

# Asociación de Internautas



## Google I/O 2013: sorpresas, aciertos, y un error de base

---

Un Google I/O centrado en desarrolladores. Los consumidores también han tenido su parte de novedades. Un problema de base en la gestión de los tiempos

---

Por Javier Lacort en Celilaris.- Esperábamos con muchas ganas el Google I/O 2013. Google está más poderosa que nunca, la rumorología en torno a Android y la familia Nexus es a cada poco más frecuente e interesante, y Android está perfeccionando cada vez más las carencias que -como todo sistema operativo- mantiene tras haber alcanzado la madurez con Ice Cream Sandwich en 2011. Había ganas de ver lo nuevo de Google, y sabíamos que podían atacar por varios frentes. Pero el regusto que se queda tras analizar el resumen del Google I/O 2013 es que está bien... pero podía haber estado mucho mejor. Vayamos por partes.

¿Dónde está Android?

Parecía lógico que no empezaran con él el Google I/O 2013, sino con la parte orientada a desarrolladores. Pero pasaba el tiempo, y nadie en Google parecía animarse a hablar de él. Se acababa el plazo esperado de tres horas (de lo cual hablaremos después), y seguía sin aparecer Android por ningún lado. Cuando le tocó el turno a la enferma voz de Larry Page, pensamos que ahora sí, ahora viene lo importante. Nada de eso. Larry se marcó un emotivo e inspirador discurso, y acabó acaparando el micrófono para hablar de una forma casi filosófica de la tecnología en nuestras vidas, y de forma secundaria, del papel de Google en ella. Pero de Android 4.3, o 5.0, ni rastro. Y era lo que más dábamos por hecho del Google I/O.

Google ha sabido acercar la esencia de otros servicios a sus mapas, como el *look* Foursquare que destila su nuevo foco en los lugares -comercios y puntos de interés-, más allá de en calles y de en las rutas hasta ellas. Además, ha apostado por homogeneizar las aplicaciones de Maps de **iOS y Android**, por lo que ambas **llegarán a la par, y lo harán en verano**. Muy probablemente, lo más destacado del Google I/O 2013 para los consumidores.

Google+, es tu oportunidad

Si algo teníamos claro, más claro incluso qSi algo teníamos claro, más claro incluso que llegaría un nuevo Android, es que Google volvería a atizar con Google+. Si no tuvo suficiente con cerrar Google Reader con la excusa de motivar el uso de Google+, sabíamos que el Google I/O 2013 vendría con nuevas formas de empujar al usuario a su red social. No es casual la palabra *empujar*: hasta ahora, poco más que *empujones* es lo que Google había dado a los usuarios para meterlos en Google+. Hoy, **Google ha dado motivos sinceros para usar Google+**. Porque usuarios registrados no le faltan, pero sí necesita que empiecen a usarlo.

Para ello ha tomado una decisión quizás complicada (a mi juicio, adecuada), que es la de recuperar el formato de doble columna que Facebook recientemente desechó. A este formato se le unen una distribución que recuerda mucho a Pinterest, y algo más de limpieza y claridad a la hora de

representar los contenidos. Todo esto redundando en **una interfaz que da ganas de comenzar a usar Google+**, sin necesidad de meternos a empujones y quitando buenos servicios para obligar al usuario a comenzar a usar otros -muchas veces, peores-. Para los que no les baste con un magnífico diseño (salvo esos movimientos estilo Prezi, argh), Google ha hecho hincapié en su **servicio de Fotos de Google+**. Tanto con un editor con buen aspecto, aunque quizá abusando del HDR y de las saturaciones y desenfoques, como con un inteligente sistema que prácticamente organiza las fotos de forma automática. En Google, a pesar de tener una red social que nunca termina de despegar, son conocedores de la importancia de las fotografías en ellas, y ahí se han encaminado.

Google Hangouts, mucho más que Hangouts<

Y ojo porque esto es quizás lo más interesante que han presentado. Viene para sustituir a Google Talk, y para competir con WhatsApp, BlackBerry Messenger, Line... y todo el que se le ponga por delante. Aplicaciones para iOS y Android, **mensajería instantánea**, y varios añadidos que le hacen muy atractiva. Se resumiría en que lleva la mensajería instantánea de Google a un formato más sencillo, claro, y simple; y con opciones de **mensajes, llamadas, o videollamadas** para comunicarnos con contactos o grupos completos. Junto a Maps, de lo más interesante del Google I/O 2013 para consumidores.

No toma el nombre de los Hangouts habituales en vano. Permite realizar dichas videollamadas con hasta 10 personas simultáneamente. Otra cuestión será su rendimiento, especialmente en smartphones, donde la experiencia ya me ha enseñado que los Hangouts de Google+ es mejor no forzarlos. Y algo que sí me ha gustado especialmente: **sincronización de conversaciones en la nube**, algo tan básico que a veces parece ser síntoma de buen hacer. Teniendo en cuenta que competidores como WhatsApp siguen en 2013 sin lanzar aplicaciones para PC o tablet, me parece todo un gesto.

