

Google pretende redefinir la navegación en Internet

Su nuevo Chrome tiene funciones novedosas, pero le falta ser pulido; Microsoft responde con un Explorer avanzado

GOOGLE acaba de lanzar un nuevo navegador para la Web, llamado Chrome, que busca competir con el Internet Explorer de Microsoft. La maniobra lleva a la rivalidad entre Google y Microsoft a un nuevo nivel. Si Google tiene éxito, será todo un hito, con importantes consecuencias para el futuro de Internet.

¿Qué tan bueno es Chrome? ¿Cómo se diferencia del Internet Explorer (IE) y otros navegadores menos populares, pero también importantes, como Firefox de Mozilla y Safari de Apple?



Por Walter S. Mossberg

He estado probando Chrome durante una semana, usando todas sus funciones y comparándolo con la última versión del Explorer que fue lanzada recientemente. Mi veredicto: Chrome es un navegador inteligente e innovador que, en muchos escenarios comunes, permitirá un uso más rápido, más fácil y menos frustrante de la Web. Pero esta primera versión, que es tan sólo un lanzamiento inicial beta, o de prueba, está aún sin pulir y carece de funciones comunes de navegación que Google planea agregar más adelante. Estas omisiones incluyen una función para administrar los sitios favoritos, un comando para enviar por email enlaces y páginas directamente desde el navegador, e incluso una barra que indique cuánto de una página Web se ha cargado.

La interfaz de Chrome incluye algunos cambios audaces respecto al diseño estándar de otros navegadores. Estas nuevas caracte-

rísticas en general mejoran la experiencia en la Web pero requerirán de algunos ajustes por parte de los usuarios. Por ejemplo, reduce la mayoría de los iconos de menús y barra de herramientas para maximizar el espacio de la pantalla disponible para las páginas Web mismas. Además, Google ha fusionado la caja de direcciones, donde se ingresa la dirección Web, con la de búsqueda, donde se ingresan los términos de búsqueda. Esta función unificada se llama *Omnibox*.

En Chrome, cada pestaña o lengüeta actúa como un navegador diferente. La barra de favoritos, la *Omnibox*, los menús y los iconos de la barra de herramientas se encuentran dentro de la pestaña, en lugar de estar en la parte superior del navegador. Las lengüetas se encuentran en la parte de arriba de la pantalla, sin nada más por encima.

A pesar de las afirmaciones de Google de que Chrome es rápido, en mis pruebas fue significativamente más lento que Firefox y Safari en tareas comunes, como la apertura de páginas Web. Sin embargo, resultó más rápido que la última versión de Explorer, también en fase beta, llamada IE8. La segunda versión beta de Explorer es la mejor edición en años. Está llena de nuevas funciones propias, algunas de las cuales son similares a las de Chrome, y otras que, en mi opinión, lo superan. Por ejemplo, aunque el IE8 agrupa pestañas relacionadas al igual que Chrome, les asigna un color diferente a cada grupo y permite cerrarlas todas con un solo clic. Tiene su propia barra de direcciones "inteligente", aunque mantiene



Con el lanzamiento de **Chrome** se aviva la guerra de los navegadores.

una barra de búsqueda separada.

¿Por qué Google está iniciando una nueva guerra de navegadores? Hay dos razones principales y ambas tienen que ver con la competencia con Microsoft. El gigante de búsquedas teme que, dado que su motor de búsqueda y otros productos importantes dependen de un navegador, Microsoft —que ofrece productos rivales en línea— podría obtener una ventaja a través de su Explorer, que posee una participación de mercado en torno a un 75%.

Google también cree que los navegadores actuales carecen de la arquitectura básica para permitir el funcionamiento de futuras aplicaciones Web, más poderosas, que, según la empresa, dependerán más de un lenguaje común de programación Web llamado JavaScript. De esta forma, Chrome fue creado para ser el navegador más veloz en el manejo de JavaScript. En esencia, algún día eso podría convertir a Chrome en una especie de sistema operativo en línea que compita con Windows. "Piense en Chrome como una

plataforma para utilizar aplicaciones Web", declara Google.

Chrome está diseñado a partir de tres principios básicos. El primero es su sobria interfaz de usuario. Hay sólo dos menús y algunos iconos de la barra de herramientas. El único icono de barra que se puede agregar en Chrome es un botón de página de inicio.

