

CES 2008 en Las Vegas: Segunda Era Digital centrada en las redes sociales

HEBERTO ALVARADO/Las Vegas

El domingo 6 de enero Estados Unidos tenía la atención puesta en Las Vegas y en New Hampshire. Los medios de comunicación impresos y radioeléctricos tenían noticias y temas nuevos que explotar para la audiencia. En Las Vegas, durante el discurso de apertura del Consumer Electronics Show, Bill Gates se despedía de Microsoft, y en New Hampshire Barack Obama mostraba su fortaleza en la lucha por la nominación presidencial del Partido Demócrata para las elecciones de diciembre próximo. «El cambio llegó y estamos preparados para afrontarlo», decía el senador afroamericano, mientras en Las Vegas, Bill Gates, ante su inminente cesantía profesional, contaba cómo el propio Obama y la senadora Hillary Clinton descartaban la asesoría profesional de uno de los hombres más exitosos de la historia moderna.

A lo mejor, Bill Gates tenía algo que decirle a ambos líderes: soy necesario para su triunfo; aunque pareciera que ciertamente los demócratas tienen hoy día medio camino seguro para llegar nuevamente a la Casa Blanca. «No me parece que sea tan fácil», comentó un estadounidense (que estaba comiéndose un perro caliente mientras oía la charla del fundador de Microsoft). A mi manera de ver tanta promoción a Obama, haciendo énfasis en el cambio, incentivará al voto conservador, al voto republicano.»

Quizás por eso Bill Gates, en medio de su simpática despedida, le estaba ha-



ciendo esa propuesta al partido que aparentemente apoya. ¿Qué podría haberle propuesto el chairman de Microsoft? Seguramente una estrategia comunicacional distinta, basada en Internet y en el apabullante crecimiento de las redes sociales. Una campaña distinta, revolucionaria, que hubiese logrado la aprobación de la industria de la informática y la electrónica que se citó en Las Vegas para protagonizar el show tecnológico más importante del mundo.

En el CES se exhibieron diversos desarrollos, desde grandes televisores, y pequeños dispositivos, todos tenían algo en común: su vinculación con Internet, pero no para garantizar una simple conexión. La oferta de acceso estaba íntimamente asociada a una adecuación de la industria a una nueva cultura humana, primer gran resultado de la Sociedad del Conocimiento:

Las redes sociales.

Fue Las Vegas el espacio ideal para que la industria y la academia mostraran cómo están entendiendo esta nueva etapa, o, como la calificó Bill Gates, «La Segunda Era Digital». Quedó entendido que una red social no sólo es un espacio para que amigos coloquen fotos y compartan puntos de vistas en la red, pues, se están transformando

en verdaderas comunidades que asumen posturas, adquieren más conocimiento y pueden en determinado momento generar opiniones, impulsar cambios y/o enriquecer la investigación científica.

Fue por este auge de las redes sociales que ninguna empresa desestimó la oportunidad de desarrollar tecnologías para hacer más fácil el acceso a Internet y, por supuesto, desde cualquier dispositivo. Nokia, por ejemplo, exhibía sus computadores multimedia NSeries 95, de 8 gigabytes, y el N-810; Motorola hacia lo propio con sus celulares Z10 y el Rokr E8, equipos que exhiben almacenamiento para música, estilizado diseño y por supuesto acceso a Internet. Sony, que evidenció el éxito del BluRay, tuvo un espacio idóneo para demostrar toda la oferta integrada de sus plataformas Playstation 3, la alta definición

SIGUE

ahora píde
me
movistar

y las mejoras de equipos de bolsillo como el MyLo que ahora permite navegación web, facilidad de acceso a algunas redes sociales, conexión WiFi y también cámara fotográfica.

EL HOGAR, CENTRO DE LA ERA DIGITAL 2.0

Si bien las redes sociales centraron buena parte del show tecnológico, el hogar digital tuvo en Las Vegas su acercamiento más acelerado a la casa de los Supersónicos, aunque no podamos concebir aun carros eléctricos que vuelen, sí están cercanos los días del software como centro del quehacer familiar. Microsoft, por ejemplo, hizo una apuesta visionaria. En todas las columnas del Centro de Convenciones de Las Vegas, había publicidad de la corporación que llamaba a aclarar las dudas sobre un nuevo desarrollo de software: El Windows Server Home Edition, plataforma diseñada para hacer sencillo el manejo tecnológico dentro de los hogares, es decir, llevar la tecnología de los servidores a las casas. Para la empresa, lejos de ser un riesgo, es una inversión a corto plazo. Es evidente la explosión de las redes sociales, como también lo es el crecimiento del número de usuarios de computadores, celulares inteligentes. Explicaban sus expertos, quienes también calificaron que al ser el hogar el sitio de trabajo de muchas personas, y ser una tendencia cada vez más practicada, se incrementa el número de tareas que está ejecutando el software en la casa.

