

Dr. Luciano Segurajáuregui Álvarez

Las Diversas Caras de la Obsolescencia

Las diversas caras de la obsolescencia

Dr. Luciano Segurajáuregui Álvarez
Universidad Autónoma Metropolitana
Azcapotzalco
sal@correo.azc.uam.mx

Resumen

Hablar acerca de la obsolescencia de los objetos de diseño y el impacto que esta tiene sobre la economía y el medio ambiente, es un tema que ha sido tratado de manera constante por diversos especialistas, debido a la importancia que tiene. No obstante, se aborda a la obsolescencia desde una sola perspectiva, cuando en realidad el término es más complejo de lo que supone a simple vista.

Se asume en este artículo que no posee una definición única. Un análisis más acucioso del término permite identificar que existen diferentes tipos de obsolescencia tales como, la natural, programada, percibida, planificada o incluso por decreto. Este escrito propone definiciones claras para cada uno de los diferentes niveles del término, acompañados de ejemplos sobre las diferencias existentes entre cada uno de ellos. Se concluye sobre la importancia que guarda con el diseño industrial desde la óptica del desarrollo sustentable.

Palabras clave

Diseño industrial, Mercadotecnia, Obsolescencia, Consumismo

Abstract

Speaking about the obsolescence of the objects of design and the impact that it has on the economy and the environment is a subject that has been addressed in a continuous way by different specialists due to the importance that it has. However, it discourses obsolescence from a unique point of view, when in fact the term is more complex than what is supposed at first glance.

It is assumed in this article that it does not have a single definition. An analysis more willing of the term allows to identify that there are different types of obsolescence such as, natural, scheduled, perceived, planned or even by decree. This written proposes clear definitions for every one of the different levels of the term, accompanied by examples about the variances existing between each one of them. It concludes on the importance that keeps with the industrial design from the optic of the sustained development.

Keywords

Industrial design, Marketing, Obsolescence, Consumerism.

Introducción

“Nuestra economía está totalmente basada en la obsolescencia planificada”

C. Brooks Stevens.

La obsolescencia de los objetos y servicios ha jugado un papel importante dentro del modelo de mercado consumista. La salida de un objeto del mercado, de manera natural o inducida, y la inserción de un nuevo bien que ocupe su lugar, puede desencadenar múltiples efectos, de carácter tanto positivo, como negativo, e incluso llevar a una revolución objetual no considerada de antemano.

La necesidad, sea natural o artificialmente creada que justifica la sustitución de un objeto por otro, ocasiona un alto impacto en el consumo de materias primas y en la generación de basura y contaminantes de la más diversa índole. La huella que llega a imprimir la obsolescencia es compleja, y no ha de ser interpretado únicamente como la sustitución de un objeto por otro. Las ramificaciones que genera este fenómeno llega incluso a rayar en la esquizofrenia de los consumidores. Como puede suponerse, resulta difícil tanto el rastrear todos los grados de influencia que provoca la existencia de un objeto en el ambiente, como el prever los efectos que puede llegar a desatar su modificación parcial o total, es decir, su sustitución, en el mundo del usuario, entendido este como un ámbito estético, tecnológico y operativo de interacciones.

Si bien la motivación elemental para la creación de los objetos es dar solución a un problema, así también es importante reconocer el peso cada vez mayor del componente emotivo que apuesta por la implementación hedonista de experiencias. La realidad es que gran cantidad de objetos son diseñados para satisfacer deseos y anhelos del consumidor, antes que necesidades de uso. En dónde muchas veces una vez que el objeto es poseído, el consumidor pierde el interés inicial por el mismo y busca un nuevo objeto similar al anterior que logre saciar de manera momentánea sus apetitos de posesión y sus anhelos.

Al reflexionar sobre estos asuntos es apremiante efectuar un replanteamiento del propósito de la obsolescencia. Lo anterior, motiva a buscar y entender los diferentes tipos de obsolescencia existentes en la actualidad y cómo estos se manifiestan a través de los múltiples aspectos que coexisten en el ámbito del diseño industrial, como pueden ser: la mercadotecnia, las decisiones empresariales, la sustentabilidad, la ecología y el pensamiento social contemporáneo.

En este texto, el autor ha llevado a cabo una clasificación de las diferentes obsolescencias existentes, así como la formulación de un principio sobre la temporalidad de la obsolescencia en los objetos de diseño industrial.

Objetivo General

Concebir desde la visión del diseño industrial, un marco teórico que permita vislumbrar la existencia de varios tipos diferentes de obsolescencia. Con la finalidad de comprender los elementos que dictan la permanencia o salida de un producto del mercado.

Objetivos específicos

- Desarrollar una tipificación integrada por clases, tipos y subtipos de obsolescencia
- Delimitar las clases, tipos y subtipos de obsolescencia existentes en la actualidad, identificando de manera específica sus elementos benéficos y sus derivaciones perjudiciales, a fin de poder incidir con efectividad sobre ellas.

