

Al hilo de la actualidad

Tabletas iPad de 5.300 años de edad

Joan COSTA

Nota de la Dirección: Con el presente texto del prestigioso comunicólogo Joan Costa inauguramos una nueva sección en la que iremos comentando aquellas cuestiones de actualidad de especial interés para nuestro sector y que exigen un tratamiento puntual y dinámico, al margen del distanciamiento y de la consideración reposada que son propios de un artículo científico. Y es claro que el lanzamiento del iPad, precedido de una inteligente campaña de publicity, va a afectar a la comunicación en general y representa un nuevo modo de practicar la publicidad.

1. Las mil caras de la publicidad

Una gigantesca operación montada paradójicamente sobre la estrategia del sigilo, el secreto, la expectativa, es capaz de convocar a periodistas de todo el mundo que se desplazan como un solo hombre en un lugar de América para escuchar al nuevo mesías, el carismático y mediático Steve Jobs y asistir a la gran revelación.

El resultado que Apple esperaba de esta movida se cumplió en abundancia y toda la prensa del planeta ha regalado páginas y páginas, fotos generosas y llamativos titulares a la revelación del nuevo advenimiento tecnológico: el iPad. Y todo a precio cero. Sin inversión mediática. La prensa paga. Yo no sé qué es lo que tiene mayor mérito, si el invento de Steve Jobs o la campaña mundial gratis.

2. La tableta precursora. Con mensaje codificado. Y móvil

Hace ahora la friolera de 5.300 años que en Uruk, Mesopotamia (hoy Irak) ocurrió un hecho trascendental para la Humanidad. Se inventaba una *tableta* que transportaba, por primera vez, *contenidos informativos codificados*. Que, también por primera vez, se podían ver. Y eran móviles.

Nadie sabe quién fue el inventor de este prodigio y es difícil creer que tal invento fuera obra de un solo autor. Tampoco fue una creación de un momento y es probable que la invención necesitara un largo proceso. Pero los hallazgos arqueológicos han demostrado que esta *tableta-memoria* existía 3.500 años antes de nosotros.

Ahora mismo, a nuestro día de hoy del siglo XXI, otra «tableta» inteligente está siendo objeto de una ofensiva mediática planetaria. Es la «tableta» –así llamada por Steve Jobs, consejero delegado de Apple– del nuevo iPad. La prensa de todo el mundo lanza la noticia y, en el diario *El País*, la periodista Laia Raventós se hace eco del evento: «Primero fue el iPod, y con él cambió la industria musical; luego llegó el iPhone, y con él la telefonía e internet móvil. Ahora Apple pretende cambiar de nuevo al mundo, esta vez con el foco en el mundo editorial, con su iPad. En una demostración más de su hombre fuerte Steve Jobs, de que la tecnología puede ser bella, fácil y ligera, el iPad se ha presentado, en medio de una histeria mediática, para revolucionar la industria editorial».

3. El iPad super gadget

A medio camino entre el teléfono móvil y el portátil, el iPad que acaba de nacer es un navegador de Internet, un reproductor multimedia para escuchar música o ver videos, películas y programas de televisión; una consola de videojuegos y (tiembla Amazon) un lector de libros electrónicos con pantalla a color. El eReader, que soporta el formato abierto ePUB, va asociado a la nueva tienda iBooks que viene a completar la oferta de contenidos de Apple en la Red. Una compañía que Jobs autodefinió como «la mayor empresa de aparatos móviles del mundo».

El iPad es un aparato multitáctil con pantalla de 9,7 pulgadas, ligero (680 gramos) y fino, muy fino (12 milímetros de espesor). Un aparato con la mayoría de funcionalidades que el iPod Touch, salvo que no lleva cámara (aunque ofrece un kit de conexión) ni Webcam. Tampoco es un teléfono, aunque sí algunos modelos llevan una conexión de datos 3G. iPad también incluye otras nuevas aplicaciones específicas, como Keynotes para crear y realizar presentaciones simplemente con los datos, tal y como popularizó iPhone. Además, los 140.000 programas disponibles en la tienda de aplicaciones también correrán sobre el nuevo aparato sin necesidad de que los desarrolladores los modifiquen.

Dos días antes del lanzamiento del iPad, Apple informó de que facturó 15.680 millones de dólares sólo durante los tres últimos meses de 2009, que le aportaron un beneficio de 3.380 millones de dólares, el 50% más de lo que ganó en el mismo trimestre de 2008 ¡y en plena crisis mundial! En este periodo vendió 3,4 millones de ordenadores, 8,7 millones de teléfonos y 21 millones de reproductores digitales.

4. ¡Queremos más gadgets!

Aunque todavía no se venda el iPad ya tiene voces críticas que claman «¡Más madera!» Son los voraces consumidores. Mientras tanto, otros gritan «¡No te fies!» Son los competidores.