Todas estas tareas, fueron exhibidas por Microsoft en el CES. En este patio la corporación colocó tres stands. En uno de ellos colocaron la Casa del Futuro, muy similar a la que tiene Hewlett Packard en Palo Alto. En ella, software y hardware se integran para encender luces, colocar temperatura ambiente, calentar alimentos, activar televisores, descargar películas de Internet y grabar y almacenar programas de televisión. Es este hogar digital confluencia de aplicaciones tecnológicas para jugar.



dores, adictos a la música, al trabajo. Software y hardware se integraron para que en el mismo momento que quieras adecuar las luces de tu casa, puedas calentar alimentos o saber cómo está el clima e informarte de lo que sucede en el mundo o en la aldea comunal.

Tanta acción dentro de la casa que Microsoft entendió o incentiva a que se entienda, desde luego demuestra el porqué es necesario tener servidores para el hogar digital. ¿Consumirán más o menos energía? Eso se sabrá después.

Pero Microsoft, fiel a sus principios de adecuación, también apostó en Las Vegas a sus otras plataformas de software y de hardware. El Windows Media Center, el Xbox Life, y el Live Messenger, fueron constantemente destacados por los voceros de la corporación. Hacer fácil el uso de las aplicaciones, motivar el deseo de compartir experiencias y estrechar los la-

zos humanos, fueron las estrategias. ¿Cómo lo lograrán? Integrando sus desarrollos y aprovechando el éxito de otros. En diciembre se vendieron 17,7 millones de consolas, que ahora son el *set up box* del Media Center, opción que le permitirá a la consola mantenerse por encima del PlayStation 3 y seguir compitiendo con el Nintendo Wii. Se demostró que ahora un Xbox360 no es sólo una consola de videojuegos.

Donde el camino para Microsoft puede estar más confuso es con su dispositivo Zune. El pro-

pio Bill Gates, en su discurso en la apertura del CES, nombró por lo menos cinco veces al iPod y al iPhone, reconoció el dominio de Apple en este sector y limitó sus expectativas a decir que han tenido 1.2 millones de ventas en un año de vida.

El otro gran mercado al que Microsoft apuesta es al de los videojuegos, lucrativo negocio que le ha permitido a la corporación tener desarrollos que ya se aprecian como clásicos, como el caso de «Halo 3», que para septiembre de 2007 ya había registrado más de 8 millones de copias vendidas.

Como centro de todo este despliegue Microsoft apostará a Windows Vista como sistema operativo. La empresa, a pesar de las críticas que tuvo el software en su primer año de vida, estima que los mejores tiempos de Vista están por venir, creen en Microsoft que todo comienzo es duro, sobretodo, porque se lucha contra la

DIGITEL CSQ
únete tú también

RF-1-30408571-3

LA RED GSM QUE SÍ FUNCIONA

Con tu 412 te comunicas en todos lados



costumbre. Algo similar ocurrió en el pasado, cuando los usuarios preferían Windows 98 al XP. Sin embargo, en su primer año de vida Vista ya está en 100 millones de hogares en todo el mundo y es compatible con más de 43 mil dispositivos.

Otro gran escenario que visualiza Microsoft está en la Televisión IP. Su plataforma Media Room, que camina a ser la más utilizada, se adecuará a las necesidades de la era digital y de la alta definición. Para el despliegue de la IPTV y de la oferta televisiva, Microsoft apuesta a las alianzas. Por eso, se adelantó a muchos competidores y ahora es el socio principal de NBC Universal para las transmisiones de los Juegos Olímpicos de Beijing 2008.

Ambras empresas establecerán un nuevo estándar en emisiones por Internet en vivo y bajo demanda, será ofrecido a través de MSN y se llamará NBCOlympics.com. Los espectadores en línea tendrán acceso a más de 3.000 horas de contenido por solicitud, sin importar si tienen siete aficionados o siete millones de personas conectadas a la misma transmisión. NBCOlympics.com estará disponible de forma gratuita y será potenciado por la tecnología Silverlight de Microsoft, un complemento multi-navegador y multi-plataforma para ofrecer experiencias de video de alta calidad en la Web.

