

El uso del documental en el aula

El ejemplo de *Comprar, tirar, comprar*

Etapa / curso	4.º de Educación Secundaria Obligatoria
Área / materia	Ciencias Sociales. Historia
Destrezas	<ul style="list-style-type: none"> – Leer textos audiovisuales y escritos. – Comprender el fondo y la forma de un mensaje escrito y audiovisual. – Valorar y argumentar críticamente la obsolescencia a partir de la comparación de diferentes fuentes de información. – Producir un cuestionario sobre las modas, una reclamación y un blog sobre la anti-obsolescencia.
Tiempo de realización	12 sesiones de una hora aproximadamente
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> – Identificación y comparación de las estructuras típicas de los textos escritos y de los documentales. – Comprensión de ideas contenidas en los textos escritos y el documental: obsolescencia, modas, consumo responsable y reclamaciones. – Relación entre las ideas contenidas en las lecturas y las del documental. – Reconocimiento e identificación de los recursos del lenguaje audiovisual en el documental.
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> – Competencia en comunicación lingüística. – Tratamiento de la comunicación y competencia digital. – Competencia social y ciudadana. – Competencia cultural y artística. – Competencia para aprender a aprender. – Autonomía e iniciativa personal.
Perfil del alumnado	Alumnado con diversos niveles en cuanto a las competencias que se trabajan en la actividad
Materiales	<ul style="list-style-type: none"> – Ordenador y videoprojector. – Documental <i>Comprar, tirar, comprar</i>: <ul style="list-style-type: none"> • En la página web de RTVE. • En Youtube. – Conexión a Internet. – Actividades diseñadas.

Índice

[Introducción](#)

[Actividad 1. Tormenta de ideas sobre hábitos consumidores](#)

[Actividad 2. Lectura e interpretación de *Comprar, tirar, comprar*](#)

[Actividad 3. El lenguaje y las técnicas audiovisuales](#)

[Actividad 4. Lecturas activas](#)

[Texto 1. El consumo responsable](#)

[Texto 2. ¿Yo puedo reclamar?](#)

[Texto 3. Las modas](#)

[Actividad 5. Actividad de síntesis. Creación de un blog](#)

[Anexo 1](#)

[Sinopsis](#)

Introducción

El documental *Comprar, tirar, comprar* constituye uno de los mejores ejemplos para ilustrar el modelo de trabajo y de análisis de este tipo de cine por varias razones. En primer lugar, es una producción que gira en torno a la obsolescencia programada, uno de los problemas más graves de nuestro presente y de nuestro futuro. En segundo lugar, conecta con el currículum de Ciencias Sociales, concretamente con la descripción y la reflexión profunda sobre el mundo de hoy; *Comprar, tirar, comprar* alberga un corpus de valores cívicos expuestos de forma didáctica y brillante. En tercer lugar, se trata de un filme excelente y de calidad, en el que concurren toda una suerte de recursos del género documental de representación social, articulados con gran precisión y acierto. Finalmente y no por ello menos importante, se trata de un filme que capta la atención y motiva al alumnado adolescente, ya que se hacen constantes referencias a su mundo.

La secuencia didáctica que proponemos sobre este filme está dirigida principalmente al alumnado de 4.º de Educación Secundaria Obligatoria; en concreto, el documental está muy relacionado con *El mundo de hoy*, del currículum de Ciencias Sociales, debido a la visión que aporta sobre los cambios sociales, la globalización o el mundo actual. Sin embargo, también podría aplicarse con pocas variaciones al área de las Ciencias Sociales de 3.º de Educación Secundaria Obligatoria, ya que la programación hace referencia a la toma de conciencia del carácter agotable de los recursos, a la necesidad de racionalizar su consumo y al impacto de la actividad económica en el

espacio, así como a la disposición favorable para contribuir, individual y colectivamente, a la racionalización en el consumo y al desarrollo humano de forma equitativa y sostenible. Por otro lado, la temática central y las actividades también son susceptibles de trabajarse desde Educación para la Ciudadanía (conductas sobre el consumo y sobre la sostenibilidad) o Tutoría tanto de 3.º como de 4º de ESO.

