato de un lado a otro o jugar con el dedo.

Alejandro Alaluf, director del Diplomado de Videojuegos de la Universidad Mayor, cree que el iPad no reemplazará a las consolas y que, en realidad, no aporta mucho al campo del entretenimiento electrónico. "Se pueden jugar los mismos juegos que un iPhone, pero con mejor resolución y pantalla más grande". Alaluf cree que hay ciertos juegos que necesariamente necesitan un *mouse* y un teclado, por lo que no todas las categorías de juegos serán aptos para este aparato.

El experto cree que Apple, en alianza con los desarrolladores, deben explotar las capacidades multitáctiles del aparato y crear una nueva categoría, que además ponga énfasis en el juego en línea.



¿El diario 2.0?

En la demostración, sorprendieron con una versión especial del The New York Times creada especialmente para el iPad. Conservaba la esencia del periódico, pero en vez de fotos poseía videos que se movían al hacer clic con el dedo. Tal como los diarios que aparecen en la película "Harry Potter".

"Yo estoy suscrito a la versión digital del The New York Times, y por \$6 mil mensuales recibo todo el diario. Y no es como verlo en la web, es una sensación muy similar a la que da el diario en papel", dice el académico de la Universidad Católica, **Eduardo Arriagada**.

Quedó sorprendido al ver la versión para iPad. "Lo que tú compras en el diario es una experiencia de lectura y una jerarquía, que te digan qué es lo más relevante, y acá se logra muy bien", dice.

Está de acuerdo con la aseveración de Steve Jobs, quien dijo no entiende el futuro de los medios sin el iPad: "Apple tiene a 75 millones de clientes que usan su tarjeta de crédito, todos ellos son potenciales clientes dispuestos a pagar por una suscripción a un periódico de calidad. Además, hay que pensar que el 75% de los costos de producir un diario son atribuibles a la impresión y la distribución. Acá, esos gastos se eliminan y se pueden conseguir mejores precios para los clientes".



Algunas características destacadas



Un teclado virtual aparece en la pantalla táctil. Además se puede conectar a uno externo.



Permite administrar fotos con una interfaz similar a la del iPod Touch.



En el iPad se pueden reproducir videos de alta definición.



Incluye iWork, una especie de Office adaptado especialmente para el aparato.



Así es la interfaz para leer los libros digitales. Las hojas se pasan con los dedos.

242,8 mm



Capacidad
16GB, 32GB, o 64GB.

Peso
680 a 730 gramos.

Pantalla
Multi táctil, de 1.024 por 768 píxeles y resolución de 132 píxeles por pulgada. Tiene una cubierta resistente a las huellas y grasa.

Batería
Dura unas 10 horas navegando en internet vía Wi-Fi, mirando videos o escuchando música.

Conectividad
Habrá un modelo Wi-Fi y otro que adicione banda ancha móvil 3G. Ambos incluyen Bluetooth.

Precio
Desde 499 dólares (255 mil pesos chilenos).

EL MERCURIO

Reacciones:

Medios internacionales tienen opiniones divididas

Los medios mundiales siguieron de cerca el lanzamiento. Un enviado especial del diario francés Le Figaro probó el iPad y dijo: "Ligero, agradable de llevar, el iPad se manipula tan fácil como un iPod Touch o un iPhone (...) y el navegador web es particularmente fluido".

La misma buena impresión tuvo The Times: "Los computadores tablets han existido desde hace más de una década, pero su forma nunca ha alcanzado gran popularidad (...). El nuevo dispositivo de Apple podría crear un nuevo mercado". Y el español El Mundo afirmó tajante: "Dentro de 60 días, Apple comenzará a

vender este dispositivo que lo tiene todo, o casi".

No todos fueron tan amables: Le Monde explica sus posibles defectos: "Tiene una elaborada puesta en páginas, y una pantalla más luminosa —y por lo tanto, más cansadora para los ojos— que las de sus competidores".

En tanto, la revista especializada PC World fue crítica: "Esta no es la segunda venida, es sólo un iPod Touch grande". Asimismo, el experto tecnológico de The New York Times, David Pogue, escribió: "Como el iPhone, el iPad es realmente una herramienta. Puede cambiar una industria o dos, o quizás no".

Una década de lanzamientos que han marcado tendencia

2001: EL IPOD

Antes del iPod había reproductores de música digital portátiles, pero este dispositivo cambió la forma en que el usuario se relacionaba con sus archivos musicales. Permitted almacenar una cantidad hasta entonces impensada de música y su complemento con el programa iTunes facilitó la administración de las colecciones de los usuarios. Además, revolucionó la forma de venta de la música, ofreciendo canciones por menos de un dólar. Su éxito es tal, que en 2009 se vendieron más de 53 millones de unidades en el mundo.



2007: EL IPHONE

Otro lanzamiento que marcó un hito fue el del iPhone y, sobre todo, de su modelo 3G que llegó al año siguiente para corregir las debilidades del primer teléfono inteligente lanzado por la compañía de Steve Jobs. Si bien la BlackBerry ya llevaba tiempo en el mercado, el iPhone fijó un nuevo paradigma de lo que se entiende con un teléfono móvil inteligente, con pantalla táctil, sistema operativo de muy fácil uso, múltiples aplicaciones y acceso a internet vía Wi-Fi.



2008: MACBOOK AIR

Steve Jobs sorprendió al mundo en enero de 2008 al sacar un notebook de un sobre. Era el MacBook Air, un computador ultradelgado pero no por ello con menos capacidad de procesamiento de datos. Un golpe a la catedral no sólo en términos de diseño, sino también por posicionar la portabilidad del equipo. Al no tener lectores de CD o DVD ni conectores externos, posicionó el concepto de un computador mucho más conectado y dependiente de internet, que ha sido explotado por los netbooks.