Se tiende a asumir al descarte y sustitución de objetos de diseño como un fenómeno único, enmarcado dentro de lo que se ha denominado como obsolescencia planificada y cuyo objetivo es absolutamente mercantilista. De manera simplista resulta válido afirmar que los fines que se persiguen a partir del desprecio de un objeto y su relevo por uno nuevo son enteramente económicos.

Sin embargo, la obsolescencia no es una sola, se manifiesta de diversas maneras. Una visión más profunda permite distinguir la existencia de diversos tipos de obsolescencia, con características muy definidas. Esta información seguramente será del interés del diseñador industrial, el cual deberá determinar desde la fase proyectual el ciclo de vida de aquellos objetos que diseña.

Tomando como punto de partida las definiciones establecidas hacía el término y de acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española (en línea), la palabra obsoleto tiene las siguientes acepciones:

1. adj. Anticuado o inadecuado a las circunstancias, modas o necesidades actuales. *Un sistema de enseñanza obsoleto.*
2. adj. Dicho especialmente de una palabra: Que ha dejado de usarse.

Por su parte el diccionario enciclopédico UTEHA (1951: 1154), aporta sobre el particular lo siguiente:

Obsoleto: anticuado o de poco uso

Y sobre la palabra obsolescencia este mismo texto la refiere como., envejecer.

Bien vale la pena añadir en este punto la existencia de ciertos productos en donde el envejecimiento es una cualidad positiva. Como puede ser el caso de los vinos y demás bebidas espirituosas. También en ciertos objetos de diseño, el envejecimiento les otorga nuevas cualidades que llegan a hacer la diferencia entre lo antiguo y lo simplemente viejo.

Tomando en consideración las puntualizaciones que López Roldán (1996) hace en su texto: *La construcción de tipologías: Metodología de análisis*, y partiendo de las definiciones anteriormente advertidas, en donde el término obsolescencia posee una cualidad denotativa negativa al ser definido como envejecer, se considera viable señalar entonces la existencia de dos clases posibles de obsolescencia en los objetos de diseño: La obsolescencia de clase parcial y la obsolescencia de clase total. Estas a su vez se componen de dos tipos de

obsolescencia: La obsolescencia natural y la obsolescencia artificial. Esta última englobará a su vez diferentes subtipos de obsolescencia., tal y como puede observarse en la tabla 1.

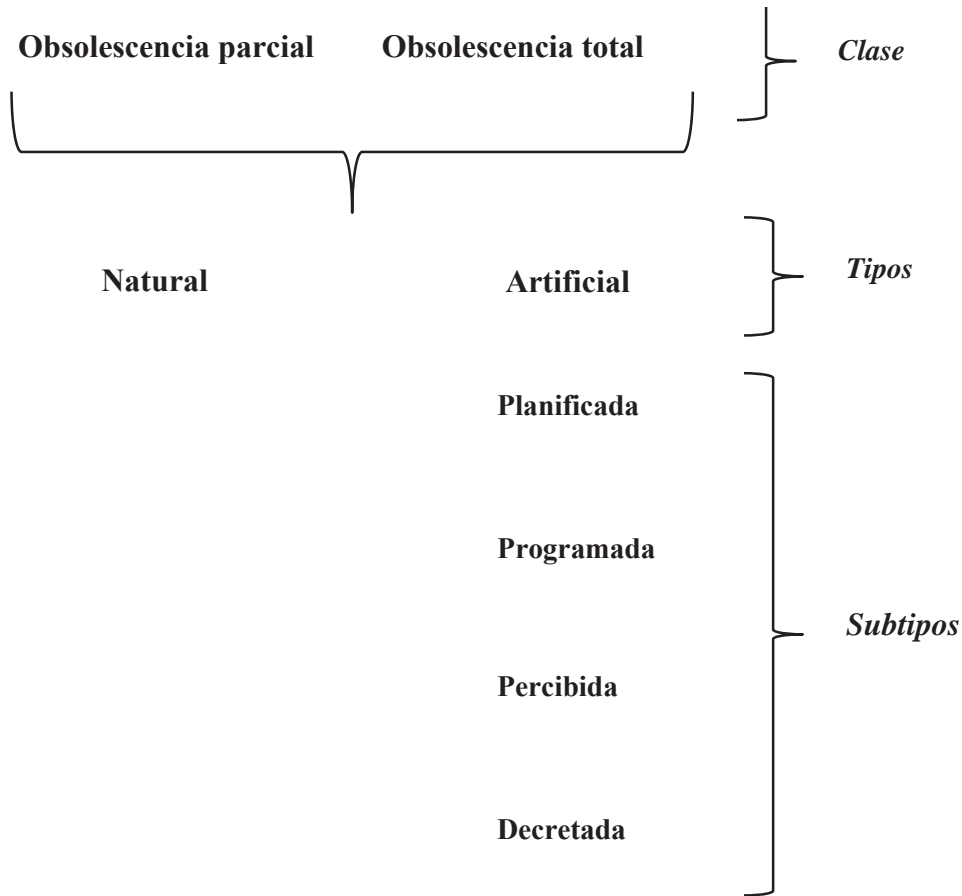


Tabla 1.- Clasificación de la obsolescencia, de acuerdo al autor

La obsolescencia no es un fenómeno unidireccional, como podrá observarse a lo largo de este texto, los tipos y subtipos de ésta a menudo se interrelacionan. A continuación, se ofrece una definición de las clases de obsolescencia existentes: La obsolescencia parcial y la obsolescencia total.

