

La renovación de Microsoft en los smartphones

Ashlee Vance

Luego del anuncio que realizó en el Congreso Mundial de Móviles, la compañía de Redmond busca un golpe de efecto con Windows Phone 7, su nuevo sistema operativo para teléfonos inteligentes.

El software para teléfonos celulares de Microsoft desde hace mucho parece una versión menos poderosa del software de Windows para las PC. Los usuarios nunca aceptaron su interface poco atractiva, su lentitud y sus menús al estilo software para empresas, que requiere muchos clics para realizar tareas.

Ante este panorama, Microsoft presentó Windows Phone 7, la última edición de su sistema operativo para smartphones que convierte al celular en algo semejante a un mayordomo electrónico que se anticipa a las necesidades del usuario. De forma automática consulta la red de datos del usuario para encontrar citas, fotos y mensajes de amigos y presenta toda esta información de una forma atractiva, con un aspecto visual más cercado a un reproductor de música Zune que a una computadora personal.

Construirlo requirió el humilde reconocimiento por parte de Microsoft, el mayor creador de software del mundo, de que su torpe arquitectura de Windows Mobile había fracasado en el mercado, y que la compañía necesitaba comenzar de cero, para tener esperanzas de competir con Apple y su iPhone.

"Para ser totalmente honesto, el iPhone nos abrió los ojos a cosas que teníamos que hacer y que no estaban en nuestros planes", dijo Terry Myerson, el vicepresidente a cargo de la ingeniería de Windows Phone. "Parte de nuestra ejecución había perdido el rumbo". Está por verse si el nuevo software de Microsoft realmente resulta un desafío para Apple o simplemente termina siendo un artículo de nicho apenas notado, como sucedió con el Zune respecto del iPod de Apple.

Windows Phone 7 sigue en la fase final de desarrollo, y los primeros teléfonos con el software no estarán en las tiendas hasta fines de este año .

Pero para Microsoft hay mucho en juego. Su participación en el mercado de software para teléfonos inteligentes cayó al 8,7 por ciento el año pasado, de su punto más alto del 11,8 por ciento, según la firma de estudios de mercado Gartner. Las ventas de teléfonos inteligentes que utilizan otras plataformas de software están en fuerte alza. Los analistas prevén que para 2012 se venderán más teléfonos inteligentes que PC.

Para crear la última edición de su sistema operativo para smartphones, Microsoft modernizó su división de software para telefonía hace dos años. La gente con bajo rendimiento del grupo fue enviada a trabajar en otras divisiones, mientras que algunos de los mayores talentos de Microsoft fueron traídos al negocio de la telefonía.

Además, Microsoft contrató gente de compañías como Nike y Procter & Gamble, que pudiera aportar visiones diferentes. La compañía sacó a Myerson de su trabajo en Exchange, el software de e-mail y comunicaciones corporativas de la compañía. Ante este desafío, Myerson dijo que decidió asumir "una misión imposible", en vez de seguir trabajando en un ganador seguro. "Tuve más o menos un día para pensar en ello y me resultó bastante claro que esto era lo que necesitaba la compañía".

Como Myerson, Microsoft tenía que llevar más "plomeros y pintores" talentosos al grupo de software para celulares. Esto significaba encontrar gente que pudiera diseñar cumpliendo

plazos y otros que pudieran agregar algo atractivo a su software, criticado desde hace mucho por anticuado y demasiado difícil de usar.

"Este es un negocio a base de gente" dijo Myerson. "Manejamos artistas. No producimos acero".

Uno de los principales "pintores" de la compañía es Joe Belfiore, que ha conducido proyectos tales como el de Windows XP, Windows Media Center y Zune. Belfiore es descrito por sus colegas como un genio de las interfaces de usuario.

Cuando Microsoft ofreció una primera muestra de la Serie Windows Phone 7 en febrero en una conferencia de la industria de la telefonía celular en Barcelona, España, el CEO de Microsoft, Steve Ballmer, cedió el centro de la escena a Belfiore para la presentación.

En una entrevista después de la conferencia de prensa, Belfiore seguía en un estado de entusiasta agitación. Buscó información en Internet y habló en términos muy amplios, de "tratar de avanzar más allá de la metáfora de los íconos de PC".

En vez de íconos, Microsoft tiene "tejas", que se actualizan activamente y son más grandes que los íconos normales. De esta forma, la teja de Gente, por ejemplo, alberga los contactos de la persona y se actualiza sola, mostrando nuevas fotos que los contactos han publicado en Facebook.

A su vez, Belfiore también se extendió sobre las virtudes de los "centros", que combinan, funciones similares en un lugar. El centro de imágenes, por ejemplo, trae fotos de sitios de redes sociales, las que se toman con el teléfono y las que se descargan de una computadora. Si bien las tejas y centros dan al software de Microsoft un manejo singular, no impresionaron a algunos asistentes al evento de Barcelona.

"No hubo un efecto de impacto" dijo Bjorn Behrendt, CEO de Hiogi, una nueva empresa de tecnología móvil. "No me pareció innovador".

Las mayores alabanzas provinieron de profesionales de los negocios que se vieron impresionados por las interfaces que Microsoft creó para vincular sus productos de software como Outlook, Office y SharePoint.

"Creo que han hecho que la telefonía inteligente avance un paso más, que Apple no puede seguir" dijo Dave Elmendorf, director del BT Group. Con Windows Phone, Microsoft también está asumiendo un rol más activo en el diseño de equipos.

En el pasado, la compañía siguió su modelo para PC y simplemente ofrecía su software para celulares a los fabricantes de equipos, que hacían con el producto lo que querían. Como resultado de ello, los teléfonos con Windows a menudo no mostraban el acabado y no tenían el desempeño de dispositivos más integrados.

Esta vez, Microsoft trabajó en estrecho contacto con el fabricante de chips Qualcomm. Además la compañía está requiriendo a los fabricantes de teléfonos que conserven ciertos elementos básicos de su interface de usuario, incluyendo un botón físico para iniciar búsquedas en la Red con Bing.

"La mayor decisión estratégica que tuvimos que tomar fue asumir responsabilidad por la experiencia del usuario", dijo Myerson. La actitud de meterse en el proceso de fabricación de los teléfonos ha provocado reacciones contrarias de algunos fabricantes, incluyendo a la empresa Acer.

"Es muy difícil hacer cosas a la medida del cliente y, en nuestra opinión, eso es lo que se necesita en la telefonía celular", dijo Gianfranco Lanci, CEO de Acer, un fabricante de PC y un actor en el mercado de los teléfonos inteligentes con aspiraciones.

Fonte: La Nación, Buenos Aires, 13 mar. 2010, Tecnología, online.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais