

[El coche fetiche](#)

Enviado por martin el Jue, 02/12/2015 - 08:00

Antetítulo portada:

CONSUMISMO

Artículos relacionados portada:

La postmarca

La "fórmula tradicional" que esconde a la industria

Foto portada:



Antetítulo (dentro):

CONSUMISMO

Sección principal:

[Saberes](#)

Cuerpo:

Desde los lejanos tiempos en que Henry Ford I y sus competidores de la futura General Motors sentaron las bases, cada uno a su manera, **de lo que ha dado en llamarse sociedad de consumo, el automóvil ha constituido su símbolo por antonomasia**, así como el vehículo que ha marcado la vía de la integración en las pautas de dicha sociedad de quien Jean Baudrillard caracterizó en su momento con el término de consumidor/fuerza productiva.

La contribución de Henry Ford fue doble: marcar, por una parte, con su famoso modelo Ford T las dimensiones de la familia nuclear -compuesta de padre, madre y dos hijos- que había de constituir la estructura básica de la nueva sociedad y, por la otra, doblar el sueldo a sus trabajadores, **suministrando así la fuente principal de la que el capital iba a extraer a partir de entonces su plusvalía**. Innovaciones ambas que sus colegas y competidores de la incipiente General Motors llevaron a su máxima expresión erigiendo el automóvil en el exponente por antonomasia de los flamantes signos/mercancía, valiéndose para ello de los instrumentos que les proporcionaba el recién estrenado marketing consagrado como nueva filosofía empresarial: tales

como la obsolescencia planificada, el predominio del imaginario de la marca sobre la materia del producto y la emisión de seductoras campañas publicitarias en las que el mencionado consumidor/fuerza productiva se contemplaba sublimado a sí mismo como dueño y señor de esa nueva sociedad que iba naciendo ante sus ojos y de la cual él era la principal víctima sin saberlo.

Fue así como **el automóvil comenzó a funcionar como el fetiche de esa nueva escenificación capitalista en la que el consumo se erigía como la principal arma de contención frente a las tentaciones revolucionarias** que llegaban del Este. La circulación automovilística pasó a ser la metáfora perfecta del neoliberalismo que presidía dicha sociedad naciente, en virtud de la cual cada consumidor/fuerza productiva competía con el resto embutido en el cascarón aislante de su coche-fetiche, mientras el equilibrio del conjunto se producía de modo misterioso e inestable a compás que las autopistas y avenidas, cada vez de un mayor número de carriles, conseguían más o menos absorber un tráfico siempre a punto desbordarse. Al tiempo que los correspondientes atascos y los accidentes, con su cortejo de víctimas, ponían de relieve ante aquel consumidor/fuerza productiva la fragilidad del montaje resultante y la necesidad por su parte de confiar ciegamente en un poder superior cuya función primordial consistía precisamente en preservarlo.

De este modo, la trayectoria en la posesión de sus sucesivos automóviles –siempre más potentes, siempre más lujosos– se ha confundido con el currículo vital de cada consumidor/fuerza productiva. **La necesidad de verse a sí mismo como triunfador** y el dictado que preside el imaginario social imperante, según el cual triunfo social se identifica con la posesión del paquete estándar de objetos de consumo vigente en cada momento, ha confluído aquí con los criterios de marketing que presidían la producción capitalista, por los cuales todo consumidor consciente de sus deberes debía cambiar de automóvil cada número determinado de años. Deber éste que la industria elevaba a la categoría de necesidad mediante las correspondientes manipulaciones en lo referente a obsolescencia programada de los vehículos, cambios cíclicos de modelos, diseños y colores de moda, y, en general, valiéndose de todos los artilugios que forman parte de una dominante producción semiótica que ha dejado en segundo plano la producción material.

El rito del paso a la sociedad adulta se identificaba con la posesión del carné de conducir

A su vez, **el rito del paso a la sociedad adulta se identificaba con la posesión del carné de conducir**. Y eran cada año millones de jóvenes en todo el mundo los que temblaban en el curso de las correspondientes pruebas cuya meta era la obtención del anhelado permiso que les daba acceso simbólico al universo de los mayores.

Todo esto ha comenzado a quedar atrás. Según revelan las estadísticas, **el carné de conducir ha dejado de ser prioridad para un creciente porcentaje de jóvenes estadounidenses**. Por su parte, la posesión de un automóvil ya no es el principal objeto de deseo para un número significativo de jóvenes españoles, los cuales anteponen al mismo el disfrute de los últimos artilugios electrónicos. En el mismo sentido, son precisamente los dispositivos informáticos la principal razón que parece animar en la actualidad a un porcentaje cada vez mayor de consumidores a decidirse por un determinado automóvil. Por lo demás, las urgencias de la crisis han provocado que las llamadas seductoras de la industria al cambio cíclico de modelo se estrellen contra la necesidad por parte de tantos consumidores de preservar sus viejos vehículos hasta exprimir su duración al máximo. Y mientras los aspectos negativos del automóvil –atascos, accidentes, contaminación ambiente, derroche de recursos de todo tipo...– carcomen con creciente intensidad la conciencia colectiva, el vehículo de moda pasa a ser –quién se lo hubiera imaginado hace apenas unas décadas– la simple, sufrida y cien por cien ecológica bicicleta...

¿Tales indicios anticipan un cambio de era? **Tal vez no esté lejos el día en el que las nuevas generaciones se pregunten por las razones por las que sus padres o sus abuelos decidieron invertir un porcentaje tan alto de la riqueza social en costosísimas autopistas** cuya capacidad de velocidad ha de ser limitada por ley en función del riesgo de accidentes que conlleva, en la sinrazón que les llevó a derrochar tantos miles de millones de combustible en los atascos de entrada y salida del trabajo, en los interminables embotellamientos de cada fin de semana...

El coche fetiche

Publicado en Periódico Diagonal (<https://www.diagonalperiodico.net>)

Y la era posconsumista, que en la actualidad estos y otros muchos indicios anuncian, habrá dejado de ser un sueño irrealizable.



Temáticos:

[consumismo](#)

[Coches](#)

Edición impresa:

Licencia:

[CC-by-SA](#)

Posición Media:

Cuerpo del artículo

Compartir:

Tipo Artículo:

Normal

Autoría:

[Antonio Caro](#)

Formato imagen portada:

grande