

Revelan compras compulsivas de tecnología afán de protagonismo

# Atrapados por la ola de consumir gadgets

¿Cómo no amarlos, si te permiten oír tu música, editar fotos, y hasta montar un video?

Javier Lafuente  
EL PAÍS

Sobre la mesa del despacho de Emilio Montoya, un empresario de 50 años, sólo había dos aparatos electrónicos hace cinco años: un teléfono móvil, que apenas usaba para llamar, y una computadora de sobremesa, decorativa, dado el poco uso que le daba.

Atrapado por la vorágine tecnológica, Montoya decidió comprarse una portátil pequeña, que cupiese en su maletín, y a la que le podría enchufar una pantalla plana.

Cuando hoy llegue a casa, Montoya dejará en la entrada su teléfono móvil de última generación y una agenda PDA que su hijo le regaló las pasadas navidades, a pesar de que su padre siempre ha sido de papel y pluma.

La electrónica de consumo es absorbida con energía por el consumidor medio, históricamente más reticente al cambio.

A nadie le extraña ver los hogares repletos de aparatos electrónicos. Donde antes sólo había una televisión de tubo y una video, ahora hay una pantalla de plasma, donde se podrá ver mejor el receptor Televisión Digital Terrestre (TDT), o ganarán calidad las películas de DVD.

El Observatorio Red.es, dependiente del Ministerio de Industria, lo atestigua.

El último trimestre del 2007, los españoles gastaron 3.022 millones de euros en tecnologías de la información y la comunicación (TIC). El único equipamiento que decae es el teléfono fijo; el resto, en especial las cámaras fotográficas, aumentan.

España es, además, uno de los países europeos que más rápido ha adquirido televisores planos. A principios del 2005, la consultora GFK estimaba que se venderían 450 mil televisores LCD y a mediados de año se aumentó la cifra hasta 800 mil. Un año después, se vendieron cerca de dos millones de unidades.

¿Qué ha ocurrido para que, a pesar de la vorágine de productos, el consumidor no se sienta agobiado, sino todo lo contrario?

La exclusión del individuo de su entorno es uno de los motivos a los que apunta Luis Enrique Alonso, catedrático de Sociología de la Universidad Autónoma de Madrid.

"Siempre tienes que estar al día. Si no, la gente es muy posible que te deje de lado, que te deje fuera de sus conversaciones".

Ya no vale simplemente con tener un teléfono celular, ahora resulta crucial que tenga cámara de fo-

tos, navegador; cuantas más aplicaciones, mejor.

Alonso cree que este comportamiento se acentúa entre el público adolescente y juvenil y repercute en sus mayores. Guste o no, ahora es más fácil para ellos sentirse integrados en un grupo si tienen un reproductor de MP3 -a poder ser iPod-, una videoconsola...

Hay una generación, la que nació en los años 80, y más aún la siguiente, que no entiende la vida sin tecnología. Sus mayores lo toman como algo natural.

Nadie duda de que la oferta es excesiva. Para Manu Contreras, uno de los editores del blog Gizmología, referente español en la Red sobre electrónica de consumo, esto no es nada malo, puesto que se pone al servicio del consumidor a través de la oportunidad de elegir entre una gran variedad de aparatos. Eso, a su vez, mejora la competencia.

**EXPLOSIÓN INFORMATIVA**

La brutal oferta genera también una cantidad abrumadora de información. Cuando el efecto de la novedad ha pasado, el consumidor medio puede tener, si quiere, todos los datos sobre el producto que le interesa antes incluso de que se comercialice.

Es el caso del iPhone, el aparato de Apple que combina iPod, cámara de fotos, navegador de internet y teléfono móvil. Sin teclados, muy intuitivo. Todavía no está a la venta en España, ni en México, pero, ¿hay alguien que no haya oído hablar de él?

Hay quien ya lo tiene o lo ha probado. Son los denominados "early adopters", gente cuyo único freno para adquirir tecnología es el dinero.

Manu Contreras es uno de ellos. Reconoce que de media al año puede llegar a gastarse 4 mil 500 euros en electrónica de consumo.