Además de estos acuerdos, Microsoft también apostará a otras alianzas con empresas del Broadcasting, en el CES anunciaron que programas de ABC Television y Disney Channel formarán parte de la programación de Xbox Live y estarán disponibles para descarga directa a las consolas Xbox 360. Además, MGM ofrecerá su biblioteca de reconocidas películas. Todos los miembros de Xbox Live en los EEUU tendrán acceso a programas y películas selectas de ABC Television Network, ABC Family, ABC News, Disney Channel y Toon Disney. Se ofrecerán más de 500 horas de contenido, tanto en defi-



nición estándar como en alta definición donde esté disponible, y que incluyen aclamados programas de ABC como «Lost», «Grey's Anatomy», «Ugly Betty» y «Desperate Housewives». Programas tanto pasados como actuales de ABC estarán disponibles bajo demanda, con los nuevos episodios haciéndose disponibles mediante este servicio el día después de su emisión al aire por televisión.

Metro Golden Meyer también se suma a los acuerdos, el Xbox 360 ofrecerá descargas bajo demanda de la legendaria biblioteca de películas de MGM incluyendo títulos como «Rocky», «Terminator», «Legally Blonde», «Silence of the Lambs» y «Barbershop». United Artists, una empresa aliada de MGM, también pondrá una

selección de películas a disposición bajo demanda.

Al tener más de 10 millones de miembros y más de 3.500 horas de contenido premium descargable Xbox Live y la consola Xbox 360 se establecerán, según Microsoft como las plataformas líderes para las descargas directas de TV y películas, lo que incluye experiencias impactantes de alta definición en su TV.

Microsoft también apuesta a que su sistema Surface tenga en el futuro un espacio relevante en el hogar digital. La tabla sensible al tacto y 100% digital fue muy vista en Las Vegas, los exhibidores

de este dispositivo no se cansaban de demostrar sus bondades. Su capacidad para hacer fácil el almacenamiento de información, su completa adaptación a otros dispositivos como celulares, cámaras digitales. Surface, sin dudas, ahora sí tiene más sentido que en 2007, cuando hizo su debut.

EL HARDWARE ES INDISPENSABLE

¿Cómo hacer que todo lo que el software hace, sea aplicable? Sin dudas con mucho poder de cómputo. Por este motivo la exposición de Paul Otellini, CEO de Intel, era tan esperada. En su exposición no faltaron los comentarios a favor de la legendaria «Ley de Moore». Al reconocer cómo Internet seguirá irrumpiendo en la cultura humana, hizo una apuesta: «conforme los teléfonos, los televisores y otros dispositi-

Desca
The Networking Company
www.desca.com

“Hasta Octubre del 2006 DESCA es el primer Partner de Cisco en Latinoamérica que logra alcanzar todas las Certificaciones Advance.”

Solo 8 compañías en el mundo obtienen estas certificaciones y somos parte de este grupo.



Gold
Certified
Partner

Advanced Wireless LAN
Advanced Routing & Switching
Advanced Security
Advanced Unified Communications

Constante evolución para los negocios de hoy

tivos se conecten a Internet y adquieran más características computacionales, los microprocesadores y los beneficios de la Ley de Moore adquirirán mayor importancia que nunca antes». Por esto, no dudó en señalar que estamos a mitad de la más grande oportunidad de redefinir la electrónica de consumo y el entretenimiento desde la aparición del televisor, pues, a su entender, cada vez se acercan más las computadoras y las comunicaciones, incorporando un nuevo nivel de capacidades e inteligencia a la experiencia de Internet. «Internet personal de mañana estará a su servicio, proporcionándole la información que desea, cuando la desea, como la desea, donde quiera que se encuentre».

Y es por eso que Intel aprovechó el encuentro en Las Vegas para exhibir sus nuevas tecnologías; el propio Otellini anunció nuevos chipset creados para el nuevo hogar digital y, por supuesto, para ese mundo ultra móvil que apenas comienza a nacer.

Demostró por primera un sistema-en-un-chip (*system-on-a-chip*), con nombre código «Canmore», para una nueva generación de decodificadores, reproductores multimedia y televisores. Esto permitirá una fácil migración de aplicaciones y servicios de Internet a televisores, ofreciendo experiencias interactivas enriquecidas para complementar los programas de televisión tradicionales.

Canmore estará disponible en la segunda mitad de este año y combinará un poderoso núcleo de procesador de clase PC con procesamiento de audio y video dedicado de avanzada (1080 pixels para video y sonido envolvente 7.1); además tendrá una unidad de gráficos en tercera dimensión para interfaces de usuario y juegos en línea de vanguardia, aparte de tecnologías que permiten la retransmisión de televisión.

