Viene de página 10.

TAL CUAL OCURRIÓ CON LA PRIMERA EDICIÓN, SE PREVÉ QUE ESTA NUEVA TENDRÁ UNA CONVOCATORIA NUMEROSA.

17. Plaza: Apertura con artistas itinerantes
17.30. Biblioteca: Teatro de papel. Kamishibai (Melisa Bonomi). Plaza: Armado de juguetes ópticos. Artistas itinerantes.
18. Plaza: Artistas itinerantes. Taller de Pop Up. Biblioteca: Continúa Teatro de Papel.
19. Plaza: Rítmica, cuentos y colores. Artistas itinerantes. Biblioteca: Taller de Ilustración (Muriel Frega).
20. Plaza: Taller de máscaras. Artistas itinerantes.
21. Cine bajo las estrellas: *Vuelo nocturno, Las princesitas argentinas de Saint-Exupéry*.

Domingo 19 de noviembre

17. Plaza: Apertura con artistas itinerantes. Rítmica, cuentos y colores. Biblioteca: Cuentos en sombras (Melisa Bonomi).
18. Biblioteca: continúa Cuentos en sombras (Melisa Bonomi). Plaza: Cuentos para armar. Mural colectivo. Artistas itinerantes.
19. Biblioteca: Taller de ilustración (Muriel Frega). Plaza: Ronda cantada.
20. Plaza: show artístico (cierre).

OPINIÓN

La obsolescencia programada

Por Teresa Geerken
Licenciada en psicología

Hace unos días, recibí la sugerencia de uno de nuestros lectores, que escriba sobre la obsolescencia de los objetos. El tema me pareció atrapante cuando lo empecé a leer; no sabía ni que existía dicha palabra: obsoleto sí, pero obsolescencia, no. ¿Qué es? Obsolescencia es la caída en desuso de algunos productos motivada por la falta de funcionalidad en comparación con las nuevas tecnologías incluidas en el mercado. Obsolescencia viene de "obsoleto" o, lo que es lo mismo, fuera de moda y/o de uso. En la mayoría de los casos la obsolescencia de los productos tiene un trasfondo económico. Los comerciantes incluyen a conciencia en sus productos las condiciones necesarias para que el producto deba ser renovado al cabo de un tiempo, con el consiguiente aumento de sus beneficios. Esto se conoce como obsolescencia programada.

Obsolescencia programada es cuando un producto está diseñado deliberadamente para tener un tiempo de vida específico. Esto es por lo general una vida más corta del producto antes de que se desgaste por completo. También se puede llamar obsolescencia planificada. En definitiva, es programar la muerte de un aparato o el ciclo de vida del producto. Los productos dejan de funcionar al cabo de un tiempo, no porque estén estropeados, sino porque han sido diseñados para fallar al cabo de ese periodo.

El producto debe estar diseñado para convencer al cliente de que es de calidad, a pesar de que el tiempo necesario para sustituirlo sea más corto que el tiempo real de vida del mismo. De esta manera, cuando el producto falla, el cliente tendrá que comprar otro; normalmente, la versión actualizada. Este comportamiento es poco ético, y los consumidores pueden reaccionar comprando otra marca diferente del mismo producto. Para que la obsolescencia programada funcione, el cliente debe sentir que ha tenido una buena relación calidad-precio. Además, debe tener la suficiente confianza en el fabricante o la empresa, para reemplazar la lavadora original con la máquina equivalente más moderna, y, por supuesto, del mismo fabricante.

En algunos museos todavía se pueden ver encendidas las primeras bombillas de Thomas Edison, después de más de cien años. Sin embargo, las bombillas que utilizamos hoy en día suelen durar, como mucho, uno o dos años. ¿Por qué? Si un producto dura años, el negocio no sería rentable, ya que la gente no seguiría comprando bombillas. Así que decidieron fabricar lámparas con un filamento que, al cabo de cierto tiempo, se rompiera. Las bombillas fueron de los primeros productos en los que se usó la obsolescencia programada.

