

Android vs iOS: la batalla de los sistemas operativos para smartphones

Autor: Procuraduría Federal del Consumidor - 22-12-2011

<https://vinculando.org/beta/android-vs-ios-la-batalla-de-los-sistemas-operativos-para-smartphones.html>

Desarrollo:

En algún momento el sistema operativo se volvió más importante que el modelo de smartphone que lo contiene. Los departamentos de mercadotecnia dejaron en manos de "adictos a la tecnología" el trabajo sucio. Aquí las escaramuzas.

Antes de comprar un teléfono celular solíamos pensar en todo menos en el sistema operativo (SO), el software que ayuda a administrar los recursos del aparato. Al momento de escoger muchos queríamos que este tuviera radio FM -además de Bluetooth y cámara fotográfica, por supuesto-, y eso era todo, o casi. Pero de unos años para acá, los smartphones, esas maravillosas oficinas portátiles, se han convertido en auténticas computadoras todo terreno, que además de arreglarte la vida y gritarle al mundo en qué parte de la ciudad estás y lo que estás haciendo, cuentan con miles de aplicaciones de uso práctico o lúdico que lo han convertido en uno de los gadgets imprescindibles de esta época.

Guerra o carrera

La rivalidad entre los SO móviles es en cierta forma similar al eterno conflicto "Mac contra PC". Cada uno tiene a férreos partidarios que las defienden acaloradamente, para deleite de las marcas.

Veamos a los "Mac adictos". La fidelidad a la marca funciona como publicidad gratuita, y las legiones de miembros de este particular culto tecnológico son prueba de ello; pensemos en el momento que hacen fila frente a una tienda 24 horas antes del lanzamiento de sus nuevos productos. Sin embargo, y a pesar de la calidad de sus aparatos, no podemos basar nuestra decisión de compra en las actitudes de un grupo de consumidores extremistas, pues no todos tenemos los mismos gustos o necesidades.

A diferencia del famoso episodio "Beta contra VHS", o "Blu-ray contra DVD", aquí tratamos con algo más abstracto, la capacidad de controlar nuestra información en tiempo real de la manera más óptima posible. Los SO tienen la capacidad de potenciar la funcionalidad de los teléfonos y tabletas, de convertirlos en máquinas multimedia hechas a nuestra medida.

Androides y geeks

La creación del nicho geek ha dado a las empresas de tecnología una invaluable herramienta de retroalimentación para sus departamentos de mercadotecnia. Ávidos de conocimientos, y cierto afán por demostrarlo, los aficionados a los gadgets han servido como voluntarios para la promoción de diversos productos, sea a través de blogs o redes sociales. Desde conferencias de prensa hasta Campus Parties (una serie de "encuentros" de aficionados tecnológicos en distintas ciudades), la exaltación de las bondades de ciertas marcas y productos algunas veces no solo están cargadas de auténtico entusiasmo, sino respaldadas por la experiencia directa de un usuario experimentado. Para fines prácticos, son el mejor laboratorio de consumo que pueden tener a la mano, a un costo muy bajo.

Si vamos exclusivamente a las cifras de smartphones en circulación, existen dos SO móviles que están en boca de todos y pelean el puesto por la preferencia del público, Android e iOS, quienes fungen además como los dos extremos del espectro.

La primera opción está respaldada nada menos que por Google, que en una extensión de su oferta de productos quiere demostrar que lo mejor de la vida es gratis: se trata de un software de código abierto, es decir, que puede ser manipulado por los fabricantes de teléfonos o los usuarios para sus propios fines. Esto le ha permitido ser utilizado en una amplia variedad de aparatos de diferentes marcas, además que su catálogo de aplicaciones crece muy rápido con la simpatía de un nutrido grupo de desabolladores. Este SO es por supuesto el favorito entre los programadores y entusiastas del software libre, pues obedece a una especie de utopía en la frontera electrónica: las herramientas no sólo están en manos de las grandes empresas: uno puede ser partícipe del producto y modificarlo sin tener que adquirir costosas nuevas versiones. Es además un producto versátil e intuitivo para los que no están familiarizados con ningún tipo de tecnología, que se puede adaptar a cualquier aparato de nuestra marca favorita. Esto no significa que no esté expuesto al mahvare, ni que la multitud de versiones que existan pueda ser confusa.

Manzana mordida

Por norma general antes de adquirir cualquier equipo de comunicación o de cómputo nos debemos preguntar qué es exactamente lo que queremos, para qué utilizaremos el producto. Sea para trabajo, estudio, ocio o comunicación, elegir el smartphone o tableta correcto puede solucionar la vida o hacer de ella un problema constante. Muchas personas por "temor" a la tecnología optan por la sencillez y estética como factores decisivos al momento de elegir una marca, y quien mejor se ha valido de este principio es la ya mencionada Apple, responsable del iOS, el nemesis de Android, mismo que a pesar de su magnífico diseño y funcionalidad tiene ciertas restricciones de uso, entre ellas la más característica: únicamente se emplea en productos filiales -iPod, iPhone, iPad-. Si bien se ha criticado la política paternalista de la empresa, quien por cierto se da el lujo de restringir o censurar el uso de ciertas aplicaciones, su idea central es que lleves en el bolsillo una computadora personal, y experiencia de años los avala. Su tienda de aplicaciones, AppStore, es la más extensa y ha demostrado ser uno de los modelos de negocio con mayor éxito de la historia. Además, el iPhone y el iPad son los gadgets chic del momento,

¿quién puede contra eso?

Primera etapa

Si bien los dos SO ya mencionados tienen pros y contras, lo que finalmente podría decidir la balanza es el número y calidad de aplicaciones que ofrecen, aunque tienen en común muchas de ellas. Tan solo Android cuenta poco más de 134 mil 300 aplicaciones gratuitas, mientras que App Store tiene alrededor de 121 mil 800 igualmente gratis. Y en todo caso, a diferencia del iOS, Android puede configurarse para permitir el uso de aplicaciones "no autatzadas", es decir, que no estén a la venta en su página.

Lo cierto es que la carrera apenas ha comenzado, y aunque otros productos intentan alcanzar a los dos punteros la distancia entre ellos se hace más grande conforme pasan las semanas. Tanto Nokia como RIM (fabricante del Blackberry), otrora amos del mercado, se están viendo en apuros para enfrentar las pérdidas y desarrollar nuevas opciones que ofrecer a una sociedad tecnológica hambrienta por novedades. La finlandesa finalmente optó por retirar su SO llamado Symbian y fijó sus metas en base al SO de Microsoft, el Windows Phone, una medida que bien podría sonar desesperada. RIM por su parte ha visto cómo el iPhone le come su parte del mercado, y han encendido los focos rojos ahora que su luna de miel pasó (¿recuerdan que no hace mucho lo más *in* era cargar con un Blackberry?). Para el resto de la competencia Samsung o LG, estos han adoptado Android, con lo que han incrementado sus ventas (casi) sin mover un dedo.

Lo maravilloso de los smartphones y tabletas es que estos crecerán tanto como el usuario lo desee, convirtiéndose en una especie de "navaja suiza" según el número de aplicaciones que contengan. Así que lo primero que habrá que considerar antes de adquirir una de estas herramientas modernas, es pensar qué es lo que se desea construir con ella -y preguntar a uno o dos geeks por ahí.

* **Autor:** Gerardo Sifuentes, para Revista del Consumidor (versión impresa, junio de 2011, páginas 18 y 19); México.

Título original: La operación móvil*