El segundo gran principio detrás de Chrome es que un usuario puede escribir cualquier cosa que quiera en un solo espacio, la *Omnibox*, e instantáneamente recibe sugerencias acerca de a dónde ir, compiladas de la propia historia del navegador del usuario y de los rankings de Google

sobre sitios populares. Ya sea que escriba una dirección Web o un término de búsqueda, la *Omnibox* es muy inteligente. Aunque las cajas de direcciones y de búsquedas de IE permanecen separadas, cada una ofrece también sugerencias rápidas, y aparecen mejor organizadas que en Chrome. El tercer gran principio detrás de Chrome es que cada pestaña funciona, tras bambalinas, como un navegador diferente. Las lengüetas pueden ser arrastradas fuera del navegador principal y convertidas en ventanas separadas.

Con Chrome, los consumidores tienen una opción de navegador innovadora, y con el IE8, la nueva guerra de navegadores sin duda será una pelea que valdrá la pena.

WSJAMERICAS.com

Chrome a prueba: Vea a Walter Mossberg comentar sobre el nuevo navegador de Google y cómo se compara con el último Explorer.

Video en wsjamericas.com

El 'look pijama' llega a la moda masculina, pero ¿se verá en la calle?

POR RAY A. SMITH

Durante la Semana de la Moda de Nueva York, que comenzó este fin de semana, se espera que los diseñadores Phillip Lim, Michael Bastian y Tim Hamilton exhiban varios estilos para hombres inspirados en pijamas, incluyendo chaquetas sueltas con poca estructura, pantalones livianos con cordones en la cintura y camisas con cuello y ribetes desplegados.

Estilos similares aparecieron en pasarelas europeas con Lanvin y Prada liderando la tendencia. Luego se unieron Duckie Brown y Z Zegna. Bottega Veneta, Dolce & Gabbana

Un diseño de **Bottega Veneta** presentado durante un desfile en Milán en junio.



y Giorgio Armani exhibieron este año estilos inspirados en pijamas en Milán. Pero el estilo suelto y holgado tiene a algunos minoristas y clientes indecisos. Es un estilo difícil de trasladar a las calles, dice Jeffrey Kalinsky, dueño de la exclusiva tienda Jeffrey, en Nueva York. El empresario es uno de los primeros en adoptar las tendencias de la alta costura, pero esta vez se abstendrá.

Incluso los diseñadores detrás de la marca vanguardista Duckie Brown reconocen que los pantalones holgados con cordones en la cintura que exhibieron el año pasado eran "algo del mundo de la moda", sólo para la pasarela, según el codiseñador Daniel Silver. "Ningún hombre quiere usar un pantalón que lo hacer lucir más gordo de lo que es", dice.

Pero otros minoristas dicen que hay espacio en los guardarrobas de los hombres

para ropa holgada. Los diseñadores, dicen, están tratando de crear una alternativa algo exclusiva a los pantalones de sudadera que muchos hombres ya usan.

Los diseñadores Adam Kimmel y James Perse han tenido éxito vendiendo ropa de algodón usada para holgazanear en la casa en almacenes como Barneys New York y Bergdorf. Además, algunos analistas de estilo señalan los pantalones cortos holgados y de colores vivos que se ven en algunos hombres en las calles de Nueva York como muestra de que el estilo pijama tendrá sus seguidores.

De hecho, la voluntad de los diseñadores de exhibir pijamas en la pasarela de forma seria refleja una creciente audacia en el mundo de la moda masculina, que solía ser aburrido. Los hombres se han vuelto más atentos y receptivos a las últimas tendencias como pantalones sin pliegues (para lucir más delgados) o más cortos, algo que hubiera sido descartado

como muy alocado no hace mucho tiempo.

Algunos seguidores de tendencias dicen que los diseñadores pueden estar creando prendas más relajadas como una alternativa a los rígidos estilos recientes. Ahora que la ropa ajustada se ha vuelto la norma, los diseñadores buscan una silueta o proporción diferente.

Otras culturas son más abiertas al uso de las pijamas en la calle. En Shangai, hombres y mujeres se ponen la pijama después de regresar del trabajo y salen en público sin ningún reparo. En la última ronda de desfiles masculinos en Europa, los diseñadores hablaron de cómo habían sido inspirados por las pijamas. Dolce & Gabbana declaró en un comunicado que "la pijama" simboliza el "estilo de vida relajado del hombre moderno".

En varios países, sin embargo, los hombres ni siquiera usan pijamas para dormir, ya que prefieren acostarse en ropa interior.