«La integración de varias funciones importantes en un chip (como computación, gráficos y procesamiento de audio y video)



ayudará a los dispositivos a hacer más cosas al tiempo de ocupar menos espacio y usar menos energía», dijo Otellini.

Al ver lo evidente -un mundo que se vuelve ultra móvil- con dispositivos conectados cada vez más pequeños y poderosos, consideró que predecía un futuro en donde los dispositivos móviles para Internet serían «el siguiente gran reto» en el terreno de la computación». Con esta visión, nada visionaria, Otellini preparaba el telón para anunciar que a mitad de 2008 iniciará la distribución de la primera plataforma de procesador y chipset de bajo consumo de energía diseñada para dispositivos móviles para Internet. Con el nombre código «Menlow», se compone de un chipset con un diseño de un solo chip, con nombre código «Pouls-bo»; y un

procesador con nombre código «Silverthorne», que viene en un paquete que es cinco veces más pequeño y consume 10 veces menos energía que los procesadores móviles de voltaje ultra bajo que se presentaron en el 2006.

HARDWARE, ALTA DEFINICION Y AUDIO DIGITAL

Si Gates y Microsoft demostraron que el software está listo para la Era digital 2.0 y Otellini e Intel hicieron lo propio con el hardware. La audiencia del CES estaba pendiente de lo que ofrecía la industria en materia de hardware. Fueron exhibidos cientos, quizás miles de dispositivos móviles, desde PC portátiles, celulares, PDA e híbridos entre portátiles y celulares. El gran reto era captar

la atención, el despliegue de todos era similar así como las bondades de muchos de los productos exhibidos. Todos, absolutamente todos los productos apostaban al entretenimiento y a la conexión a Internet, orientados en sistemas operativos móviles como Symbian y el propio Windows 6.0, todas las casas demostraban como sus aplicaciones permitían descargar y cargar imágenes desde y hacia sitios como Facebook, Flickr o Windows Live.

Además de esta apuesta al hardware pequeño o de bolsillo, hubo otra. Se relacionó con la alta definición, muchos de los stands del inmenso Centro de Convenciones de Las Vegas estuvieron repletos de televisores planos y de sistemas de audio y reproducción de videos. Sony,

interlink. internet

LA BANDA ANCHA ILIMITADA
MÁS RÁPIDA DEL MERCADO

DESDE Bs. 44.000
(s.r. 44)

LLAMA YA
0-500-INTER-00

INTERLINK INTERNET

Panasonic, Sharp y Toshiba coparon las escenas. Cientos de metros cuadrados, casi un 30% del majestuoso escenario estuvo destinado demostrar televisores, incluido en la lista el mega TV de Plasma de Panasonic de 152 pulgadas, un monstruo que hechizó a todos los visitantes al CES. Difícilmente se pueda tener este equipo en el hogar, pero en Las Vegas había que competir con algo atractivo: el tamaño sí importó.

LA CONEXIÓN INALÁMBRICA MATERIA PENDIENTE

A pesar de que la Era Digital 2.0 también se basa en la conectividad, sólo un espacio fue dedicado a exponer el desarrollo de las redes WiMAX. El único vocero que nombró la tecnología fue Paul Ottellini, de Intel, quien no escatimó comentarios a favor de este estándar. «WiMAX tiene ventajas, comparada con otras tecnologías de banda ancha inalámbrica, para conformar una red de Internet global. Mientras que otras tecnologías inalámbricas se encuentran aún en desarrollo, WiMAX está lista para implementarse hoy mismo. Casi 150 millones de personas estarán conectadas a través de WiMAX hacia el final de este año.»

Las palabras de Ottellini, si bien no fueron en respuesta a las acciones de Sprint y Clairware, empresa que en la víspera del CES habían metido un frenazo al despliegue de WiMAX en Estados Unidos, sí permitieron demostrar que aún hay escobillones para el crecimiento masivo de esta tecnología.

La propia Sprint Nextel prenderá sus redes WiMAX para comunicación tanto de voz y como de datos a finales de abril en Chicago (sede de Motorola), Washington y Baltimore. Ya decidieron su esquema de negocio: el único dispositivo que venderán serán las tarjetas WiMAX de conexión para equipos portátiles. No subsidiarán ningún dispositivo y tampoco amarrarán a sus clientes con contratos de larga permanencia.

Ocho hallazgos en el CES 2008



Navigon 7100, para una estupenda experiencia de navegación.



USB de **Yoggie Pico**, llave para PC con 13 aplicaciones de seguridad. Libera al PC de la carga de ese tipo de software.