La secuencia didáctica propuesta se puede resumir en el siguiente cuadro:

Act.	Título	Organización del aula	Recursos y materiales	Duración
1	Tormenta de ideas	Por parejas y en grupo	Pizarra	30 min
2	Lectura e interpretación de <i>Comprar, tirar, comprar</i>	Individual, por parejas y puesta en común	Pantalla para proyectar el documental Batería de preguntas	3 horas
3	El lenguaje y las técnicas audiovisuales	Por parejas y puesta en común	Pantalla para proyectar el documental Preguntas de reflexión	1 hora
4	Lecturas activas	Por parejas y puesta en común	Textos y preguntas	4 horas
5	Creación de un blog. Actividad de síntesis	Grupos de 6 personas	Ordenadores con conexión a Internet y tabla resumen con los criterios de evaluación	4 horas

En cualquier caso, antes de trabajar el documental en clase, recomendamos la lectura del texto “El uso del documental en clase. Una introducción metodológica”.

Actividad 1. Tormenta de ideas sobre hábitos consumidores

La primera actividad, que recomendamos realizar antes del visionado, tiene como objetivo presentar el filme a partir de diferentes preguntas, las cuales se pueden contestar a nivel individual o grupal. Lo interesante es reflexionar sobre las tendencias consumistas del grupo.

Antes de visionar la primera parte de este documental, responded a las siguientes preguntas y comentadlas en grupo.

1. ¿Cuántos relojes tenéis?
2. ¿Cada cuánto cambiáis de móvil?
3. ¿Qué hacéis cuando se rompe la impresora o la cámara de fotos?
4. ¿Sabéis qué significa “obsolescencia”?
5. Si un producto sale defectuoso, ¿acostumbráis a realizar una reclamación? ¿Sabéis cómo y dónde hay que gestionarla?

Visionaremos los cuatro primeros minutos del documental para situarnos y analizar sobre qué trata y cómo nos lo cuentan. ¿Qué os sugiere? Luego volveremos a ello.

Actividad 2. Lectura e interpretación de *Comprar, tirar, comprar*

La actividad 2 repasa varias de las cuestiones que se tratan en el documental. El profesorado debe determinar si prefiere dar a los estudiantes la ficha técnica y sinopsis de la película (véase el Anexo 1 al final de este documento) antes de proceder al visionado de la misma o se inclina porque el alumnado la redacte una vez concluida la proyección, tal y como se plantea en las actividades siguientes.

Esta actividad está dividida en tres sesiones de una hora. En la primera, se visionará el filme hasta aproximadamente el minuto 30 y se propondrá al alumnado la realización de diversas actividades que tienen como objetivo comprobar que se comprende “el arranque” del filme y los conceptos básicos de los que trata el documental.

1. ¿Cómo definiríais la obsolescencia programada? ¿Qué es lo que pretende?
2. Rememorad la historia de la bombilla de Livermore (California).
3. ¿Qué era el cartel de *Phoebus*? ¿Qué se proponía y con qué finalidad?
4. En 1929, una prestigiosa revista de publicidad, *Printer's*, afirmaba: “Un artículo que no se desgasta es una tragedia para los negocios”. En los años cincuenta, Brooks Stevens, uno de los principales teóricos de la obsolescencia programada, contraponía el modelo europeo (fabricar productos para toda la vida) con el

modelo estadounidense (personas insatisfechas con el producto con el que han disfrutado, pero que sienten la necesidad de cambiar). Brooks Stevens venía a decir que la felicidad se consigue a través del consumo ilimitado y que ello sienta las bases de la sociedad de consumo. Relacionad la afirmación de la revista *Printer's* con los modelos propuestos por Stevens y explicad su significado.

5. Explicad por qué desaparecieron del mercado las medias de nailon, caracterizadas por su gran resistencia. ¿Qué relación tiene este caso con el de las bombillas?
6. ¿Por qué creéis que en la película *The Man in the White Suit* tanto el dueño de la fábrica como los obreros están en contra de una “tela que no se desgasta”?
7. Realizad un resumen visual de esta primera parte del documental. Utilizad una tabla con dos columnas; en la primera añadid la imagen seleccionada y, en la segunda, una justificación de la elección de dicho fotograma.

En la segunda sesión, de una hora de duración, se procederá a la proyección del resto del filme. Posteriormente se llevarán a cabo las actividades 8 a 15 para consolidar la comprensión del documental.

