

CONSUMO TECNOLÓGICO

Lo que revelan nuestras búsquedas

○ Dice Google que este año hemos sentido **debilidad por los videojuegos**, que nos interesa más el iPhone 8 que el deslumbrante X y que, a lo mejor, resulta que nos gusta estar desconectados

○ **María Viñas**

Uno: somos como niños. Dos: echamos de menos tiempos pasados. Tres: profesamos una admiración digna de estudio a una manzana mordida y sin embargo (cuatro) nos pica la curiosidad cuando los chinos empiezan a hacer de las suyas replicando novedades, si no mejor, sí al menos igual de bonitas y siempre considerablemente más baratas. Son estas las cuatro conclusiones básicas que se extraen del apéndice tecnológico de un balance anual con el que Google nos recuerda cada diciembre que absolutamente todo lo que le consultamos queda registrado en sus archivos con sumo escrúpulo. Una vez al año, el gigante de Internet recapitula y despliega públicamente listados de grandes éxitos: qué palabras han sido las más buscadas por sus usuarios, qué nombres propios; qué cuestiones han atormentado al mundo y qué términos, relacionados con el mundo del espectáculo, la televisión, los deportes y también la tecnología y el consumo electrónico han sido introducidos una y otra vez en el espacio vacío que nos saluda, solícito, bajo su logo multicolor. El resultado son las tendencias que han marcado el ciclo que se despidió; los productos, personas y conceptos que, por una razón u otra, más nos han fascinado. Nuestros placeres culpables, incluso.

Si escarbamos en las relaciones de búsquedas y nos fijamos en aquellas vinculadas al consumo tecnológico, lo primero que llama la atención este año es la escasez de productos de Apple en la lista de reclamos. Los hay, nunca se ausentan, y además encabezan el ranking, pero son sorprendentemente pocos esta vez. Solo dos: el iPhone 8 y el iPhone X. Y en este orden de importancia, más que significativo si se tiene en cuenta que la gran estrella de los californianos debería haber sido este 2017 ese teléfono todo pantalla, capaz de reconocer a su dueño con una rápida ojeada a sus rasgos faciales. Ni caso le han hecho los que usan Google a la enésima reinención del reloj inteligente de Tim Cook. Ni rastro tampoco de su malograda televisión. Ni siquiera de su fallido nuevo iOS que tantos dolores de cabeza ha levantado estos últimos meses. Hasta cuatro dispositivos de la factura tecnológica fundada por Steve Jobs integran el índice de favoritos del año pasado.

NO SOLO «SMARTPHONES»

¿Qué cacharros rastreamos entonces esta vez en las entrañas de Internet? ¿De qué novedades quisimos saber más, hacerlas nuestras? Al rediseñado y acicalado buque in-



ILUSTRACIÓN: MABEL RODRÍGUEZ

signia de Apple le sigue nada más y nada menos que una consola, la Nintendo Switch, una máquina que en poco más de nueve meses ha vendido ya más de diez millones de unidades.

Y no es el único aparato de entretenimiento que se cuela entre los favoritos: le acompaña, en quinto lugar, la Xbox One X, la tercera interacción de la Xbox tras el lanzamiento de la S, un potentísimo cacharro revisado, destinado a ofrecer resoluciones 4K nativas. Y vaya si lo hace. La calidad de las imágenes de sus títulos es impresionante.

Hay más: una rareza a caballo entre el terminal telefónico y el videojuego. Se trata del Razer Phone, presentado a principios de no-

vembre y enfocado a ofrecer *gaming* de calidad en móviles. El dispositivo, que ronda los 750 euros, es todo lo que un *gamer* puede pedir: es potente y cuenta con una batería que dura y dura —y que se recarga muy velozmente— y con unos altavoces capaces de alcanzar altísimos decibelios sin distorsionar ni un poco el sonido. Ocupa el séptimo lugar de nuestras preferencias y alcanzó altos picos de búsqueda, especialmente, la semana de su lanzamiento: la primera del penúltimo mes del año.

Completan el *top ten* de búsquedas tecnológicas a nivel mundial el nuevo terminal de Samsung —el Galaxy S8—, dos teléfonos chinos —el OnePlus 5 y el Oppo F5— y dos Nokia —el 6 y el 3310—. Fue la nostalgia la que nos hizo enloquecer cuando la multinacional finlandesa anunció en febrero que volvería a poner en circulación su mítico modelo del juego de la serpiente, terminal que marcó toda una época. El rediseñado dispositivo fue la sensación del último Mobile World Congress, y, visto lo visto, también del año, y eso que se trata de un limitado aparato que solo puede conectarse a redes 2G. ¿Qué significa esto? Que ni puede utilizar WhatsApp ni ninguna otra aplicación de Android, que no puede reproducir vídeos y que no tiene GPS. Será, quizá, por eso mismo por lo que tanto nos gusta.

LIBROS

NOVEDAD

Emprendedores y chamanes

○ **Luis Casal**

La crisis económica aceleró en España una salida a la falta de empleo y a las bajas perspectivas para encontrarlo. En apenas una década, ser emprendedor se convirtió en una filosofía de vida, la solución definitiva. El mercado de trabajo se llenó de expectativas. Algunas de ellas llegaron a buen puerto, otras mantienen a flote el barco, pero muchas fueron un fracaso, porque una nueva empresa sale adelante no por el empuje que recibe de inversores, expertos y personas con ilusión, sino por la cantidad de clientes que consigue. Al menos eso es lo que piensan Javier García y Enrique González, economistas y expertos en

estrategia financiera y autores de *La burbuja emprendedora*. Para ellos, el peligro está en los «chamanes» que se aprovechan de la desesperación, de las ansias de emprender de los jóvenes y no tan jóvenes, para animarles a lanzarse al mundo empresarial sin tener en cuenta los riesgos y la realidad del mercado. Este libro intenta eliminar lo que es la paja y dar a conocer al lector, incluso con ejemplos reales, lo que verdaderamente es el proceso de creación de una empresa. Los autores aclaran que no es una obra en contra de emprender, pues ellos mismos han trabajado en proyectos de creación, sino contra las narrativas de éxito que venden humo y falsas esperanzas.

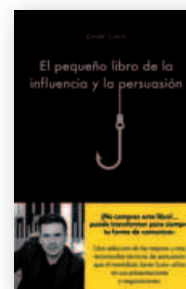


«La burbuja emprendedora»
Javier García
y Enrique González
Edita: Empresa Activa
(2017)
252 páginas; 15,20 euros

SUGERENCIAS

«El pequeño libro de la influencia y la persuasión»

Todas las personas persuadimos, aunque en la mayoría de las ocasiones no con el efecto deseado. Conocer cuáles son los principios de la persuasión puede ayudarnos a evitar situaciones donde los otros quieran manipularnos y mejorar en nuestra vida profesional y personal. Este libro reúne métodos y técnicas de persuasión y de influencia. Es un compendio de las obras, procedimientos y filosofías de los pensadores y visionarios que han escrito sobre la persuasión a lo largo de la historia, como Aristóteles. A eso el autor añade investigaciones modernas sobre el tema.



«El pequeño libro de la influencia y la persuasión»
Javier Luxor
Edita: Alienta (2017)
368 páginas;
12,95 euros