Xacti E1, de Sanyo, la primera filmadora impermeable del mundo.



Quick Seek para iPod en los autos. Encuentra estaciones con mejor señal FM y permite apreciar el título de la canción y nombre del artista.



El proyector de **Prism 3c** permite alta definición en 106 pulgadas. Tiene sistemas de iluminación únicos en su clase.



Sentry Safe Fire-Safe, disco duro impermeable, incorpora una unidad USB 2.0 y 160 gigas.



iRobot para limpiar drenajes en forma fácil y segura, sin pánico a las alturas.



Powerline HD para conexión a Internet desde cualquier toma eléctrica sin sacrificar espacio valioso.

Alcatel-Lucent



Cuatro altos ejecutivos interpretan a Bill Gates: Microsoft obligado a adecuarse al nuevo mundo digital

HEBERTO ALVARADO/Las Vegas

En el recién finalizado Consumer Electronics Show, el tema de las redes sociales y la segunda era digital, postulada por Bill Gates, fueron muy comentados. Microsoft, aprovechó la cita de Las Vegas para demostrar con lujo de detalles qué está haciendo como corporación para hacer viable esta nueva etapa. Cuatro altos ejecutivos de la empresa conversaron con **Inside Telecom** para explicar por qué Gates aseguró que el software apenas comenzaba a transformar al mundo.

Joel Sider, gerente senior de Windows Home Server; Stephen Birkhold, gerente senior de mercadeo de Windows; Francisco Ortiz, gerente del grupo de Experiencias de Productividad para consumidores de Microsoft México; y Enrique Murray Campbell, líder comercial de Windows Live para América Latina, sintetizaron el pensamiento del fundador: la segunda era digital camina en función de la sencillez de uso. Explican cómo software y hardware se han adecuado a Internet, como fuente esencial de la comunicación moderna.

En esta nueva etapa de las redefiniciones, Microsoft aplaude las estrategias de competidores como Google, empresa que ha colocado gratuitamente una serie de servicios a sus clientes, pero estima que su modelo de negocios -el del pago de licencias- sigue siendo exitoso. De hecho, la empresa ha diversificado la oferta, la hace atractiva, cede en algunos escenarios donde no es necesario comercializar y aprovecha esos mismos espacios para emprender otras estrategias que le generen lucro.

Los frentes de Microsoft son diversos, pero en Las Vegas, el esfuerzo y la concentración de todos sus líderes estuvieron abocados al hogar, como centro no sólo de



la vida cotidiana, sino de nuevas facetas que el hombre moderno le irá incorporando. «Ahora el hardware está permitiendo que el software despliegue todo su potencial», fue un comentario general de los voceros, a lo que agregarían la penetración de Internet y el auge de las redes sociales en todo el mundo.

No hay vuelta atrás, hay conectividad, hay desarrollo de aplicaciones y hay conocimiento e incluso necesidad de uso de parte de los usuarios. El reto entonces está en hacerse atractivo, adecuarse a esas necesidades del hogar moderno, del hombre interconectado.

EL HOGAR, CENTRO DE LA ERA DIGITAL 2.0

Stephen Birkhold, gerente senior de mercadeo de Windows (foto superior), precisa que en el epicentro de este hogar digital estará en la casa. ¿Cómo hacer el acercamiento? Con las aplicaciones que se adecuen y hagan sencillo el uso de internet en aplicaciones cotidianas. Es por eso que Birkhold apuesta a hacer una entrada sencilla, aprovechando el conocimiento que existe de Windows Vista y de Windows Live; «en el uso de estas aplicaciones

está el centro del hogar digital; la gente busca amigos, artículos, se informa, comparte experiencias; Windows Vista tiene muchos usuarios, más del 95% de los computadores que se están vendiendo en el mundo tienen este sistema operativo, y Windows Live tiene más de 420 millones de usuarios.»

La estrategia es sencilla. Potenciar los servicios y hacerlos sencillos y adecuados a las realidades y necesidades generales de los usuarios. El ejemplo expuesto por el vocero fue el nuevo servicio de galería fotográfica de Windows Live, en el cual, el usuario puede retocar, eliminar efectos de "ojos rojos", editar, adornar imágenes directamente desde este servicio en línea. Una vez terminado se envían las fotos, sin necesidad de colocarlas como datos adjuntos. El receptor recibe las imágenes, y luego las puede descargar. Mientras, el emisor de las fotos, conserva su archivo original. La opción es gratuita y ofrece, según Birkhold, una solución a los usuarios de Windows Live. Esta misma solución se acopla a otra aplicación: Windows Live Mail, que traslada la oferta del Outlook a la comunidad de Windows Live. «No estamos abandonando Outlook, sólo estamos adecuando la oferta de Microsoft de correos electrónicos a los usuarios. La mayoría de la gente no aprovecha el Outlook, pues les resulta poco comprensible pagar un servicio para acceso a Internet.»