8. Un detalle ciertamente curioso que describe el documental es que, en el siglo pasado, en países comunistas como la República Democrática de Alemania no se practicaba la obsolescencia programada. Se fabricaban lavadoras y neveras para que durasen más de 25 años o bombillas de larga duración. ¿Por qué pensáis que pasaba esto?
9. ¿Recordáis el caso del iPod cuya batería duró ocho meses? ¿Qué solución daba el fabricante? ¿Qué opináis? ¿Os ha pasado a vosotros o a alguien que conocéis un caso similar? ¿Cómo se solucionó la cuestión?
10. Las imágenes que se nos muestran de Ghana son realmente impactantes y muy lamentables. Mike Anane, activista medioambiental, dice que la posteridad no perdonará haber impuesto la sociedad del despilfarro en todo el planeta. ¿Qué proyecto tiene Anane ante la situación de su país, convertido en un auténtico vertedero?
11. Además de dejar constancia de la gravedad de la situación, el documental llega a una conclusión para la esperanza. ¿Compartís ese sentimiento?

12. ¿Cómo consigue Marcos salirse con la suya y hacer que su impresora vuelva a funcionar?
13. ¿Por qué al acabar el documental aparece “Fin” entre signos de interrogación?
14. Escribid la sinopsis de *Comprar, tirar, comprar*.
15. ¿Qué ideas pretende transmitir este documental? Terminad de completar el resumen visual iniciado en la primera parte (pregunta 8) y explicadlas.

En la tercera y última sesión se realizará la última actividad, la cual servirá para analizar todas las ideas expuestas a través de las entrevistas de *Comprar, tirar, comprar* y para plantear un debate en clase, interpellando a diferentes estudiantes para que expongan sus puntos de vista sobre las opiniones aparecidas en el filme. Se puede realizar por parejas o en grupo.

16. Completad el siguiente cuadro resumen:

Nombre	Profesión, cargo que ocupa	Resumen de su opinión	Vuestra opinión al respecto
Helmut Höge			
Warner Phillips			
Giles Slade			
Kipp Stevens			
Boris Knuff			
Serge Latouche			
John Thackara			
Elizabeth Pritzker			
Andrew Westley			
Mike Anane			

Actividad 3. El lenguaje y las técnicas audiovisuales

Una vez concluida la labor de repaso, comentario y análisis, la actividad 3 aborda la tarea de observar e identificar el lenguaje y las técnicas audiovisuales utilizadas en la película.

Comprar, tirar, comprar es un documental de representación social, perfecto en su estructura y en el despliegue de sus recursos, certero a la hora de transmitir sus ideas y eficaz -como por definición debe ser un documental- en su cometido de profundizar y analizar un fenómeno social, en este caso la obsolescencia. Sus primeros 3 minutos y 40 segundos funcionan como una introducción, a modo de *lead* o entradilla propia de la prensa escrita, en la que se muestra el itinerario que seguirá el filme.

Por ello es posible afirmar que *Comprar, tirar, comprar* adapta la estructura de la ficción al documental: Planteamiento-Desarrollo-Desenlace. Si se sigue una estructura narrativa clásica, los espectadores son capaces de identificar mejor a los personajes y seguir con más atención la acción. Al inicio del documental, se explica el problema que tiene Marcos con su impresora, un hecho común que, probablemente, también le ha pasado al espectador. A continuación, el protagonista busca reparar su impresora, algo en lo que no tendrá éxito, para finalmente, adoptar soluciones más drásticas y rebelarse contra los abusos de los fabricantes. Esta técnica, denominada **personalización**, escoge a una persona como protagonista de un hecho determinado para ejemplificar un caso global: “como este caso podremos encontrar muchísimos...”, “lo que acabamos de ver es un ejemplo de...”, etcétera.

Otro de los aspectos que llaman la atención es la banda sonora. La música de *Comprar, tirar, comprar* es propia de la ficción, con un registro de una enorme expresividad para cada estado de ánimo que se quiere transmitir: preocupación, enojo, esperanza, etc. El filme reúne, por otro lado, todo un compendio de recursos propios de los documentales:

1. Entrevistas con expertos que transmiten su criterio acerca de la problemática planteada.
2. Imágenes de archivo.
3. Historias concretas que permiten al espectador una mayor identificación.
4. *Voz en off* que guía a través del itinerario que sigue el filme.
5. Datos objetivos y cifras que confirman y corroboran las tesis de *Comprar, tirar, comprar*.

Finalmente, es necesario analizar la *voz en off* del documental y hacer ver al alumnado el tipo de narración del filme, cómo se implica en el discurso y juega el papel de *alter ego* de la directora.