En efecto, los consumidores y los analistas se están enfrentando en numerosos *blogs* a las carencias de la nueva «tableta» de Apple. En las páginas *web* especializadas se pone en duda la funcionalidad de un artilugio de 10 pulgadas que no dispone de puertos USB ni cámara, que no reproduce *flash*, que carece de GPS, no dispone de una salida HDMI para conectarla a un televisor y no ofrece la posibilidad de ejecutar más de un programa a la vez. Carece de teclado físico, se queda corto de memoria, la batería no es removible, sus contenidos están protegidos...

Las expectativas eran altas. Y ahora han llegado los días, previos a su comercialización, de buscarle los defectos al iPad. La prestigiosa revista *Wired* decía en su versión *online* que «lo que Steve Jobs nos enseñó es, de hecho, poco más que un iPhone gigante que no hace llamadas». En la guía tecnológica de *Mashable* se dice que «hubiera sido casi imposible que el iPad cumpliera con las expectativas desorbitadas que han rodeado a la “tableta” de Apple en Internet en las semanas, o en los meses, pasados». *The Atlantic* dice que el iPad «es como si un iPhone y un Kindle tuvieran un hijo, y le hincharan a base de esteroides». En la página Gigmodo, como en otras, se le critica que no sea compatible con Flash (unos gráficos que utiliza la inmensa mayoría de páginas *web*) y no disponga de cámara. Gigmodo publica en una entrada titulada *El iPad de Apple no es para ancianos*, «La pantalla y el texto son demasiado pequeños para los ojos de los mayores, el teclado es demasiado pequeño para escribir con comodidad, convirtiéndolo en algo inútil incluso para las tareas administrativas más básicas».

PCWorld recomienda no comprar un iPad todavía, así de simple. Pide a sus lectores que «no sean conejillos de indias». «Hay fallos. Se descubren errores. Es inevitable que haya toda una serie de quejas cuando el iPad comience a comercializarse». Y siempre puede suceder como con el iPhone. La primera remesa se vendió por 600 dólares (432 euros). En 10 semanas, ese precio se tuvo que reducir en 200 dólares (144 euros). Hoy día el iPhone más barato vale 100 (72 euros).

5. Euforia mediática

El diario *El País* reproduce en doble página y bajo el título «Amarás al iPad sobre todas las cosas» las portadas de periódicos de todo el mundo con la foto de Steve Jobs mostrando su «tableta»: *Les Echos*, *Le Figaro*, *The Times*, *The Independent*, *El Tiempo*, *El Universal*, *Corriere della Sera*, *Reforma*, *The Boston Globe*, *Le Monde*, *The Daily Telegraph*, *Diario de Noticias*, *Il Sole 24 Ore*,

La Stampa, La Republica, The Wall Street Journal y, en gran tamaño, la portada de *The Economist* con la imagen de un Steve Jobs con túnica y una luminosa corona dorada detrás de su cabeza. «Si Apple fuera una religión Steve Jobs sería el mesías. Jesucristo vestía una túnica y el creador del iPad viste, siempre, jersey negro de cuello alto y vaqueros».

Pero lo que resulta más sorprendente y más interesante de toda esta historia de tecnologías, de millones de aparatos vendidos, de millones de dólares que van a los bolsillos de los socios de Apple, y de todo lo que se está escribiendo y publicando en la prensa, los medios de todo el mundo Internet; lo más sorprendente e interesante no es todo eso precisamente. Es una serie de «coincidencias exageradas», como las llamaba Jung; coincidencias, analogías y asociaciones de cosas e ideas dispares que, ahora, y con esta simple palabra que Steve Jobs ha puesto de actualidad: «tableta», desencadena en mi cabeza. Entre dos «tabletas» distantes entre sí 5.300 años, se unen dos extremos del universo de la comunicación humana.

6. Entre dos tabletas

Decía al inicio de este artículo que fue en aquellos años remotos cuando se inventó, en la más humilde de las situaciones, una *tableta que contenía información codificada*. Era la primera vez que esto sucedía. La tableta era de un material natural, vulgar, frágil, barato y abundante en su tierra mesopotámica de Uruk: la arcilla. El barro es manejable mientras está tierno; es fácil de formatear con las manos para alisarlo y convertirlo en una tableta rectangular. Fácil también de marcar en ella señales y signos; puesta a secar al sol, la tableta se solidifica y se conservan sus inscripciones.

Para marcar signos sobre ellas, se usaban bastoncitos de madera cortados en un extremo en forma de cuña y, por eso, lo que era marcado con ellos eran signos «cuneiformes». Estos bastoncillos con los que se marcaba la arcilla dejaban tres clases de trazos: en forma de cuña más o menos «triangular»; en forma «circular» o de agujero, hechas con el mango redondeado, ambas para significar *cantidades*; y en forma «lineal» para trazar dibujos geométricos simples o *pictogramas*.