Obsolescencia Parcial

Se presenta cuando alguna de las funciones prácticas, estéticas o simbólicas de un objeto, no puede ser desplegada. No obstante, permite la reparación o actualización del objeto mediante la reposición del componente afectado, restaurando la funcionalidad completa del objeto.

El re tapizar un mueble porque su cubierta original esta gastada por el uso regular o bien esta ha dejado de ser del gusto del usuario, es un claro ejemplo de este tipo de obsolescencia.

El mobiliario conserva su función práctica en términos generales, pero el tapiz desgastado (existe una obsolescencia natural) o considerado anticuado (porque no corresponde a los colores de moda; existe una obsolescencia artificial) ha perdido su valoración estética y por ende simbólica.

Es decir, el reemplazo de alguno de los componentes del objeto, le añade de nueva cuenta vida útil para su uso, reincorporándole a su uso previo o dándole incluso la capacidad de incorporar nuevas funciones.

Obsolescencia Total

Cuando un objeto, por diversas circunstancias ya no es viable de ser considerado apto para seguir siendo utilizado. Generalmente se debe a una falla en la función práctica que resulta imposible de ser resuelta. Es decir, puede considerarse obsoleto debido al daño total o parcial de los sistemas o subsistemas que lo integran, en donde no resulta posible su reparación. Esta clase de obsolescencia corresponde con el envejecimiento racional del objeto y se inserta en la obsolescencia de tipo natural.

Por otra parte, bien puede deberse a motivaciones impulsadas por los fabricantes para acelerar la salida de un objeto del mercado y sustituirlo por otro. En dónde se estimula el apetito del consumidor por sustituir el objeto poseído, a partir de la promesa que la novedad implica en el cumplimiento efímero de anhelos y proyecciones personales a través del reemplazo. En este caso, se estaría hablando de una obsolescencia total de tipo artificial o inducida.

A partir de las categorías reseñadas anteriormente, se desprenden los siguientes dos tipos de obsolescencia, mencionados dentro de la clasificación de la obsolescencia total: La obsolescencia natural y la artificial o inducida

Obsolescencia natural

El término se refiere a cuando un objeto envejece de manera tal que queda imposibilitado para desarrollar de manera parcial o total, las funciones de uso para las cuales fue diseñado originalmente. Es decir, que el objeto verifica con un período de vida durante el cual se asume cumplió con las expectativas de uso y posesión del consumidor.

Un objeto se vuelve obsoleto de forma natural cuando los materiales con los cuales fue manufacturado han perdido sus propiedades (fatiga de material); o bien sus mecanismos se han desgastado al punto en donde un reemplazo no es viable.

De manera similar, cuando la tecnología con la que fue manufacturado primitivamente un objeto (material, mecanismos, software) llega a ser incompatible con los avances tecnológicos.

Obsolescencia artificial o inducida

Se refiere a la caducidad forzada de un objeto de diseño, lo cual implica su salida del mercado y por ende la sustitución por uno nuevo.

En este tipo de obsolescencia, se ubica que el objeto no ha perdido totalmente su viabilidad de uso; es decir, sigue cumpliendo por lo menos con una de las funciones práctica, estética o simbólica.

El modelo consumista actual, utiliza de manera recurrente esta práctica con la finalidad de mantener la producción y consumo de mercancías de manera constante. Se infiere la existencia de una conspiración empresarial que busca a todas luces suprimir el uso de un objeto catalogándolo en el imaginario colectivo como; anticuado, feo, pasado de moda etc., para que sea sucedido por otro que representa lo novedoso, bello, actual. Haciendo creer al consumidor que el objeto a caducado de manera natural y por ello debe de ser sustituido.

La obsolescencia artificial, se divide a su vez en 4 subtipos, los cuales se puntualizarán a continuación:

