



EDITA: HERALDO DE ARAGÓN, S. A.
 Presidenta Editora: Pilar de Yarza Mompeón
 Vicepresidente: Fernando de Yarza Mompeón
 Director General: José Manuel Lozano Oñis

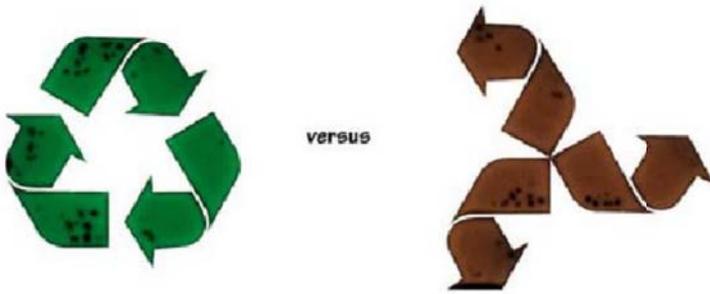
Director: Miguel Iturbe Mach
 Subdirectores: Jesús Frago (Organización y Calidad), Encarna Samitier (Opinión), Ángel Gorri (Información), Carmen Puyó. Redactores Jefe: Enrique Mored (Aragón), Santiago Mendive (Huesca), Santiago Paniagua (Internet).

Alejandro Lucea. Jefe de Política: José Luis Valero. España, Mundo y Economía: José Javier Rueda. Deportes: José Miguel Tafalla. Fotografía: Carlos Monchi. Cierre: Mariano Gállego, Javier Caridad (Fin de Semana).

Gerente: José Andrés Nalda Mejino
 Comercializa: Metha. Gestión & Medios, S. L.
 Imprime: Impresa Norte, S. L.
 Distribuye: DASA. Distribuidora de Aragón, S. L.

LA FIRMA | La obsolescencia programada de muchos productos, aunque se presenta como un motor del crecimiento económico, fomenta un consumo innecesario que desperdicia recursos y genera residuos
 Por Carmelo Marcén Alberó

Obsolescencia programada



LA reciente emisión en La 2 del documental 'Comprar, tirar, comprar' ha puesto de actualidad un tema objeto de debate desde hace 60 años en EE. UU. y países europeos como Alemania o Reino Unido. En la floreciente sociedad industrializada tras la II Guerra Mundial, fabricar un buen producto –duradero y eficaz– era un orgullo para la industria, sobre todo europea. Cumplía un fin social, puesto que permitía mejorar el estatus de vida de mucha gente tras las penurias bélicas, y así se publicitaba entonces.

A España, fuera del Plan Marshall y sujeta a otras variables políticas, tardó más en llegar la distribución igualitaria de las expectativas de bienestar, pero se presentó. Todavía recordamos la potencia transformadora que tuvieron el Seat 600 o la lavadora en esa España que transitaba desde la sociedad agraria a la urbanización e industrialización. En general, la solidez de estos y otros productos era tal que no se rompían con facilidad. Este logro era vital en un sistema autárquico como el español, pero tenía graves riesgos en contextos de libre mercado, pues ralentizaba el beneficio económico.

Ante esta tesitura, las agrupaciones de grandes fabricantes consideraron una desventaja comercial que los productos tuvieran larga duración. Decidieron acortar su vida útil: la obsolescencia programada se convirtió en el motor secreto de la sociedad de consumo. Los grandes gurús económicos incorporaron este axioma como doctrina. Para convencernos, propagaron la idea de que en tiempos de crisis es bueno consumir para ayudar a que los parados tengan tra-

bajo, así se elaboran nuevos productos que salen al mercado con lo que el trabajo deja de escasear. Durante la crisis actual se escuchan mucho estos mensajes, aunque son parecidos a los que se emitían tras la depresión americana de 1929. Será por eso que nosotros consentimos hechos tan llamativos como que haya que cambiar una plancha cuando se ha soltado un cable o que la lavadora dure 6 o 7 años, por no hablar de la muerte súbita de las estrellas de la electrónica: móviles en los que se estropea la batería a los pocos meses, ordenadores anticuados para nuevos programas después de un año, impresoras que se bloquean tras un cierto número de copias, etc.

Los consumidores americanos de los años sesenta sucumbieron a la estrategia de seducción que emplearon los fabricantes para cautivarlos: crearles un grado de insatisfacción por lo que poseían e invitarlos a adquirir nuevos productos, atraídos más por su aspecto que por su calidad. Se patentaba la obsolescencia percibida y se convertía a las personas en consumidores. Ese modelo se exportó por todo el mundo con las películas y ciertos productos; entre unas y otros abrieron las expectativas de

mucha gente a ser como los americanos. Esta moda se entiende a la perfección cuando se observan esas colas que la gente hace para ser los primeros en poseer los artículos electrónicos novísimos que aparecen cada pocos meses.