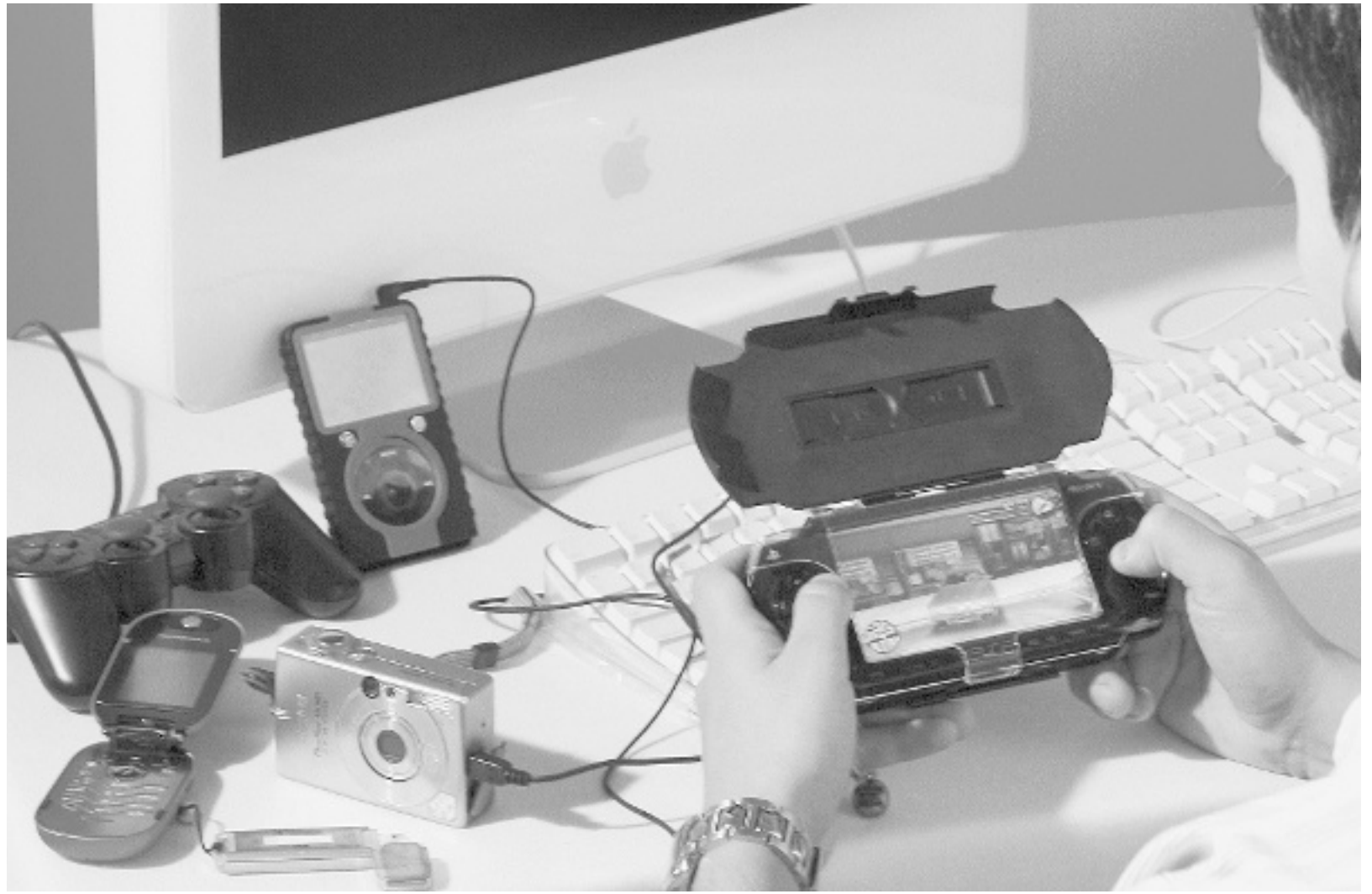
Además, gracias a su blog consigue llevarse a casa productos que aún están en desarrollo y que no se comercializarán hasta dentro de varios meses.

"Somos adictos a la tecnología, ¿quién no querría probar un gadget (aparato) antes que nadie?", señala.

Gracias a internet, están mucho más conectados "y de la misma manera que los rumores y comentarios positivos de un producto pueden difundirse rápidamente, también los fallos del mismo producto son compartidos por los interesados en pocos días", explica Alexis Bonte, inversor y experto en internet.

Sus opiniones pueden acabar con un nuevo producto en cuestión de días si no les gusta. Prácticamente todas las innovaciones que han triunfado en los últimos años han tenido que convencer a algún "early adopter".

Las compañías saben de su poder. Por eso, en muchos casos, son ellas las que ofrecen los productos. Xataka, blog de referencia, sirve de prueba para una veintena de marcas (Motorola, Sony...). Esta espiral crea una cultura tecnológica de consumo que lleva a demandar constantemente productos.



La función del consumo no es satisfacer las necesidades, sino el ego de cada persona, afirman expertos. La tecnología facilita la integración, pese a que el usuario promedio no saca ni un 20 por ciento el rendimiento de sus aparatos.