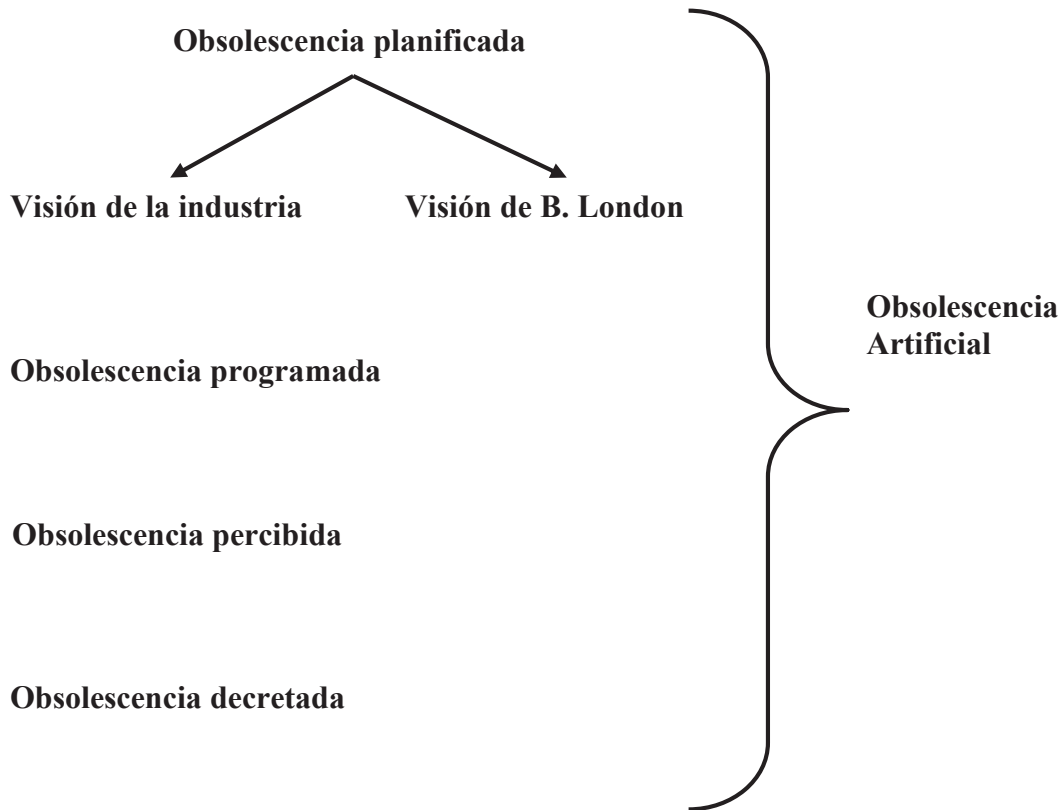


Tabla 2. Clasificación de la obsolescencia artificial o inducida, de acuerdo al autor.

Obsolescencia Planificada

Se trata de la temporalidad de uso que un objeto tendrá, planificado de antemano por la empresa manufacturera. Esta durabilidad difiere de la permanencia real que el objeto pudiera tener en la vida del consumidor.

Si bien este concepto se le atribuye a Bernard London, la realidad es que en la práctica ya era empleado en la industria desde antes que él publicara su libro: *Ending the depression through planned obsolescence*, en el año de 1932. Tal vez el caso más conocido sea el de la conspiración de las bombillas eléctricas de mediados de la década de los años 20 del siglo pasado.¹

La historia detalla que, a pesar de contar las industrias manufactureras de este sector, con

¹ Se le conoce como el cártel Phoebus, creado en la ciudad de Ginebra, Suiza en el año de 1924. Estaba conformado por empresas tales como Osram, Philips, Tungram, Associated Electrical Industries, Compagnie des Lampes, International y General Electric entre otras.

Hasta el día de hoy las empresas de esta rama, y muchas otras, siguen produciendo objetos con una obsolescencia planificada, aun y cuando los avances tecnológicos permiten crear bombillas eléctricas, u otros tipos de objetos, con una duración bastante mayor a la que actualmente tienen.

A este respecto baste señalar a Warner Phillips, cuya empresa produce actualmente bombillas ecológicas con una duración garantizada de 25 años.

la tecnología para fabricar bombillas eléctricas con un ciclo de vida extendido hasta las 100 mil horas de uso, decidieron que éstas no deberían de tener una duración mayor a las 1000 horas. Evidentemente el forzar la sustitución del producto, de manera por demás anticipada, ha logrado incalculables ganancias para este sector industrial a lo largo de los años.

De manera diferente, la visión que propone London sobre la obsolescencia planificada, versa en relación al trabajo que debe realizar la gerencia moderna, en el sentido de equilibrar la producción con el consumo, para ello justifica la determinación de ciclos de vida específicos para todos los objetos consumidos por el ser humano, desde calzado hasta edificios y maquinaria.

La propuesta enarbolada por London, buscaba honestidad hacia el consumidor sobre la duración de los objetos, al argumentar que la subsistencia o ciclo de vida establecido para dicho producto debería ser del conocimiento público.

Manténía así mismo, la exención en el pago de impuestos al consumo, la creación de centros gubernamentales de recolección de objetos obsoletos, acordes con las necesidades de producción y consumo regulado imperantes en el momento, y a la dictaminación de los ciclos de vida por parte de expertos designados asimismo por el gobierno.

La posición que Bernard London sostuvo sobre la obsolescencia planificada, les impedía a los grandes consorcios manufactureros la facultad para decidir sobre la durabilidad de los objetos producidos y con ello la posibilidad de amasar grandes fortunas a costa de los compradores y de la mano de obra utilizada en la generación de dichos bienes de consumo.

Analizado el término desde la óptica planteada por London, la obsolescencia planificada es más compleja que la mera sustitución de un objeto por otro, a partir de una caducidad anunciada de antemano. Valga la pena aquí mencionar la actitud crítica que este autor manifiesta sobre el inequitativo acceso de la población en su conjunto, a los beneficios que la sociedad industrializada debería proporcionar.

