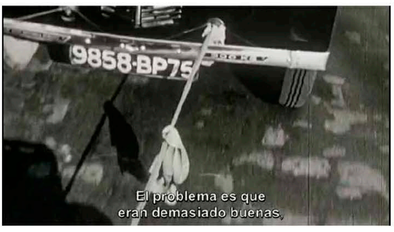
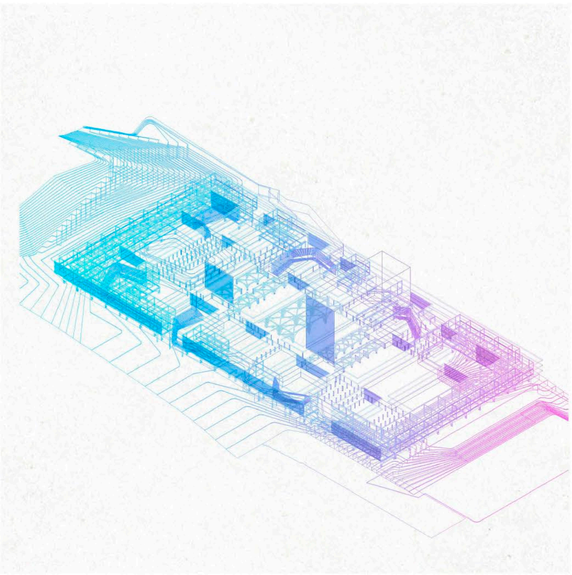


La obsolescencia es uno de los 3 pilares de la sociedad de consumo, junto al crédito y a la publicidad.

Para combatir la obsolescencia tenemos que dejar de ver una propuesta de ampliación como un objeto de consumo, como algo que tiene un final, una imagen de venta, mercantilista, en definitiva:
dejar de proponer un producto para pasar a proponer un proceso.

Cuesta apostar por algo que sabemos será cambiante. Es políticamente incorrecto. Lo ambiguo o inacabado, no gusta y no conviene que guste. No es casualidad que la raíz de la palabra obsolescencia sea compartida también por insólito, o por insolente.