

Tekst 2

La 'neofilia'

(1) Hace pocos días, Apple, el gigante norteamericano que diseña y produce equipos electrónicos y software, presentaba su último modelo de iPhone, un móvil que en breve podrá ser adquirido por los consumidores que lo deseen. Entonces veremos la imagen típica que se repite cada vez que un producto estrella de una empresa de prestigio sale a la venta: largas colas que se forman delante de la tienda para ser el primero en tener el nuevo 'juguete'. Si tú eres uno de esos que se pasarán horas en la calle para conseguir el deseado objeto, tienes que saber que sufres de 'neofilia'.



(2) Tranquilo, no se trata de una enfermedad; más bien es una tendencia exagerada, casi obsesiva, por tener siempre lo más nuevo del mercado. No es pues lo mismo que el trastorno de compra compulsiva, que sí se considera una patología relacionada con las adicciones y en la que la persona que la padece no es capaz de controlar sus impulsos, aspecto que acaba afectando a su vida diaria. "Que una chica se pase toda una noche haciendo cola para ver a Justin Bieber o que alguien espere durante muchas horas para obtener el último modelo de iPhone nada tiene que ver con una adicción", señala Albert Vinyals, doctor en psicología del consumo. "Una filia no siempre es algo 4; la gente aficionada a coleccionar sellos, fenómeno que se conoce como filatelia, tiene una vida muy normal", añade.

(3) Aunque la neofilia se asocia más con el mercado tecnológico, los neófilos están presentes en muchos sectores, como en el de la moda o la gastronomía. Según Vinyals, "son capaces de mover cielo y tierra cuando se trata de adquirir un nuevo producto. Si saben que la fecha del lanzamiento es más cercana en otro país, harán todo lo posible por comprarlo en el extranjero. Para ellos son muy emocionantes los días previos a la aparición del producto en cuestión. Pero cuando ya lo tienen, enseguida están buscando otra cosa".

(4) En ese sentido, Vinyals opina que los neófilos son el reflejo de cómo funciona la sociedad de consumo: "El mercado nos va diciendo continuamente que necesitamos tener el último producto que ha salido, que es mejor que el anterior. Además, nos sugiere que podemos ser felices consumiendo. El hecho de consumir va mucho más allá de cubrir las necesidades más físicas, pues hay productos que nos ayudan a crear nuestra identidad".

adaptado de: www.lavanguardia.com, 12-09-2016

Tekst 2

- 1p 2 ¿Para qué sirve el párrafo 1?
para
A aclarar el concepto del fuerte deseo por obtener productos nuevos
B definir el método de lanzamiento de nuevos productos de Apple
C describir la reacción general ante la abundancia de productos lujosos
D precisar una situación extraordinaria ocurrida en una tienda de Apple
- 1p 3 ¿Por qué el autor habla del “trastorno de compra compulsiva” (línea 15) en el párrafo 2?
porque quiere
A explicar por qué la gente confunde el trastorno de compra compulsiva con la ‘neofilia’
B relativizar la gravedad de sufrir de ‘neofilia’ en comparación con sufrir de un trastorno de compra compulsiva
C subrayar que sufrir de ‘neofilia’ sucede más que sufrir de un trastorno de compra compulsiva
- 1p 4 ¿Qué palabra falta en la línea 21?
A fácil
B malo
C nuevo
D ordinario
- 1p 5 Welk kenmerk van ‘neofilia’ of ‘neófilos’ wordt genoemd in alinea 3?
1 ‘Neofilia’ werd voor het eerst gesignaleerd bij technologische producten.
2 ‘Neofilia’ komt vooralsnog weinig voor in de wereld van de mode en de gastronomie.
3 ‘Neófilos’ reizen zelfs naar een ander land als het gewenste product daar eerder te koop is.
4 ‘Neófilos’ zijn nooit tevreden over hun aankoop, ze gaan die meteen weer ruilen.
Noteer het **nummer** van het kenmerk dat genoemd wordt op het antwoordblad.
- 1p 6 ¿Qué se describe en el último párrafo?
A motivos por los que se puede explicar el comportamiento de los neófilos
B prejuicios a los que los neófilos se enfrentan en el mundo de consumo
C soluciones para poder acabar con el consumo excesivo de los neófilos