

La rivoluzione del melafonino

Da quattro anni il mondo della telefonia mobile si è radicalmente trasformato. Il lancio dell'iPhone ha inaugurato l'era dei minicomputer da tasca

Era il lontano 9 gennaio 2007, più di quattro anni fa ormai, quando un arzillo Steve Jobs, fondatore e presidente di Apple, introdusse durante il Macworld di quell'anno una terna di nuovi prodotti di alta tecnologia, che sarebbero entrati nella storia come avevano fatto il Macintosh e l'iPod rispettivamente nel 1984 e nel 2001. Il terzetto prevedeva un iPod multi-touch, un telefono di nuova generazione e un dispositivo che avrebbe dato una svolta alla navigazione su Internet. Jobs fu volutamente vago, in un primo momento, per poi svelare quello che ormai tutti attendevano, ovvero l'iPhone: un unico dispositivo che prometteva di unire tutte e tre le caratteristiche citate.

DI
ALESSIO PALMERO APROSIO

Di smartphone e simili si parlava da ben prima del 2007, ma il prodotto che ha dato una vera scossa alla categoria è stato proprio il tanto blasonato melafonino. Sì, perché, se smart vuol dire intelligente, altrettanto non si può certo dire dei dispositivi che fino a quel momento si erano definiti tali: tastiere piccole e ostiche da utilizzare, pennini per lo schermo che regolarmente si rompevano o venivano smarriti, possibilità di andare su Internet poco praticabili per chi era abituato al monitor del computer. Mancava quel qualcosa in più che avrebbe distinto un palmare vecchio stile da un oggetto che potesse avvicinare anche l'utente meno avvezzo a tutta una serie di utilizzi ai quali già era abituato, ma per i quali si serviva di dispositivi diversi: musica, Internet, messaggistica, social network e via dicendo. Un vero terremoto culturale ed economico, quindi, che ha permesso a un'azienda estranea a quel tipo di business, cioè Apple, un ingresso in un mercato paradossalmente al collasso e di fatto già saturo.

La caduta dei giganti

La scossa è stata talmente forte e imprevedibile che ancora oggi, a distanza di quattro anni e rotti, se ne vedono gli effetti: le classifiche di vendita nell'ambito dei telefoni cellulari sono completamente stravolte, permettendo a nuovi competitor di buttarsi su un mercato che contro ogni precedente previsione ha ancora qualcosa da dire, relegando aziende in precedenza molto forti, se non addirittura quasi monopoliste, ad accontentarsi delle briciole. Come Nokia, gigante finlandese del settore, catapultata dalla prima alla quarta posizione. E sorti forse peggiori hanno subito Sony Ericsson e Motorola, precipitate dal podio del 2007 fino al fanalino di coda della top ten nel 2011. Il cambiamento radicale del mercato si vede anche dalle statistiche, che non lasciano dubbi: ogni quattro dispositivi venduti, tre sono smartphone e solo uno appartiene a quella categoria che un tempo veniva chiamata «telefonino». Basta andare indietro di pochi anni per fotografare una situazione completamente inversa: all'epoca lo scopo primario era telefonare, mentre ora questa è solo una delle tante funzioni e forse nemmeno la più importante.

