

Fecha: 04-03-2026

Medio: Hoy x Hoy Concepción

Supl.: Hoy x Hoy Concepción

Tipo: Noticia general

Título: "Teléfonos tontos" son un éxito para evitar la hiperconexión

Pág.: 10

Cm2: 447,8

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

Sin Datos

Sin Datos

☐ No Definida

# "Teléfonos tontos" son un éxito para evitar la hiperconexión

En Chile desde hace un tiempo se venden como dispositivos para los adultos mayores, aunque en Europa son un éxito entre los millennials. El Presidente Boric tiene uno.

V. Barahona / Agencia EFE

**E**l Congreso Mundial de Teléfonos Móviles (MWC) está viviendo su propia paradoja debido al éxito de los "dumb phones" o "teléfonos tontos", la antítesis de los actuales y masivos smartphones o teléfonos inteligentes, ya que hay muchos usuarios, saturados de información, estímulos y mensajes a toda hora, buscan desconectar.

Los dumb phones son aparatos minimalistas, como las primeras generaciones de teléfonos móviles de hace unas décadas, diseñados para los sistemas de comunicación actuales, aunque con pantallas más sobrias que reducirían la denunciada adicción, además de contar con sólo ciertas funcionalidades, en busca de recuperar el tiempo perdido en aplicaciones y redes sociales.

En Chile se venden desde hace algún tiempo como "teléfonos para adultos mayores", con precios que comienzan en los \$20 mil. Uno de los primeros expositores de esta tendencia fue el Presidente Gabriel Boric, quien el año pasado sacó en el Congreso Futuro un celular de "almeja", populares desde la última década del siglo pasado.

Ante la continuidad de las notificaciones que interrumpen el día a día, y su entonces próxima paternidad, Boric dijo que "una de las decisiones que tomé es empezar una transición tecnológica y me compré uno de estos (mostró el teléfono), de los antiguos, sin internet".

Al igual que el Congreso Futuro en Chile, el MWC en España es un centro de la innovación y la conectividad, donde se ha abierto un espacio para las voces que llaman a racionalizar el tiempo de



Los antiguos Nokia y las "almejas" están volviendo al mercado.

**DESDE \$20.000**  
se encuentran en Chile  
teléfonos sin redes sociales ni  
pantallas saturadas.

**HASTA EL JUEVES**  
se extenderá el Mobile World  
Congress en Barcelona,  
España.

uso de la tecnología y promueven la "desconexión".

## "UN PASO ATRÁS"

La propuesta es radical en su sencillez: teléfonos negros, sin artificios ni florituras, con una pantalla básica y aplicaciones funcionales que permiten llamar, escribir notas y consultar indicaciones.

"No se trata de dejar el teléfono móvil, sino de ofrecer otra perspectiva, una alternativa. Dispositivos como los Light Phones son como una cámara: una herramienta tecnológica más, que usas

cuando la necesitas, pero que no captura tu vida", dijo el director general de la firma, Kaiwei Tang.

Un socio de la empresa, Eleph Kwong, agregó en agencia EFE que "puede parecer que das un paso atrás, pero en realidad avanzas hacia algo más humano. Es volver a nuestros orígenes, sí, pero avanzando: dejando atrás lo artificial para quedarnos con la inteligencia y el lado más humano de la tecnología".

También existe un punto intermedio, los "Balance phones", que aspiran a integrar lo mejor de los dos mundos. "Hay un espacio demasiado grande entre lo que es un móvil básico y lo que es un 'smartphone'. Queremos situarnos justo en medio y crear un dispositivo con el que no tengas que renunciar a nada en tu día a día, pero que al mismo tiempo no te mantenga expuesto a todos

esos contenidos adictivos que nos roban el tiempo", explicó su creador, Carlos Fontclara.

Por eso, su apuesta pasa por mantener aplicaciones como WhatsApp, para conversaciones instantáneas, o Spotify, para escuchar música, pero sin fomentar dinámicas que enganchen durante horas a la pantalla.

Fontclara explicó que la idea original era impulsar este tipo de dispositivo entre los más jóvenes. Sin embargo, descubrió que las familias eran las más interesadas: "La mitad de nuestras ventas son padres y madres que buscan comprar el primer teléfono a su hijos".

El gerente de operaciones de Light, David Wheeler, en cambio, aseguró que la mayoría de sus clientes y usuarios tienen entre 20 y 40 años, principalmente de la generación millennial, quienes ahora están siendo padres.