1. Durante los primeros minutos podemos observar cómo el documental nos resume lo que después veremos con más detalle. ¿Dónde habéis visto esta técnica? Investigad el nombre que recibe.
2. Señalad las partes del documental a partir del esquema clásico: *planteamiento*, *desarrollo (nudo)* y *desenlace*.
3. ¿Por qué creéis que durante todo el documental seguimos las peripecias de Marcos y su impresora? ¿Qué se pretende con esta historia?
4. ¿Qué pensáis de la *voz en off*? ¿Creéis que ha actuado de narradora imparcial o ha tomado partido? ¿Qué hubierais preferido?
5. ¿En qué consiste el montaje y la producción de un filme?

Actividad 4. Lecturas activas

La actividad 4 consta de tres lecturas y su correspondiente análisis a través de diferentes preguntas.

Texto 1. El consumo responsable¹

Con esta lectura se pretende introducir conceptos básicos como el de consumismo, reducción, reciclaje, reutilización y captar la atención del alumnado mediante la famosa secuencia de la persecución de *Los hermanos Marx en el Oeste (Go West, 1940)* de Edgard Buzzell, en la que se emplea la expresión “¡Más madera!”, símbolo del despilfarro de las sociedades occidentales. Asimismo, en las actividades se pone especial énfasis en la participación del alumnado a través de sus experiencias previas, en el tratamiento de la comunicación y en las competencias social y ciudadana y de autonomía e iniciativa personal.

¹Recomendamos la consulta de la siguiente página web del [Instituto Nacional de Consumo](#), la cual contiene un estudio sobre los hábitos de compra de los jóvenes españoles (de 14 a 29 años).

El consumismo

Estamos sometidos continuamente a mensajes publicitarios que pretenden crearnos la necesidad de comprar innumerables productos. También tenemos la falsa idea de que cuantas más cosas poseamos (Móviles, iPod, videojuegos, zapatillas deportivas, ropa de marca...), mejor quedaremos ante los demás. Todo esto recibe el nombre de consumismo. El consumismo, entendido como compra desmedida de artículos, puede llegar a hacernos creer que con él conseguimos satisfacción e incluso felicidad personal. Para frenar el consumo innecesario, debemos aprender a consumir de manera responsable. Si cambiase la forma de consumir de millones de personas podríamos reducir el impacto que el consumo produce en el medio ambiente.

Las tres R: Reducir, Reutilizar y Reciclar

El problema del consumo excesivo no es sólo un problema de si tenemos o no bastante dinero para comprar tal o cual cosa. Es también el impacto medioambiental y social que provoca. Hay productos que cuando se fabrican, se transportan, se conservan o se usan, afectan negativamente al medio ambiente.

¿Qué deberíamos hacer ante ello? Para empezar, guiarnos con la norma de las tres R:

Reducir. En lo primero que debemos pensar es en consumir menos. No solamente para ahorrar dinero, sino para disminuir el impacto que el consumo produce en la naturaleza. Si todos consumimos menos, se gasta menos energía, menos recursos naturales, se reduce la basura... Por tanto es muy importante que no nos dejemos arrastrar por los anuncios y reflexionemos: ¿esto lo necesito realmente? Los productos locales y frescos también ahorran cantidades importantes de energía porque se evita su transporte. Los productos de *comercio justo* y de agricultura ecológica son también más respetuosos con los derechos humanos y el medio ambiente.

Reutilizar. Se trata de volver a utilizar artículos usados y que todavía son útiles. Por ejemplo, podemos reutilizar las botellas de vidrio o entregar a instituciones benéficas la ropa que ya no nos sirve.

Reciclar. La tercera acción es reciclar, es decir, fabricar nuevos productos utilizando el material de productos viejos. Hemos de separar los desperdicios y tirar el papel y el cartón al contenedor azul, los envases de plástico al amarillo y los de vidrio al verde.

¡Más madera!

Los hermanos Marx eran tres actores de cine norteamericanos que actuaban en películas cómicas muy divertidas, cuando el cine era en blanco y negro. Sus nombres artísticos eran Groucho, Harpo y Chico.



Fotograma de la película
Los hermanos Marx en el
Oeste.