Nuovi protagonisti

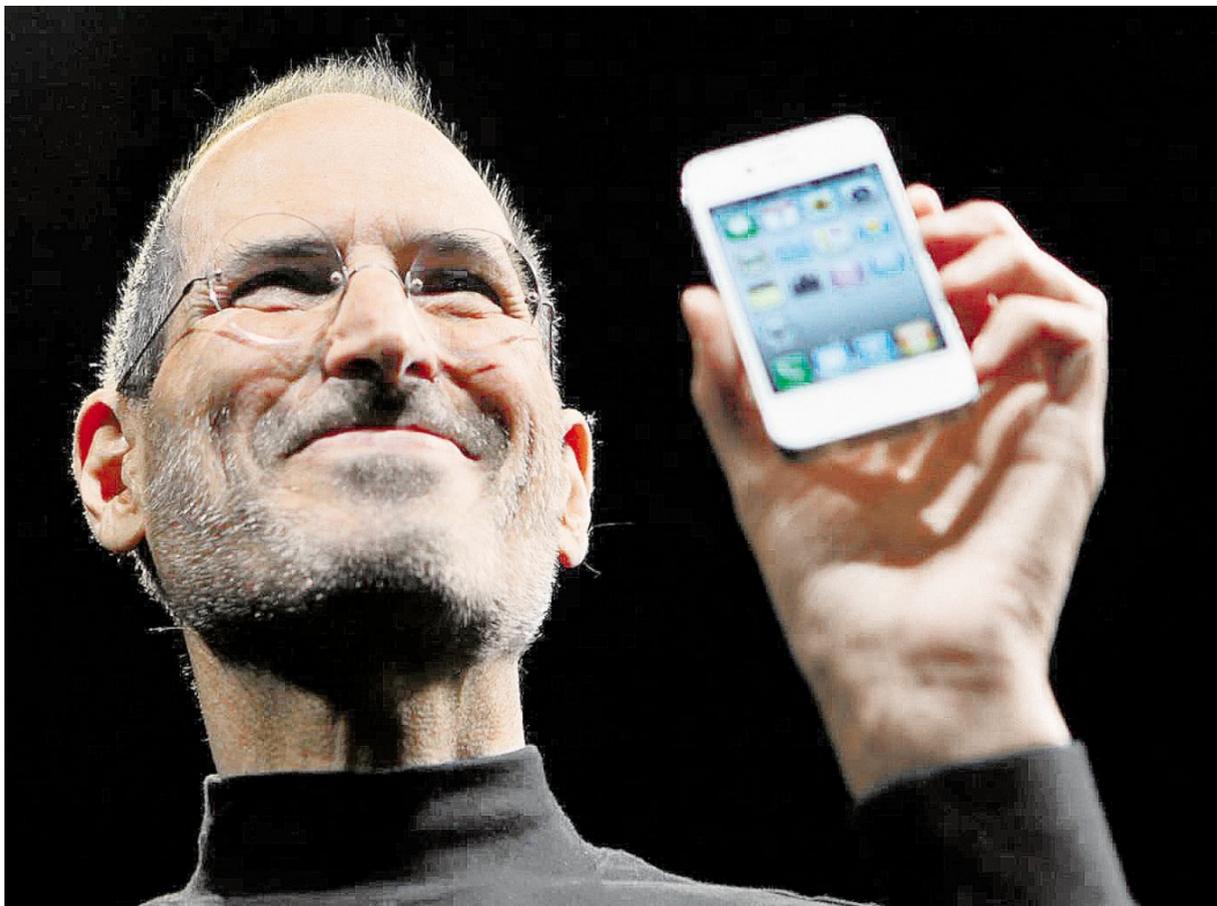
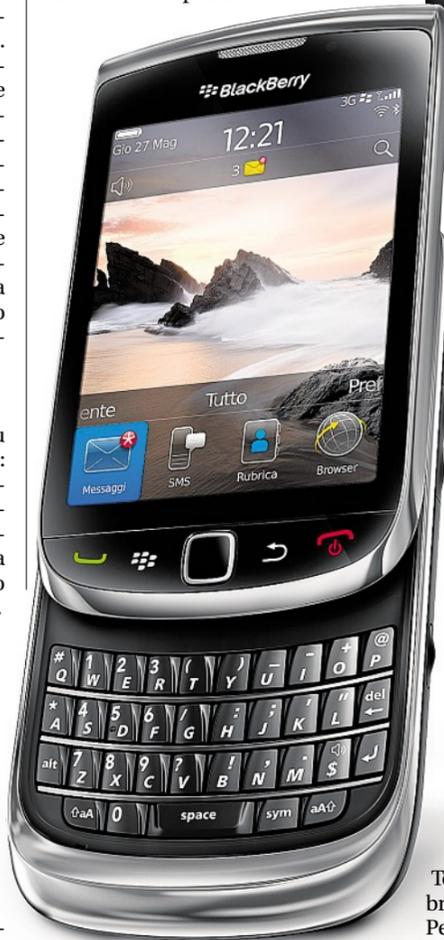
Nuovi attori si sono così affacciati su questo mercato tutto da scoprire: aziende prima inesistenti o comunque non abbastanza forti da scalzare i giganti del calibro di Nokia e Motorola. Tra loro vediamo la già citata Apple, saldamente in testa con il suo iPhone, seguita da Samsung e HTC. A seguire Nokia e infine Research In Motion (RIM), produttrice del celebre BlackBerry.