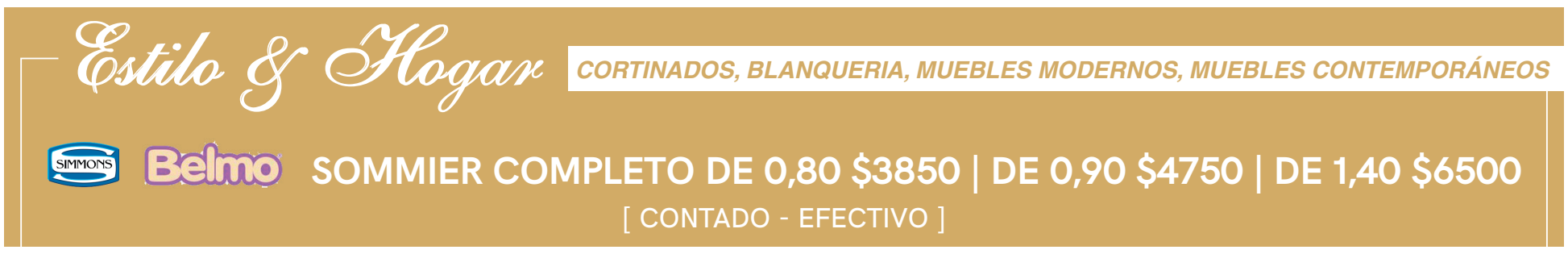
Muchos sistemas operativos y programas informáticos (software) suelen incluir en sus actualizaciones mejoras y variaciones en sus formatos de archivo que son incompatibles con las versiones previas, lo que obliga a los usuarios a actualizar todos sus dispositivos. Además, en muchas ocasiones, las mejoras en los sistemas operativos no se pueden instalar en los aparatos más antiguos.

La renovación constante de los productos, ya sea por incluir innovaciones o motivada por la obsolescencia, tiene una gran repercusión en la sociedad.

Quizás hasta aquí han leído, y no sé qué les genera a ustedes; a mí, en principio, me dio bronca pensar que, a propósito, hacen que las cosas que usamos diariamente tengan un tiempo limitado. Coincido con que es falta de ética. Pero nuestro sistema capitalista empuja al consumo.

Me acordé de un ejemplo. Mi amiga trabaja en una tienda de electrodomésticos de Mar del Plata: me contó hace un tiempo que compró un lavarropas nuevo, porque el otro comenzó a deteriorarse, y ya sabía que llegaba el tiempo de romperse. Duran entre seis y siete años, creo que me dijo. Lo que me llevó a sacar la cuenta de la edad de mi lavarropas. Síntesis: tenía casi seis años; a los dos meses se rompió y hubo que cambiarlo. Salía la mitad repararlo. El técnico dijo: "Comprate uno nuevo en 18 cuotas"…

La facilidad de las cuotas hace que creamos que son muy buenos, que nos ayudan a tener eso que necesitamos… Pero ¿lo necesitamos realmente?

Y aquí entra la psicología, nuestra hermosa profesión, que es usada para "colaborar en más ventas"… ¿De qué manera? Tenemos claro que la psicología es una ciencia, encargada de estudiar los comportamientos del ser humano ante los aspectos de la vida cotidiana; es definitivamente una ciencia que puede servir de complemento a cualquier técnica o estrategia que quiera realizarse. Se puede utilizar como complemento de una campaña publicitaria exitosa. Podría afirmarse que la publicidad se hace funcional en el momento en que el ser humano relaciona los estímulos que brinda un comercial de cualquier tipo y eso es lo que desencadena la acción de compra. Lo que una persona adquiere es una promesa.

Entonces, a sabiendas de esto, tanto de la obsolescencia de los objetos, como del uso de la publicidad, podríamos detenernos y pensar, antes de comprar: ¿qué tanto lo necesitamos?