Antiguamente, sólo unos pocos elegidos, como reyes y sacerdotes y nobles, podían leer y escribir. El resto de las personas se mantuvieron en la ignorancia y la pobreza. Hoy, con nuestra gramática estandarizada y simplificada y nuestra educación generalizada, los beneficios de la alfabetización están disponibles para todos, ricos y pobres. Tal condición debe existir también en relación con el disfrute de la riqueza. Una norma mínima debería ser creada para todos, y ricos y pobres, viejos y jóvenes puedan participar de sus beneficios y favorecerse de su uso y administración.

Nuestra sociedad económica ha avanzado poco desde épocas medievales en la distribución de nuestra riqueza. Seguimos sobre la base de viejas teorías y nociones en que sólo los elegidos deben disfrutarlo. (London, 17-18. 1932).

Como puede observarse en la cita anterior, desarrolla en su discurso una preocupación genuina sobre un reparto más equitativo de la riqueza y acceso justo para todos, al bienestar económico. Es decir, el planteamiento de la estructura que conlleva la obsolescencia planificada descrita por este autor, despliega una crítica coherente acerca de los modelos económicos imperantes en su momento y plantea la puesta en marcha de un capitalismo acaso más razonable para los miembros de la sociedad, basado en su concepto de lo que

debería de ser la obsolescencia planificada.

Si bien al leer el texto de London se puede observar cierto romanticismo en la búsqueda de una respuesta a la interrogante sobre ¿Cómo cambiar al mundo?, es necesario señalar que, su visión corresponde a una época en donde aún se consideraba al Estado como una entidad de sobrada solvencia moral y fuerza jurídica para defender de manera efectiva, los derechos de sus gobernados y mediar con las grandes corporaciones. De hecho su propuesta busca empoderar al Estado para que sea éste quien dicte la permanencia y salida de los objetos del mercado.

Las transformaciones económicas y políticas ocurridas desde mediados del siglo pasado hasta la actualidad, dan cuenta de que en la mayoría de los casos son los ciudadanos los que deben defender sus derechos, sin el apoyo del Estado, frente a las irregularidades cometidas por las empresas manufactureras.

Contrastando la propuesta de London con el uso y abuso que la industria hace de este tipo de obsolescencia, se puede concluir que existe una diferencia sustancial entre ambas. Los grandes consorcios manufactureros, han desarrollado incluso nuevas políticas para convertir sus productos en obsoletos en un corto período de tiempo, sin que el consumidor este consciente de esta caducidad latente en el bien adquirido; tropezando ahora objetos programados de antemano para fallar.

Obsolescencia Programada

Este subtipo de obsolescencia se caracteriza en que el objeto de uso ha sido proyectado de manera intencional por el fabricante para dejar de funcionar, de manera parcial o total, al llegar a cierto número de horas de actividad, número de piezas producidas etc.

La diferencia entre la obsolescencia programada y la planeada, radica en que la última deja claro al consumidor sobre cuál es el ciclo de vida del producto, mientras la obsolescencia programada omite esta información.

Un ejemplo claro de este tipo de obsolescencia se puede observar en los equipos de cómputo utilizados a nivel mundial. El advenimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación al ámbito comercial personal, desde la década de los años 90 del siglo pasado; implicó el surgimiento de una nueva clase de mercado, integrada por consumidores ávidos a utilizar y ser partícipes de los beneficios, reales o percibidos, que dichas tecnologías traerían a sus vidas.

Los objetos de uso insertados dentro de las TICs², son adquiridos, consumidos y descartados a una velocidad preocupante, dadas las implicaciones que sobre la contaminación, dispendio de materias primas y costo económico para quien los consume refieren.

Los equipos de cómputo se vuelven obsoletos, por varias circunstancias:

1.- A las argucias de los fabricantes de hardware y software, para convertir sus equipos y programas en obsoletos. Por ejemplo: Es común descubrir que las impresoras fallan de manera irremediable al llegar a determinado número de impresiones realizadas, debido a un chip alojado en su interior programado para deshabilitarlas.

2.- A los virus maliciosos que surgen como esporas nocivas, capaces de liquidar de manera

2 ² Tecnologías de la información y la comunicación

efectiva cualquier equipo.

3.- Al avance tecnológico que se impone ante equipos incapaces de ser actualizados y por lo tanto llegan a una etapa forzada de “obsolescencia natural”.

Un ejemplo empresarial contemporáneo, en dónde la obsolescencia programada es la estrategia utilizada para insertar y descartar productos del mercado lo representa la empresa Apple quien ha convertido a este subtipo de obsolescencia en su política empresarial. Una suerte de estandarte para incrustar y suprimir productos del mercado, valiéndose del apego que los consumidores tienen por la marca, a partir de las promesas que esta les comunica de manera constante.

El consumidor se convierte en víctima de una estafa ante la cual, poco o nada puede hacer dadas las amplias lagunas legales en la materia. Cabe señalar a este respecto que algunos países comienzan a generar leyes en contra de la obsolescencia (sin distinciones) para proteger a los consumidores.

