

La tomadura de pelo de la obsolescencia programada



DESDE LA SALA

Myriam Z. Albéniz

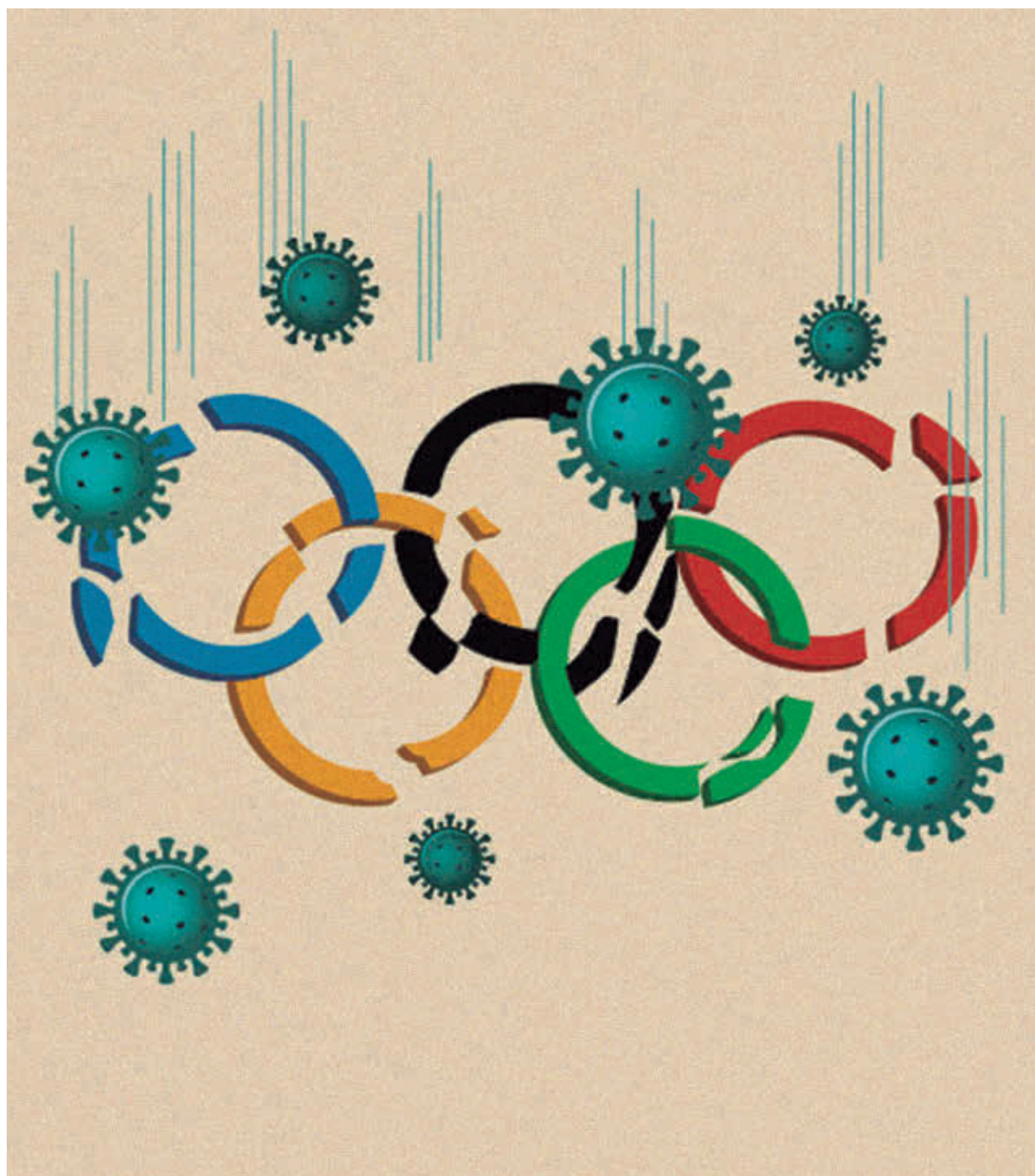
Tras la pomposa denominación de obsolescencia programada se esconde la enésima forma de tomadura de pelo que apunta como víctima al sufrido consumidor. Este atraco comercial a mano armada consiste en programar el fin de la vida útil de un producto para que, por narices, no quede más remedio que comprar otro. Lo que se conoce como fidelización no deja de ser otro rostro de la adicción y, además, tan rentable como aquella. Por supuesto, el fin último de tan lucrativo negocio no es ni mucho menos producir género de calidad sino, simple y llanamente, obtener estratosféricos beneficios económicos. Ni las verdaderas necesidades de los compradores ni las perversas repercusiones medioambientales asociadas a este *modus operandi* importan un bledo a sus promotores. Sin ir más lejos, hace apenas tres años el mercado estimaba que la duración media de un móvil rondaba los dos años. De acuerdo con las últimas estadísticas, este plazo se ha reducido a menos de uno. Dispuesta a batir récords, yo llegué a conseguir que el mío sobreviviera cincuenta y cuatro meses en perfecto estado de revista. Está claro que como cuidadora no tengo rival. Sin embargo, con todo el dolor de mi corazón y consciente de asistir a sus boqueadas finales, voy a verme obligada a sustituirlo por otro con el que, a buen seguro, no terminaré de aclararme.

