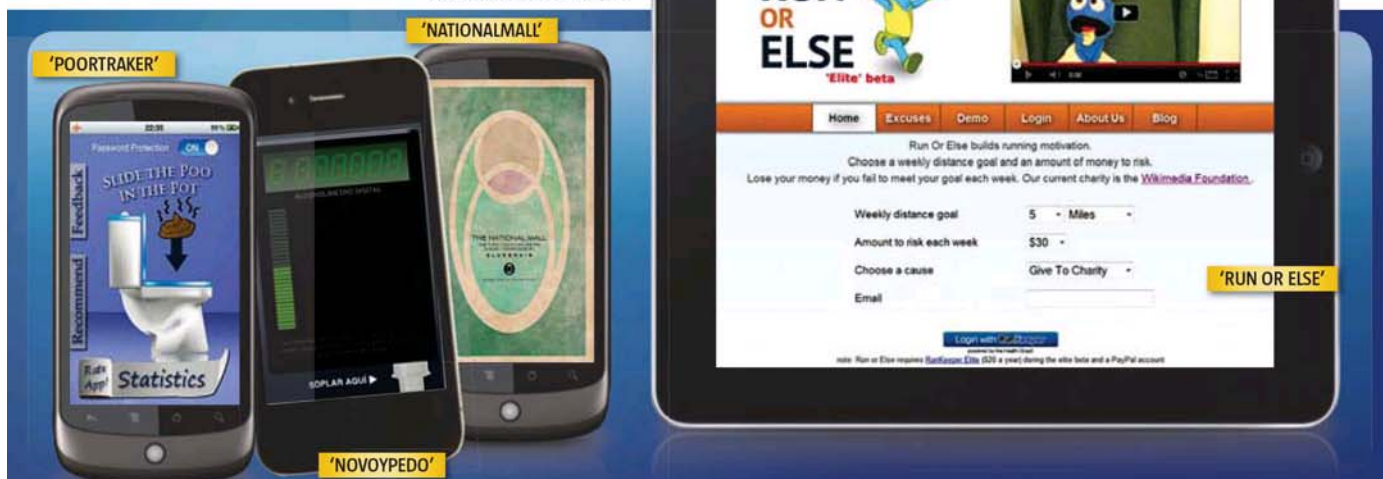




Corre, salta, pasea, oye música, bebe o ve al baño. El objetivo de las app con éxito es entrar en la rutina de los usuarios.



■ El objetivo de los desarrolladores es hacer aplicaciones intuitivas, cómodas y con valor añadido. Su 'target', todos los usuarios de smartphones

→ tar de una pieza musical dinámica según el lugar donde esté y el ritmo que lleve. Una experiencia sensitiva que ha empezado en el National Mall de Washington DC y en Central Park, en Nueva York.

Javier Luxor es un mentalista que utiliza las app en sus espectáculos. Con ella adivina cartas, un truco ya al alcance de todos. Además, mediante una app para el iPad, consigue hacer vudú. Todo se reinventa para adaptarse a las nuevas tecnologías.

Pedir un taxi es mucho más sencillo con la app Halió. Llia Uvarov ha desarrollado un programa que permite saber a través de un mapa dónde está el taxi más cercano al cliente, pedirlo, seguir su recorrido y preguntar si puede pagar con tarjeta o en efectivo. Sencillez y rapidez.

Una nueva era en la que todos los desarrolladores coinciden: "las apps no rompen con lo anterior". La televisión no se destruye. De hecho, Phil González vio como incrementó la audiencia del Canal Cocina a medida que la gente empezó a conocer la app.

Readaptarse o morir. Los creadores del portal Youzee lo saben bien. Primero crearon la web con películas y

series. Su próximo reto es que el móvil sea el mando a distancia de la tele. La próxima app para iPhone que están creando permitirá elegir una película en el móvil, mandar la información al televisor y darle al play a través del móvil. Todo sin levantarse del sofá.

ESCATOLOGÍA EN EL MÓVIL

Útiles o divertidas, pero que nadie se quede sin su aplicación. *Run or else* es una app para luchar contra uno mismo. Basta con apostar cuántos kilómetros serás capaz de correr y si no lo cumples, se resta de su cuenta Paypal el importe de la apuesta que se destinará a causas benéficas. Y si de salvar la vida se trata, *Novoypedo* puede ayudar. Se trata de un alcoholímetro virtual que te dice si puedes conducir o no en función de unos parámetros como de qué era la última copa que tomaste y cuándo. Por otro lado *Pootracker* permite clasificar las defecaciones por cantidad y tipo y compararlas con el resto de usuarios. Pero si el cliente es de gustos más finos, nada como *Cabify* una app para pedir un buen coche con chófer. ■

Tras el éxito del lanzamiento, llega a los quioscos el segundo número de la revista **Games™**

■ EL NÚMERO dos de la revista mensual *Games™*, de Grupo Zeta, ya está en la calle. Se trata de una publicación especializada en la cultura del videojuego y considerada, desde hace años, una referencia mundial dentro de la industria.

En sus 180 páginas, el lector apasionado de los videojuegos encontrará reportajes en profundidad, análisis y secciones de culto como *Retro*, dedicada al glorioso pasado de los videojuegos. En palabras del

director de la revista, Marcos García Reinoso –quien también está al frente del mensual de Grupo Zeta *PlayStation Revista Oficial-España*–, "*Games™* va más allá del concepto de revista de videojuegos y ha nacido para convertirse en la auténtica referencia del sector. Es imposible compilar más y mejor información sobre el mundo del videojuego".

Games™ va dirigida a los jugadores que crecieron con los videojuegos y aún siguen jugando y, por supuesto, a los que quieren

empaparse del pasado, presente y futuro de todo lo que rodea a esta industria.

En las páginas del segundo número de *Games™*, el lector descubrirá que sorpresas deparará el nuevo *Resident Evil 6*, qué ofrecerá a los usuarios la futura consola Wii U o cómo está siendo desarrollada la nueva entrega de *Assassin's Creed*. Son tan solo pinceladas de lo que el lector podrá encontrar en la que es "*la mejor revista de videojuegos del mundo*".