Uno de sus filmes más conocidos es *Los hermanos Marx en el Oeste* (*Go West*, 1940) de Edgard Buzzell. En la [escena más famosa de la película](#), los tres protagonistas viajan en un tren de vapor por el oeste americano persiguiendo a unos malhechores que huyen en un coche de caballos. Cuando se acaba el carbón que hace funcionar la caldera del tren, los Marx empiezan a echar leña en ella. Cuando la leña se acaba, comienzan a utilizar todo tipo de objetos que permitan alimentar el fuego de la caldera: cajas, baúles, maletas, las paredes del tren..., todo se echa al fuego.

Groucho, el hermano mayor, grita desde la locomotora enfervorizadamente: *¡Más madera, traed madera!* El tren sigue avanzando haciendo sonar su poderoso silbato, cada vez más cerca del carro, que espolea con fuerza a los caballos. Enloquecidos por la persecución y viendo que se acaban los objetos de madera, desmontan los asientos, el techo, el suelo... *¡Traed madera! ¡Traed madera!* Y el tren va desapareciendo, un vagón tras otro...

Ésta es una buena imagen para ilustrar lo que el ser humano está realizando con su progreso. Avanza y avanza, cada vez más deprisa, con más tecnología, con más crecimiento, pero en su carrera está destruyendo el planeta. ¿De qué le sirve avanzar, si su avance destruye el tren?

Todo ello, ya que hemos puesto un ejemplo del *Far West* americano, nos recuerda las palabras del gran líder sioux Tatanka Iyokate (Toro Sentado):

Cuando el hombre blanco haya cortado el último árbol, cuando haya muerto el último búfalo de la pradera, cuando se haya secado el último río... se dará cuenta que sus billetes verdes no se pueden comer.

Fuente: Fabregat, L.; X. Huguet y J. Larrégola *Educació per a la ciutadania i els drets humans*. Barcelona: Casals, 2009. Traducción y adaptación del autor.

Actividades del texto 1

1. Definid con vuestras palabras qué es el consumismo.
2. ¿Por qué el consumo excesivo perjudica el medio ambiente?
3. Pensad en cosas que ahora utilizáis y que después podréis reutilizar.
4. Pensad en cosas que ahora utilizáis y que después podréis reciclar.
5. Comentad la relación entre las tres erres de las que hemos hablado y la escena de la película *Los hermanos Marx en el Oeste*.
6. ¿Qué opináis sobre las palabras de Toro Sentado?
7. ¿Por qué creéis que nos cuesta tanto reaccionar ante lo que está pasando con nuestro planeta?

Texto 2. ¿Yo puedo reclamar?

En esta lectura se profundiza en las competencias en comunicación lingüística, tratamiento de la comunicación, social y ciudadana y de autonomía e iniciativa personal. El alumnado debe enfrentarse, a través de un texto semiadministrativo, a cuestiones comunes y cotidianas, pero con las que todavía no ha tenido contacto. En la primera actividad sobre el texto, consistente en la redacción de una reclamación, puede ser conveniente dar a los estudiantes algunos ejemplos².

En la segunda parte de la actividad, serán los propios estudiantes los que busquen las diferencias entre una reclamación y una denuncia. Las primeras son llevadas por la inspección de consumo y derivan en una mediación ante la empresa afectada. Su

²Se pueden encontrar ejemplos de cartas de reclamación en modelo-carta.com o en la página web de Consumer.

resolución depende del tipo de caso del que se trate, de la existencia de suficiente documentación de apoyo (facturas, tickets, publicidad, etc.) y de la agilidad con la que la empresa reclamada responda a la Administración. Al ser un sistema voluntario, la empresa puede decidir si accede o no a las peticiones del consumidor. Por su parte, las denuncias también son estudiadas por la inspección de consumo pero pueden poner en marcha procesos sancionadores si se prueba que ha habido irregularidades.

- He comprado una bicicleta y el cambio de marchas no funciona correctamente; tiene un defecto de fabricación.
- Todas las personas que fuimos a cenar a un restaurante tuvimos, al día siguiente, vómitos, mareos y dolor de estómago.
- Fui a tomar un café y me cobraron un precio diferente al que marcaba la lista de precios.
- Me compré unas zapatillas deportivas y, al segundo día de utilizarlas, se empezaron a descoser.

Seguro que alguna vez nos hemos encontrado con situaciones como éstas o parecidas. ¿Sabéis cómo habría que actuar para realizar la reclamación correspondiente? ¿Dónde debemos dirigirnos para hacer una reclamación? ¿Qué son las organizaciones de consumidores y usuarios?