La práctica en cuestión ha generado un creciente malestar social y, por ello, la propia Unión Europea ha pretendido frenar esta deriva sin sentido. Se trata de desactivar la desoladora ecuación de "comprar, tirar, comprar", que define la vertiente más salvaje del consumismo, así que los fabricantes van a tener que ponerse manos a la obra para evitar los óbitos prematuros de móviles, lavadoras, hornos microondas o impresoras -por citar algunos de los cadáveres más recurrentes de nuestro día a día-. Y eso que no son sólo los aparatos tecnológicos los susceptibles de padecer esta enfermedad congénita. Prácticamente cualquier artículo puede formar parte de la lista negra de artilugios irreparables y poco rentables.

Algunos expertos afirman que la solución pasa por aplicar beneficios a aquellas empresas que apuesten por creaciones de mayor durabilidad y que luzcan etiquetas explicativas de cómo poder ser reparadas de un modo sencillo. Son propuestas surgidas a raíz de unos estudios del popular Eurobarómetro, que avalaban que más de dos tercios de la población europea estaría dispuesta a asumir aumentos de precio a cambio de permanencias superiores a un lustro, y que tres de cada cuatro individuos preferiría arreglar antes que comprar. La relevancia de estas medidas estriba, pues, en la necesidad de erradicar esa tendencia al exceso y a la opulencia con la que, a fuerza de agotar sus recursos despiadadamente, nos estamos cargando el planeta.

Esta apuesta de la UE no sólo ampliaría la edad de las máquinas sino también la de sus componentes y, como resultado de decantarse por una asequible reparación (hasta ahora, por desgracia, salían más caras las cintas que el manto) en vez de por una obligatoria nueva adquisición, el nivel de residuos descendería sustancialmente (dentro de nada los países del Viejo Continente generarán unos doce millones de toneladas). Visto lo visto, para perfiles como el mío -primate analógica para quien cambiar de dispositivos equivale a una auténtica tortura china-, la perspectiva no puede ser más alentadora. No todos estamos obsesionados con poseer el modelo más actual de teléfono, ni la cámara de fotos más moderna, ni el ordenador de última generación, como tampoco tenemos ninguna intención de resignarnos a ser una pieza más del engranaje de una sociedad desnortada que, a menudo, prefiere las cosas a las personas. En cualquier caso, es evidente que, si no se revierte con decisión esta contemporánea propensión a consumir por consumir, nuestro porvenir pinta color de hormiga. Como objetivo para inaugurar este 2021 me parece tan loable como apuntarse al gimnasio o dejar de fumar. Y bastante más original.

OBSERVATORIO



Vacuna y deporte: el presente que es futuro



Miguel A. Betancor León

Acabamos de cerrar el 2020, al que recordaremos por el impacto de la Covid-19 en nuestras vidas. Un virus que cambió el devenir del año, pero que también ha traído algunas mejoras en la vida de las personas, en pleno impacto de la aceleración digital. La innovación, revalorizada hoy, acentúa la necesidad de aceptar un mundo híbrido que generará dinamismos deportivos sostenibles. Una innovación centrada en las personas y no sólo en la tecnología. 5G, Inteligencia Artificial, Big Data, Internet de las cosas (IoT) pero sin olvidar el Internet de las Personas (IoP). El deporte supone un 3.3% de nuestro Producto Interior Bruto (PIB) y el 2,21% del de la Unión Europea. Su

impacto con la pandemia ha sido evidente. La vacuna abre una esperanza, pero el deporte también se tendrá que vacunar para acabar con ciertos modelos que en 2021 tienen que regenerarse.

No es lo mismo diseñar políticas deportivas de contención del virus (que eviten menos contagios en el plano deportivo, aspirando a recuperar la vieja normalidad), que asumir una verdadera reestructuración para alcanzar un grado de inmunidad en futuros periodos de pandemia. Hoy hay que adelantarse a nuevas formas de sentir el deporte: desde las federaciones y en la misma práctica físico-deportiva, más allá de cómo la conciben hoy las instituciones.

