VareseNews

Ma non è un computer

Pubblicato: Venerdì 7 Maggio 2010

Ma questo iPad avrà dei difetti? Alcuni li ha (nulla è perfetto) ma la maggior parte di questi sono relativi al retaggio, al mercato dei media. Andiamo con ordine: iPad non è un computer. Quindi chi si aspetta una porta USB, una tastiera integrata, un controllo con pennina o un Esplora Risorse rimarrà deluso: Apple non solo non li ha messi, ma se ne fa un vanto. L'idea, infatti, è di togliere tutto quello che c'è di troppo "tecnologico" e freddo nel mondo del computer.

Questo potrebbe renderlo **meno appetibile per chi vuole usarlo per lavoro**. La mancanza di una pennina non piacerà ai manager abituati ai modelli Windows: la selezione è per forza di cose meno precisa, più grossolana. Le applicazioni da ufficio offerte da Apple (a pagamento) sono complete ma ancora lontane dall'essere perfette. In questo caso l'indiscrezione che vedrebbe Microsoft al lavoro su Office per iPad lascerebbe pensare ad un enorme margine di miglioramento. Il materiale di costruzione bello ma delicato, in particolare per il retro in alluminio facilmente graffiabile e leggermente scivoloso, non piacerà a chi ha una vita troppo dinamica.

Ma, come si diceva, il problema è ancora nel contesto. **A cosa serve un iPad?** Principalmente per leggere e navigare, dice Apple. Vuole rivoluzionare il mondo dell'editoria come ha fatto con la musica e il cinema. Per i libri, però, nonostante gli sforzi **sarà dura convincere i lettori più accaniti a rinunciare al piacere fisico della carta**. I prezzi non sono ancora così popolari da far cambiare idea ma in fin dei conti in Italia il problema nemmeno si porrà: i lettori italiani sono più snob in merito al digitale (il Kindle sfonda, ma solo negli USA) e le case editrici non sono pronte, quindi qui iBooks non sarà disponibile da subito.

Giornali di carta e magazine potrebbero funzionare meglio. La natura provvisoria di questi media, che vengono buttati dopo esser stati letti, potrebbe non far sentire la mancanza del digitale. Il problema è che chi fa giornali ha ancora paura: lo stesso New York Times, che fa l'applicazione per iPad più bella in assoluto, ha deciso di **non riportare esattamente tutti gli articoli del cartaceo sul dispositivo di Apple**, per evitare la concorrenza interna. Molti magazine, invece, sono la **semplice trasposizione in PDF del giornale cartaceo**, perdendo un potenziale enorme (un buon esempio, invece, è quello di Wired).

Altro limite è il **servizio di navigazione su Internet**. Il modello di iPad con connettività solo Wi-Fi funziona bene negli USA, ma qui ci sono pochi hot-spot e le persone vorranno quello con rete cellulare. Le compagnie telefoniche, però, **non si sono ancora inventate contratti universali** (per casa, cellulare e iPad) e proveranno a vendere contratti specifici. Certo che tra navigazione su cellulare, da casa o da iPad si rischia di spendere troppo e i clienti preferirebbero sicuramente soluzioni più trasversali.

Provare ad innovare il settore significa sottoporsi ad errori e critiche, ed Apple non si è mai fatta troppi problemi in questo (i suoi fan sono molti, quanto basta ad evitare i flop più rumorosi). Quello che deve ancora arrivare, qui, sono i contenuti. Apple confida nella creatività degli editori, sperando nel "miracolo" messo in atto in passato dalle case discografiche e dai produttori di videogiochi. Guardando al grado di innovazione medio del settore editoriale italiano, potremmo temere sulle sue speranze. Ma tra tecnologia e idee, nei prossimi anni, non potremo che migliorare.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it