Al fin y al cabo, ésa es la tarjeta de presentación para muchas personas. El sociólogo Artemio Baigorri lo apunta: "La función del consumo no es satisfacer las necesidades, sino el ego de cada uno. Es evidente que la tecnología facilita la integración, a pesar de que un usuario promedio no llegue a sacar ni un 20 por ciento del rendimiento de sus aparatos".

De ahí que la tendencia sea aglutinar aparatos que quizás no se vayan a utilizar jamás, pero que hay que mostrar.

Los reproductores de MP3 son un ejemplo. Almacenar 80Gb de música, videos y fotos, es prácticamente imposible. Y si se consigue, realmente alguien tiene la capacidad de ver y escuchar todo lo almacenado?

Una encuesta de la empresa de estudios de mercado TNS reafirma esta teoría. El 45 por ciento de los ciudadanos tiene un móvil que permite escuchar música, pero la mayoría no lo usa. El desconocimiento, la impotencia ante un nuevo producto con el que se pueden hacer piruetas, pero no se sabe cómo, es uno de los principales motivos de rechazo de los españoles a la hora de acercarse a las nuevas tecnologías.

Por encima incluso del coste del producto. Según Red.es, en una escala de uno a cuatro, los ciudadanos valoran con un 3.22 la idea de que usarían más productos tecnológicos si al-

guien les enseñara a utilizarlos.

Esa sensación se percibe cada vez más en las empresas. Buscar lo fácil, lo directo, es la obsesión de las compañías.

"Hagan la vida más fácil a la gente" es el consejo de José Luis Meleiro, director general en España de la investigadora de mercado Research International.

Integrar varias funciones en un solo dispositivo es esencial para que

llegue a un público masivo. El teléfono móvil es el punto de inflexión, según los expertos, que ha acercado a los escépticos a la tecnología.

Hace apenas unos años sólo servía para llamar. Ahora sirve para mandarse mensajes, hacer y compartir fotos, videos, escuchar MP3 o ver una película. En España, 28 millones de personas tienen ya un teléfono móvil, un 75 por ciento de la población de 15 y más años.

Además de la sensación de poder, otro de los factores que ha propiciado el cambio de mentalidad del consumidor promedio es la facilidad para sentirse protagonista.

"La electrónica ha conseguido que mucha gente pueda experimentar sin ser un experto", razona el profesor de Sociología de la UNED.

Ahora, una persona prueba a editar sus propias fotografías, a montar un video.

## Competirán mexicanos en maratón de prototipos

LOS ÁNGELES.- Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se declararon ayer listos para presentar su vehículo prototipo 'Puma Azteca' en la competencia Eco-Maratón Shell Región Américas 2008.

"Estamos muy optimistas y convencidos de que haremos un excelente papel. Hemos hecho pruebas y tenemos un vehículo creado por nosotros mismos", explicó el capitán del equipo Eugenio Martínez.

Equipos de estudiantes de ingeniería de Estados Unidos, Canadá y América Latina, entre estos la delegación mexicana, competirán esta semana en un maratón de autos prototipo que ofrezcan un consumo más eficiente de combustible.

La competencia Eco-Maratón Shell Región Américas 2008, con premio de 10 mil dólares, busca conocer alternativas para construir vehículos de alto rendimiento con mayor ahorro en el consumo de combustible.

Los integrantes de la Escudería Puma de la Facultad de Ingeniería de la UNAM presentarán su vehículo prototipo 'Puma Azteca' con motor de combustión en la competencia.

"Ya se hicieron las pruebas y todas fueron satisfactorias, esperamos tener más éxito aún con la diferencia de altura", destacó el representante de la delegación mexicana que se enfrentará a equipos de Estados Unidos, Canadá y países de América Latina.

"La unidad fue construida con piezas mexicanas, así como el diseño de manufactura que tiene un motor de combustión de 2.5 caballos de fuerza con el que esperamos obtener más de 52 kilómetros por litro", confió.

Agregó que la carrocería monoplaza es de fibra de vidrio y aluminio, un



Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México participan en un concurso de prototipos de vehículos.

material mucho más ligero, además de que se usarán ruedas de bicicleta para disminuir la fricción con el piso.

El evento en el que participarán 38 equipos con sus respectivos vehículos prototipo futuristas y ecológicos está programado para llevarse a cabo del 10 al 13 de abril en el California Speedway en Fontana, California.

La Escudería Puma es multidisciplinaria y está integrada por tres asesores y seis estudiantes. El coordinador general es Armando Guzmán y los asesores Mariano García y Gabriel Cervantes.

Los estudiantes son Marisol Mendoza, Silvia González, Christopher Consanzin, José Luis Sandoval y Eugenio Martínez, quienes están por titularse en Ingeniería Mecánica, con excepción de Álvarez, quien cursa el cuarto semestre.