Obsolescencia Percibida

El diseñador industrial norteamericano, Clifford Brooks Stevens³ acuñó el término a mediados de la década de los años 50 del siglo pasado, en referencia a la percepción que el consumidor puede tener sobre un objeto, y como dicha apreciación dicta la salida o permanencia de los objetos en el mercado. *“Implantar en el consumidor el deseo de poseer algo un poco más nuevo, un poco mejor, un poco antes de que sea realmente necesario.”*⁴

Cuando el consumidor confronta un objeto con otros similares, establece pautas de juicio que lo pueden orillar a dictaminar la obsolescencia del objeto juzgado, aun cuando en realidad no lo sea. En ello juegan un papel preponderante la función simbólica y la estética, las cuales satisfacen los anhelos del consumidor en términos de como se observa a sí mismo y como supone que sus semejantes lo catalogan.

La mercadotecnia interviene desplegando herramientas tales como el branding⁵ y el merchandising⁶.

Posiblemente uno de los más significativos ejemplos de los que se tenga memoria, sobre la puesta en marcha de este tipo de obsolescencia en la industria moderna, lo constituye el cambio de políticas hacia el consumidor gestionadas por Alfred Pritchett Sloan⁷ a mediados de la década de los años 20's. Siendo Sloan director de la empresa General Motors⁸ logra con

3 Se trata de uno de los más importantes diseñadores industriales del siglo XX.

4 Installing in the buyer the desire to own something a little newer, a little better, a little sooner than is necessary.

5 De acuerdo con Camacho (2010), la definición del branding es: crear imagen de marca, o dicho de otra forma, presentar un único mensaje sobre la empresa, sus productos o sus servicios. [...] La creación de la imagen de marca, o branding, es algo que sucede a lo largo del tiempo como resultado de un esfuerzo intenso y continuado para comunicar un mensaje claro y consistente.

Empieza con la creación de un concepto susceptible de ser vendido como fundamento de negocio. Esto significa un gran esfuerzo por parte de los fundadores para diferenciar su concepto de negocio de los otros cientos o miles de competidores que venden productos o servicios similares.

6 Empieza con la creación de un concepto susceptible de ser vendido como fundamento de negocio. Esto significa un gran esfuerzo por parte de los fundadores para diferenciar su concepto de negocio de los otros cientos o miles de competidores que venden productos o servicios similares.

7 Se le concede a Alfred Pritchett Sloan la frase “A car for every purse and purpose”, un automóvil para cada bolsillo y para cada uso.

8 Se mantuvo en el puesto de director desde 1923 hasta 1946, y como presidente de la junta directiva desde 1937 hasta 1956.

ellas una ventaja competitiva en el mercado automotriz, particularmente ante su competidor más importante, la Ford Motor Company.

Apoyado en campañas publicitarias a través de la radio, el cine y los medios impresos propone ante todo un cambio estético que sea seductor⁹ para el consumidor de vehículos; mediante el cual el objeto se vuelva portavoz de supuestas cualidades del usuario, provocando la adquisición y descarte de forma acelerada.

Las políticas emprendidas por Sloan dieron sus frutos, y gracias a la estimulación de la obsolescencia percibida por parte de los consumidores, logró para finales de la década de los años 30 del siglo pasado convertir a General Motors en el fabricante más importante del sector automotriz, quitándole dicho título a la Ford Motor Company, y aniquilando las propuestas de índole racionalista que el Fordismo proponía.

Resulta prudente añadir aquí, que dentro del ámbito del diseño industrial una de las herramientas a utilizar para fomentar la obsolescencia percibida será conocida bajo el término Styling¹⁰.

Estas políticas de mercadeo de productos fueron puestas en práctica no sólo por la industria automotriz, sino prácticamente por todas las empresas manufactureras. De manera tal, que en la actualidad gran parte del descarte y sustitución de productos está dado a partir de este tipo de obsolescencia. Aplicándola de manera individual o bien combinada con otros subtipos de obsolescencia como pueden ser la planificada y/o la programada.

Obsolescencia decretada

Está caracterizada por ser establecida desde el poder político, religioso o militar, hacía sus gobernados o seguidores. Las justificaciones para determinar que un bien de interés público o privado es obsoleto, forzando al usuario a prescindir de éste de manera definitiva o parcial, pueden fraguarse desde las más diversas ópticas.

Este subtipo de obsolescencia se respalda en leyes y/o preceptos que le otorgan valor jurídico y por ello quien se niegue a obedecerla enfrenta problemas con la autoridad que ha dictado dichas ordenanzas.

La historia de la humanidad, da cuenta de innumerables episodios en los que la obsolescencia decretada ha sido impuesta en las civilizaciones antiguas y presentes; valga aquí mencionar algunas de ellas que sirvan como ejemplos ilustrativos del alcance que dicha política puede alcanzar.

