

Nuevas Formas de Consumo: la Contradicción del Comercio Local

FICHA TÉCNICA

Nombre de Sesión	Pensamiento Crítico
Dinámica	Nuevas formas de consumo
Duración	50 minutos
Formato	Dinámica grupal con análisis de casos a partir de capturas de conversaciones
Ciclos Participantes	Grado Medio Administrativo, Grado Básico, Grado Medio Mantenimiento
Contexto	Consumo responsable, comercio local y desarrollo rural

CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN

Vivimos rodeados de una contradicción que rara vez verbalizamos: nos preocupa el cierre del comercio de barrio, la falta de oportunidades laborales en nuestro entorno o el precio de la vivienda, y sin embargo seguimos alimentando, con nuestras propias compras, los mismos modelos que agravan esos problemas.

Esta dinámica utiliza como disparador una serie de capturas de conversaciones de WhatsApp ficticias, publicadas por la cuenta de Instagram @lavecina bajo el formato "Conversaciones sin filtros". El humor y la cercanía del formato permiten que el alumnado reconozca, sin sentirse juzgado, contradicciones que probablemente ha vivido en primera persona o en su propio entorno familiar.

La sesión tiene un valor especial en un contexto como el nuestro, en el mundo rural, donde el impacto de estas dinámicas de consumo global sobre el tejido comercial y económico local es especialmente visible.

MARCO TEÓRICO

1. La disonancia del consumidor consciente

Numerosos estudios de comportamiento del consumidor señalan una brecha constante entre las actitudes declaradas ("me preocupa el comercio local", "me importa la sostenibilidad") y las decisiones de compra reales, guiadas mayoritariamente por precio, comodidad e inmediatez. A este fenómeno se le conoce como "brecha actitud-comportamiento", y es el eje central que atraviesa toda la dinámica.

2. Fast fashion y plataformas de bajo coste

Plataformas como Shein o Temu han popularizado un modelo de consumo basado en precios extremadamente bajos y renovación constante del catálogo, sostenido en muchos casos por condiciones laborales cuestionadas en origen. Analizar este modelo ayuda al alumnado a conectar decisiones de compra cotidianas con cadenas de producción globales.

3. Comercio local y vivienda: el otro lado de la moneda

El auge del comercio electrónico y de plataformas de alojamiento turístico como Airbnb tiene un correlato directo en el cierre de comercios de proximidad y en la subida de precios del alquiler en determinadas zonas. Son procesos que el alumnado observa en su entorno, aunque no siempre los relacione con sus propios hábitos de consumo.

OBJETIVOS

- Que el alumnado identifique la contradicción entre discurso y comportamiento de consumo.
- Que analice el impacto del consumo online en el comercio y el empleo local.
- Que desarrolle pensamiento crítico ante mensajes y hábitos de consumo normalizados socialmente.

- Que proponga alternativas de consumo más responsables y coherentes con sus propios valores.

MATERIALES

- 5 capturas de conversaciones de WhatsApp (fuente: @lavecina, Instagram): Rebajas / cierre de comercio, Shein, Amazon, Pisos turísticos, Temu.
- 5 fichas de trabajo en grupo, una por caso, con los apartados Situación / Análisis en grupo / Explica y comparte con la clase.
- Pizarra o pantalla para la puesta en común final.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

Competencia	Descriptor de Desempeño
Pensamiento Crítico	Identifica contradicciones entre valores declarados y comportamiento real de consumo.
Análisis de Contexto	Relaciona decisiones individuales de consumo con efectos en el comercio y empleo local.
Trabajo Colaborativo	Participa activamente en el análisis grupal y respeta perspectivas divergentes.
Comunicación	Expone con claridad la contradicción detectada y argumenta una alternativa responsable.

FASES DE LA DINÁMICA

FASE 1: INTRODUCCIÓN (5 minutos)

Objetivo: contextualizar la sesión y presentar el formato de la dinámica.

- Plantea una pregunta inicial abierta: "¿alguna vez habéis dicho una cosa y hecho la contraria sin daros cuenta?".
- Explica brevemente el formato de las capturas de @lavecina y qué se va a pedir a cada grupo.

FASE 2: FORMACIÓN DE GRUPOS Y REPARTO DE CASOS (5 minutos)

Objetivo: organizar el trabajo en equipos.

- Divide la clase en 5 grupos.
- Cada grupo recibe una captura y su ficha de trabajo:
- Grupo 1: Cierre de comercio y rebajas
- Grupo 2: Fast fashion (Shein)
- Grupo 3: Comercio local vs. Amazon
- Grupo 4: Pisos turísticos y vivienda
- Grupo 5: Falta de empleo y compras en Temu

FASE 3: TRABAJO EN GRUPO (20 minutos)

Objetivo: analizar el caso siguiendo la estructura de la ficha.

- Minutos 1-5: lectura de la captura y descripción de la situación (apartado Situación).
- Minutos 6-15: debate interno guiado por las preguntas del apartado Análisis en grupo (relación entre consumo y empleo/vivienda local, por qué se mantiene el hábito pese a conocer su impacto, qué pesa más al decidir una compra).
- Minutos 16-20: preparación de la síntesis para compartir con la clase (apartado Explica y comparte).

FASE 4: PUESTA EN COMÚN (15 minutos)

Objetivo: socializar el análisis de los cinco casos.

- Cada grupo dispone de 2-3 minutos para presentar: la contradicción detectada, una consecuencia positiva y una negativa del hábito de consumo analizado, y una alternativa más responsable.
- El resto de la clase puede añadir matices o preguntar.
- Se anota en la pizarra una alternativa por caso, a modo de conclusión colectiva.

FASE 5: CIERRE Y REFLEXIÓN (5 minutos)

Objetivo: consolidar el aprendizaje y conectar con el entorno propio.

- Reflexión final: ¿qué podemos hacer de forma distinta la próxima vez que compremos algo?
- Se destaca la relación directa entre estas decisiones y el desarrollo económico de nuestra propia zona.

MENSAJE DE CIERRE

El consumo no es un acto neutro: cada compra es también una decisión sobre qué modelo económico queremos sostener. No se trata de sentirnos culpables, sino de ser conscientes de que, entre el precio más bajo y el comercio de nuestra calle, hay una elección real.

Especialmente en un entorno rural como el nuestro, donde cada comercio que cierra deja un hueco difícil de llenar, aprender a mirar con sentido crítico nuestros propios hábitos de consumo es una forma muy concreta de cuidar el lugar donde vivimos.

Llevaos esta pregunta con vosotros la próxima vez que vayáis a comprar: ¿qué estoy eligiendo, en realidad, cuando elijo dónde comprar?