Questa guerra dei numeri, che coinvolge le maggiori compagnie tecnologiche del pianeta, si combatte però anche su un altro piano: quello dei sistemi operativi. Se da una parte l'oggetto fisico ha una sua importanza per la riuscita di un prodotto, va da sé che per oggetti sempre più complicati diventa vitale il programma che li fa funzionare. Finché il telefonino serviva, appunto, so-

lo per telefonare, poco importava quanto fosse entusiasmante il software. Oggi che invece il nostro dispositivo da taschino ci catapultava nei social network, ci permette di ascoltare musica e di navigare su Internet (magari contemporaneamente), l'usabilità di tutte queste funzioni in maniera semplice e immediata diventa un fattore cruciale per il successo di un prodotto in un mercato che non fa sconti a nessuno. Lo sa bene Nokia che nel 2008 ha acquisito Symbian, produttrice del sistema operativo montato sui suoi modelli di smartphone, il vero pioniere del genere, anche se questa mossa non è riuscita a evitare il tracollo causato dall'arrivo dell'iPhone.

La scelta vincente di Google

Invece è andata meglio a Google che, con il sistema operativo Android di libera diffusione, è riuscita a raccogliere attorno a sé gran parte dei produttori di dispositivi cellulari per cercare di scalzare iOS, il blindatissimo sistema di casa Apple, innovativo, esteticamente curato e in gran parte responsabile del successo dell'iPhone. E si può anche dire che Google è riuscita nell'intento, visto che Android, grazie al gran numero di modelli di smartphone che lo utilizzano, è attualmente il sistema operativo più utilizzato su questa nuova galassia di computer da taschino. Dal primo vero smartphone, progettato da IBM nel 1992, sono passate quasi due decadi, ma di questi dispositivi si parla solo da qualche anno. Che cosa ci riserva il futuro è difficile dirlo ma, a giudicare dalla storia, di sicuro non rimarremo delusi. Nella speranza che il nostro rapporto con la tecnologia venga costantemente semplificato e reso sempre più naturale, speriamo di non dimenticarci mai che gli smartphone, ogni tanto, possono (e forse dovrebbero) anche essere spenti.



MOMENTI DI GLORIA In alto Steve Jobs con l'iPhone, uno strumento multimediale che supera di molto la semplice esigenza di telefonare e che è apprezzatissimo dagli utenti. Lo hanno capito anche i «vecchi» giganti della telefonia mobile.

Per chi arriva dal telefonino classico

Un'alternativa interessante? Il BlackBerry Torch 9800 di RIM

La storia della telefonia mobile può essere divisa in due epoche: prima e dopo iPhone. Ora diamo per scontato che il nostro telefonino (di fatto un vero e proprio computer da tasca) ci consenta di navigare nel Web, di gestire l'email, di ascoltare musica e vedere film. Ma nell'epoca a.i.P. tutto questo sembrava fantascienza... e sono trascorsi solo quattro anni! Oggi, nel mondo di iPhone, i concorrenti hanno dovuto seguire Apple e adeguare i propri prodotti. C'è chi ha adottato l'open source Android di Google. RIM invece ha fatto tutto in casa e adattato i propri BlackBerry. Noi abbiamo provato l'ultimo nato, il Torch 9800 offerto da Swisscom, e ci è sembrato all'altezza dei competitor. Per alcuni il punto di forza dei BlackBerry sta nella tastiera fisica: qualcosa da tocca-

re davvero. Per altri il punto debole dei BlackBerry sta nella tastiera fisica: piccola e difficile da manipolare. Dobbiamo ammetterlo: noi eravamo prevenuti. Di fatto però il tastierino del Torch 9800 è funzionale, a modo suo. E con un po' di pratica ci si abitua. Ma non solo: l'ultimo BlackBerry ha un bel monitor touch da 480x360 e un piccolo (troppo piccolo, per la verità) trackpad che funge da pulsante per cliccare. Le premesse per il successo ci sono. E funziona?

Sì, funziona. Con qualche limite, ma funziona. L'ampiezza e la buona risoluzione del monitor danno soddisfazione. Purtroppo la risposta è un po' a scatti, sia nello scorrimento sia nell'ingrandimento (con il «pizzico» al quale ormai siamo tutti abituati). La tastiera, come detto, è funzionale. Il peso è paragonabile a quello

degli altri smartphone. Quanto al sistema operativo, il BlackBerry OS 6 si adatta soprattutto alle abitudini di chi arriva da un telefonino tradizionale, non da un altro smartphone. Perché la filosofia è quella: piuttosto rigida, con scarse possibilità di personalizzazione, non sempre immediata nella comprensione dei settaggi. Quindi può essere il primo, comprensibile e familiare passo da un comune cellulare a un vero e proprio computer da tasca. Fra l'altro, c'è anche un App World di RIM, simile all'iTunes App Store ma (inevitabilmente, perché più giovane) assai più povero nell'offerta. Per il resto c'è tutto: app per la posta, per i social network, per le foto e i filmati. E tutto funziona, ma... nihil sub sole novi. La rivoluzione (se c'è) è altrove.