- 1.- La destrucción y reconstrucción de las ciudades en el México Antiguo.
- 2.- Quema de libros en la Bebelplatz 1933 bajo el régimen nazi.
- 3.- Quema de libros durante la dictadura argentina de 1976 a 1983
- 4.- La revolución cultural china

9 Las cualidades estéticas de un objeto al ser reconocidas por el mercado se convierten en un fuerte motor de simbolización del producto, por lo que el deseo de posesión sobre el mismo aumenta.

10 Según Julier (2004:192), se define al Styling como: "la aplicación de efectos en la superficie exterior del objeto con la intención de disfrazar o exaltar la relación entre la forma y la función e invariablemente se utiliza para estimular la demanda en el consumo."

5.- La destrucción sistemática de arte antiguo por grupos terroristas en Oriente Medio

6.- El programa no circula de la Ciudad de México y área conurbada.

A diferencia de lo que sucede en otros países alrededor del orbe, en donde los vehículos automotores pasan una inspección anual, examinando sus características mecánicas y eléctricas en cumplimiento de normatividades para poder ser utilizados, sin importar el año de fabricación; en México, la clase política ha determinado (sin ningún tipo de base científica), que los vehículos automotores son obsoletos de manera parcial a partir de que cumplen nueve años de haber sido manufacturados.

Tal decreto se justifica a partir de los altos índices de contaminación existentes en el área metropolitana de la Ciudad de México producidos, de acuerdo con el gobierno local, por los automotores particulares.

La falacia de tal aseveración quedo expuesta durante la contingencia ambiental suscitada a mediados del año 2016, en donde dejaron de circular un millón doscientos mil automóviles diariamente y aun así los índices contaminantes se mantuvieron altos. Queda de manifiesto que la contaminación ambiental en la ciudad de México se debe a una situación multifactorial y de ninguna manera imputable de manera exclusiva los automóviles.

A casi 30 años de haber sido implementado este programa, sus resultados han sido nulos en términos de reducir la contaminación; paradójicamente, ha provocado un aumento considerable en la cantidad de vehículos automotores existentes.

Vale la pena mencionar como consecuencias de la contaminación en la megalópolis las siguientes:

Nulas políticas de crecimiento y regulación urbana (que están en papel pero no existen en la práctica), contubernio entre la clase política y las empresas urbanizadoras y/o constructoras, lo que deriva en una pésima gestión gubernamental en todos sus niveles.

Principio de la temporalidad de la Obsolescencia

La clasificación desarrollada a partir del análisis de la obsolescencia, permite postular el siguiente principio en torno a la temporalidad que está puede o no tener.

Todo objeto considerado como obsoleto conservará esta condición de manera temporal. El resurgimiento de interés hacia el mismo, y la revalorización de sus atributos simbólicos, estéticos y funcionales; motivará a ser buscado por un sector particular del mercado.

El descarte o posesión de objetos de diseño significa una declaración que no es espontánea, sino que ostenta una profunda carga cultural y política porque expresa intereses que van desde lo estético a lo ideológico pasando por la especulación y la filiación de clase social.

Son objetos que pueden legitimar y añadir prestigio a sus propietarios por adquisición no original. De allí se generan grupos de coleccionistas de los más diversos objetos de diseño. Surgiendo incluso grandes colectivos que aglutinan en sus filas a miembros disímiles pero con un objetivo común: el seguimiento y adquisición de una serie de objetos producidos por un fabricante en particular, o bien objetos insertados dentro de una categoría, manufacturados por diversas empresas.

Cómo ejemplo de ello se tienen los grupos de coleccionistas de figuras de acción (juguetes), y toda suerte de parafernalia de la saga cinematográfica de “La guerra de las galaxias”.

Estilos de vida y obsolescencia

La posesión y exhibición de objetos de diseño que conforman el mundo objetual del ser humano; coadyuvan en la creación de estilos de vida aceptados y buscados por los consumidores. Se trata mayoritariamente de una declaración sobre como desea ser reconocido su poseedor, ante sí mismo y ante la sociedad.

Funcionan a manera de una escenografía, promulgada por los medios masivos de comunicación y reestructurada en la mente del consumidor, que a través de la obsolescencia se renueva cada cierto tiempo, de acuerdo con las necesidades de la industria, la capacidad económica del comprador y los anhelos y deseos del usuario en ese momento.

El consumidor elige, de un inconmensurable mercado de objetos, un conjunto de ellos cuyas características le ayudan a construir un discurso propio., es decir, una declaración ante sí mismo y ante quienes le rodean sobre quién es. En esta edificación de la tramoya personal juegan un papel importante las marcas y objetos, los alimentos que consume y las fragancias que emana., con los que existe una identificación por parte del comprador.

Conclusiones

Gran cantidad de los millones de objetos que son adoptados diariamente por los compradores para formar parte de su universo objetual, son adquiridos a partir del conjunto de ofrecimientos y esperanzas que el objeto hace al consumidor. Y son posteriormente descartados por una nueva y efímera promesa o cúmulo de promesas que son publicitados en un nuevo objeto de diseño.

