

La igualdad se compra en agentes autorizados

ANDRÉS GARCÍA CONTRERAS ■ Especialista en pagos y comercio móviles

SE DICE QUE CONSIDERAR un teléfono móvil como símbolo de estatus socioeconómico es un mal de los estratos D y E. Sin embargo, lo mismo ocurre en los estratos medios, cuando hay que decidir entre adquirir una camioneta o invertir en una franquicia para tener otro ingreso. La camioneta se impone como símbolo de estatus. La camioneta se adquiere en un concesionario y el teléfono móvil en un agente autorizado de alguna marca de telefonía. Ambos artefactos brindan lo mismo a sus dueños.

Al hablar de Venezuela debe considerarse que el 83 por ciento de sus habitantes se encuentra en los estratos D y E, que el estrato C- (la clase media baja) no supera el trece por ciento y que el restante cuatro por ciento (ABC+) se encuentra aislado en su burbuja, tratando de explicarse las noticias diarias con teorías complacientes, en las que la culpa del desorden del entorno es de los conquistadores, gendarmes necesarios o sucesivos demagogos que ellos mismos han ayudado a llegar al poder, por acción u omisión.

Desde hace décadas es parte de la «sabiduría convencional» criolla eso de que Venezuela es un país rico, que promovió una cultura de lo material que exacerbó el pragmatismo de la sociedad para llegar a obtener esa riqueza de manera tangible; es decir, tener plata. Cuando John Kenneth Galbraith escribió *La sociedad opulenta* en 1958 y le dio cuerpo al concepto de sabiduría convencional se refería a esas ideas que eran socialmente aceptadas, sin que en realidad fueran verdades irrefutables, porque eran ideas atractivas, evitaban algunos males (ahorran trabajo u ocultaban una verdad dolorosa) o habían sido expuestas por sujetos con credibilidad.

Así llegó Venezuela al «somos ricos», y la lucha que vino fue para demostrar quién era más rico. Esto se difundió en todos los estratos sociales; pero, cuando las estrecheces de bolsillo dictaron los límites, se empezó a emplear cualquier artefacto para catalogarlo como legitimador material de categoría o calidad del individuo, que retrocedió a estadios primitivos en los cuales el tamaño y el color de las plumas que adornaban su cabeza dictaban la jerarquía dentro de la tribu. Esta conducta, antiquísima, simplemente está hoy exacerbada.

Factores como la educación o el respeto a las normas elementales de ciudadanía pasan inadvertidas con la actual estructura de incentivos. Usted puede ser ingeniero o profesor universitario, profesión tan maltratada salarialmente, pero eso no tendrá mayor valor para muchos y en Twitter podrá leer «prefiero ser un burro con plata que un inteligente pelando», frase acuñada por un deportista cuya impenitente locuacidad le permitió echar a la calle lo que muchos criticaron pero la mayoría piensa. Posteriormente, esa misma incontinencia verbal le jugó una mala pasada a ese deportista. Esa es otra historia.

Mi teléfono móvil, tu igualdad y la mía

El poder adquisitivo fija cuál será el tipo de pluma, el color y el tamaño que en cada tribu urbana reflejará las calidades de sus miembros. Mientras que el vehículo forma parte del abanico de opciones de los estratos medios para distinguirse dentro de su grupo, en los estratos D y E el teléfono móvil

es el que manda, el elixir que acerca a las clases altas, el elemento que coloca a la persona más arriba en la jerarquía de su grupo.

En los estratos D y E hay individuos que poseen un teléfono inteligente, pero no pagan el plan de datos que les permitiría emplearlo totalmente o no poseen una cuenta bancaria que les dé acceso a una tarjeta de crédito para pagar las aplicaciones y demás servicios ofrecidos por los portales móviles. Quienes sí pagan el plan de datos raras veces emplean el teléfono inteligente en más de un diez por ciento de su potencial y se limitan a redes sociales y al manejo, a veces abusivo, de los chats. El hecho de estar conectados con el resto de sus

Mientras que el vehículo forma parte del abanico de opciones de los estratos medios para distinguirse dentro de su grupo, en los estratos D y E el teléfono móvil es el que manda, el elixir que acerca a las clases altas

conocidos mediante un dispositivo considerado de última generación es vital para hacer vida social. En sí, lo importante no es comunicarse, sino con cuál dispositivo. Poseerlo es algo que debe lograrse a toda costa, incluso si su origen es dudoso. Es una forma de ser iguales, de acceder a una porción de esa riqueza que la sabiduría convencional criolla inculcó.

Pero también ocurre arriba

En las clases media y alta aparece un comportamiento particular con respecto al uso del teléfono móvil, especialmente el teléfono inteligente. El teléfono de última generación no ofrece estatus sino es un «validador»; es decir, se busca la pluma del mismo color que viste la tribu, se da por sentado que tal tipo de pluma permite estar en determinada tribu.

Si usted, lector de *Debates IESA*, observa a su alrededor, podrá comprobar que sus colegas y amigos subemplean el teléfono inteligente; quizá usted mismo lo hace. La mayoría de los usuarios compra un dispositivo de estos, pero no hace gran cosa con él, más allá de subir fotos y videos a redes sociales, chatear, jugar y, si acaso, descargar aplicaciones bancarias. Todo esto lo puede hacer con un teléfono marca Sony, HTC o el desplazado Nokia, pero sería imperdonable presentarse en la oficina sin un iPhone, Blackberry Z10 o Samsung Galaxy S4, ese que permite estar *in*. Aunque los demás teléfonos poseen las funcionalidades que regularmente usan, estas personas no realizarán esa «inversión» debido a que en sus tribus esas plumas no son las que identifican y generan pertenencia.

Los teléfonos que no brindan validez son los típicos «en-mi-oficina-nadie-los-conoce», porque la excusa del pin se acaba con whatsapp. Las aplicaciones vienen para los principales sistemas operativos y los Samsung, iPhone o Blackberry no ofrecen la mejor resolución de cámara, cosa que sí hace un Nokia Lumia.

En definitiva, cuando pase frente a un agente autorizado no crea que allí se venden dispositivos tecnológicos y líneas telefónicas. Allí se vende igualdad. ■