La pandemia ha provocado un tsunami de cambios que nos ha colocado en un mundo que algunos creían utópico. El 2021 debe convertirse en el gran momento para mejorar nuestras vidas y seguir disfrutando del deporte. Ya se promueven competiciones virtuales en ciclismo, simuladores de coches y nuevas prácticas virtuales en casos como el del fitness. El confinamiento elevó el valor de recursos incluidos dentro de la llamada Zoomificación y los tutoriales virtuales.

La tecnología ha comenzado a moldear nuestros hábitos deportivos. En los Juegos Olímpicos de París 2024 se introducirán nuevas modalidades como el Skate o el Breakdance, que han nacido del sentimiento lúdico en el mundo urbano y de una sociedad joven que quiere disfrutar deportivamente de otra manera. En los Juegos de Asia 2022 los esports

tendrán medalla, respondiendo a la misma premisa.

Estas nuevas realidades no se circunscriben sólo al deporte: hemos visto cómo el teletrabajo ha pasado de ser menospreciado o demonizado a convertirse en un recurso óptimo para muchas empresas. La realidad aumentada se adentra en sectores como el turismo (aportando información de interés a los tours) o los videojuegos (*Pokemon Go* es el paradigma), en un nuevo concepto de movilidad urbana que ha empujado a las personas de todas las edades a caminar, relacionarse e incluso conocer espacios históricos. Las ciudades se perciben de otras maneras con la tecnología.

En este futuro que es presente, el deporte no será inmune a estos cambios disruptivos.

Interesante me ha parecido la propuesta del Plan Marshall del Deporte que agrupa a asociaciones de federaciones deportivas de varias comunidades autónomas en España: se plantean 27 actuaciones para el siglo XXI, algunas de ellas en el ámbito de la digitalización. Impulsando el reconocimiento de los esports y redefiniendo la fiscalidad, la ocupación laboral y la financiación.

Lo cierto es que ya en 2021 necesitamos políticas más proactivas que reactivas. La nueva realidad nos llevará hacia otra casilla de salida, con nuevos modelos que nos harán vivir entre lo tradicional y lo nuevo. Nuevas normas, nuevos planes de acción y una nueva carta de navegación.

Poder ver a jóvenes y adultos usando plataformas digitales para jugar o hacer ejercicio es algo que no sólo sucederá, sino que ya está ocurriendo. El deporte y la actividad física se valorarán aún más en este renovado escenario. Sin embargo, se necesita un marco de seguridad jurídica donde los expertos deberán ayudarnos a dar sentido a estos cambios.

En general, debemos mejorar como seres sociales con unas herramientas más potentes que nunca. Si en un entorno de mayor conectividad no se mejoran las relaciones sociales, algo falla. Hay que prevenir la tecno-adicción, la tecno-ansiedad, la tecno-fatiga, la tecno-beauty o la tecno-escaqueo en la educación online. Progresarán quienes aprendan de la pandemia: los que desesperadamen-

te se empeñan en detener el reloj y volver hacia atrás se quedarán con lo peor de este tiempo nuevo. Vivir en el presente en lo que Eckhart Tolle denominó el poder del ahora.

Al principio de la pandemia se compraba de manera compulsiva papel higiénico. En la desescalada se compraban ordenadores, tablets, webcams... Algo importante ocurrió. Hasta el punto que ya se plantean, en escenarios más amables, trabajos híbridos, que combinen lo presencial con el teletrabajo. El fenómeno se ha replicado en el deporte.

En el plano profesional, la tecnología ha propiciado nuevos modelos de negocio y vectores para su desarrollo, a través del análisis del juego, el Big Data de los deportistas para su mejor performance, medios audiovisuales optimizados, el streaming, el enfoque del entretenimiento deportivo. Como bien expresa el experto en Marketing Carlos Cantó, la industria del deporte tiene que sustentarse en el concepto híbrido del sportainment (deporte y

entretenimiento), el engagement de los fans, nuevas experiencias en realidad virtual (VR) y aumentada (AR) y experiencias inmersivas que generan nuevos contenidos deportivos. Por contra, el patrocinio deportivo pierde visibilidad en partidos a puerta cerrada: y eso es algo que hay que solucionar.

Por mi parte, propondría proyectos de gamificación en las ciudades. Esto es, gamificar el espacio público de una manera tan simple, por ejemplo, como con el uso de los patinetes, o con la creación de drone corners. Y con mil iniciativas posibles más. El 2020 ha supuesto una transformación digital obligatoria, pero en 2021 habrá que normalizar su buen uso. La clave será no ya

imaginar soluciones, sino hacer las preguntas adecuadas. Opiniones hay muchas, y cada uno defenderá la suya. Pero innovar no es sólo inventar sino también dar valor añadido a modelos tradicionales para un mejor uso. Encaramos el reto de adaptarnos a nuevas realidades, que serán cada vez más en el futuro.