El artículo 51 de la Constitución española de 1978 recoge la protección de los ciudadanos como consumidores, ordenando a los poderes públicos que garanticen su defensa protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y sus intereses legítimos, y también que promuevan la información y la educación, y que fomenten las organizaciones de consumidores y las escuchen en las cuestiones que los puedan afectar.

Cualquier consumidor puede hacer una reclamación cuando:

- Considera que consumir un producto o utilizar un servicio pone en peligro la salud o la seguridad de las personas.
- Cree que ha sido víctima de un fraude o de un engaño, sea por lo que respecta a la cantidad como a la calidad o al precio de un producto o servicio.
- Entiende que determinados bienes o servicios no cumplen alguna de las normativas de seguridad o calidad exigidas.

Para hacer una reclamación es necesario:

1. Tener claro el problema planteado y saber exactamente qué se reclama.
2. Disponer de facturas, recibos, tickets, certificados de garantía, etc., para fundamentar la reclamación.
3. Acudir, en primer lugar, a la persona que ha vendido el producto objeto de la reclamación o a la persona encargada del servicio y exponerle el caso. Si no se llega a una solución, entonces deberemos acudir a alguna asociación de consumidores o usuarios ([OCU](#), [FACUA](#), [ADICAE](#), etc.), a la oficina municipal de información a los consumidores o a la consejería de comercio, consumo y turismo de nuestra comunidad.

Fuente: CinEscola

Actividades del texto 2

1. A partir de uno de los casos que acabamos de leer, redactad una reclamación.

Lo mejor que podemos hacer es redactar un escrito, dirigido a la oficina más próxima de la consejería de consumo de nuestra comunidad, que contenga lo siguiente:

- Nombre, dirección y teléfono del reclamante.
- Nombre, dirección y teléfono de la empresa reclamada.
- Causa de la reclamación y explicación detallada de las circunstancias de la situación.
- La solución que se solicita.

* Deberemos adjuntar fotocopia de toda la documentación disponible.

2. Investigad la diferencia entre una reclamación y una denuncia.

Texto 3. Las modas

La tercera lectura, de mayor dificultad y complejidad, está vinculada con una de las ideas del documental: la creación de necesidades como piedra angular de la obsolescencia. Al mismo tiempo, pretende que el alumnado reflexione sobre sus propias actitudes acerca del consumo.

En cuanto a la actividad, busca profundizar en la comprensión de la estructura de los textos y en las habilidades de síntesis y relación así como en las competencias lingüística, de tratamiento de la comunicación, social y ciudadana y de autonomía e iniciativa personal.

Las modas son actitudes, formas de ver las cosas, objetos o utilización de servicios que durante un tiempo tienen éxito entre el público, entre nosotros.

Cuando intentamos analizar las modas, la primera idea que surge es la de adhesión generalizada. Cuando algo está de moda en un sector o en toda la población, se detecta un número importante de personas que se adhieren, que *se apuntan a la moda*. La segunda idea es la de la novedad, ya que lo nuevo siempre produce admiración, ganas de tenerlo. La tercera es la transitoriedad, es decir, la fugacidad en el tiempo, la sensación de que se acabará en un tiempo relativamente corto y que “si no nos subimos al carro”, quedaremos al margen. Por último estaría la identidad; las modas siempre son utilizadas para la identificación, para definirse los unos a los otros, para mostrar o aparentar nivel económico, edad, poder, saber, expectativas, etcétera.

Las modas van unidas al crecimiento industrial y económico de las sociedades occidentales de las primeras décadas del siglo XX. En un momento en que el sistema económico empezaba a producir infinitamente más de lo que la sociedad necesitaba y podía absorber, la publicidad y las modas convencieron a la ciudadanía de que la felicidad, el prestigio y la notoriedad se conseguirían a través de la posesión de objetos y la utilización de servicios. Creando la necesidad de cambiar, renovar, tirar lo viejo y conseguir lo nuevo, las empresas distribuyen sus *stocks* en tiendas y centros comerciales, obteniendo así enormes beneficios.

¿Cómo se hacen las modas?

Las modas se alimentan de diferentes fuentes:

- La tecnología. Los avances técnicos sirven, entre otros aspectos, para que objetos, funciones o ideas inexistentes hasta un momento determinado aparezcan y se conviertan en moda. El teléfono móvil, las redes sociales...
- La internacionalización y el intercambio entre culturas permite importar y exportar modas: gastronómicas, musicales, etc.

