



La lógica perfecta del consumo: usamos cosas caras y a medias, que descartamos casi nuevas para cambiarlas por otras que...

Hay una marca, cuyo nombre no voy a pronunciar, que ha presentado dos modelos de teléfono móvil esta semana, entre otros productos. Esa marca, que identifica una de las empresas más valoradas del mundo, se caracteriza por no inventar casi nada y por ponerle orden y belleza -es decir, diseño- a lo que otros han descubierto antes. Les va muy bien, no solo porque inventan diseño. También porque generan ríos de tinta y horas de televisión cada vez que se les ocurre introducir algo nuevo en el mercado. Se ahorran gastos en publicidad y, encima, etiquetan sus productos con unos precios carísimos para convertirlos en lo que ahora llaman *bienes aspiracionales*.

Que nadie piense que soy *amish*, aunque según el *New York Times* de ayer, también ellos usan ahora móviles inteligentes. Más: llevo uno de esos cacharros en el bolsillo y de esa mismísima marca. Uso un diez, quizá un veinte por ciento de los recursos que el aparato ofrece y me sorprende un poco al comprobar que no me interesa ninguna de las nuevas utilidades que han incorporado a los modelos de esta semana. Simplemente, no solucionan ningún problema que tenga y supongo que lo mismo le ocurrirá a la mayoría. A pesar de eso, estoy convencido de que se venderán millones de unidades en cuanto salgan al mercado, porque han sabido convertirlo en un símbolo de estatus y porque realmente son bonitos.

Esperaré a que me regalen otro, ya que dentro de poco, como ya me sucedió con la tableta de la misma marca que sigue nueva, no me servirá para nada, porque dejarán de actualizarle el sistema operativo. La lógica perfecta del consumo: usamos cosas caras y a

Publicado: Martes, 19 Septiembre 2017 01:31
Escrito por Paco Sánchez

medias que descartamos casi nuevas para cambiarlas por otras que...

Paco Sánchez, en lavozdegalicia.es.