Frente a estas estrategias, las organizaciones de consumidores y los servicios de la Administración encargados de estos temas no se han posicionado convenientemente. Sí que han hecho llamamientos puntuales pero no han sabido encontrar ni hacer visibles a los consumidores los rastros de obsolescencia en la evaluación de los productos ni en su publicidad; ha fallado la educación para el consumo.

Así nos encontramos con que cada vez almacenamos más cosas en nuestras casas, cual Diógenes compulsivos. Compramos objetos no necesarios, unas veces por puro placer, otras por imitación o por los precios bajos del gran almacén. No reparamos en que cada objeto que adquirimos sin valor de uso ha dejado un rastro en su producción y acarreará un desecho en su sustitución. La ciudad de Leonia, que Ítalo Calvino imaginó sepultada por sus propios residuos, se hace presente. Sin duda, cabe preguntarse si la felicidad se consigue a partir del consumo ilimitado. Algunos entienden el bienestar como la satisfacción de las necesidades básicas, lo mismo en bienes de consumo que en cultura, mientras que otros abogan porque se respete la libertad de compra como conquista social que genera riqueza universal. A unos y otros les interesa leer 'Mundo consumo', del filósofo Zygmunt Bauman, e intentar posicionarse dentro de las incógnitas sociales que plantea.

«Consentimos hechos tan llamativos como que haya que cambiar una plancha cuando se ha soltado un cable o que la lavadora dure 6 o 7 años»

ISIDRO GIL

HOY, SÁBADO 26

Jesús F. Frago

NUEVOS LÍMITES DE VELOCIDAD

DURANTE la ya inminente campaña electoral, cuando cientos y cientos de candidatos se lancen a las carreteras de este país para acudir a pueblos y ciudades a reclamar el voto de los ciudadanos, tendrá la clase política una excelente oportunidad de predicar con el ejemplo, cubriendo los trayectos por autopistas y autovías sin exceder los nuevos límites de velocidad que acaba de aprobar el Gobierno. Aquella anécdota de Mariano Rajoy saltándose a la torera la obligación de utilizar el cinturón de seguridad no es exclusiva del político conservador. Las carreteras que algunos responsables institucionales obligan a realizar a sus chóferes son sobradamente conocidas y casi nunca sancionadas. Es posible que el límite de velocidad a 110 kilómetros por hora ahorre consumo de petróleo, que contribuya a disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero y que reduzca la siniestralidad. Pero se nos deberían presentar datos más detallados sobre la incidencia real de esta medida de carácter transitorio en nuestra factura energética, no vaya a ser que estemos matando moscas a cañonazos. Después de todo, no sería la primera vez.

jjfrago@heraldo.es

CON DNI

Rafael Bardají

El 23-F y el olvido

NO está ni se le espera», «se sienten, coño», «al suelo todo el mundo», «tranquilo, Jordi», «autoridad competente, militar por supuesto», «he cursado a los capitanes generales la orden siguiente...». Son frases que se han quedado grabadas en el cerebro de los españoles. Junto a ellas, las imágenes de los tanques en Valencia, la acorazada Brunete preparada para ocupar la calle, la zancadilla del guardia civil a Gutiérrez Mellado, la gallardía de Carrillo y Suárez y otras impresiones de una noche que en Zaragoza estuvo marcada por las dudas acerca de la postura del capitán general Elicegui Prieto. Instantáneas que aún siguen impresionando en una tarde noche de temor ante el posible regreso a la caverna. Son recuerdos que forman parte del acervo colectivo y particular, como los discursos de Franco, el baño de Fraga en Palomares, los atentados salvajes de ETA, el examen de ingreso a los diez años, el primer sueldo, el primer chapuzón en el mar, el

primer amor, la primera vez que lo hice o el primer viaje en avión. Pero por mucho que la larga noche la pasáramos en vilo y sintiéramos que el destino de nuestras vidas podía cambiar por completo, para las generaciones posteriores este pasaje de la historia reciente está casi olvidado. En una encuesta improvisada entre alumnos de la Universidad se comprueba tristemente que tan apenas conocen el nombre de Tejero. Contestaciones similares se encuentran en un sondeo callejero entre ciudadanos de 14 a 30 años. Es posible que a estas generaciones les suenen los héroes de la Guerra de la Independencia, las guerras carlistas, Isabel y Fernando y una legión de mitos locales y regionales ahora que sigue la moda de la vindicación de personajes que conforman una identidad territorial. «Es que en Bachiller al estudiar Historia nos quedábamos en Franco porque se acababa el curso». Con esta respuesta justifican los jóvenes el desconocimiento de unos hechos cruciales. Algo está fallando en la educación española y posiblemente en el conjunto de la realidad social. Poco avanzaremos hacia el pensamiento crítico. La dictadura se empeñó en recordarnos lo injustificable con canciones en la escuela, formados, brazo en alto. Pero esta democracia prefiere el olvido, por desidia. No es buena cosa.