"Para la Ciudad de México, este prototipo es ideal luego de su alta

concentración vehicular ya que puede mantener una velocidad de 29 kilómetros por hora y en la ciudad con tráfico el promedio es de 20 kilómetros por hora", comparó Martínez.

"De popularizarse este vehículo no sólo sería eficiente para el usuario sino para la misma ciudad y su nivel de contaminación sería mínimo", resaltó el capitán de Escudería Puma.

"Estamos muy motivados porque representamos a estudiantes mexicanos y con un proyecto de este nivel esperamos hacer un buen papel, por lo que ya estamos suspirando y rezando porque todo salga bien", indicó.

Del número de equipos registrados, 28 de los vehículos inscritos utilizarán motores de combustión, seis con tecnología de celdas de combustible de hidrógeno, uno diesel, uno gas licuado de petróleo y dos energía solar.

NTX



Alumnos y académicos del ITESM, Campus Saltillo plantaron un limonero en representación del compromiso que tiene el Instituto con plan de mejoramiento de la calidad en el aprendizaje.

## Busca formar ciudadanos comprometidos

Arranca ITESM, campus Saltillo plan de mejoramiento de calidad del aprendizaje

Pedro Martínez

Con el objetivo de generar mejores ciudadanos preocupados por el entorno social, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Saltillo, arrancó ayer el "Plan de Mejoramiento de la Calidad del Aprendizaje".

Alumnos líderes del Tec y docentes del área de licenciatura y preparatoria, dieron el banderazo de inicio al programa que busca cambiar la manera de pensar de sus estudiantes y que dará, incluso, una visión distinta en la forma de trabajar fuera del Instituto.

"Lo que viene a dar este proyecto es reorientar los programas de estudio y las actividades de los grupos estudiantiles en el sentido de formación ética y ciudadana", argumenta Luis Gutiérrez Aladro, director de asuntos estudiantiles del ITESM.

Al plantar un limonero, árbol que representa el compromiso del Tec con este proyecto, y con la presentación de un video informativo sobre las bases de dicho esquema, el directivo universitario manifiesta que

el plan esta enfocado a la mejora de comunidades marginadas del Estado de Coahuila.

"Se busca apoyar en lo económico, social, educativo y tecnológico a las diferentes comunidades que lo necesiten", menciona, "esto incluye trabajo de los alumnos, desde las materias que reorientan su objetivo; siguen siendo licenciados o ingenieros, pero se les mete muy fuerte un componente de formación ética y de servicio".

El plan, que promueve el Sistema Tec en todos sus Campus en el País, inició con la difusión en los alumnos líderes que están inmersos en grupos estudiantiles.

"Ellos están trabajando en centros comunitarios de aprendizaje, incubadoras sociales y servicio social comunitario, en actividades en beneficio a la comunidad, para después informarle a los demás estudiantes e invitarlos a que se unan que es lo más importante", argumenta.

Uno de los propósitos es que el alumnado no sólo tenga la formación profesional, sino también una formación ciudadana que los convierta en mejores personas.

"Por eso sembramos un limonero porque este árbol da frutos y nunca muere; es resistente y tiene fortaleza", subraya, "es parte de lo que queremos inculcar a los alumnos, esa fortaleza de carácter".

Gutiérrez Aladro señala que la Federación de Estudiantes del Tecnológico de Monterrey (FETEC) es uno de los grandes promotores de este nuevo programa.

"Lo que viene a futuro es un trabajo y un compromiso de los alumnos de todos los grupos estudiantiles, en el sentido, de comprometerse a realizar una acción por semestre encaminada a mejoramientos comunitarios; se comprometen a ir a participar en nuestros Centros Comunitarios de Aprendizaje (CCA) en zonas aisladas y marginadas", prosigue el docente, "cada grupo estudiantil lo visita para soportarlo y apoyarlo, por ejemplo, la semana pasada fueron los alumnos de Ingeniería en Tecnologías de Información a una comunidad en Candela, Coahuila, fueron a trabajar en instalaciones de redes para las computadoras, limpieza e instalaciones de software originales".

Un punto importante en este trabajo estudiantil, asegura Gutiérrez Aladro, son las incubadoras sociales en estos lugares.

"Para microempresarios de escasos recursos, en donde los alumnos con sus conocimientos los apoyan a desarrollar planes de negocios, estrategias de ventas, estrategias comercialización e inclusive en aspectos legales de negocios", admite.

Pero también el compromiso es para los docentes, destaca, para enseñar a los jóvenes a resolver dilemas éticos dentro del salón con mecanismos de aprendizaje.

"Resolución de casos, análisis de dilemas y de noticias, pero desde un punto de vista ético, por eso creemos que todo esto va a apoyar a que sean mejores ciudadanos el día de mañana", concluye.