

Tekst 6

¿Queda algo en este mundo sin sus apps?

Para ligar, para llamar a un taxi, para comprar y vender, para editar imágenes, para encontrar pareja a nuestra mascota...



(1) En un capítulo de la serie *Girls*, Hannah (Lena Dunham) amenaza a su jefe con ponerle una demanda por acoso laboral. “No sabrás hacerlo”, le contesta él con parsimonia, “todavía no han inventado una *app* para eso”. Fuera del mundo de ficción de las series de HBO, el profesor John McCarron cuenta que un estudiante de Periodismo comentó en una de sus clases: “¿La pobreza en el mundo? ¿Y no hay una aplicación para solucionarla?”. McCarron afirma en el artículo *Sorpresa para los millennials: no existe una app para todo*, que los nacidos entre 1985 y 2000 tienen un modo diferente de solucionar los conflictos y confían en la tecnología, concretamente en las *apps*, por encima de todas las cosas.

(2) Existe una generación que no se imagina su vida sin aplicaciones. “Son los que esperan y quieren que haya una para todo”, explican Katie Davis y Howard Gardner, autores del libro *The App Generation*. Aseguran, tras entrevistar a cientos de ellos, que los adolescentes son “*apps*-dependientes”. Su tesis es que las consideran atajos para solucionar de un modo fácil, rápido y directo problemas de la vida cotidiana aplicando siempre la ley del menor esfuerzo. “Los *millennials* interpretan el mundo como un ensamblaje de aplicaciones, y su propia vida, como una sucesión de dificultades que se pueden evitar gracias a la tecnología”.

(3) 24 estas observaciones, ya en 2014, diversas empresas consultoras —entre ellas, Deloitte— advirtieron que el entusiasmo por las aplicaciones había disminuido considerablemente. Ese año, el promedio de descargas de *apps* a móviles descendió a 1,8. En el año anterior la
25 media era de 3.

(4) Deloitte también apunta que casi un 30% de los usuarios decidieron no descargar ninguna *app* en 2014. Según el diagnóstico de la consultora, varios fenómenos explican la caída moderada del uso de aplicaciones, entre ellos el agobio (demasiadas en el mercado), la apatía
30 (dejó de ser divertido tener la última *app* en el teléfono), la saturación y la eficiencia de las propias aplicaciones que concentran cada vez más servicios, con lo cual no es necesario disponer de una docena de ellas para satisfacer una necesidad. Las únicas que aguantan la normalización del mercado son las de juego y mensajería. También son las que más se
35 usan junto a las de geolocalización. El resto sigue ahí para decorar la pantalla del teléfono. Hace tiempo que no se utilizan y probablemente nunca volvamos a hacerlo. Aunque eso tampoco es suficiente para pronosticar una crisis. El mercado de las aplicaciones sigue siendo, de momento, esa burbuja siempre a punto de explotar.

de: El País Semanal, 08-11-2015

Tekst 6

- 1p 22 ¿Para qué sirven los ejemplos en el primer párrafo?
para
- A aclarar por qué el uso de las *apps* ha ganado tanto terreno entre los *millennials*
 - B exponer la dependencia de los jóvenes nacidos a finales del siglo pasado a las *apps*
 - C ilustrar la falta de conocimientos factuales entre los *millennials* debido al uso creciente de las *apps*
 - D mostrar el número aumentado de alusiones a las *apps* en las series de televisión

Lees alinea 2.

- 1p 23 Welke mentaliteit signaleren Katie Davis en Howard Gardner, schrijvers van het boek *The App Generation*, onder de *millennials*?

Lee el párrafo 3.

- 1p 24 ¿Qué palabras faltan en la línea 21?
- A A causa de
 - B Al igual que
 - C A pesar de
 - D Como consecuencia de

Lees alinea 4.

- 2p 25 Geef van elk van de volgende beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met de inhoud van deze alinea.
- 1 Er worden zoveel apps aangeboden dat het niet meer aantrekkelijk is om de nieuwste app te downloaden.
 - 2 Er zijn veel verschillende apps nodig om in alle behoeftes te voorzien.
 - 3 Apps voor spelletjes, berichtjes en locatiebepaling blijven populair.
 - 4 Of een app een groot succes wordt is makkelijk te voorspellen.
- Noteer 'wel' of 'niet' achter de nummers op het antwoordblad.