- La desviación. Darle la vuelta o desviar ligeramente una conducta habitual da lugar fácilmente a una moda. Los destinos de viajes, las formas de organizar la casa o los lugares donde pasar el tiempo libre se ven influidos por estas modas.

¿Cómo se extienden las modas? Fundamentalmente, a través de tres canales: lenguaje oral y escrito; la expresión artística (básicamente la música) y los medios de comunicación.

Función social de las modas

Las modas cumplen una función, aunque sería más correcto hablar en plural, funciones. Sobre todo son cuatro: la de agrupación, la de cambio, la de distracción social y la económica.

Función de agrupación. Las modas aglutinan a grupos de personas, desde amigos que deciden sumarse a la moda de viajar juntos, hasta una nación entera que sigue unas ideas políticas determinadas. Influyen por tanto en un proceso fundamental para personas y sociedades: o pertenecemos o quedamos fuera.

Cualquier tipo de moda ayuda a decidir quién está incluido en un grupo y quién está excluido. Este efecto se produce en dos direcciones diferentes: si no seguimos la tendencia, quedamos excluidos; para estar dentro, hemos de seguirla. Las modas proporcionan seguridad porque dan una descripción general de las personas.

Función de cambio social. Muchas conductas, actitudes, formas de vida, objetos o estructuras surgen en un momento y lugar determinado y se extienden como una moda. Algunas de ellas dejan en un momento determinado de serlo y pasan a convertirse en una conducta o en un hábito social. Cuando alguna cosa que está de moda deja de ser transitoria porque se mantiene en el tiempo, deja de identificar grupos o personas. Se generaliza, deja de ser una novedad porque se ha extendido mucho y es sustituida por una nueva moda. En esos casos, deja de ser una tendencia y se convierte en algo propio de la sociedad donde se instala; se ha producido un cambio social. El uso de los ordenadores y de Internet fue un ejemplo de estos mecanismos.

Función de distracción social. Cuando una moda tiene mucha vigencia en una sociedad o en un sector concreto de la población, dejan de tener interés otras cuestiones. Mientras nos ocupamos de escoger las marcas de nuestra ropa deportiva, no pensaremos a quién votaremos, porque no nos interesa mucho.

Función económica. En nuestra sociedad es importante que el dinero se mueva, que haya comercio y operaciones financieras, que se consuma. Y aquí entran en juego las modas. Su constante renovación y sustitución provoca que, para sentirnos más integrados, felices, triunfadores, mantengamos un alto grado de consumo. Tenemos que renovar el modelo de coche o el ordenador, la ropa, los muebles de nuestro piso, hemos de ir a ver el nuevo espectáculo que han estrenado, etc. Las modas son, junto a la publicidad, el principal mecanismo que alimenta el consumo.

Fuente: CinEscola

Actividades del texto 3

1. Buscad modas que hayan existido o que estén en boga.
2. ¿Qué moda habéis seguido últimamente? ¿Por qué?
3. ¿En algún momento habéis decidido no seguir una determinada moda? Explicad por qué.
4. ¿Qué relación existe entre lo que nos quiere transmitir el documental *Comprar, tirar, comprar* y las modas?
5. Resumid el texto a partir de sus ideas básicas.



Fotograma de Comprar, tirar, comprar.

Actividad 5. Actividad de síntesis. Creación de un blog

Para culminar, se propone esta actividad de síntesis, supuestamente *activa*, que consiste en la elaboración de un blog sobre tiendas y talleres especializados en la reparación de artículos (es decir, la anti-obsolencia). Por un lado, pretende ofrecer al alumnado una vía de acción para que se relacione con el mundo exterior a las aulas, a veces demasiado lejano. Por otro, el hecho de confeccionar algo duradero, que puede irse enriqueciendo con el paso del tiempo y trascender los límites de la propia escuela, es un factor de importancia para la valoración de las tareas escolares y de la autoestima del alumnado.

En cuanto a su temporización, se pueden dedicar 30 minutos a su explicación y el resto del tiempo (3,5 horas) a que el alumnado realice el trabajo de búsqueda. Una vez hechos los blogs, se pueden destinar otros treinta minutos (tal vez algo más) a la exposición en clase. Indudablemente se trata de una actividad que puede llegar a ser *de centro*, que puede trascender los límites de la materia de Ciencias Sociales, Educación para la Ciudadanía o Tutoría.

