

# ¿Puede un producto durar para siempre?

Abirrached Fernández, María Teresa

2016-05

---

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/2433>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

## ¿PUEDE UN PRODUCTO DURAR PARA SIEMPRE?

*M.M. Ma. Teresa Abirrached Fernández*

“La compostura de su celular le sale en 1500 pesos, me dijo el técnico; por el modelo, le sugiero que mejor se compre otro”. Acudes al Distribuidor exclusivo de la conocida marca y sólo te dicen que no pueden arreglarlo y que lo más que pueden hacer es tomarlo a cuenta de uno nuevo.

Es un hecho que todos hemos vivido, sale más barato adquirir un nuevo producto que arreglar el que se ha descompuesto. Todos hemos sido testigos de aparatos electrónicos, electrodomésticos, de audio o video que son sustituidos por otros “mejores” que no necesariamente tienen una mejor funcionalidad, pero que dejan de ser útiles y hay que reemplazarlos.

¿Es el consumidor que se ha vuelto flojo y muestra desapego a las cosas o son las empresas que provocan la compra reduciendo la vida útil de un producto para obligarnos a adquirir otro similar?

En realidad, casi todos los productos que conocemos están “programados para morir” porque para las empresas representa ingresos continuos al vender objetos que rápidamente se deterioran y a los cuales hay que sustituir, reactivando, así, la economía y la demanda de productos.

Mi padre, que en realidad era mi abuelo, creció con el siglo, como dice la canción, y estaba acostumbrado a reparar las cosas, no a tirarlas. Si el cuchillo perdía su filo, pues pasaba el afilador y de paso arreglaba las tijeras, ¿Se descompuso la bomba de agua? Deben ser los carbones, hay que repararlos; de la misma manera que las piezas del auto se arreglaban, no se cambiaban. “Ahora los mecánicos ya no son mecánicos –se quejaba-, son cambia piezas”.

Y cuánta razón tenía al quejarse de que los productos ya no duraban toda la vida. Esta es la obsolescencia planeada, una estrategia comercial (o artimaña) que consiste en la planificación del fin de la vida útil de un producto, de tal forma que quede obsoleto o inservible después de un tiempo de uso, el cual es calculado por el fabricante.

Ya en 1928 se advertía sobre el riesgo de los productos durables. Una revista dio cuenta del hecho cuando se preguntó “qué hará la industria cuando todo el mundo tenga un producto y éste no se renueve. El presagio fue desalentador y llevó a las empresas a ocuparse del tema. “Un artículo que no se estropea es una tragedia para los negocios”.

La obsolescencia planeada se puede ver en productos que se deben sustituir por otro por un mal funcionamiento programado o porque ofrece una funcionalidad superior, como las compañías de internet que te hacen escalar en sus servicios ofreciéndote más megas y pagando más, porque los contenidos que descargas requieren de una banda más ancha.

Sin embargo, la obsolescencia más riesgosa es la percibida, que busca hacer pensar a las personas que necesitan el último modelo lanzado, a pesar de que el anterior es completamente funcional, pero deja de ser deseado y ya no provoca reconocimiento ni pertenencia, animando a su sustitución.

A manera de broma, se dice que las mujeres cambiamos de auto no porque deje de servir, ni siquiera porque ha salido al mercado un modelo más seguro o funcional. Cambiamos de auto cuando nuestras amigas o conocidas lo hacen. Se convierte en un asunto de importancia y de urgencia comprar otro auto. ¿Cuál? Uno mejor que el anterior, que no me haga sentir rezagada.

Esta vorágine de consumo afecta a nuestra economía, pero también al ambiente. Tecnología más capitalismo es un binomio muy peligroso para la ecología. Productos obsoletos que van a parar a diversos tiraderos provocan contaminación, como lo vemos ahora con los televisores que se convirtieron en un problema tras el apagón analógico. No importa si tu aparato aún funciona, ¿qué haces con él si no compras un convertidor y una antena que te permita ver los canales de televisión abierta? ¡Fácil! Lo tiras y reemplazas por una pantalla inteligente con la que te conectas a internet, volviendo obsoletos, también, los reproductores de DVD's porque migramos a plataformas VoD.

Si a mi papá le hubiera tocado vivir esta época de cambios tecnológicos, en los que un celular deja de ser útil o deseado a los 18 meses, (sí, ¡a los dieciocho meses!), una impresora tiene un contador que después de cierto número de impresiones empieza a fallar, y la pieza es más cara que una nueva, seguramente estaría de acuerdo en que somos víctimas del consumo y que hay que pensar en las consecuencias de nuestras acciones desmedidas, volver a coser la ropa y visitar de vez en cuando al zapatero.

La autora es profesora de la **Universidad Iberoamericana Puebla**.

Este texto se encuentra en: <http://circulodeescritores.blogspot.com>

**Sus comentarios son bienvenidos**