## Google Play Music All Access

Rdio tiene cuatro caracteres. Spotify, siete. Pandora, también siete. [Google Play Music All Access](#), nada más y nada menos que veintiocho. Lo repito una vez más para seamos conscientes de lo mal escogido que está el nombre: **Google Play Music All Access**. Nomenclatura al margen, Google ha planteado una opción interesante sobre lo que era un secreto a voces: su propio servicio de música en streaming mediante una tarifa plana. Lo mejor que ofrece es que **aúna en un mismo lugar su catálogo con nuestra propia colección**, por lo que no tendremos que cambiar de aplicación ni realizar importaciones tediosas para pasar de escuchar nuestra propia música a la del nuevo servicio de Google.

Su precio no mejora lo que ofrece Spotify, pero tampoco lo empeora: **\$9,99 dólares al mes**. Ofrece también un sistema de radio aleatoria que entronca con lo que ha querido plantear Google desde un principio: descubrir música, y no solo escuchar la que ya tenemos en mente. Así, el servicio que inevitablemente recuerda a Spotify, pasa a dejar destellos de Pandora. Ofrecerá 30 días de prueba, y desde luego los usaré encantado para ver bien qué catálogo ofrece (dicen algunos que *escaso*) y qué tal funciona la aplicación.

¿Ni un gadget, Google?

Vale, quizás estuviésemos demasiado *hypeados* con un nuevo Nexus o la llegada del X Phone. Smartphones al margen, esperábamos al menos una nueva tablet, que llegara para dar el relevo a la Nexus 7 que tan buenos resultados ha conseguido en este año de vida que ha cumplido. Ni eso. Únicamente -y no es poco- el Google I/O 2013 nos ha dejado en forma de hardware el [Samsung](#)

[Galaxy S4 Google Edition](#), ni más ni menos que un S4 con todas las de la ley... pero **sin TouchWiz**, con Android puro. Un lanzamiento muy positivo, pero que no ocupa el lugar de al menos un gadget. Salvo que habláramos de otro Nexus Q, claro.

## 211 minutos de presentación, nunca más

No recuerdo una presentación tan larga. Nunca. Y nunca debería volver a ocurrir. No me creo que en las altas esferas de Google, nadie dijese *esto no funciona así*. **Tres horas y media, que es lo que duró la presentación, hacen imposible retener la atención de una persona**, que además tiene funciones vitales como ir al baño, comer o beber algo. Y no es por falta de tiempo: el Google I/O 2013 se extiende hasta el viernes. Pero alguien decidió condensar la keynote en una sola, de tres horas y media.

**No tiene sentido**. Por un lado, porque habían más días para presentar novedades. Por otro lado, porque las que se han presentado podrían haberse hecho en la mitad de tiempo. O menos. Por poner un ejemplo, se han dedicado 25 minutos al editor de fotografías de Google+. Google es demasiado grande como para cometer este tipo de fallos, que afectan a toda una presentación.

### Epílogo

Google ha dado una tremenda **exhibición de fuerza**. Tanto con sus nuevos mapas, como con sus nuevas herramientas para desarrolladores, como con los renovados Hangouts. También ha demostrado algo de flaqueza, como seguir agarrándose a Google+ a cualquier precio, pese a que en esta ocasión la mejora es real, y no un invento de Google que nadie más consigue ver. Asimismo, ha demostrado que a estas alturas puede meterse donde quiera, y así lo ha hecho con Google Play Music All Access (28 caracteres...). Y que puede ver la apuesta de competidores como Apple, y subirla, que es lo que ha hecho con Google Play Games, su respuesta al Game Center.

Así ha llegado Google al día de hoy. Llenos de fuerza, llenos de argumentos. Hace un año ya llegó dispuesto a dar una lección sobre presentaciones. No lo hizo entonces. Hoy ha llegado con una actitud similar, más reafirmada, si cabe. Pero seamos francos: tampoco hoy lo ha conseguido. Parte de la culpa la ha tenido el cómico error de conexión que han tenido en una de las primeras demos, o el hecho de que lean sus discursos en *teleprompters*. O que hayan presentadores con -10 de carisma. Pero sobre todo, **no controlan algo tan básico como los tiempos**, como ser conscientes de la atención que quieren y pueden darle sus espectadoras. Y así se empañan los buenos productos presentados, cuando medios y fanáticos de la tecnología acaban hastiados ante quien piensa que lo que dice es tan interesante que no puede aburrir a nadie. Viene de un problema que se llama *ego*. Y es posible que Google empiece a dar síntomas de tenerlo.