

PROYECCIÓN DEL DOCUMENTAL 'COMPRAR, TIRAR, COMPRAR' EN EL 'CAJÓN DE LA CIENCIA'

¿Estropeado? A la basura con ello

¿En cuántas ocasiones habéis sentido el típico consejo de 'no vale la pena arreglarlo' o aquel de 'es más caro arreglarlo que comprarse otro'?

Probablemente en estos casos el consejero no ha sido siempre un dependiente entusiasmado intentando encasquetarte una de sus suculentas ofertas. El espíritu del consumidor de la sociedad actual (en nuestra parte de mundo rico, está claro) se sustenta en el 'Comprar, tirar, comprar', título del documental proyectado en la pasada sesión del ['Cajón de la Ciencia'](#).

Rubén Permuy

20/1/2011 20:06 CEST



La filosofía de 'cómprate otro ya que puedes' forma parte de nuestro modelo de consumo.

Imagen: Died Again

La filosofía de 'cómprate otro ya que puedes' forma parte de nuestro modelo de consumo. Ya no seguimos la filosofía de nuestros abuelos, quienes compraban muchos de los productos 'para toda la vida'. El pasado 18 de enero, la Asociación Catalana de Comunicación Científica (ACCC) junto con el Observatorio de la Comunicación Científica ([OCC](#)) abrió de nuevo el 'Cajón de la Ciencia' para reflexionar sobre el modelo de consumo de nuestra sociedad. Tras la proyección del documental 'Comprar, tirar, comprar', se dio

lugar a un debate moderado por Vladimir de Semir, director del OCC, y en el que participaron Cosima Dannoritzer, directora del documental, Joan Úbeda, productor, Manel Palencia-Lefler, profesor de la Facultad de Comunicación de la UPF y Pere Roca, exdirector del extinto Canal Cultura de TVE. La actividad, que se desarrolló en la Auditorio de la [Facultad de Comunicación de la UPF](#), contó con la presencia de numeroso público que se mostró muy proactivo a la hora de participar en el debate.

‘Comprar, tirar, comprar’ nos abre los ojos frente al agresivo modelo de consumo que nos ha impuesto la sociedad. El mundo gira desde hace décadas en torno a la idea de que consumo compulsivo implica desarrollo. Así, el documental saca a la luz cómo grandes multinacionales responsables de muchos de los productos de consumo que compramos, los han diseñado para que caduquen llegado un punto, como si de frutas y verduras se tratase. Desde las bombillas, pasando por nuestra impresora, el reproductor de música o unas sencillas medias. Todo ha sido diseñado siguiendo la filosofía denominada obsolescencia programada, es decir, han sido programados para dejar de funcionar pese a poder seguir haciéndolo. El modelo de ‘Comprar, tirar, comprar’ se apoya, según los expertos, en la idea de crecer por crecer, sin tener en cuenta nuestras necesidades de consumo.

La vorágine del consumismo plantea muchas cuestiones. ¿Es ético que se diseñen y fabriquen productos para fallar? Los críticos lo tienen claro: este modelo de consumo no es sostenible a largo plazo. Lo cierto es que, pese a que actualmente contamos con organizaciones de consumidores que velan por nuestros derechos, ahora no nos queda duda que nuestras madres y abuelas tenían mucha razón cuando afirman que ‘lo de antes duraba más’.

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

CAJON | BARCELONA | COMPRAR | CIENCIA | ACCC |

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)