Finalmente, es recomendable informar a los estudiantes de los criterios de evaluación de dicha tarea para poder comentarlos y ajustarlos si fuere necesario.

Cuando se nos estropea algún aparato, pocas veces nos lo pueden reparar. En muchas ocasiones oímos que lo mejor es comprar uno nuevo. A veces, cuando se estropea una pieza de un electrodoméstico o del coche, el mecánico no se plantea repararla, sino cambiarla por otra nueva. Una pieza, la averiada, que nos deja en casa para que veamos que ha sido cambiada, pero que más frecuentemente termina en la basura general.

En esta actividad de síntesis, os dividiréis en grupos de seis estudiantes. Cada grupo abrirá un blog, con el título que queráis siempre que sea adecuado a su finalidad. Se pretende llevar a cabo una labor de investigación sobre las tiendas o talleres que todavía reparan cosas (ya sean zapatos, paraguas, electrodomésticos, bolsos, ropa, etc.), que no optan por tirar aquello que se estropea, sino que lo arreglan. Con toda esta información elaboraremos una guía para los consumidores con el nombre, dirección, teléfono, etc., de cada uno de estos comercios. Seguro que ellos estarán encantados. Además, procuraremos que el blog sea lo más atractivo posible, con fotografías, dibujos, colores vivos, etcétera.

En otro apartado del blog difundiremos información ordenada de las asociaciones de consumidores y oficinas municipales o autonómicas destinadas a la defensa del

consumidor, así como una guía explicativa de cómo tiene que redactarse una queja o denuncia (recordad lo que se trabajó anteriormente sobre este aspecto).

Finalmente, sólo hará falta difundir los blogs por Facebook o pidiendo a páginas web que los enlacen.

Para la creación del blog podéis tener en cuenta los criterios de evaluación de esta tarea de síntesis.

El blog contiene	Mucho	Bastante	Poco	Insuficiente
Un título claro y conciso				
Concreción del objetivo del blog (escrita y visual)				
Listado de tiendas o talleres para reparar el objeto en cuestión				
Los enlaces de las tiendas contienen nombre, dirección, teléfono, e-mail y funcionan				
Fotografías de los establecimientos para reparar el objeto				
Listado de asociaciones de consumidores y oficinas municipales autonómicas destinadas a la defensa del consumidor				
Una guía que explique cómo se puede redactar una carta de reclamación				
La parte escrita y la visual están equilibradas para obtener la información de forma rápida				
Una dirección de correo para contactar con el webmaster				

Nota

La presente actividad didáctica amplía y profundiza algunos textos publicados previamente por los autores en [CinEscola](#).

Anexo 1



COMPRAR, TIRAR, COMPRAR

Ficha técnica

Título: *Comprar, tirar, comprar. La historia secreta de la obsolescencia programada.*

Guión y dirección: Cosima Dannoritzer

Producción ejecutiva: Joan Úbeda y Patrice Barrat

Cámara: Marc Martínez Sarrado

Montaje: Georgia Wyss

Sonido: Ray Day

Música: Marta Andrés y Joan Gil

Producción: Davina Breillet para Arte France, TVE y TVC

Género: Documental

Año: 2010

Duración: 53 minutos

Países: Francia y España

Sinopsis

Basándose en una cuidadosa investigación de más de tres años y utilizando imágenes de archivo casi inéditas, el documental de Cosima Dannoritzer relata la historia de la obsolescencia programada, desde sus orígenes hacia 1920 —cuando se formó el primer cartel para limitar la vida útil de las bombillas eléctricas— hasta nuestros días.

Rodado en España, Francia, Alemania, Estados Unidos y Ghana, *Comprar, tirar, comprar*, sigue un recorrido por la historia de una práctica empresarial que consiste en la reducción deliberada de la vida de un producto para incrementar su consumo. Como ya publicaba en 1928 la influyente revista estadounidense de publicidad, *Printer's*, *un artículo que no se desgasta es una tragedia para los negocios*.

El documental tuvo un importante impacto en su estreno en [TVE](#) y [TV3](#). En [Twitter](#), el término obsolescencia programada, tema del que trata el documental, fue el *trending topic* más importante de España desde la emisión del documental y durante dos días.