El Outlook seguirá en la suite de oficina de Windows, pues es aprovechado en las empresas. Ante la pregunta de adecuar

Bringing networks to life.

www.nokiasiemensnetworks.com



otras aplicaciones, como el procesador de textos, a ambientes abiertos, el vocero de Microsoft desestimó dicha opción señalando que la corporación sólo hace cambios en áreas donde los clientes se lo piden.

Al igual que el Outlook, Windows Live Mail permite configurar cuentas de correos de Gmail, Hotmail y Yahoo. Otro punto interesante de la interoperatividad de aplicaciones está en los espacios, Microsoft hace transparente y a elección del usuario el lugar donde quiere alojar sus fotos, puede ser Flickr, Facebook y Myspace.

«La unión entre Windows Vista y Windows Live permite ofrecerle al usuario común servicios que le hagan más sencilla su experiencia, adecuada al web. El enfoque de Microsoft es combinar el poder del software con los servicios en línea, para compartir y trabajar sobre los archivos directamente, así invitamos a vivir la vida digital».

Además, toda la oferta de Windows Live se puede acceder a través de Windows Mobile 6.0, el usuario puede ver, cargar y descargar imágenes desde el teléfono móvil.

AMERICA LATINA SORPRENDE

De los 420 millones de usuarios que tiene Windows Live, América Latina ocupa un lugar preponderante. En la región más de cien millones de personas son usuarias del servicio, es decir casi una cuarta parte del total. Enrique Murray, director comercial de Windows Live para América Latina (en la foto superior), dio estas cifras y explica los pormenores de las oportunidades que Microsoft se le presentan con el desarrollo de las redes sociales.

«Nos hemos dado cuenta de la capacidad de Internet para crear una nueva experiencia de comunicación humana. Ahora, esta capacidad de comunicación se amplía



gracias al poder del cómputo. Fue por eso que desde sus inicios la plataforma Windows Live se ha preocupado por trabajar en una interfaz gráfica atractiva y accesible; al principio sólo con la foto; paso a paso, hemos ido quitando las barreras de comunicación, esto gracias a los avances del hardware que hacen viable software más sofisticado. Ahora, la interfaz dejará de ser un obstáculo, y haces lo que quieres hacer», explicó Murray.

El ejecutivo reconoce que dadas estos avances, la siguiente etapa o «la próxima gran aventura», será generar nuevos ambientes para las redes sociales. «Todo este poder sirve, siempre y cuando se acomode al usuario, y a la comunicación por internet. Esto está ocurriendo en todo el mundo, incluso en América Latina, compartir fotos, videos, en línea es común. Esto se debe a otro factor expuesto por el vocero de Microsoft; tiene que ver con el crecimiento de las conexiones a banda ancha en la región. «En América Latina se está generando la infraestructura, hay operadores con planes de datos amplios y económicos. Por eso también en la región la infraestructura está llevando al software a otro nivel».

Murray admite que Microsoft amplió la oferta de servicios una vez que comprendió que la gente quiere y necesita hacer muchas actividades por Internet, especí-

ficamente mediante Windows Live; actividades familiares, laborales, todos estos servicios se pueden realizar a través de esta plataforma. Para la casa Windows Live, para la empresa está el concepto de Comunicaciones Unificadas.

Pero no sólo Microsoft ha entendido el cambio. Murray señala que al haber varias opciones, como Google, que tiene todo en Internet, y al diseñarse dispositivos cada vez más adecuados a esas nuevas realidades, se yerguen las bases de desarrollos que harán pequeños los actuales.

Windows Live puede ser una alternativa o una prueba para Microsoft en la diversificación de sus servicios. ¿Será el primer paso para el cambio del modelo de negocios, del software pago al gratuito? Murray responde que no. Sin embargo, reconoce el potencial de la plataforma para la generación de ingresos.

«Hotmail es un ejemplo, es gratis, nos hemos motivado por un factor económico. Microsoft sostiene esta plataforma porque vendemos espacios publicitarios, le ofrecemos a las empresas una alternativa de transmisión de sus mensajes efectiva e innovadora.

- ¿Estos servicios estarán pensados para América Latina?

- En Brasil y en México, el portal de MSN tiene noticias 100% relevantes para esos dos países; los espacios están disponibles y existen anunciantes locales que han visto el potencial de la plataforma.