La apropiación que el consumidor realiza sobre un objeto de diseño bien puede obedecer a impulsos implantados en su mente por creaciones publicitarias y exacerbados por él mismo. La retención del objeto obedecerá siempre a una temporalidad, pudiendo medirse en días, meses e incluso años. La realidad es que el objeto de diseño en algún momento será descartado, y muy posiblemente sustituido por otro más novedoso; ya sea que haya alcanzado una obsolescencia natural o bien que su salida se finque en la obsolescencia artificial.

Las herramientas utilizadas por las empresas manufactureras, a partir del marketing, harán creer al consumidor que el objeto ha llegado a una obsolescencia natural y por ello debe ser sustituido, aun y cuando este despliegue sus funciones de manera adecuada. Hay trampas creadas por las empresas para incentivar el consumo de productos, pero también existe el engaño que el propio consumidor despliega ante sí para justificar el dispendio económico que implica el reemplazo de un objeto por otro.

En algunos casos las piezas de reemplazo que permitirían al objeto pasar de una obsolescencia parcial a un estado de pleno funcionamiento, son encarecidas de manera tal que el consumidor es forzado a adquirir un objeto nuevo en lugar de reparar el que esta averiado. Esta situación es muy común en electrodomésticos, automóviles, cámaras fotográficas, teléfonos móviles etc.

Los tiempos de vida útil de un objeto de diseño no son los mismos que los tiempos del hombre; y sin embargo es este quien dicta cuando nacen y cuando deben de morir para ser sustituidos por nuevas creaciones e invenciones del mundo objetual al que se circunscriben.

El envejecimiento de un objeto de diseño, no necesariamente se ajusta al espacio temporal tal y como lo concibe el ser humano, en donde este muestra su paso sobre aquel. La percepción por parte del consumidor de lo que es novedoso a lo que ha dejado de serlo, juega un papel determinante en la categorización por parte de ese mismo consumidor de que el objeto es viejo, anticuado y debe dejar de ser empleado para el fin con el cual fue creado y adquirido, o bien, conservado y usado.

Tomando en consideración el principio propuesto en este artículo sobre la temporalidad de la obsolescencia, esta abre el entendimiento a órbitas tales como el coleccionismo de objetos “antiguos”, obsoletos en su momento que han sido nuevamente convertidos en objetos de uso desde el ornato hasta funcionales parcial o totalmente y en donde la función simbólica, aunado a la estética propia de los mismos les confiere una nueva valoración por parte del consumidor.

El diseñador industrial construye objetos, pero difícilmente será quien dicta las políticas industriales de su empleador o cliente. Son las empresas las que finalmente determinan en base a sus intereses económicos y políticos la duración que un objeto tendrá en el mercado. Resulta necesario entonces que el Estado desarrolle leyes en contra de la obsolescencia artificial de los objetos, y que los consumidores exijan el derecho a la posesión de objetos que perduren en sus vidas, más allá de los tiempos dictados por los intereses mercantiles esgrimidos en las consideraciones de la moda.

Bibliografía o Referencias

London, B., (1932). *Ending the depression through planned obsolescence*. New York.

The light bulb conspiracies. (2012), Consultado el 27 de junio de 2015 de: <https://greenwashinglamps.wordpress.com/2012/07/27/the-lightbulb-conspiracies/>

Julier G., (2004). *The Thames and Hudson dictionary of design since 1900*. Thames and Hudson, London.

Camacho L., (2010). *¿Qué es el branding?* Consultado el 12 de junio de 2016 de: <http://mercadeoglobal.com/blog/branding/>

Leon, A.F., (2015). *¿Qué es el merchandising y cuál es su importancia en marketing?* Consultado el 3 de julio de 2016 de: <http://www.merca20.com>

Obsoleto. *Diccionario de la RAE*. Consultado el 12 de septiembre de 2016 de: <http://dle.rae.es/?id=QpPT4RW>

Obsolescencia.1951. *Diccionario Enciclopédico UTEHA*. Tomo VII.

López, R.P. (1996). *La construcción de tipologías: Metodología de análisis. Papers: revista de sociología*, No. 48. pp. 9-29

Acerca del Autor (Autores)

El Dr. Luciano Segurajáuregui Álvarez es egresado de la licenciatura en Diseño Industrial por la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco en México, D.F. Posteriormente obtuvo el grado de maestría en Mercadotecnia y Administración por la Universidad Tecnológica de México. Estudió el Doctorado en Diseño, bajo la línea de Nuevas Tecnologías en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco en México D.F. Obteniendo el grado de Doctor en Diseño en el año 2011.

Actualmente es Profesor de tiempo completo del Departamento de Procesos y Técnicas de Realización en la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco en México, D.F, y miembro del Área de Administración y Tecnología para el Diseño de esa misma institución educativa.

Autorización y Renuncia

El (o los) autores del presente artículo autorizan al Área de Administración y Tecnología para el Diseño, para publicar el escrito en el Anuario de Administración y Tecnología para el Diseño (2016). El Área de Administración y Tecnología o los editores no son responsables ni por el contenido ni por las implicaciones de lo que está expresado en el escrito.