Se inventaba así la representación codificada de cantidades de cosas intercambiadas entre personas para la *contabilidad* arcaica. La tableta de arcilla fue la aparición de los signos numéricos con los que se indicaban *cantidades* (sacos de cebada, jarras de cerveza) y donde los productos intercambiados eran representados mediante *pictogramas*. Sobre ellas se anotaron los primeros números dígitos; lo único importante que les faltaba hace 5.000 años era el símbolo del cero, pero los babilonios, al parecer, estaban siempre atentos a dejar un espacio en blanco en los lugares donde nosotros pondríamos un cero. El numeral cuyo valor es más alto ya lo situaban a la izquierda, como en nuestro sistema decimal. Antes de que existieran estas tabletas con signos codificados, las cantida-

des sólo se podían imaginar, recordar y contar (un saco de..., dos sacos, tres, cien), pero no se podían anotar ni hacer cálculos sino hasta que se representan las cantidades mediante signos fijados sobre un soporte. Así nacieron los Números y el Cálculo. Así nacía, al mismo tiempo, la Escritura. ¡Casi nada!

7. La invención de los Números, el Cálculo y la Escritura. Todo en uno

Los pictogramas cuneiformes (trazados con bastones cortados en cuña por un extremo), que procedían de la notación numeral para representar las mercancías, se desarrollaron por su parte para dar nacimiento a la Escritura. La cual se iniciaba, casi al mismo tiempo, en Egipto con los jeroglifos, que eran figurativos en su mayoría, igual que los pictogramas mesopotámicos.

La idea de las tabletas de arcilla fue probablemente consecuencia de la creciente complejidad económica de las ciudades estado mesopotámicas, en una época de pujanza no sólo material sino sobre todo cultural. Los habitantes de las ciudades del antiguo Irak (hoy invadido, saqueado y destruido miserablemente) usaban el material más abundante de su tierra: la arcilla, dada la escasez de piedra o madera. La arcilla es, además, relativamente fácil de marcar y de borrar cuando se comete un error, y *para cuestiones administrativas* una vez seca o cocida, es indeleble.

La arcilla es gratuita, abundante y a disposición de todos; y todos podían producir esas tabletas y utilizarlas. Además eran ligeras. Móviles. Cien por cien ecológicas. Económicas, porque no necesitaban energía para funcionar. En algunas cosas, superaban claramente la recién nacida tableta iPad de Apple, que no es cien por cien ecológica, necesita baterías para funcionar, no es gratis: cuesta entre 300 y 600 euros. Y si se rompe te llevas un buen disgusto.

Las tabletas mesopotámicas, además, habrán tenido una vida más larga de la que tendrá el iPad: ¡se usaron durante más de mil años!, que ya quisieran los de Apple para la explotación de su invento.

Las tabletas mesopotámicas no eran «digitales» en el sentido técnico de la palabra, pero tuvieron mucho que ver con lo que hoy llamamos «digital». Porque sí que eran «digitales», y mucho más que nuestras calculadoras y computadoras. Lo eran por partida doble, ya que tenían los dos sentidos de la palabra «digital», tal como lo confirma el Diccionario de la Lengua Española:

- 1) «Digital: relativo a los dedos», tal como así, con los dedos, se fabricaban y se marcaban las tabletas de arcilla;
- 2) «Digital: relativo a los números dígitos», o sea que esto es lo que se marcaba en las tabletas de manera codificada por medio de la forma de los signos.

8. Conclusiones

Sin las milenarias tabletas cuneiformes, hoy Apple no hubiera podido contabilizar sus millonarias ventas y sus millonarios beneficios. Ni la prensa de todo el mundo habría llenado páginas y páginas con la noticia.

Dos clases de *tabletas* bien diferentes en sus materiales, su tecnología y sus funciones. En sus épocas, en sus respectivos lugares de origen y en sus culturas. Pero entre las cuales no existe solamente la palabra común que las designa: *tableta*, sino también el punto de origen de los números, el cálculo, los pictogramas y la escritura, unidos en la continuidad del espacio-tiempo en el punto hoy, aquí y ahora. Es el espacio-tiempo de la comunicación visual desde su mismísimo inicio hasta hoy.

Y, a la vez, la confirmación de que el sustrato material de la información es en cierto modo despreciable. Prueba de ello es que el *hardware* es barato desde que se utilizó el barro, y el *software* cada vez más caro. El soporte o el continente sólo valen en función del contenido que proporcionan: la Información, en el sentido de la teoría matemática de la Información

$$I = H \text{ en bits}$$

Recibido: 5 de febrero de 2010

Aceptado: 20 de febrero de 2010