- ¿Y el resto de países?

- América Latina tiene un gran potencial. Windows Live tiene una comunidad de 100 millones de personas en la región. La oferta de Microsoft es interesante, pues ubica al cliente en función del perfil del consumidor, podemos llegar a ese nivel de detalle; esto

hace interesante el servicio para los anunciantes. La experiencia que ha habido con las empresas que colocan ofertas para México y Brasil ha sido de un retorno de inversión más alto, y por mucho, de los que obtienen por la televisión. En Latinoamérica tenemos un crecimiento exponencial, y se ampliará la gama de ofertas en la región.

-¿Llegarán esos servicios a la región Andina?

-El primer paso será tener un portal local. Por ejemplo, los proveedores de noticias locales no somos nosotros. NBC es un socio y tenemos también alianzas con The Wall Street Journal, lo mismo debe pasar en cada uno de los países de América Latina.

-¿Cómo se adecua la oferta de Windows Live a los celulares?

-Para nosotros ha sido prioritario establecer alianzas con muchos proveedores de telefonía móvil para que incluyan estos servicios en sus ofertas. De hecho, los contenidos son compatibles con sistemas operativos como Symbian. Su aplicabilidad depende directamente de las decisiones del operador local, no de nosotros.

TODO EN UNO

Trabajar en la casa, tener varias computadoras en el hogar o varios dispositivos. Esta tendencia que pasó a paso deja de ser un privilegio de los países con más desarrollo, también fue entendida por Microsoft. La corporación lanzó el año pasado la plataforma Windows Home Server. En el período han cumplido sus metas, sin embargo aprovecharon el CES para hacer una agresiva campaña de promoción de esta aplicación innovadora que hace viable el uso de servidores para el hogar.

Joel Sider, gerente senior de Windows Home Server (en la foto superior), estima



que, a pesar de que el hogar digital pasó a paso será una realidad en todo el mundo, aún Microsoft está explicando por qué es necesario un servidor para el hogar. «Hoy día en casa hay más fotografías, música y documentos digitales que los tangibles; esta tendencia irá creciendo, así como la de más de un PC por casa; se está generando un gran archivo digital que requiere de un hardware y un software adecuados, no sólo para almacenarlos si no para acoplarlos al hogar digital».

Sider está convencido que el Home Server será el centro de esa vida digital, permitirá entre otras opciones acceder a contactos, almacenarlos y tenerlos a la disposición de cualquier dispositivo que se sincronice con el servidor, sea PC, PDA, o celular. «Podrás trabajar, educarte, entretenerte, es una plataforma poderosa».

Windows Home Server está basado en Windows Server, puede correr en los hogares a través de Windows Vista o XP, también es compatible con plataformas Mac y Linux. La seguridad, según Sider, está garantizada pues se sustenta en la experiencia que Microsoft ha ido adquiriendo de su plataforma Windows Server. «La tecnología es segura, además, permite acceder desde fuera de tu casa para buscar archivos de interés, sin necesidad de transportar esta información, también puedes monitorear cómo está el estado de salud

de cada computadora de tu casa».

Sin embargo, a pesar de la seguridad expuesta por Sider, compañías como McAfee han debido desarrollar aplicaciones para que corran en esta aplicación.

El precio del Home Server resulta atractivo, la licencia es para 10 computadoras, por lo cual, Microsoft avizora también un futuro prometedor en

las pequeñas empresas. ¿Tendrá éxito? En noviembre Microsoft sólo vendía el producto a través de Internet, desde ese mes en adelante se está vendiendo en cadenas de *retails*. Hasta ahora los proveedores de HP han sido los más demandados por los usuarios. El costo del servidor con el Home Server instalado es de 600 dólares para la versión básica y de 750 dólares para la más avanzada.

XBOX REDIMENDIONA SUS USOS

Más allá del software, Microsoft apuesta al hardware para hacer completa su oferta en esa nueva era digital. El primer paso será potenciar el uso de su consola de juegos Xbox 360. Ahora, más que jugar, «la cajita» permitirá que la conexión al Media Center y la Televisión IP no se limiten al PC.

Sin embargo, a pesar del crecimiento que Internet está teniendo en la región, Microsoft aún no termina de distribuir oficialmente la consola en toda América Latina. La piratería de software para juegos sigue siendo la trampa; sin embargo, y como paradoja, está en la diversificación de los usos del Xbox 360 una salida para el mercado.