MIGUEL A. BETANCOR LEÓN. DOCTOR EN PSICO-PEDAGOGÍA.

LAS PALMAS HACE.. AÑOS

15 Alerta meteorológica por fuertes lluvias y probables nevadas en la Cumbre

LA PROVINCIA del lunes 9 de enero de 2006 destacaba en su portada que la Dirección General de Seguridad y Emergencias declaró a las 18.45 horas de ayer la alerta en Canarias ante la probabilidad de nieve y lluvias localmente fuertes. En el caso de Gran Canaria, las previsiones son de precipitaciones de 60 litros en 12 horas y probables nevadas por encima de los 1.800 metros. Las zonas de medianías de la Isla registran desde los últimos días de las fiestas navideñas bajas temperaturas, que llegan a los nueve grados durante la noche.



25 El precio de la carne subirá esta semana por el recorte del REA

La portada de LA PROVINCIA del martes 9 de enero de 1996 informaba de que el descenso de las ayudas del Régimen Específico de Abastecimiento (REA) a la importación de las carnes de cerdo, vaca y pollo y de embutidos comenzará a repercutir en los precios que paga el consumidor esta misma semana, según las previsiones de los industriales de las Islas. La cuantía del incremento de los precios de las carnes dependerá de que los importadores opten por repercutir el descenso de las subvenciones de "golpe o de manera escalonada".

50 Mejor y mayor protección a la familia

LA PROVINCIA del sábado 9 de enero de 1971 daba cuenta en su primera página de varias noticias. En el Consejo de Ministros se decidió una mejor y mayor protección a la familia. Aumentan las prestaciones de la Seguridad Social por esposa e hijos. El proyecto de la nueva ley de Familias numerosas ha sido enviado a las Cortes. En la sección de internacional se hacía eco de que el primer secuestro del año ha sido en Uruguay. El embajador inglés fue raptado por los tupamaros. Hay un gran despliegue policial para localizarlos.

Dionisio O'Daly

COLUMNA

Víctor Aúz



Como todos sabéis, Dionisio O'Daly fue un canario-irlandés que hizo cosas muy importantes, pero por si no conocéis todos sus logros, os haré un breve resumen.

La derrota de los católicos irlandeses a manos de Oliver Cromwell en 1651 produjo la primera oleada de irlandeses en Canarias. La mayoría pretendía alcanzar América con sus frágiles barcos, pero al encontrar las Islas en su camino, pensaron que sería mejor quedarse aquí, al menos temporalmente, para reparar sus naves y aprovisionarse.

Muchos de ellos desembarcaron en Santa Cruz de La Palma, que en aquellos tiempos era el puerto más importante del Archipiélago, con excelentes carpinteros de rivera. Y fueron muy bienvenidos por ser de un país católico, por su comercio con América y por su carácter extrovertido y alegre. Y al final muchos se quedaron no solo en La Palma sino también en Gran Canaria y Tenerife.

Y en 1737 nace en La Palma Dionisio O'Daly. En aquellos momentos la isla estaba en manos de los Regidores Perpetuos, nombrados por el Rey y que pertenecían a dos o tres familias, ya que estos cargos se heredaban de padres a hijos. Y estos Regidores cometen toda clase de abusos contra los habitantes de la isla, quedándose con las tierras y bienes que les apetecieran.

Dionisio se dedica al comercio y en 1767 es nombrado Síndico Personero, cargo creado por el rey Carlos III para frenar los abusos de los Regidores y proteger al común de los ciudadanos. Por eso se une al abogado Anselmo Pérez de Brito para presentar una demanda contra los Regidores Perpetuos. Tras varias peripecias que no vienen a cuento, el Rey en 1771 falla contra los Regidores que además de ser destituidos son castigados con fuertes multas. Los representantes de los barrios eligen a los nuevos regidores, de mandato bienal, en las primeras elecciones democráticas en España.

Además de ser, en la práctica, el primer Diputado del Común de Canarias -y esa es la razón por la que actualmente dicho cargo tiene su sede en La Palma- Dionisio O'Daly propició la apertura de la primera escuela pública de España. Y, por si fuera poco, fue uno de los fundadores de la Real Sociedad Económica de Amigos del País de Santa Cruz de La Palma, una de las más antiguas de España. No es de extrañar que la calle principal de Santa Cruz de La Palma lleve el nombre de Dionisio O'Daly.

Y ahora acabo de ver en La Provincia que en la isla bonita han lanzado al mercado una sidra con el nombre de O'Daly, al parecer de gran calidad y que se está exportando con éxito a los Estados Unidos. Tal vez esto ayude a que todos los canarios sepamos quien fue este irlandés tan ilustre.