Francisco Ortiz, gerente del grupo de Experiencias de Productividad para Consumidores, de Microsoft México (en la foto siguiente), explica que el retraso de la llegada del Xbox 360 surge por una estrategia

La primera red Wimax Móvil de **2.5 GHz** en el Mundo

MOVILMAX

www.movilmax.net

 **HUAWEI**
Enriqueciendo la vida a través de las comunicaciones

DAMOVO
Para el nuevo mundo de las comunicaciones corporativas

de la corporación. «No tienes idea del arduo camino que emprendimos para convencer a la corporación que México era un mercado viable para el Xbox 360. Ellos estaban renuentes por el alto nivel de piratería, nos comentaban que el mercado no le interesaba porque no estaban Nintendo ni Sony. Si un mexicano quería un Xbox 360 tenía que pagar mucho; algo similar ocurre en Venezuela o en Argentina, países que aun no tiene homologado el producto. El producto llegará, nosotros no estamos excluyendo ningún mercado».

-¿Cómo superar el tema de la piratería?

-Es un tema de culturas, no de ingresos. Aprendí que la música nadie está dispuesto a pagarla, puedes ir a una tienda y te cargan cientos de canciones por sólo 15 dólares. La actual generación no compra música por el método tradicional. Por eso tenemos Market Place, que es un lugar donde tienes acceso a más de 3 millones de canciones por una suscripción de tan solo 15 dólares al mes. Puedes compartir esa música con todos tus amigos que tengan un Zune y que estén suscritos al servicio.

-¿Y los juegos?

-La piratería no es cuestión de dinero, es de actitud ante el producto. En este sentido tenemos dos cosas por hacer: una hacer controles y otra buscar a los usuarios para acercarles el producto. Tenemos que llevarle a la gente juegos en 15 ó 20 dólares. A esos precios estoy convencido que la gente comprará el original sobre la copia. También debemos trabajar en la disponibilidad, es decir, que el juego esté y que tenga buen precio; para eso tenemos que ponernos de acuerdo con el vendedor.

-Al haber ahora muchos equipos con mayor capacidad de procesamiento, ¿se generará una nueva generación de juegos?

-Los juegos para PC son muy importantes para Microsoft. Ahora que ciertamente hay muchas computadoras con más capacidad de procesamiento, queremos ofrecer juegos que aprovechen mejor la potencia del equipo. Un paso importante será hacer más sencilla la instalación. Particularmente no estoy de acuerdo que una persona tenga que instalar un juego en la



computadora, debe ser como en las consolas, solo colocar el CD y jugar. Esto lo estamos logrando, por ejemplo, Halo 2 es un juego de PC que no requiere instalación, queremos hacer lo mismo con toda nuestra oferta.

-¿No hay entonces fecha precisa para la llegada del Xbox 360 a toda la región?

-No hay fecha para que esté en Latino América, ahora nos estamos enfocando en cómo traerlo al mercado.

-¿De qué nos estamos perdiendo?

-El Xbox se complementa con el Media Center; la idea es tener la computadora en un cuarto y acceder a todos los contenidos de Internet desde el Xbox 360, que estará ubicado en cualquier otro lugar de la casa. Luego accedes a las comunidades de Xbox

Live o accedes a Windows Live Market Place, allí descargas películas, programas de televisión que luego guardas en la consola.

-¿Cómo puede el Zune de Microsoft competir con el iPod Touch?

-No competimos con el Touch, lo hacemos con el iPod Classic; si bien el Zune es un equipo más grande que permite almacenar más información, son distintos

aceramientos para cada usuario. Somos nuevos en el mercado, estamos aprendiendo mucho y seguiremos avanzando.

-¿Está en el horizonte un celular de Microsoft que compita con el iPhone?

-Microsoft no tiene pensando, por ahora, desarrollar un móvil celular. Estamos abocados en hacer cada vez mejor Windows Mobile y sus versiones. Alianzas, como la que hemos realizado con HTC, nos han permitido tener productos excelentes y un sistema operativo que en muchas opciones supera al del iPhone. Además, es también un tema de orientación. Windows Mobile está pensado para un usuario que quiere tener su Smartphone para organizar su vida; el iPhone está más orientado a la vida de cada persona.

En Mac World 2008 - San Francisco

El laptop más delgado del mundo, el **Mac Book Air**, de Apple, de escasos dos centímetros en su punto más grueso. Estará en el mercado dentro de dos semanas a un costo de 1.799 dólares, fuera del alcance de las mesadas Internet de Cadivi. Pantalla de 13.3 pulgadas, 80 gigas en disco, 2 gigas en RAM, cámara, WiFi y Bluetooth 2.1. No lleva DVD.

